

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES

MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

Orientadora: Prof^a Doutora Judite Primo

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Departamento de Ciências Sociais e Humanas

Lisboa
2013

Para ti, Amor, minha vida!

Para o meu amado filho, sentido de vida!

Para os meus queridos pais, que me ensinaram a viver e a sonhar...

Para a minha querida irmã, fonte de inspiração!

“Há quem pergunte: de onde vem este encantamento especial de um músico com os museus? Para esses eu respondo: o étimo da palavra “museu” é o mesmo da palavra “música”. O museu é o templo das musas e a música é a arte que nasce da inspiração nas musas. Desde a antiga Grécia, as musas são as inspiradoras das artes e de todas as formas de criação humana. Os museus abrigam o que fomos, o que somos e inspiram o que seremos. As músicas traduzem e manifestam o que somos e o que queremos ser.” (Gil G., 2008)

Agradecimentos

À Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias do Departamento de Ciências Sociais e Humanas, ao corpo docente, em especial à minha orientadora, Prof.^a Doutora Judite Primo, pela orientação, nas modificações sugeridas e aconselhamento científico, aos colegas do Curso do Mestrado em Museologia e ao serviço administrativo.

À Camara Municipal do Cartaxo, ao Presidente Paulo Caldas e ao Vereador Pedro Gil, ao director do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, Sr. Vítor Varela e à restante equipa, nomeadamente à Ana, à Celestina e ao Jorge pela sua colaboração, disponibilidade e carinho.

Aos Núcleos e Parceiros do MRVCC por acreditarem no meu trabalho e terem ajudado concretizá-lo; ao Arq.^{to} Álvaro Leite Siza Vieira pelo diálogo e a abertura permanente durante a elaboração dos projectos arquitectónicos para o Museu.

Ao Dr. António Nabais pelo grande incentivo e amizade, trocas de experiências na área da museologia, pelas sugestões bibliográficas e pela leitura da dissertação.

À minha família e amigos, pela força e amor sempre constantes ao longo do meu trabalho.

E a todos aqueles que não referi, mas que tornaram esta dissertação possível.

Resumo

A Musealização do Concelho do Cartaxo teve como suporte o estudo de conceitos e as práticas museológicas, a identificação da realidade e das necessidades actuais, quer do município quer da comunidade e um quarto de século de história do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo (MRVCC). Com uma experiência inovadora na década de oitenta do século XX, e perante novos interesses e novos saberes sobre o património, o território e a comunidade local, o MRVCC pretende ir mais longe com este projecto museológico, ao colocar o Museu ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento, através de acções museológicas comuns com a participação conjunta dos técnicos de museologia e dos seus públicos/utilizadores. A partir de um projecto museológico criou-se um ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, na Quinta das Pratas – Núcleo Sede – elaborado na perspectiva da prestação de serviços alargados nos domínios da cultura e do património: Museu, Arquivo e Biblioteca. Conseguiu-se, assim, um aproveitamento dos recursos, e, ao mesmo tempo, prestar um melhor serviço, oferecendo espaços à comunidade local envolvida directa ou indirectamente na vida do Museu. No processo de musealização do concelho do Cartaxo foi também incorporado o rio Tejo através de um projecto museológico designado ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do Rio Tejo’ e o ‘Património ‘In Situ’’, apresentando uma oferta cultural e turística com múltiplas valências, contribuindo para o desenvolvimento, o progresso e qualidade de vida dos cidadãos da comunidade local.

Palavras-Chave: Museologia, Musealização, Museu.

Abstract

The study of museums in the Cartaxo municipality has been based on the following aspects: the knowledge of museological concepts and practices, the identification of the present reality and needs, not only concerning the municipality, but also the community and the 23-year-old history of *Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo* (MRVCC).

The MRVCC had an innovating experience during the 1980s. Because of the new interest and knowledge about the patrimony, the territory and the local community, this museum intends to develop this project by serving the community and its development through common museological actions in which the museum technicians, the public and its users take part together. Starting with a museological project a technological and documentation centre (*Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural*) was created in *Quinta das Pratas – Núcleo Base* – which aims at providing enlarged services in the areas of culture and patrimony: Museum, Archive and Library. Thus, resources were rationalized and a better service was simultaneously provided, by offering spaces to the local community directly or indirectly involved in the Museum's life and theme. Within the process of musealization of the Cartaxo municipality another patrimony was allowed to be included – the Tagus river – through a museological project called *Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do Rio Tejo* and the *'In Situ' Patrimony*. A cultural and touristic offer with multiple values is provided, which contributes to the development, progress and life standard of citizens and the local community.

Key- Words: Museology, Musealization and Museum.

Abreviaturas

a. C. - antes de Cristo.

AMPV - Associação de Municípios Portugueses do Vinho.

APOM - Associação Portuguesa de Museologia.

ARH. IP - Associação Regional Hidrográfica do Tejo.

CMC - Câmara Municipal do Cartaxo.

ICCROM - International Centre for the Study of the Preservation and the Restoration of Cultural Property.

ICOFOM - International Committee for Museology.

ICOM - International Council of Museums.

ICOMOS - International Council on monuments and Sites.

ICTOP - Training of Personnel.

IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico.

IPPC - Instituto Português do Património Cultural.

MINOM - Movimento Internacional para a Nova Museologia.

MRVCC - Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo.

QREN - Quadro de Referência Estratégica Nacional.

ULHT - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Índice geral

AGRADECIMENTOS.....	4
RESUMO	5
ABSTRACT.....	6
ABREVIATURAS.....	7
ÍNDICE GERAL	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
INTRODUÇÃO	11
1. MUSEALIZAÇÃO.....	14
1.1. ORIGEM E EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE MUSEU.....	15
1.2. BASES CONCEPTUAIS DA MUSEOLOGIA	22
1.2.1. Património em Portugal	22
1.2.2. Identidade	27
1.2.3. Memória.....	28
1.3. ACTUAÇÃO PROFISSIONAL NO CAMPO DA MUSEOLOGIA	29
1.3.1. Museologia.....	29
1.3.2. O museólogo e o olhar museológico	31
1.4. PRÁTICA MUSEOLÓGICA	34
1.4.1. Museografia.....	34
1.4.2. O objecto museológico e o facto museal	43
1.5. A FUNÇÃO SOCIAL DO MUSEU.....	45
2. CARACTERIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO	47
2.1. O TERRITÓRIO.....	47
2.2. O PATRIMÓNIO	49
2.3. A COMUNIDADE	55
2.4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
3. HISTÓRIA DO MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO	63
3.1. A GÉNESE (1977-1985).....	64
3.2. CRESCIMENTO (1985 – 1994).....	72
3.3. O DECLÍNIO (1994- 2001)	81
3.4. EXPANSÃO 2000	82
3.5. CONSIDERAÇÕES GERAIS	85
4. MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO	86
4.1. PROJECTO MUSEOLÓGICO DO MRVCC.....	90

4.1.1. Pré-produção	90
4.1.2. Produção	95
4.1.3. Pós-produção	126
4.2. CONSIDERAÇÕES FINAIS	127
CONCLUSÃO	130
BIBLIOGRAFIA	133
ÍNDICE REMISSIVO/ONOMÁSTICO.....	141

Índice de figuras

Figura 1 - Gestão do MRVCC.....	92
Figura 2 - Taberna do MRVCC.....	93
Figura 3 – Musealização do Concelho do Cartaxo.	96
Figura 4 - Adega.....	99
Figura 5 - Maquetas dos novos edifícios do MRVCC.....	100
Figura 6 – Casa Solar, Valada.....	104
Figura 7 - Novo edifício do Museu do Rio Tejo.	105
Figura 8 - Casas da Aldeia da Palhota.	107
Figura 9 - Festas do Campino, Cartaxo.	108
Figura 10 - Tanoeiro da Adega da Fonte Bela.	109
Figura 11 - Pormenor do painel e azulejos de Querubim Lapa' com a temática vinícola no Cartaxo.....	110
Figura 12 - Vinhas na época das vindimas.	110
Figura 13 - Adegas do Eng.º João Ramalho, Vila Chã de Ourique.	110
Figura 14 - Cais da Aldeia da Palhota.	111
Figura 15 - Quinta das Varandas.....	111
Figura 16 - Quinta do Gaio.....	111
Figura 17 - Igreja de Pontével.	112
Figura 18 - Cruzeiro Manuelino da Igreja Matriz do Cartaxo.	112
Figura 19 - Habitação no Cartaxo: Arte Nova.	112
Figura 20 – Rede de Parceiros.....	114
Figura 21 - Gado bravo na Quinta do Gaio.	115
Figura 22 - Campinos, na Quinta do Gaio de Baixo.....	115
Figura 23 - Cavalos, na lezíria.....	116
Figura 24 - Embarcação típica do rio Tejo.	117
Figura 25 - Casa Agrícola Francisco Ribeiro - Vale de Algaes.....	119
Figura 26 - Sala de refeições da Adega do Avô.	120
Figura 27 - Sala de refeições do Pão e Vinho.	121
Figura 28 - Quinta da Boavista.....	122
Figura 29 - Quinta da Boavista.....	122
Figura 30 - Quinta de Vale de Lobos.	123

Introdução

*“... Então que novidades há por cá pelo Cartaxo, patrão...?”
(Garrett, 1963, p. 51)*

Almeida Garrett, na primeira metade do século XIX, questionava e conduzia para a novidade e para a mudança nas “Viagens na Minha Terra” (1843); hoje, surge a resposta imediata: a Musealização do Concelho do Cartaxo.

Este trabalho é o eco de uma profunda e total consciência da necessidade de ter conhecimentos de museologia, sendo a minha formação de base em música, uma área distinta e aparentemente longínqua. O gosto e a curiosidade, associados a um desafio que me foi lançado, para participar na exposição “O vinho e a música”, no Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, levou-me, no ano de 2007, a matricular no Mestrado de Museologia, na Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT).

A escolha do objecto de estudo para a investigação da dissertação foi a musealização do concelho do Cartaxo, a partir do MRVCC. A razão que me levou à escolha deste tema foi, sobretudo, a necessidade de uma intervenção museológica no concelho, tendo como base um projecto museológico de requalificação e de expansão do MRVCC ao serviço e desenvolvimento da comunidade local, bem como da museologia em geral.

Olhei para um Museu com um quarto de século, que foi criado numa época em que os museus locais e comunitários proliferavam. Pretendi analisar através da pesquisa oral e documental, até que ponto esta prática comunitária funcionou e perdurou no Cartaxo, como Museu de referência.

O estudo de teorias e práticas museológicas, de fontes do Centro de Documentação do MRVCC, assim como a observação e a auscultação directa no Museu e no território, foram pontos de partida para a recolha de elementos/informações para este projecto. Através do diálogo com os públicos, consegui verificar e avaliar melhor as deficiências do ‘contentor’ (museu/edifício), da sua envolvente (território/comunidade/património), do seu conteúdo (exposições) e dos seus serviços (educativo/social). Os documentos do Centro de Documentação permitiram-me conhecer todo o processo de musealização deste Museu, servindo de instrumento para o novo projecto museológico. Este projecto do MRVCC assenta ainda nos novos conceitos e nas novas práticas museológicas, a partir da Mesa-Redonda de Santiago do Chile (1972), da Declaração do Quebec (1984), da Declaração de Oaxtepec (1984), dos documentos do II Atelier Internacional da Nova Museologia em Portugal (1985),

da Declaração de Caracas (1992), das normas do ICOM, da legislação portuguesa, da ecomuseologia e da economuseologia.

Para o estudo da musealização do concelho do Cartaxo, esta dissertação utiliza como metodologia a divisão em quatro eixos:

- o conhecimento conceptual sobre o processo de musealização;
- o enquadramento territorial, patrimonial e comunitário do concelho do Cartaxo;
- as acções museológicas efectuadas ao longo da história do MRVCC;
- um novo projecto para a musealização do concelho do Cartaxo.

A partir dos conhecimentos de museologia adquiridos na parte curricular do Mestrado, do suporte documental e bibliográfico, da recolha de dados históricos e actuais do território, do património, da comunidade e do Museu obtiveram-se elementos para a elaboração do projecto museológico para este concelho.

A Musealização do Concelho do Cartaxo, tema da minha dissertação de Mestrado, desenvolveu-se a partir de um corpo teórico, composto por um capítulo onde conceitos, teorias e práticas foram ferramentas essenciais para a construção deste projecto museológico. Considerei bastante pertinente abordar questões como a origem e a evolução do conceito de museu até aos nossos dias, o património, a identidade, a memória como bases conceptuais da museologia, a museologia como ciência, o museólogo como fazedor e construtor com o seu olhar museológico, a musealização enquanto museografia activa, vitalizando o objecto museológico e proporcionando o facto museal. A caracterização do concelho do Cartaxo, desenvolvida no Capítulo 2, contribuiu para o novo projecto museológico, visto que ajudou a entender melhor o território, o património e a comunidade. Abordei no Capítulo 3 a história do MRVCC com flutuações das políticas culturais, características de um museu municipal. O entendimento da sua história permitiu-me obter dois elementos importantes: primeiro a necessidade de dar uma continuidade ao processo de musealização; segundo combater algumas problemáticas que se verificaram desde a sua concepção até aos dias de hoje, para que o novo projecto museológico seja parte integrante da vida do Museu. Por fim, no Capítulo 4, apresenta-se um novo projecto sob forma de processo museológico, com as respectivas fases de trabalho, resultado de toda esta investigação.

Tive sempre como tónica: “Museums, like every other kind of manmade institution, are changing fast.” (Hudson, 1983, p. 6) Se o rosto da comunidade local está em constante mudança e se o museu é “Um espelho onde esta população se olha, para se reconhecer, onde ela procura a explicação do território onde vive...” (Rivière, 1989, p. 142), deverá estar atento

e dar resposta a esses novos desafios; por outro lado, é necessário ter a noção que essa mudança só poderá ser modificada por esse mesmo rosto – a comunidade; e nunca esquecendo, que, enquanto ‘ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento’, deverá ser factor de desenvolvimento local.

Esta dissertação utiliza o estudo de caso como modalidade de investigação, tendo como objecto de estudo e análise o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, o seu contexto territorial, comunitário, social e político. Sendo este um método específico de pesquisa de campo, o estudo de caso desta dissertação procurou, através da observação de factos e fenómenos locais, recolher dados e analisá-los por forma a permitir a compreensão da importância e do lugar do MRVCC ao longo das últimas duas décadas e meia e com isso possibilitar a compreensão e posterior proposta de musealização do património local. No campo da museologia, o estudo de caso não tem sido uma prática em Portugal, como foi possível concluir perante a falta desse trabalho nos museus da tutela do IMC que foram requalificados nos últimos anos, porque perante o pedido desses estudos não me foi dado qualquer informação.

O trabalho de pesquisa e estudo iniciou-se no primeiro triénio de 2008, com a preparação e organização do I Congresso Ibérico dos Museus do Vinho realizado no MRVCC em 28 e 29 de Março deste mesmo ano. Seguiu-se depois o contacto directo com empresas representativas das actividades económicas locais: desde as coudelarias, as adegas, a criação de gado tauromáquico até à restauração, a hotelaria rural e o turismo náutico. Ao mesmo tempo foram feitas entrevistas e consultas orais aos diferentes intervenientes na história e renovação do MRVCC, analisando em paralelo a documentação do Museu, nomeadamente os quadros de registo de visitantes e a tipologia de serviços disponíveis e procurados pela comunidade local.

1. Musealização

“... como hão-de alargar a esfera de seus conhecimentos, desenvolver o espírito, chegar à altura do século?” (Garrett, 1963, p. 49)

A musealização é tão antiga como a história dos museus, embora, inicialmente, se limitasse a preservar o objecto pelo objecto. No entanto, com a expansão do conceito de património cultural a musealização aumentou o seu campo de acção, afastando-se cada vez mais da patrimonziação, cujo objectivo era simplesmente o de conservar. A musealização está sempre associada à ideia de preservar o património e é entendida para o salvaguardar e comunicar: é uma operação “... tendant à extraire une (ou des) vraie(s) chose(s) de son (leur) milieu naturel ou culturel d’origine et à lui (leur) donner un statut muséal ...” (Desvallées A. , 1998, p. 229) ou seja, o processo de transformação do objecto/bem cultural museável em musealizado num determinado espaço/cenário, dentro ou fora do museu. Tudo é museável, mas nem tudo pode ser musealizado; só uma parte da realidade é seleccionada e musealizada. Na musealização é necessário envolver a comunidade, na partilha de saberes e de afectos, para que o objecto ao ser musealizado seja uma intenção comunitária. Para Mário Chagas, a musealização “... é uma cristalização do olhar museológico e implica no estabelecimento de um determinado recorte dentro do universo do museável...” (Chagas, 1994, p. 55) que permite a transformação do património cultural em objecto museológico, ganhando deste modo um novo estatuto:

“La muséalisation, entendue comme le processus d’incorporation d’un objet au sein d’une collection muséale, s’accompagne d’un changement de statut de cet objet. Des exemples pris dans tous les types de musées montrent que le bien culturel se pare d’une «valeur muséale», qui fait défaut à la collection privée. La muséalisation recouvre plusieurs opérations: l’acquisition, la documentation, la conservation et souvent, elle concerne aussi l’exposition. Les choix et les valeurs qui sont en jeu à toutes les étapes visent à l’accomplissement du projet muséal de l’institution.” (Gob, 2009)

A musealização é entendida sob forma de processo, associando-se a um conjunto de procedimentos que denominamos acções museológicas, cujo objectivo final é o facto museal. Segundo Cristina Bruno, ao recordar Waldisa Guarnieri, a “... musealização pressupõe ou implica em preservar e enquanto ação museológica ela aproxima objetos e homens, revitalizando o fato cultural ...”. (Bruno, 1996, p. 16)

Para a aplicação da musealização no concelho do Cartaxo é necessário começar por fazer um enquadramento conceptual, subdividido nos seguintes cinco pontos:

- origem e evolução do conceito de museu;
- bases conceptuais da museologia;
- actuação profissional no campo da museologia;
- prática museológica;
- função social do museu.

Pretende-se deste modo usar uma linguagem coerente entre a teoria e a prática museológica que se irá aplicar num novo projecto, dando continuidade a um processo museológico já com vários anos.

1.1. Origem e evolução do conceito de museu

O entendimento da história da museologia é “... importante pour comprendre pleinement la nature et la variété de l’univers muséal.” (Gob & Drouguet, 2008, p. 22) A evolução do conceito de museu seguiu um extenso percurso até a actualidade: “Es una larga y compleja trayectoria la efectuada desde el ‘mouseion’ griego hasta la aparición y consolidación del museo tal y conocemos 24 ó 25 siglos después.” (Fernandez, 1993, p. 77) O termo moderno de museu teve origem etimológica no latino ‘museum’, que deriva da língua grega ‘mouseion’, templo dedicado às Musas, divindades da mitologia grega. No século V a.C., os Propileus da Acrópole de Atenas construídos por Péricles tiveram uma ‘pinakothéke’ numa das alas, no espaço reservado às artes. Mais tarde, na época helenística, no século III a.C., Ptolomeu Filadelfo utilizou o termo grego ‘mouseion’ para designar o seu centro cultural de Alexandria, que compreendia uma biblioteca, um anfiteatro, um observatório, salas de trabalho e de estudo, um jardim botânico e uma colecção zoológica.

No período compreendido entre 212 a.C. e 146 a.C., os romanos desenvolveram o costume de coleccionar obras de arte, sobretudo, a partir dos saques de Siracusa e de Corinto, com o produto dos quais encheram os templos de Roma de objectos de arte grega. Também Pompeu, Cícero e Júlio César orgulharam-se das suas colecções. O conceito romano de ‘museum’, museu privado e dedicado ao coleccionismo, vai ter continuidade no período renacentista.

Durante os séculos XV, XVI e XVII, na Europa, desenvolveu-se o coleccionismo: reis, aristocratas, altas figuras da Igreja e da burguesia constituíram grandes colecções que estiveram na origem dos futuros museus nacionais. Criaram-se, sob a tutela privada, galerias e gabinetes de curiosidades. Cosme, o Velho de Médicis, no século XV, em Florença, iniciou as suas colecções, designando-as de museu. A colecção foi desenvolvida pelos seus

descendentes até à sua doação ao Estado em 1743 para ser acessível ao público da Toscana e de todo o mundo.

Em Portugal, no início do século XVIII, Rafael Bluteau, no seu Dicionário da Língua Portuguesa, definiu museu como se fosse uma instituição muito próximo do ‘museion’ da Grécia e de Alexandria:

“Museo. Nos contornos do monte Olympo na Macedónia, é um lugar consagrado às Musas: Na vida de Apollonio Thianco, escreve Philostrato, que Museo era hum lugar onde os antigos consultavam as musas, e elas davam as respostas. Destes lugares chamados Museos, derão o nome de Museo a todo o lugar destinado ao estudo das letras humanas, como também a casas de curiosidades científicas, como o Museo do P. Athanasio Kircher em Roma; e a livros como o Museo de Moscardo, impresso em Padua, e o Museo Histórico e Físico de João Imperial, em que o dito author dá notícias da ciência e vida de varões ilustres.” (Bluteau, 1712-1728, pp. 645-646)

Com esta definição pode-se deduzir que o conceito de museu não se modificou substancialmente durante séculos. Só na segunda metade do século XVIII surgiu uma nova fase na história da museologia com a organização e abertura das colecções ao público com a criação de museus em vários países. Durante este século criaram-se os primeiros museus em Portugal, tais como: em 1772, foi aberto o Museu de História Natural, em Coimbra, e, em 1791, Frei Manuel do Cenáculo organizou, em Beja, o Museu Sesinando Cenáculo Pacense. Em Espanha, o Museu do Prado, cujo edifício foi mandado construir em 1785 para um museu real pela princesa portuguesa, Dona Bárbara de Bragança filha de D. João V e Rainha de Espanha por seu casamento com Carlos III, passou a museu público em 1868. Em França as colecções reais instaladas no Palácio do Louvre, em Paris, foram nacionalizadas e abertas ao público, em 1793.

No séc. XVIII, o Diderot, o espírito do enciclopedismo e as ideias novas do Século das Luzes deram a ver a realidade do mundo e a importância do objecto e da imagem: “Un coup d’oeil sur l’objet ou sa représentation en dit plus long qu’une page de discours.”¹ (Schimith, 1996, p. 5) No mesmo século, a Revolução Francesa semeou novas ideias que rapidamente se espalharam pela Europa e pelo continente americano e os museus transformaram-se em instituições públicas.

Os efeitos das mudanças sociais na Europa, nomeadamente o acesso à cultura e à arte, no séc. XIX, chegaram a Portugal com o liberalismo (1820). Assim, a extinção das ordens religiosas e a nacionalização das suas casas e bens (1834) constituíram colecções que, mais tarde, estiveram na origem de museus. Neste contexto, foi criado o Museu Soares dos

¹ Os prospectos distribuídos a partir de França, em 1750, apresentam as pranchas da Enciclopédia nestes termos.

Reis, com o objectivo de preservar o património artístico proveniente sobretudo dos conventos extintos e, ao mesmo tempo, promover a sua utilização para fins culturais e pedagógicos. Em 1884, foi fundado o Museu Nacional de Arte Antiga, igualmente com os mesmos objectivos. (Instituto Português de Museus, 2004, p. 32) Ainda, durante o séc. XIX, em Portugal, surgiram vários tipos de museus diferenciados pelos seus conteúdos: desde os museus de arte, de arqueologia e de etnografia até aos militares, aos industriais, aos comerciais, aos escolares e aos municipais. A publicação “Observações sobre o Actual Estado do Ensino das Artes em Portugal: A Organização dos Museus e o Serviço dos Monumentos Históricos e da Archeologia” (1875) reflectiu a necessidade de organizar os museus por tipologias (museu de pintura, museu de escultura, museu de desenhos, museu de gravuras, museu de arquitectura, museu de artes industriais, museu de arqueologia, museus provinciais, museus locais de arte industrial²). No final do séc. XIX, em Portugal, foram criados museus municipais, tais como: Museu Arqueológico de Elvas (1880), Museu Municipal de Beja (1892), Museu Municipal de Alcácer do Sal (1894), Museu Municipal de Bragança (1897), Museu da Figueira da Foz. Foi assim dado o grande início à criação de museus locais em Portugal. Em 1893, é fundado o Museu Etnográfico Português por J. Leite Vasconcelos (actualmente Museu Nacional de Arqueologia).

Durante o séc. XIX, foram criados vários museus em Portugal e em muitos países do mundo numa perspectiva convencional focada no objecto. No século seguinte, foram publicadas normas nacionais e internacionais para que estas instituições estivessem melhor integradas na sociedade. No início do séc. XX, a legislação portuguesa contemplou os museus embora mais numa perspectiva administrativa como se pode ver no Decreto de 26.5.1911: “Os museus ficam subordinados aos Conselhos de arte e arqueologia das respectivas circunscrições, sob a superintendência da Direcção-Geral da Instrução Secundária, Superior e Especial”. Com este Decreto foram criadas 3 circunscrições: Lisboa, Porto e Coimbra.

Mais tarde, já depois da criação da UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), em 1945, e do ICOM (International Council of Museums), em 1946, em Portugal, foi publicado o Regulamento Geral dos Museus da Arte, História e Arqueologia, em 1965:

“Os museus têm a seguinte finalidade geral: Conservar e ampliar as colecções de objectos com valor artístico, histórico e arqueológico; Expor ao público as espécies que melhor possam contribuir para a formação do seu espírito e para educação da sua sensibilidade; Realizar trabalhos da indagação artística, histórica e arqueológica e facultar elementos de

² Nesta publicação citada aparece pela primeira vez a referência a museus locais.

estudo aos investigadores; constituírem-se em centros activos de divulgação cultural, solicitando constantemente o público e esclarecendo-o.” (DL n.º 46.758, Artigo 5º, 1965)

Esta legislação portuguesa foi dirigida para os museus de arte, história e arqueologia, como principal centro das atenções da museologia portuguesa, ignorando outro tipo de museus com colecções diferentes, nomeadamente os de etnologia. No Art.º 7.º do mesmo Decreto-Lei, apresentaram-se os museus como “... órgãos de cooperação escolar, com a função de coadjuvar as universidades e as escolas superiores de belas-artes nos estudos de arte, história e arqueologia.” De qualquer modo, o conceito de museu ainda se encontrava distante das definições do ICOM de 1948 e da de 1951:

“A palavra museu designa toda a instituição permanente, administrada para o interesse geral com vista a conservar, estudar, valorizar através de diferentes meios e essencialmente expor para fruição e educação do público um conjunto de elementos de valor cultural: colecções de objectos artísticos, históricos, científicos e técnicos, jardins botânicos e zoológicos, aquários ...”. (International Council of Museums, Estatutos, 1951)

A definição do ICOM é mais abrangente no que respeita ao património ao incluir no campo da museologia colecções ligadas à ciência, à técnica, à botânica, à zoologia, entre outras. Em 1968, segundo os estatutos do ICOM foi reconhecida “... a qualidade de museu a toda a instituição permanente que conserva e apresenta colecções de objectos de carácter cultural ou científico para fins de estudo, de educação e de fruição.” (International Council of Museums, Estatutos, 1968)

Estas definições, apesar de traduzirem um avanço no entendimento do conceito de museu, ainda não representaram uma mudança sob o ponto de vista social. Foi com a Mesa-Redonda de Santiago do Chile (ICOM, 1972) que apareceu “... o museu integral, destinado a proporcionar à comunidade uma visão de conjunto de seu meio material e cultural.” (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 1999, p. 120) Segundo esta Mesa-Redonda, o museu foi visto na perspectiva do desenvolvimento científico e técnico sobretudo através do serviço prestado pelas exposições, nomeadamente as itinerantes, aproximando-se da comunidade com os conhecimentos e saberes actuais, saindo assim de uma visão tradicional que se preocupava apenas com objecto antigo. A partir da Mesa-Redonda de Santiago do Chile, o museu aproximou-se da comunidade e deu uma nova orientação ideológica à prática museológica que se reflectiu na definição de museu do ICOM de 1975, onde se afirmou que está “... ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento...”:

“O museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que faz pesquisas referentes aos testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, para os adquirir, conservar, divulgar e

especialmente os expor para fins de estudo, educação e fruição.” (International Council of Museums, Estatutos, 1975)

Pela primeira vez a instituição museológica ganhou a dimensão de serviço para o desenvolvimento da comunidade. O conceito de museu integral teve no futuro grande influência nas práticas da museologia social, evoluindo para museu integrado e como salientou Judite Primo

“A grande mudança ou novidade ocorrida na Declaração de Caracas, realizada em 1992, é a evolução do conceito de museu integral para o conceito de museu integrado. Esta Declaração faz uma releitura do documento produzido em Santiago constatando a vigência 87ughde muitos de seus postulados e as suas influências no conceito actual do Museu.” (Primo, 1999, p. 25)

A reflexão sobre a museologia, a partir de Santiago do Chile, criou novas formas de olhar os museus, pondo em evidência a integração do museu na comunidade. Pedroso Lima, ao confrontar as Declarações de Santiago e de Caracas, afirmou que esta última “... é já uma posição de consolidação da museologia no seio da sociedade” (Lima, 1993, p. 92), que se materializou em várias práticas museológicas inovadoras. Neste contexto, adoptou-se com Georges-Henri Rivière e Hugues de Varine um novo modelo de museu: “Un écomusée est un instrument qu’un pouvoir et une population conçoivent, fabriquent et exploitent ensemble. Ce pouvoir, avec les experts, les facilités, les ressources qu’il fournit. Cette population, selon ses aspirations, ses savoirs, ses facultés d’approche.” (Rivière, 1989, p. 142) Neste tipo de museus a comunidade é o centro das preocupações, porque fica envolvida no projecto museológico.

Em Portugal, a partir do início da década de oitenta do século passado, as novas práticas museológicas verificadas nos museus locais que se organizaram ou foram renovados, segundo Mário Moutinho: “Estes museus e processos museológicos são em nosso entender a expressão mais profunda da museologia contemporânea em Portugal.” (Moutinho, 1996, p. 22) Entraram neste rol de museus com novas práticas museológicas o Ecomuseu Municipal do Seixal, o Museu de Mértola, o Museu Municipal de Alcochete, o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, o Museu Etnológico de Monte Redondo, o Museu Municipal de Benavente, entre outros. (Nabais, 1985, pp. 211-216) A propósito, da mudança o Ecomuseu Municipal do Seixal foi reconhecido por Hugues de Varine como inovador e original:

“... an ecomuseum of development in the true sense of the term, which a well-defined territory, a community variously involved in its activities, and a global interest in the study and presentation of time and space; indeed, it is currently one the most original and innovative museological experiments in Portugal.” (Nabais, 1984, p. 71)

A inovação deste Museu deve-se ao envolvimento da comunidade na preservação do seu património no território, contribuindo assim para o desenvolvimento local. Neste período de inovação realizou-se em Portugal o II Atelier Internacional da Nova Museologia - Museus Locais, de 3 a 8 Novembro 1985, onde se criou o MINOM (Movimento Internacional para a Nova Museologia), contributo importante para a divulgação das novas práticas museológicas. Neste contexto de mudança dos processos museológicos encontramos a economuseologia que

“... est un système mixte d’entreprise-musée. Ce modele designe:
une petite entreprise:
de type artisanal en exploitation
produisant des objets traditionnels et/ou contemporains, et à connotation (à l’égard d’un objet, un matériau, un lieu ou une personne)
dotée d’un centre d’animation et d’interprétation de la production
valorisant les qualités environnementales et patrimoniales d’un bâtiment et/ou d’un site
et dont l’objectif fondamental est d’atteindre un autofinancement complet du système.”
(Simard, 1989, p. 19)

O economuseu permite a preservação do património ‘in situ’ e ao mesmo tempo a produção directa de riqueza da comunidade onde está inserido: deste modo, o património conserva-se vivo e em funcionamento, dando continuidade a um saber fazer.

Outras tipologias podem ser apresentadas de acordo com os conteúdos, tais como: museus de arte, museus de arqueologia, museus de história, museus de etnologia, museus de história natural, museus de artes e costumes populares, museus das ciências e das técnicas, museus industriais, museus mistos; ou segundo a sua organização estrutural e funcional, tais como: casas-museu, museu de ar livre, sítios arqueológicos e etnológicos, reservas e parques naturais, jardins botânicos, aquários, oceanários, jardins zoológicos... ou ainda, segundo a sua área geográfica de influência: museus nacionais, museus regionais, museus locais e museu de sítio³. A dinâmica museológica permite, actualmente, a aplicação das novas tecnologias na preservação do património cultural, funcionando como auxiliares da musealização:

“... une collection d’objets numérisées articulée logiquement et composée de divers supports qui, par sa connectivité et son caractère multi-accès, permet de transcender les modes traditionnels de communication et d’interaction avec le visiteur...; il ne dispose pas de lieu ni d’espace réel, ses objets, ainsi que les informations connexes, pouvant être diffusées aux quatre coins du monde.” (Andrews & Schweibenz, 2004, p. 3)

O museu virtual não substitui um museu: não deve ser confundido como um instrumento complementar de introdução e divulgação, uma vez que o seu acervo, as exposições e o espaço são igualmente virtuais.

³ Os museus de sítio são o reflexo do movimento e preocupações que se começaram a sentir sobre a preservação do património ‘in situ’.

As alterações conceptuais de museu surgiram associadas à expansão do conceito de património, como justificou Maria Célia Santos:

“Por outro lado, a ampliação do conceito de património está relacionada, também, à criação de novas categorias de museus, como ecomuseu, museu comunitário, museu de vizinhança, etc. Essas novas categorias de museus, abertas a uma população e a um território, contribuíram, também, para que as ações museológicas pudessem ser processadas fora do espaço restrito do museu, abrindo, assim, amplas possibilidades para a realização de novos processos de musealização.” (Santos, 2001)⁴

A evolução do conceito de património e as novas práticas museológicas levaram à criação de várias categorias de museus, como se verificou, nas últimas décadas, na materialização de projectos sob a tutela das autarquias, das empresas e das associações.

Em Portugal também se reflectiu uma mudança no conceito de museu que se aproximou da definição do ICOM, traduzida na Lei-Quadro dos museus:

“Museu é uma instituição de carácter permanente, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite: garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objectivos científicos, educativos e lúdicos; facultar acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade.” (Lei n.º 47/2004)

Esta definição introduz um novo objectivo para o museu ao ‘fomentar a democratização da cultura’, bem como ‘a formação da pessoa’. Toda esta transformação do conceito de museu assentou numa grande reflexão que se deu a partir da criação da UNESCO (1945) e do ICOM (1946), quando a instituição começou a ser vista de forma diferente, sobretudo num contexto social e de desenvolvimento a partir da Mesa-Redonda de Santiago do Chile (1972). Para além das Cartas, Recomendações e Convenções Internacionais da UNESCO e do Conselho da Europa sobre o património cultural, deram um contributo importante as Conferências Gerais do ICOM para o enriquecimento do conceito de museu, associado às problemáticas da sociedade contemporânea. É nesta perspectiva de mudança e de serviço à comunidade que vemos os museus na transição do séc. XX para o séc. XXI. Segundo Hugues de Varine, “... le musée, est pour nous, est ou plutôt devrait être l’un des instruments les plus perfectionnés que la société se soit pour préparer et accompagner sa propre transformation.” (Varine H. d., 1985, p. 4) “Não é o nome ou a tipologia que define o contributo do museu para estar ‘ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento’: os

⁴ Artigo extraído do texto produzido para aula inaugural - 2001, Curso de Especialização em Museologia do Museu de Arqueologia e Etnologia da USP, proferida na abertura do Simpósio Internacional “Museu e Educação: conceitos e métodos”, realizado no período de 20 a 25 de Agosto.

museus tanto podem ser templos como fórum, não faz sentido, neste milénio, ser isto ou aquilo podem ser ambos.” (Chagas, 2007/2008) Os conceitos de fórum e de templo são compatíveis com a instituição museológica desde que esta sirva os interesses da comunidade. André Desvallées (2001), a propósito das mudanças verificadas nas últimas décadas do século XX, fez um breve balanço sobre a história dos museus:

“No respeitante ao campo patrimonial musealizado, depois de dois séculos de existência oficial e de três decénios de interrogações, a hora é indubitavelmente de balanço. Os museus nasceram há cinco séculos, sob a forma privada de galerias e de gabinetes de curiosidades, constituindo-se de início como um utensílio didáctico exibindo elementos do conhecimento, conservados para ajudar ao bom funcionamento da memória. Depois, o fio condutor passou a acumulação, levando quase sempre vantagem sobre a pedagogia, a tal ponto que o papel social da instituição acabou por ter como núcleo a função de ostentação.” (Desvallées A. , 2001, p. 46)

No seguimento das palavras de A. Desvallées, concluímos que, durante estas últimas décadas, introduziram-se conceitos inovadores no campo da museologia, mas os museus continuam muito aquém da aplicação dos mesmos, facto que devemos atribuir a vários factores nomeadamente a falta de formação do poder político, da comunidade e dos profissionais de museologia.

1.2. Bases conceptuais da museologia

1.2.1. Património em Portugal

Etimologicamente, património deriva do termo latino ‘patrimonium’ que é composto por ‘pater’ que significa o chefe de família e, num sentido mais amplo, os nossos antepassados, ou seja, os bens ou as heranças por eles deixados; enquanto que para os gregos ‘nomos’ significa lei, usos e costumes relacionados à origem, tanto de uma família como de uma cidade. Portanto, património é o bem que foi herdado por sucessão; bem que descende, segundo as leis de pais para filhos, bens de família: por extensão, os bens culturais que existem num determinado território:

“A ideia de património, que é bem mais antiga que o termo, suscitou entre o homem o desejo de recolher e de transmitir testemunhos antigos da actividade numa época onde estava ainda longe de querer isolar os objectos em função de critérios estéticos.” (Recht, 1998, p. 76)

Na pré-história verificamos que junto das sepulturas eram colocados objectos do quotidiano. Ao mesmo tempo muitos desses objectos continuaram ao serviço das comunidades que os produziram.

Em Portugal o conceito de património cultural surgiu formalmente no século XVIII e expandiu-se desde essa data até à actualidade. Em 1721, a partir do Alvará de Régio D. João V, consegue-se ter alguma percepção quando é entendido como "... monumentos antigos que havia e se podia descobrir no Reino dos tempos m (que) nelle dominaram os Phenices, Gregos, Persas, Romanos, Godos e Arábios..." (Alvará de Régio D. João V, 1721)⁵ Ainda no mesmo século, em Beja, Frei Manuel do Cenáculo criou, o Museu Sesinando Cenáculo Pacense com objectos arqueológicos, não se afastando deste mesmo entendimento. No século seguinte, há uma expansão do conceito do património cultural que se materializa nas obras de escultura, pintura, artes decorativas e documentação escrita das instituições religiosas, cujos bens foram nacionalizados, em 1834, dando origem ao Museu Soares dos Reis, no Porto, Museu de Arte Antiga, em Lisboa, e a outros museus de âmbito regional. No que respeita á preservação do património imóvel, por Decreto de 10 de Novembro de 1875, foi nomeada uma comissão para propor ao Governo, com a reforma do ensino das Belas Artes e com o plano de um museu, "... as providências que julgar mais adequadas à conservação, guarda e reparação dos monumentos históricos e dos objectos archeologicos, de importância nacional, existentes no reino." (Decreto , 1875) No final do séc. XIX, o conceito de património cultural não se reduzia apenas a obras arquitectónicas eruditas, à escultura e pintura monumentais, aos objectos arqueológicos, à numismática e à epigrafia, estendia-se igualmente ao património etnográfico e mesmo à tradição oral, tendo-se destacado Almeida Garrett, com o 'Romanceiro', Teófilo Braga, Adolfo Coelho e J. Leite de Vasconcellos. Neste mesmo período, Sousa Viterbo valoriza o património industrial com o seu texto "Archeologia Industrial Portuguesa – Moinhos" (1896)⁶, o mesmo se verifica com o Museu Industrial do Porto, fundado em 1885.

A primeira classificação de monumentos nacionais deu-se por Decreto de 1910, de 16 de Junho⁷. Classificaram-se cinquenta e sete antas e noventa e cinco marcos miliários, a par de classificações de pontes romanas, de sepulturas cavadas na rocha, de fortalezas, fortes, fortins e castelos. Como se pode observar a arqueologia pré-histórica e clássica ocuparam o primeiro lugar. Só na segunda metade do século passado é que se assistiu a uma nova visão e intervenção no património cultural, que, como afirmava Jorge Custódio (1980) deve-se, porque

⁵ Ver Anexo.

⁶ Foi Sousa Viterbo que usou pela primeira vez a designação de Arqueologia Industrial.

⁷ O Cruzeiro Manuelino da Igreja do Cartaxo também foi classificado nesta data.

“Um conjunto de congressos, conferências e encontros a nível internacional e a nível nacional fizeram brotar uma série de documentos nos quais se apoia o movimento que também em Portugal começou a singrar desde os inícios da década de 70. A Carta de Atenas (1931), A Carta de Veneza (1964) e a Declaração da Nairobi (1976) são marcos significativos da transformação ocorrida.” (Custódio, 1980, p. 23)⁸

Estes documentos vieram reflectir-se numa prática de sensibilização e de preservação dos bens culturais que se verificou a partir do último quartel do século XX, em Portugal. Pode-se ainda destacar a importância, a nível internacional e nacional, da Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural (1972), da Recomendação sobre a Protecção, no âmbito nacional, do património cultural e natural (UNESCO) e da Carta Europeia do Património Arquitectónico (1975).

É preciso notar que em Portugal se viveu um forte movimento nacional em defesa e valorização do património cultural que, na época, tiveram eco na comunicação social e conduziram muitos autarcas à consciencialização para as memórias locais: desde o Congresso Internacional para a Investigação e Defesa do Património, realizado em 1978, em Alcobaca, a criação de um grande movimento associativo ligado ao património por todo o país, a realização em Santarém, em 1980, do I Encontro das Associações de Defesa do Património (seguiram-se outros em Braga, Setúbal e Torres Vedras), até à criação pela Secretaria de Estado da Cultura da Comissão Organizadora da Campanha Nacional para a Defesa do Património, a criação do IPPC (Instituto Português do Património Cultural), a Lei do Património de 1985, entre outras iniciativas.

A Constituição da República Portuguesa, aprovada depois de 25 de Abril de 1974, veio, ao mesmo tempo, dar força e corpo a estes movimentos e medidas locais e centrais:

“1.Todos têm direito à fruição e criação cultural, bem como o dever de preservar, defender e valorizar o património cultural.
2.Incumbem ao Estado, em colaboração com todos os agentes culturais: a. Incentivar e assegurar o acesso de todos os cidadãos, em especial dos trabalhadores, aos meios e instrumentos de acção cultural, bem como corrigir as assimetrias existentes no país em tal domínio; b. Apoiar as iniciativas que estimulem a criação individual e colectiva, nas suas múltiplas formas e expressões, e uma maior circulação das obras e dos bens culturais de qualidade; c. Promover a salvaguarda e a valorização do Património cultural, tornando-o elemento vivificador da identidade cultural comum; d. Desenvolver as relações culturais com os povos, especialmente os de língua portuguesa, e assegurar a defesa e a promoção da cultura portuguesa no estrangeiro; e. Articular a política cultural e as demais políticas sectoriais.” (Lei Constitucional n.º 1/2005, Artigo 78º, 200)

⁸ Carta de Atenas sobre o restauro de monumentos; Carta de Veneza sobre a Conservação e Restauro de Monumentos e Sítios; Declaração de Nairobi, recomendação sobre a salvaguarda dos conjuntos históricos e da sua função na vida Contemporânea.

A partir de então o património cultural passou a ser visto numa perspectiva democrática, cabendo a todos a sua fruição como também o dever de o preservar. De entre os textos publicados sobre o património, merecem destaque os de Jorge Henrique da Pais da Silva, “Pretérito Presente”, apresentados num curso da Faculdade de Letras em 1974/75, e editados em 1980 pela Comissão Organizadora da Campanha Nacional para a Defesa do Património. Também se começaram a divulgar os textos de organismos supra - nacionais (UNESCO, Conselho da Europa) e de associações internacionais (ICOMOS, ICOM). Em Portugal, só depois deste movimento de sensibilização para o património é que foram feitas propostas para candidaturas ao Património da Humanidade. Apenas em Junho de 1979, Portugal ratificou a Convenção para a Protecção do Património Mundial e Cultural, de 1972, e, em 1983, alguns dos seus monumentos e o centro histórico de Angra de Heroísmo passaram a integrar a lista do Património Mundial.

Na segunda metade do século XX, a arqueologia industrial, que expandiu o âmbito do património cultural, foi definida por Kenneth Hudson como

“... a descoberta, registo e estudo dos restos ou vestígios físicos das indústrias ou comunicações de ontem, mais concretamente dos vestígios que resultaram - segundo M. Rix ou Neil Cossons- da Revolução Industrial que produziu efeitos transformadores e multiplicadores em todo o mundo.” (Custódio, 1980, p. 25)

Em Portugal, no mesmo período, a arqueologia industrial dá os primeiros passos com várias intervenções, nomeadamente com a classificação de edifícios industriais, a partir do início da década de oitenta do século passado, e com a musealização de instalações industriais, como a Central Tejo e o Museu da EPAL, em Lisboa.

O conceito de património cultural ao longo das últimas décadas foi-se alargando de modo a que também se começasse a evidenciar o intangível ou imaterial, como referia a Lei do Património n.º 13/85, de 6 de Agosto 1985 e depois a Lei 107/2001, de 8 de Setembro:

“Integram o património cultural não só o conjunto de bens materiais e imateriais de interesse cultural relevante, mas também, quando for caso disso, os respectivos contextos que, pelo seu valor de testemunho, possuam com aqueles uma relação interpretativa e informativa.” (Lei 107/2001)

Neste contexto, verifica-se a musealização de monumentos e de sítios que são “... obras do homem ou obras conjugadas do homem e da natureza, tal como as zonas, incluindo os sítios arqueológicos, que têm um valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico...” (United Nations Educational S. a., 1972)⁹, como se

⁹ Esta Convenção entrou em vigor 15,10.1975.

praticou no Seixal ao preservar o Estaleiro Naval e os construtores navais, na Arrentela, as embarcações do Tejo a navegar com os seus arrais, e o Moinho de Maré de Corroios a funcionar com o moleiro, preservando-os no seu ‘habitat’ e ‘in vivo’, constituindo, deste modo, núcleos museológicos do Ecomuseu Municipal. Estas práticas museológicas revelam um avanço no campo da preservação do património ‘in situ’ que não se limita apenas a espaços arqueológicos e a monumentos históricos desactivados, porque preservam o património e a sua utilização tradicional, garantindo uma leitura completa ‘in vivo’. Deste modo há uma continuidade do saber fazer e dos valores culturais. André Devallées, a propósito da exposição sistemática, refere a necessidade de recorrer à realidade: “Les différentes formes que prend la matière selon les étapes sont alors recueillies ‘in vivo’...”. (Desvallées A. , 1998, p. 240) Os sítios museológicos permitem uma maior descentralização do património cultural e a criação de micro unidades museológicas em rede dependentes de estruturas museais capazes de assegurar todos os serviços para a sua gestão e funcionamento. Com o recurso a esses novos processos e a abordagem no contexto da museologia nasceu o processo de musealização de sítios museológicos.

Com a Declaração de Caracas “Entende-se por património cultural de uma nação, de uma região ou de uma comunidade aquelas expressões materiais e espirituais que as caracterizam.” (ULHT, Declaração de Caracas. ICOM.1992, 1999, p. 254) Em 2003, a UNESCO através da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural e Imaterial como as

“Práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões – bem como os instrumentos, objectos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, os grupos e, sendo o caso, os indivíduos reconheçam como fazendo parte integrante do seu património cultural. Esse património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interacção com a natureza e da sua história, inculcando-lhes um sentimento de identidade e de continuidade, contribuindo, desse modo, para a promoção do respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana.” (United Nations Educational S. a., 2003)¹⁰

Esta Convenção veio consagrar aquilo que já em vários locais se praticava ao preservar o saber fazer tradicional, ao musealizar um moinho de maré, uma olaria, ou outra actividade económica tradicional, em funcionamento. O mesmo assunto foi abordado na 20.^a Conferência Geral do ICOM realizada em Seul, em 2004, subordinada à temática Museus e Património Imaterial.¹¹ Estamos perante mais um desafio para os museólogos que terão de

¹⁰ Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, UNESCO, artº 2º, nº 1, 2003.

¹¹ Nouvelles de L’ICOM, vol- 57, n.º 4, 2004.

incorporar nos processos de musealização o património intangível. Cristina Bruno reconheceu que os museus pouco fizeram pela preservação do património:

“Considerando que património é o conjunto dos bens identificados pelo homem, a partir de suas relações com o meio-ambiente e com outros homens, e a própria interpretação que ele faz dessas relações, observa-se, em um primeiro momento, que este universo é infinito. Em seguida, é fácil constatar que os museus têm preservado uma pálida imagem (por meio de algumas colecções) do que realmente seria a nossa herança patrimonial.” (Bruno, 1996, p. 18)

Essa ‘pálida imagem’ deve-se ao facto de os museus não conseguirem uma preservação sustentável, ou seja, por meio da musealização, transformar património em herança. Cristina Bruno definiu herança “... como a consciência da existência desse Patrimônio, assumido enquanto conjunto de signos que permitem a identificação do indivíduo em relação a si mesmo e ao grupo a que pertence, no tempo e no espaço.” (Bruno, 1996, p. 27) O património ao preservar o conhecimento e transformando-o em herança servirá como suporte da identidade da comunidade e do seu desenvolvimento, pois “Hoje, o património abrange realidades cada vez mais numerosas e diversas, muitas vezes totalmente estranhas aos objectos.” (Recht, 1998, p. 76) O conceito de património cultural faz parte do léxico da museologia e ao incorporar-se no contexto museológico passa a ter designação de património museológico, porque ganhou um novo estatuto, uma vez que cabe ao museu um papel fundamental na investigação, preservação e acessibilidade do património cultural, como eram os propósitos da Mesa-Redonda de Santiago do Chile (ICOM, 1972).

1.2.2. Identidade

Ao falarmos de património devemos analisar as questões de identidade, pois reflecte selecções humanas que se materializam através do património cultural. A identidade

“... é um conjunto de critérios de definição de um sujeito e um sentimento interno. Este sentimento de identidade é composto de diferentes sentimentos: sentimento de unidade, de coerência, de pertença, de valor, de autonomia e de confiança organizados à volta de uma vontade de existência.” (Mucchielli, 1992, p. 5)

Alex Mucchielli definiu identidade como sendo um conjunto de critérios que caracterizam o sujeito individual ou colectivo, e dividiu-os em várias categorias: referentes materiais e físicos, referentes históricos, referentes psicoculturais e referentes psicossociais. (Mucchielli, 1992, pp. 5-6) Estas características, quer individuais quer colectivas, permitem que um sujeito se distinga dos outros sujeitos e que faz dele único. O indivíduo enquanto ser social possui uma identidade colectiva, que também é cultural, pois é produto de uma interacção com o meio natural e social. Esta identidade existe quando há uma identificação de

grupo que se congrega num sentimento de unidade, de coerência, de pertença, de valor, de autonomia e de confiança. A identidade expressa-se no património e quando ela é colectiva origina um património comum. Quando um património reflecte uma identidade surge a ideia de preservá-lo, de o fazer permanecer no tempo ‘à volta de uma vontade de existência’.

(Mucchielli, 1992, p. 5)

Os museus devem preocupar-se em preservar, dignificar e contribuir para a construção e reconstrução de uma identidade através do património. Neste processo a participação activa da comunidade é fundamental, uma vez que preservar uma identidade é preservar a comunidade e os seus bens culturais. Na musealização deve haver uma dupla preocupação: a descodificação de códigos culturais de uma comunidade, ou seja, o património cultural com o qual ela se identifica; e a transformação do património cultural em museal.

A Lei de Bases do Património Cultural afirma que o “Património cultural é a realidade da maior relevância para a compreensão, permanência e construção da identidade nacional e para a democratização da cultura.” (Lei 107/2001) Para a mesma Lei, “Património cultural é instrumento primacial da realização da dignidade da pessoa humana, objecto de direitos fundamentais, meio ao serviço da democratização da cultura e esteio da independência e da identidade nacionais.” (Lei 107/2001) Na Lei podemos verificar que o Estado pretende dar importância ao Património Cultural de forma a construir uma identidade nacional para um sentimento nacional, para uma unidade. Mas nem sempre o património cultural que o Estado classifica é o espelho da comunidade que o herdou ou construiu.¹² Compete à museologia ter uma postura interventiva, a fim de evitar que estas acções de identificação cultural sejam alheias à comunidade. Se por um lado a identidade provoca este sentimento de uniformidade e coesão, por outro, invoca a diferenciação. A preservação da identidade por parte dos museus é o grande desafio face à globalização.

1.2.3. Memória

Os museus, lugares privilegiados para a guarda de memória, preservam uma identidade, buscando a construção das referências de herança cultural ao serviço da comunidade. A memória

“... n’est pas un enregistrement passif de nos expériences: elle opère souvenirs et des mécanismes de leur construction et de leur utilisation est encore à ses débuts (...) il n’y a pas de cognition sans mémoire. Ces contributions s’ordonnent en deux grands thèmes: mémoire et histoire d’une part, mémoire et création de l’autre.” (Odile, 2003, p. 13)

¹² No concelho do Cartaxo todos os imóveis classificados pelo Estado não se identificam com o património dominante que é o rural e sobretudo o do vinho (ver Capítulo 2).

O desenvolvimento de uma comunidade passa pela preservação activa que se manifesta na sua própria história e na sua criatividade. Nem todo o património se consegue memorizar; só uma percentagem é seleccionada, sendo o reflexo de um património que espelha uma identidade: “... a preservação proporciona a construção de uma memória que permite o reconhecimento de características próprias, ou seja, a identificação. E a identidade cultural é algo extremamente ligada à auto-definição, à soberania, ao fortalecimento de uma consciência histórica.” (Bruno, 1996, p. 16)¹³ Para Mário Chagas (2008) os museus são lugares, são pessoas, são memórias. Poderá existir algum museu alheio ao humano? Museu começa onde o nosso imaginário museal deixar e onde a nossa memória museal permitir, com os nossos sentidos em vários sentidos. Segundo Pomian (1984) as sociedades humanas tiveram o hábito de eleger, seleccionar, reunir e guardar objectos, como instrumentos de memória, na tentativa de superar os limites da transitoriedade humana. (Bruno, 1996, p. 12) Seleccionamos e guardamos aquilo que nos parece mais importante, aquilo que nos é mais sensível, mas “... memória não é apenas individual, pois ela resulta também da experiência social. Além do mais, a memória existe à escala de uma sociedade ou de um grupo: falamos assim de memória colectiva.” (Lebaron, 2010, p. 93) Os museus podem funcionar então como reguladores de memória para a uma consciencialização social.

1.3. Actuação profissional no campo da museologia

1.3.1. Museologia

Ao longo do século XX a definição de museologia e a especificidade do seu campo de actuação foi ganhando contornos bem mais definidos, mas também mais abrangentes. A museologia como ciência que estuda os museus, as suas funções e os processos de os conceber, é bastante recente. Foi com G. H. Rivière e com o ICOM que se distinguiu a museologia da museografia:

“Une science appliquée, la science du musée. Elle en étudie l’histoire et le rôle dans la société, les formes spécifiques de recherche et de conservation physique, de présentation, d’animation et de diffusion, d’organisation et de fonctionnement, d’architecture neuve ou muséalisée, les sites reçus ou choisis, la typologie, la déontologie.” (Rivière, 1989, p. 84)

¹³ Citação de Waldisa Guarnieri (1910) utilizada por Cristina Bruno.

Estamos perante uma definição de museologia que apresenta o seu campo de acção. Apesar deste tipo reflexões e estudos nas últimas décadas sobre a museologia, ainda não existe uma prática científica numa grande parte dos museus.

Inicialmente a museologia dava prioridade à arquitectura, à conservação e à exposição de obras de arte. Em 1934, em Madrid, foi organizada a primeira conferência internacional de museologia pelo ‘Office international des Musées de la Société des Nations’¹⁴ sobre ‘l’architecture et l’aménagement des musées’, de onde resultou a primeira publicação internacional sobre este tema em dois volumes de ‘Muséographie. Architecture et aménagement des musées d’art’.¹⁵

A partir da segunda metade do séc. XX, apareceram profissionais dos museus que contribuíram para a construção da museologia como disciplina científica. Peter Van Mensch, em 1994, baseando-se na produção escrita e organizada no âmbito do ICOFOM¹⁶, aponta cinco segmentos de ideias, tais como:

- “... 1) a museologia como estudo da finalidade e organização de museus;
- 2) a Museologia como o estudo da implementação e integração de um conjunto de actividades visando à preservação e uso da herança cultural e natural;
- 3) a Museologia como o estudo dos objetos de museu;
- 4) a Museologia como estudo da musealidade e,
- 5) a Museologia como o estudo da relação específica do homem com a realidade. (Bruno, 1996, pp. 13-14)

Estes cinco pontos vêm sistematizar o papel da museologia como ciência contemporânea. A museologia é uma ciência que não funciona isoladamente; é transversal às outras áreas científicas “... uma vez que vincula suas principais preocupações a dois níveis, a saber”:

- “... 1º) identificar e analisar o comportamento individual e/ou coletivo do homem frente ao seu património;
- 2º) desenvolver processos técnicos e científicos para que, a partir dessa relação, o património seja transformado em herança e contribua para a construção das identidades.” (Bruno, 1996, p. 10)

No primeiro nível estamos perante o objecto da museologia, isto é, o facto museal; no segundo destaca-se a importância das estratégias a seguir. De acordo com o primeiro nível, o museu deve funcionar como espaço de encontro de património e de pessoas: “Hoje pensamos no museu, não apenas como num lugar que guarda coisas ou preserva bens

¹⁴ Antecessor do ICOM.

¹⁵ A Sociedade das Nações publica regularmente através do “Office international des Musées” a revista ‘Museum’, de 1926 até 1946.

¹⁶ International Council of Museum/UNESCO (Comitê Internacional do ICOM para a Museologia).

culturais, mas como espaço de relação.” (Chagas, 2007/2008) O museu é um lugar de preservação e, ao mesmo tempo, espaço de relação e de convivência: a museologia é a ciência que se debruça sobre facto museal. Na perspectiva do segundo nível, surgiu uma museologia que “... traduz uma parte considerável do esforço de adequação das estruturas museológicas aos condicionalismos da sociedade contemporânea.” (Moutinho, 1993, p. 7) Deste modo, constatou-se que houve uma preocupação em criar meios para um desenvolvimento social, face às exigências da contemporaneidade. Numa proposta de reflexão sobre a definição de sociomuseologia, Mário Moutinho considera que “Os museus são cada vez mais instituições entendidas como entidades prestadoras de serviços...”. (Moutinho, 2007/2008) Por isso podem ser o que a comunidade assim o entender e necessitar. Olhando a museologia social numa perspectiva económica permite-se encontrar um desenvolvimento sustentável. Neste contexto, o conceito de economuseologia apresenta-se como um instrumento eficaz para preservar o património cultural ‘in situ’, assegurando a sua continuidade, mantendo os postos de trabalho e o saber fazer, induzindo outras actividades, nomeadamente o turismo: “Le mot économuséologie est récent et le concept qu’il désigne traduit une nouvelle option culturelle.” (Simard, 1989, p. 231) Os museus locais, aplicando este conceito, poderão através da economuseologia tornar o património do seu território mais operacional e com maior visibilidade, atraindo a comunidade a intervir na acção museológica, porque vem deste modo ao encontro dos problemas reais de ordem económica e social.

1.3.2. O museólogo e o olhar museológico

A redefinição do conceito de museu, na Mesa-Redonda de Santiago do Chile, pediu mais da museologia: um museu de compromisso social, aberto a todos, acompanhando os tempos e exigindo maior qualificação dos seus profissionais.

Em Portugal, para além de novas práticas e experiências museológicas vividas em museus locais, verificadas a partir do início da década de oitenta do século passado, iniciou-se a formação da museologia nas Universidades com cursos de Pós-Graduação¹⁷ e promoveram-se encontros, nomeadamente os “Encontros Nacionais de Museologia e Autarquias” e os seminários sobre a “Função Social dos Museus”: uns promovidos pela ULHT e outros pelo MINOM. Em Lisboa, em 1994, na reunião do ‘Training of Personnel’ (ICTOP), realizada na ULHT, que teve como tema “As resoluções de problemas da comissão internacional de formação pessoal de museus...”, considerou-se que é necessário para estas instituições

¹⁷ O primeiro curso foi promovido pela ULHT.

“... ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento” assumir um papel de liderança na comunidade internacional; sendo assim os “programas de formação museológica devem preparar formandos, a todos os níveis, (...), bem como transmitindo um senso de responsabilidade ética, profissional e social;” (ULHT, 1999, p. 20)

Houve aqui uma preocupação de solucionar os problemas associados aos museus através da falta de formação adequada. Segundo Mário Moutinho, a formação dos profissionais “... deve ter obrigatoriamente por base o quadro geral da museologia, tal como está definido no Art.º 3 do Estatuto do ICOM¹⁸, tendo em consideração as novas condições sociais da produção museológica” (Moutinho, 1993, p. 9) e em relação ao ensino da Museologia em Portugal considera que:

“O maior desafio do ensino da museologia em Portugal não é o de ensinar aquilo que consta dos manuais de museologia mas sim dotar os futuros museólogos de meios que lhes permitam situar-se e agir num contexto de mudança social que percorre todos os aspectos da sociedade contemporânea.” (Moutinho, 1996, p. 23)

A aprendizagem da museologia não se pode reduzir apenas ao conhecimento de normas registadas em manuais por especialistas, mas numa tomada de consciência de cidadania e de dimensão social do museu. A museologia qualifica os profissionais dos museus, colocando ao seu dispor ferramentas conceptuais e preparando-os para se integrarem na comunidade que está em constante evolução e mudança.

Judite Primo referiu a necessidade de uma melhor qualificação e formação dos profissionais dos museus e sugeriu o modelo de formação de Denise Studart e Adriana Mortara Almeida, acrescentando, no entanto, duas questões referidas em 1972 na Mesa Redonda de Santiago do Chile:

- “... 1- A noção da complexidade de suas funções;
 - 2- Noção das responsabilidades sociais e culturais que a instituição museológica deve assumir;
 - 3- O entendimento da necessidade de se planear estrategicamente as suas actividades;
 - 4- A exigência que o museólogo mantenha uma permanente atenção e reflexão sobre as mudanças efectuadas e a efectuar na sua comunidade;
 - 5- Os interesses e necessidades do público.
 - ¹⁹6- A necessidade de assumir e aceitar a progressiva autonomia do visitante/utilizador e;
 - 7- A noção da função social do museu e o comprometimento político do profissional...”.
- (Primo, 2007/2008)²⁰

¹⁸ Ver Anexo.

¹⁹ Os pontos seis e sete são acrescentados ao modelo Denise Studart e Adriana Mortara Almeida.

²⁰ Comunicação apresentada no Encontro de Museologia e Educação, em Santiago do Cacém, 2002.

Estes sete pontos abrangem as áreas necessárias para formação de um museólogo, dotando-o a para a prática da museologia contemporânea, atenta a uma sociedade cada vez mais exigente e complexa.

Segundo Cristina Bruno, a formação na área da museologia deve procurar a preparação de profissionais críticos capazes de actuar como mediadores conscientes, cuja actuação deverá contribuir para a construção de valores sociais e de herança cultural. Sendo assim, refere que a formação dos profissionais de museus deverá incluir conhecimento em três níveis:

- “... 1) a estrutura teórica, metodológica e técnica da Museologia;
- 2) o perfil patrimonial da realidade brasileira²¹ em sua diversidade, semelhanças e contrastes;
- 3) os recursos técnicos e os fundamentos teóricos da Comunicação, e de sua nova tecnologia.” (Bruno, 1996, p. 29)

Este modelo tem como objectivo a educação integral, visando a interdisciplinaridade e a interacção nas diferentes áreas da museologia. Segundo o Código de Deontologia do ICOM consideram-se profissionais de museus os que receberam uma formação específica: “... os membros, remunerados ou não, do pessoal dos museus e instituições definidas nos parágrafos 1 e 2 do Artigo 2 dos Estatutos do ICOM, que receberam uma formação especializada...”. (International Council of Museums, Estatutos, 2004)

A formação museológica abre novos horizontes aos profissionais de museus, capacitando-os, como diz Mário Chagas de um modo de olhar especificamente museológico:

“Um olhar que é capaz de questionar o imediatamente vivido e deslumbrar-se com as novas descobertas. Um olhar constituidor de signos, a medida em que busca um 'outro' sentido além do sentido aparente. Um olhar que sem eliminar definitivamente a função primeira dos objetos/bens culturais, acrescenta-lhes novas funções, transformando-os em representações, em semióforos, em documentos ou suportes de informação. Um olhar, enfim, que transforma os mais diferentes espaços/cenários em museu.” (Chagas, 1994, p. 52)

Este olhar museológico sensitivo permite descobrir toda a dimensão dos objectos/bens culturais. Sendo assim, “... compreende-se que o modo especificamente museológico de olhar o mundo opera em relação às funções dos objectos/bens culturais e dos espaços/cenários com as propriedades transformativa e aditiva.” (Chagas, 1994, p. 52) Este olhar funciona como um filtro museológico sensível para o património cultural e, permite descortinar, desvendar e interpretar os objectos/bens culturais, enriquecendo-os: é necessário possuir conhecimentos específicos de museologia e das suas práticas.

²¹ Aplica-se a qualquer país.

1.4. Prática museológica

1.4.1. Museografia

Ao conjunto de práticas e de técnicas deduzidas da museologia relativo ao funcionamento do museu dá-se o nome de museografia, estando associado o princípio que “... a preservação é a função básica de um museu e que a partir dela estão subordinadas todas as outras...” (Bruno, 1996, p. 13) Estas acções museológicas de preservação entendem-se como vários procedimentos técnicos relativos à salvaguarda (conservação e documentação) e à comunicação (exposição e acção educativa). (Bruno, 1996, p. 13)

A salvaguarda do património cultural obedece a normas de segurança, nomeadamente de conservação e de documentação. Alfredo Tinoco refere que “... a salvaguarda dos vestígios físicos (móveis e imóveis) e imateriais só tem sentido se forem olhados e explicados na sua relação com a sociedade histórica que os produziu, utilizou e consumiu.” (Tinoco, 2007/2008), e traduzem-se em acções de identificação, inventariação, valorização, classificação, conservação/reabilitação, reutilização e até destruição. (Tinoco, 2007/2008) É da responsabilidade do Estado a preservação dos bens culturais que assentam sobre duas categorias: os imóveis, que integram os monumentos, conjuntos ou sítios, e os móveis que correspondem ao património arqueológico, arquivístico, audiovisual, bibliográfico, fonográfico, fotográfico e o artístico. O Estado Português pretende assegurar a preservação dos bens culturais para evitar a degradação e a destruição, através da classificação, da inventariação e da intervenção dos museus da sua tutela.

O Estado através dos seus organismos culturais põe em prática várias acções para assegurar a salvaguarda dos bens culturais, sendo o museu um centro de documentação, onde se incorpora, organiza, investiga e divulga conhecimento. A documentação é fundamental para o desempenho normal das actividades de um museu; é utilizada como uma fonte essencial de informação sobre o objecto ou sobre o património museológico:

“O registo e documentação das colecções de acordo com normas apropriadas é uma obrigação profissional essencial. É particularmente importante que esta documentação inclua a descrição completa de todos os objectos, a sua proveniência e origem e as circunstâncias de entrada no museu. Os dados sobre as colecções devem ser actualizados e enriquecidos enquanto o objecto fizer parte da colecção do museu. Esta documentação deve ser conservada em segurança e gerida segundo sistemas de pesquisa acessíveis ao pessoal e a outros utilizadores legítimos”. (International Council of Museums, Estatutos, 2004)²²

²² Revisto em Seul.

O ‘processo documental’ começa no momento da recolha e da incorporação dos objectos, bem como na reunião de todos os elementos que ajudam a compreender e a interpretar os materiais do acervo do museu. A documentação é o resultado da pesquisa junto dos autores e utilizadores do património cultural. Essa recolha, para além de assegurar informações necessárias para todo o processo educativo, oferece dados para a salvaguarda dos bens culturais:

“Os instrumentos utilizados na documentação são criados e adaptados a cada realidade, discutidos com os diversos grupos envolvidos na ação museológica e absorvidos pelos mesmos, para a sua aplicação. O processamento do conhecimento produzido e sua inclusão no banco de dados se dá com a participação dos componentes do museu, ao mesmo tempo em que os técnicos participam da elaboração dos instrumentos de coleta de dados, estabelecendo-se um processo dialógico no qual o museólogo e os demais grupos envolvidos são enriquecidos, tanto na fase do planejamento como na execução, havendo, também, um aumento da auto-estima de todos quando o produto do seu trabalho é utilizado para a compreensão da realidade e para a construção de um novo conhecimento, atingindo, assim, os objectivos propostos na ação documental.” (Santos, 2002, pp. 176-177)

O diálogo como metodologia na pesquisa entre os profissionais do museu e a comunidade permite uma permanente actualização das informações ajustadas à realidade. No processo museológico a investigação é o suporte da museografia, uma vez que, como diz Célia Santos, tem como objetivo

“... a construção do conhecimento, tomando como referencial o cotidiano, qualificado como património cultural, ou seja, observação, análise e interpretação da realidade, qualificada como património cultural. Este conhecimento é construído na ação museal e para a ação museal, em interação com os diversos grupos envolvidos. Não se trata, da pesquisa que se esgota na mera descrição e análise dos objetos. A pesquisa alimenta todas as ações museológicas, em processo.” (Santos, 2002, p. 175)

A museografia através da acção museal necessita de uma investigação permanente e actualizada para a construção conhecimento. Para Alfredo Tinoco o campo de estudo/investigação “... é o plano que transforma os vestígios patrimoniais em matéria de conhecimento pela intervenção dos conceitos, das hipóteses de trabalho, dos métodos...” (Tinoco, 2007/2008) Toda a investigação deve envolver os membros da comunidade e, como referiu A. Tinoco, há necessidade do trabalho de grupo, da interdisciplinaridade e da multidisciplinaridade, porque a problemática do património cultural é diversificada. Neste domínio deve-se dar maior relevo ao trabalho de campo, porque permite:

- a) maior contacto com a realidade - maior riqueza de dados
- b) compensar a ausência de informação documental
- c) uma análise mais global dos aspectos geográficos, ecológicos, sociais, económicos...
- d) recorrer à memória local (entrevistas, inquéritos)
- e) interligar a investigação de campo e a investigação arquivística.” (Tinoco, 2007/2008)

A investigação através de uma museologia participativa aproxima o museu dos cidadãos, tornando-os parceiros nas diferentes acções da salvaguarda e de comunicação do património cultural. O envolvimento dos membros da comunidade não se pode reduzir apenas à cedência de objectos, sendo necessário recolher um conjunto de informações e de dados que fizeram parte da história.

Na recolha de memórias, a história oral é o processamento de conjuntos de depoimentos de actores sociais ou testemunhos de fenómenos sociais significativos, cujo registo histórico se perderia pela ausência ou insuficiência de fontes históricas alternativas. (Tinoco, 2007/2008) A partir desta fonte histórica é possível adquirir importantes conhecimentos sobre o património tangível e intangível (saber fazer) para melhor entender a identidade local. Esta tarefa obedece a normas para que a história oral seja utilizada como fonte, seguindo uma metodologia que obedeça a diferentes fases, como sugeriu Alfredo Tinoco:

- “1 - Formulação do problema/projecto/plano;
- 2 - Definição do perfil do depoente (actor)
 - selecção dos depoentes
 - (-selecção das fontes e crítica);
- 3 - Elaboração de questionários - (texto)
 - estar por dentro do problema
 - cotejar com outras fontes;
- 4 - Contacto inicial com os actores
 - explicar os objectivos
 - fazer o actor participar no projecto e integrá-lo nele;
- 5 - Recolha de depoimentos
 - som
 - imagem
 - problemas técnicos;
- 6 - Avaliação e inventário dos materiais
 - catalogação
 - fichas de inventário
- 7 - Processamento dos dados
 - transcrição
 - publicação
 - “devolução” aos actores sociais.” (Tinoco, 2007/2008)

A investigação deve usar fontes orais, confrontá-las e completá-las, recorrendo ao centro de documentação do museu e/ou a outros meios; igualmente, associando-se à incorporação que representa a integração formal de um bem cultural no acervo do museu e que compreende as seguintes modalidades: compra, doação, dação, legado, recolha, achado, transferência, permuta, afectação permanente, preferência, expropriação. (Lei n. ° 47/2004)

Segundo esta mesma Lei, os bens culturais depositados no museu não são incorporados.²³ É através da operação da incorporação do património cultural (móvel ou imóvel) que se constitui um acervo que é “... o conjunto dos bens dinâmicos em transformação em uma comunidade, e não somente uma coleção. Esse acervo é propriedade privada ou coletiva dos indivíduos, não é adquirido nem pertence ao museu.” (Santos, 2002, p. 175) Ao museu cabe uma dupla função: salvaguarda, comunicação do acervo museológico, assegurando a sempre a identidade do património cultural, através da inventariação.

A identificação e a inventariação tiram o objecto do anonimato, dando-lhe um novo estatuto, sendo um acto de “... levantamento sistemático, actualizado e tendencialmente dos bens culturais com vista sua identificação.” (Lei 107/2001) Este levantamento abrange os bens de propriedade pública, de propriedade privada e de todos em vias de classificação. Os bens em vias de classificação independentemente do resultado do procedimento, conforme o estipulado no Artigo 17.º da Lei, ficarão a constar do inventário que tem em conta os seguintes critérios:

- “O carácter matricial do bem cultural;
- O génio do respectivo criador;
- O interesse do bem como testemunho simbólico ou religioso;
- O interesse do bem como testemunho notável de vivências ou factos históricos;
- O valor estético, técnico ou material intrínseco do bem;
- A concepção arquitectónica, urbanística e paisagística;
- A extensão do bem e o que nela se reflecte do ponto de vista da memória colectiva;
- A importância do bem do ponto de vista da investigação histórica ou científica;
- As circunstâncias susceptíveis de acarretarem diminuição ou perda da perenidade ou da integridade do bem.” (Lei 107/2001)

Para além destes critérios a comunidade deve ser ouvida em todo o processo uma vez que a classificação é acto administrativo de reconhecimento do ‘inestimável valor cultural’ de um determinado bem. Existe três níveis de classificação para a sua protecção legal: classificação de “... interesse nacional; classificação de interesse público; classificação interesse municipal...”. (Lei 107/2001) A classificação de um bem de interesse nacional é aprovada pelo Governo, através de um Decreto-Lei; a classificação de interesse público é realizada por uma portaria do Ministro da Cultura ou do Secretário de Estado da Cultura, em nome do Governo; a classificação de interesse municipal é feita pela Câmara Municipal e é aprovada em Assembleia de Câmara, com a publicação no Boletim Municipal ou num jornal da ‘Terra’. Os bens móveis pertencentes a particulares só são passíveis de classificação como

²³ Nalguns museus locais (Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo), acontece que proprietários agrícolas, durante um período do ano, quando os instrumentos não fazem falta na lavoura dos campos, depositam alfaias para completar as narrativas das exposições.

de “Interesse Nacional quando a sua degradação ou extravio constituam perda irreparável para o património cultural - Decreto do Governo;” ou de Interesse Público se de elevado apreço e cuja exportação do território nacional constitua grave dano para o património cultural - Portaria de interesse municipal se houver consentimento dos respectivos proprietários. (Lei 107/2001) Com pessoas colectivas, de direito público ou privado, detentoras de acervos de bens de excepcional importância ou com as entidades que as representem, pode ainda o Estado, Regiões Autónomas ou autarquias locais acordar ‘fórmulas institucionais’ de composição mista para canalizar as respectivas relações. (Lei 107/2001) Estes acordos podem ter por objecto colaboração recíproca para fins de identificação, reconhecimento, conservação, segurança, restauro, valorização e divulgação, ou a concessão ou delegação destas tarefas; não podem habilitar, nem envolver, a prática de actos administrativos de classificação²⁴. (Lei 107/2001)

A conservação do património museológico começa no acto da incorporação. Nesta acção adquire-se não só o objecto, mas também conhecimentos sobre aspectos históricos e técnicos. É necessário conhecer as características dos objectos e as suas reacções à temperatura, à luz e possuir um conhecimento científico do acervo museológico, porque

“A partir de Garry Thomson surge a prioridade da análise das colecções, a consciência da importância das condições climatéricas exteriores, e da estabilidade da humidade relativa, o combate à poluição e, como corolário, a necessidade do trabalho de equipa entre todos os técnicos envolvidos num projecto museológico e a importância da arquitectura na busca de soluções que reduzam a dependência dos equipamentos facilitando a manutenção de condições ambiente estáveis. Surge, englobando as condições ambiente e a segurança, a Conservação Preventiva.” (Casanovas, 1993, p. 163)

Os conhecimentos técnicos e as condições exigidas para a conservação dos objectos devem ser considerados na construção dos edifícios e na montagem das exposições. O museólogo quando coordena um projecto museológico deverá ter em consideração a sustentabilidade do edifício e dos equipamentos, uma vez que poderá por em risco todo o acervo museológico, porque

“... ao museólogo, ao conservador de cada museu cabe a responsabilidade de encontrar as condições óptimas para as suas colecções ampliando a análise sensorial das peças, com os meios importantíssimos que a ciência hoje coloca ao nosso dispor para estudar a estrutura dos objectos, e analisar a sua evolução no tempo.” (Casanovas, 1993, p. 163)

²⁴ No entanto, verificamos que a classificação de bens nem sempre tem aspectos positivos, uma vez que, com um bem imóvel classificado, o proprietário fica condicionado, criando muitas dificuldades na preservação do mesmo. Se por um lado o Estado reconhece a necessidade de preservar os bens de valor cultural, por outro entra em contradição nestas situações, uma vez que a inventariação e a classificação nem sempre conduzem à conservação dos bens culturais.

A conservação preventiva começa no edifício: escolha do local, definição dos termos de referência, projecto e construção. Esta acção de preservação deve ser um processo de reciprocidade, envolvendo os que produziram e usaram o objecto, assim como os especialistas de conservação:

“É uma conservação que ‘vai beber’ ao quotidiano da comunidade, no sentido de a formar sensibilizando e responsabilizando-a, segundo as suas aptidões e atitudes. É uma acção de preservação que tem como objectivo a formação e como meta a conservação ‘no social.’ (Santos, 2007/2008)

Em suma, a conservação visa a formação mútua da comunidade e dos especialistas como compromisso social e de cidadania, tendo em vista a comunicação do património cultural.

O museu é um instrumento de comunicação desde a sinalética, o edifício, a recepção até às exposições, às reservas visitáveis, ao centro de documentação, aos ateliês, às publicações, às acções culturais e aos restantes serviços:

“A comunicação não está restrita à exposição. Faz parte do processo museológico, embora seja importante registrar que sempre fica uma distância entre o material “*inerte*” que é exposto e o processo vital que lhe deu origem. Ao contrário do procedimento mais usual dos museus, em que a exposição é o ponto de partida no sentido de estabelecer uma interação com o público, nesta ação museológica a exposição é, ao mesmo tempo, produto de um trabalho interativo, rico, cheio de vitalidade, de afetividade, de criatividade e de reflexão, que dá origem ao conhecimento que está sendo exposto e a uma ação dialógica de reflexão, estabelecida no processo que antecedeu a exposição e durante a montagem, além de ser ponto de partida para outra ação de comunicação.” (Santos, 2002, p. 177)

Todas as acções museológicas analisadas anteriormente são um processo de comunicação, oferecendo maiores recursos com a presença da comunidade antes, durante e depois da exposição. Neste contexto Hugues de Varine²⁵ na sua mensagem dirigida ao IV Atelier Internacional do MINOM, realizado em Saragoça e Molinos, em Espanha, em 1987, afirmava que a exposição, como o único verdadeiro modo de expressão de um museu, é uma boa ferramenta se for criada com e por aqueles a quem deve servir: a comunidade que deve inventar o seu próprio desenvolvimento, o seu próprio Museu. (Varine H. d., MINOM, 1987, p. 22) Pierre Mayrand colocava em evidência “La nécessaire interaction de la pratique et de la théorie social dans la nouvelle muséologie d’intervention sociale” (Mayrand, 2007/2008) e recordava a existência de linguagens, processos e poderes de exposição no âmbito social. De facto, o processo expositivo deve assegurar a coesão dos intervenientes das diferentes disciplinas e das várias fases, tais como: a identificação da equipa/comunidade, do património

²⁵ Hugues de Varine foi director do ICOM, a seguir a G. H. Rivière.

e do território (temática), a fundamentação, a planificação temporal/espacial e orçamental do projecto museográfico, o programa e projecto expográfico, a produção, a instalação e a operação. Segundo Marcelo Cunha (2008), as exposições museológicas são um processo de comunicação que obedece a três níveis: a fundamentação, a produção e a extroversão. A fundamentação tem como base o nível institucional e formal, baseado nas ideias, conceitos, propostas e objectivos do grupo que a produz (fontes) e o imagético – sensorial busca explicitar o discurso institucional; enquanto que a extroversão – observação e resposta do visitante – é a síntese da assimilação do discurso das propostas institucionais e do discurso imagético realizado pelo indivíduo. Como processo que é, estes três níveis não são estanques, mas abertos e dinâmicos, e em qualquer momento pode-se recorrer a cada um, sempre que seja necessário. Como nos alerta Marcelo Cunha, a exposição já nasce ‘velha’ e é sempre um recorte daquilo que se quer expor. (Cunha, 2007/2008)

A exposição ou as exposições constituem o principal instrumento de ligação entre o museu e o público, porque são elas que fornecem conhecimentos aos visitantes. Os percursos expositivos devem estar organizados de modo a que todos os públicos sejam capazes de obter conhecimentos sobre os objectos ou o conjunto de objectos, reunindo informações suficientes e atractivas para que os públicos possam compreender as mensagens das espécies museológicas expostas.

Mário Moutinho considera que há um “... esforço de adequação, reconhecido e incentivado pelas mais importantes instâncias da museologia, face aos conditionalismos da sociedade contemporânea...” ao citar o Director Geral da Unesco, Frederic Mayor, na abertura da XV Conferência Geral do ICOM, referindo que é “... o fenómeno mais geral do desenvolvimento da consciência cultural - quer se trate da emancipação do interesse do grande público pela cultura como resultado do alargamento dos tempos de lazer.” (Moutinho, 1993, p. 8) A museologia ocupa hoje um espaço importante na vida dos cidadãos, porque através dos museus podem ocupar um largo espaço do seu tempo de fruição, para além da aquisição de conhecimentos que este tipo de instituições pode transmitir²⁶. Os museus são lugares privilegiados para a educação não formal. A função pedagógica de um museu é, antes de mais, uma prática que deve estar presente em todas as actividades museológicas. Como diz M^a. Célia Santos “um museu é um lugar de paixão, um lugar onde se pode comungar com Piaget, quando ele diz que “... o ideal da educação é aprender a aprender e aprender a se

²⁶ O turismo sénior é um sector que utiliza muito este tipo de instituições.

desenvolver, mesmo depois da escola.” (Santos, 2001)²⁷ O museu não substitui a escola nem a escola substitui o museu. Segundo João Couto, "Nenhuma escola pode passar sem o Museu. Para mim, o museu que não dispõe dum serviço de extensão escolar mais ou menos desenvolvido não cumpre integralmente a sua missão." (Couto, 1961, p. 18) Sendo assim deverá existir uma intercomunicabilidade que garanta os interesses das duas instituições. Os museus são espaços de experimentação e de aprendizagem, onde a educação museal deverá ser sempre uma vivência, isto é, uma experiência museal:

“... o museu tem sido o espaço no qual se estrutura o arcabouço teórico sobre o património e a educação patrimonial, onde surgem experiências no sentido de uma aprendizagem direccionada para o conhecimento e a experimentação do património cultural.” (Primo, 2007/2008)

A visão de museu como serviço de educação permanente e, ao mesmo tempo, como instrumento de formação, reflecte as preocupações da Declaração de Santiago (1972): “Deverão ser estabelecidos programas de formação para professores dos diferentes níveis de ensino (primário, secundário, técnico e universitário)”. O serviço educativo de um museu deve ser destinado a todos os públicos, embora adaptado a todas as faixas etárias: acessível a todos onde facilmente possam encontrar soluções e conhecimentos para o seu dia-a-dia, quer profissional quer de lazer; começa no conhecimento das necessidades e interesses, bem como na divulgação dos serviços que podem prestar à comunidade onde estão inseridos. Os profissionais devem estar atentos a todas as necessidades, de forma a prestarem serviços úteis à comunidade que os procura. A sustentabilidade do museu enquanto instituição ao serviço da comunidade local passa por uma consciente noção da sua postura, que é o de estar aberto a tudo e a todos.

A educação deve ser analisada como um processo, e, de acordo com Célia Santos, é uma “... reflexão constante, pensamento crítico, criativo e acção transformadora do sujeito e do mundo;” (Santos, 2001)²⁸ e seguindo a mesma linha de pensamento, cita Flecha e Tortajada, que sugere o conceito de educação integrada e participativa nos processos educativos de carácter contínuo e permanente; e deve ter como referência o património cultural, suporte fundamental para acção educativa e que este é o referencial básico para o

²⁷ Tese de Doutoramento publicada pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias de Lisboa-Portugal – Caderno de Sociomuseologia 7 – 1996: Processo Museológico e Educação: Construindo um museu didático-comunitário.

²⁸ Artigo extraído do texto produzido para aula inaugural - 2001, Curso de Especialização em Museologia do Museu de Arqueologia e Etnologia da USP, proferida na abertura do Simpósio Internacional “Museu e Educação: conceitos e métodos”, realizado no período de 20 a 25 de Agosto.

desenvolvimento das acções museológicas. (Santos, 2001)²⁹ Pode-se concluir que o serviço educativo dos museus como processo de educação apoia-se na construção e reconstrução do património cultural, uma vez que o homem é produtor de cultura e de conhecimento. A educação museal para o Património Cultural é uma ferramenta de inserção social: “... é a educação e a seguir encontra-se o património e a cultura como suportes estruturais que capacitam o indivíduo para a sua inserção no grupo social.” (Primo, 2008, p. 211) O serviço educativo materializado na animação cultural contribui para a defesa do património, inspirando-se nas realidades locais e promove a diversidade cultural: “... processo de ‘capacitação’ dos utilizadores dos espaços museológicos passará, inevitavelmente, por acções educativas. A educação, em particular no campo de actuação da museologia, deve destacar-se como ferramenta social importante no processo de oposição à globalização da cultura.” (Primo, 2007/2008)

Os museus são instituições participantes na construção e reconstrução da identidade da comunidade, educando-a e sensibilizando-a para o património local, contribuindo para comunicação, tirando-a do anonimato global. Estas acções devem ser encaradas como um acto permanente de cidadania como põe em evidência Judite Primo:

“... é o de continuar a trabalhar a partir das referências patrimoniais, que são a base do campo de actuação da museologia, na perspectiva de uma educação comprometida com os valores da cidadania, da ética e, de uma sociedade mais justa do ponto de vista da distribuição de renda e da diminuição das diferenças sociais existentes.” (Primo, 2007/2008)

O serviço educativo deve estar orientado para a valorização do património local, garantindo visibilidade e sentido de utilidade para dar continuidade a todos aos valores locais que assegurem a identidade de uma comunidade, bem como o seu desenvolvimento económico e social. Segundo Célia Santos, a educação tem como objectivo promover a apropriação e a reapropriação do património cultural, através de várias acções museológicas, tornando possível ao cidadão considerá-lo como direito à cidadania: as possibilidades de educação através do património museológico são múltiplas. A educação patrimonial e artística é fundamental para desenvolver a capacidade criativa, para incrementar os conhecimentos culturais e para acrescentar valores sociais e éticos. (Santos, 1994, p. 85) A função do serviço educativo consiste em facilitar aos públicos a compreensão e interpretação dos valores culturais, sociais e estéticos dos objectos, do património cultural e do mundo em geral.

²⁹ Id., Ibid..

Pretende-se, deste modo, uma aprendizagem, valorizando a herança cultural a qual se converta em ponto de partida. E como refere Varine:

“Le musée est alors une passerelle entre les promoteurs du changement et ceux qui le vivent. Cela signifie rendre ceux-ci capables de comprendre les techniques et les langages utilisés, d’avoir confiance dans leur capacité de contribuer personnellement et collectivement à certains projets, d’être à même de mieux préparer leurs enfants à la vie qui les attend, et surtout de développer leur propre esprit critique.” (Varine H. , 2007)

O museu como um serviço educativo desempenha um papel primordial no enquadramento da população na comunidade onde se insere, através da descodificação da linguagem dos objectos, e, ao mesmo tempo, oferecendo elementos culturais para o desenvolvimento do seu espírito crítico e criativo, tendo em vista a democratização da cultura.

1.4.2. O objecto museológico e o facto museal

A expansão do conceito de património cultural levou a que os profissionais dos museus reflectissem sobre a sua dimensão social, e não o entendessem só como raro, antigo, exótico e valioso, mas como algo simbólico, de importância cultural para o desenvolvimento da sociedade: “O alargamento da noção de património é a consequente redefinição de “objecto museológico”, a ideia de participação da comunidade na definição e gestão das práticas museológicas, a museologia como factor de desenvolvimento...” (Moutinho, 1993, p. 8)

Esta nova visão social do património em parceria com a comunidade proporciona e põe ao dispor novos recursos geradores de desenvolvimento económico a partir do objecto cultural. Todo o património considerado um bem cultural tem potencialidades de ser incorporado no museu adquirindo o estatuto de objecto museológico, que é “Cualquier documento material de la evolución de la naturaleza o fabricado por el hombre” (Porta, Rosa, & Morral, 1982, p. 19) e como Varine refere “... l’objet est au service de l’homme et non l’inverse...”. (Varine H. d., 1986) Os objectos devem estar ao serviço do homem, uma vez que foram concebidos para terem uma utilidade; aos objectos museológicos é-lhes acrescentada uma nova a função: a museal. Segundo Guash, todo o objecto tem propriedades físicas facilmente apreendidas através dos sentidos, no entanto o objecto museológico

“... es captado en general a través de su imagen casi exclusivamente, puesto que nos es habitual en los museos encontrar un montaje museográfico que propicie la utilización del oído, olfato, gusto o tacto. Incluso en museos en los que sería apropiado «explorar» algunos de estos sentidos, también parecen ignorarlos: Todos recordamos museos de música en los que no se escucha ni música, ni los sonidos que producen los instrumentos...”. (Guash, 1985, p. 82)

Ao objecto museológico não deve ser negado a sua dimensão sensorial: os cinco sentidos devem ser sempre tomados em consideração quando se constrói uma narrativa expositiva. As novas tecnologias podem ajudar a colocar em evidência cada vez mais o objecto museológico: “Olhar o objecto pode ser hoje considerado mais importante do que levar internet e/ ou novas tecnologias para os museus. Esta oposição deixa de ter sentido. Não há oposição mas simultaneidade.” (Chagas, 2007/2008) A incorporação desses equipamentos deve contudo, ser equilibrada de modo a não se impor ao objecto museológico, mas contribuir para a sua compreensão.

O “... objecto de estudo da Museologia é o fato museal...” (Chagas, 1994, p. 53) como refere Waldisa Russio Camargo Guarnieri que

“... é a relação profunda entre o Homem, sujeito que conhece, e o Objeto, parte da Realidade à qual o Homem também pertence e sobre a qual tem o poder de agir, relação esta que se processa num cenário institucionalizado, o museu...” (Bruno, 1996, p. 21)

A museologia enquanto ciência dos museus deve estar ao serviço da sociedade através da “... qualificação da cultura em um processo interactivo de acções de pesquisa, preservação e comunicação, objectivando a construção de uma nova prática social.” (Santos, 2001)³⁰ Um museu nesta perspectiva não se reduz a um armazém ou uma sala bem decorada:

“Hoje pensamos no museu, não apenas como num lugar que guarda coisas ou preserva bens culturais, mas como espaço de relação. (Relação entre o Homem e o Bem cultural, chegamos ao *Facto Museal* de Waldisa Rússio). Deixa de ser um lugar de preservação e passa a lugar de relação de convivência. Pensando no museu como espaço de relação então a Museologia pode ser definida como a ciência que estuda os museus.” (Chagas, 1994)

A visão de museu como espaço de relação de convivência, o facto museal, no entender de Mário Chagas, pode acontecer fora do âmbito do museu-instituição, uma vez que os objectos/signos não têm valor em si, mas valor culturalmente atribuído.

Deste modo, o “... espaço/cenário denominado museu para dar conta das possibilidades do olhar museológico, deve ser compreendido do ponto de vista conceitual e não do institucional...”. (Chagas, 1994, p. 53) A museologia aproxima-se mais do cidadão, uma vez que o museu incorpora objectos criados e/ou utilizados pelo homem, que significam momentos e comportamentos vividos em sociedade.

³⁰ Artigo extraído do texto produzido para aula inaugural - 2001, Curso de Especialização em Museologia do Museu de Arqueologia e Etnologia da USP, proferida na abertura do Simpósio Internacional “Museu e Educação: conceitos e métodos”, realizado no período de 20 a 25 de Agosto.

1.5. A função social do museu

Como conclusão deste Capítulo, verifica-se que a musealização exerce uma função social, porque o museu como instituição humana só se entende se tiver uma intervenção activa na comunidade onde se insere: “... é uma instituição ao serviço da sociedade, da qual é parte integrante e que possui nele mesmo os elementos que lhe permitem participar na formação da consciência das comunidades que ele serve...” (Mesa Redonda de Santiago do Chile, ICOM, 1972). Este mesmo conceito é reforçado com a Declaração de Quebec, em 1984, onde foram debatidos os “Princípios de Base de uma Nova Museologia”, que tem como importância o surgimento de um movimento associado a uma nova museologia, onde este afirma a função social do museu e o carácter global das suas intervenções. Mais tarde, em 1992, a reflexão sobre a acção social do museu foi um dos temas discutidos na Declaração de Caracas - ICOM, debruçando-se sobre as acções imediatas e adequadas para que o museu cumpra com a sua acção social como agente de desenvolvimento:

“ (...) a missão actual do museu, como um dos principais agentes do desenvolvimento integral da região. O museu pode garantir o desenvolvimento integral dos povos: “Deve constituir-se em instrumento eficaz para o fortalecimento da identidade cultural de nossos povos, e para seu conhecimento mútuo, - fundamento da integração - tem também um papel essencial no processo de desmistificação da tecnologia, para sua assimilação no desenvolvimento integral de nossos povos. Por fim, um papel imprescindível para a tomada de consciência da preservação do meio ambiente, onde o homem, natureza e cultura formam um conjunto harmónico e indivisível”. (Declaração de Caracas - ICOM, 1992)

Foi neste contexto conceptual e numa prática museológica que António Nabais participou na criação de vários museus no início da década de oitenta do século passado, nomeadamente o Ecomuseu Municipal do Seixal, em 1982, e o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, em 1985:

“La conception et la pratique de l'écomuséologie ont été d'autant mieux acceptées par la population et par de nombreux responsables locaux qu'en période de crise elles offrent des instruments de réflexion et d'étude pouvant leur servir à résoudre les problèmes qu'ils rencontrent tout en les aidant à découvrir les ressources économiques, énergiques, technologiques, touristiques et culturelles de la région.” (Nabais, 1985, p. 211)

O museu aparece, assim, com um papel essencial na vida das comunidades, prestando um serviço para resolver problemas concretos do quotidiano. Estas experiências vieram demonstrar que a instituição museológica serve a comunidade ao valorizar as suas heranças patrimoniais:

“Estas pequenas intervenções de carácter museológico revelam-se inovadoras, porque permitiram salvar e valorizar os recursos locais- naturais e culturais – promovendo o saber fazer tradicional, ao mesmo tempo que deram um novo uso social e didáctico a esses bens.” (Nabais, 1983, pp. 68-69)

A partir destas novas práticas museológicas surgiu uma reflexão e visão da função social dos museus na sociedade contemporânea que se irá concretizar ao longo dos seguintes capítulos.

2. Caracterização do Concelho do Cartaxo

“E nós já vamos por entre os ricos vinhedos que o circundam com uma zona de verdura e alegria. Depressa o ramo de ouro que me abra ao pensamento as portas. (...) Vamos...”
(Garrett, 1963, p. 45)

O conhecimento do território, do património cultural e da comunidade é uma etapa necessária para a Musealização do Concelho do Cartaxo. Procurou-se caracterizar o concelho do Cartaxo numa perspectiva da interdependência e interacção dos factos da história natural e humana, fazendo uma análise e uma identificação do território, do património cultural e da comunidade que reside no município. Por uma questão metodológica, aborda-se em separado o território, o património e a comunidade do Cartaxo.

2.1. O Território

O território de uma comunidade é mais uma das formas do património cultural: é objecto e vitrina. É um recorte de um outro território que corresponde à parte seleccionada como uma exposição, ou seja, uma porção de património que se escolhe para comunicar. O território pode em si constituir património e comunidade, visto que alberga, confunde-se e intersecta-se com ambos:

“Estamos no Ribatejo. Uns passeios de algumas léguas em volta do Cartaxo mostram a riqueza e fartura da região. A vinha sobressai de toda a paisagem, mas d’entre ela depara-se aqui uma horta, ali um pomar, mais adiante um olival, uma campina que foi seara. Com esta variedade de cultura há recantos que parecem um jardim. Atravessamos lindas aldeias, aconchegadas num delicioso afago de sombra, afestoadas pela moldura verde-negra duns pinheiros tristes, pensativos, que põem uma nota de poesia e de recolhido silêncio em todo campo. Há nexas de paisagem que são enlevo do espírito, conforto para uma alma sofredora, refúgio apetecido para o recordar de uma saudade...”. (Lopes, 1916, p. 302)

Ao percorrer o território, rapidamente se entende a linguagem do património cultural na sua interligação com os elementos naturais. Esta leitura é feita através de uma visão integrada nos restantes territórios dos municípios do Ribatejo, porque a paisagem e a maior parte das actividades económicas são comuns, existindo, porém, diferenciações culturais criadas pelas várias comunidades da região ribatejana. O concelho do Cartaxo faz parte do

distrito de Santarém, situando-se a meia centena de quilómetros de Lisboa, numa região chamada Ribatejo³¹.

O território do distrito de Santarém situa-se no centro geográfico de Portugal, possuindo uma superfície de 6.718 km² onde, no final de 2007, era previsto habitarem cerca de 466 mil pessoas. Na sua generalidade, identifica-se com as férteis terras do Vale do Tejo, margens do rio ibérico que lhe confere a identidade, já que toda a envolvência histórica e cultural própria da região, enraizou-se no quotidiano das comunidades ribeirinhas e lhes moldou a maneira de ser e o jeito de estar na vida. Toda esta vasta superfície, administrativamente integrada no distrito de Santarém, engloba 21 municípios e 193 freguesias, tendo por capital Santarém.

Em termos sub-regionais e marcando a diversidade territorial, cerca de 60% da superfície do distrito está localizada a jusante do rio e integra a sub-região NUT III Lezíria do Tejo, enquanto que aproximadamente 40% faz parte do Médio Tejo, território situado na faixa centro-norte. Os municípios localizados a montante do distrito formam um território de transição entre o litoral Atlântico e as zonas de montanha interior, apresentando vales suaves constituídos por relevos de baixa altitude, enquanto que mais a sul, na sua generalidade os concelhos são caracterizados por terrenos de planície com elevada fertilidade. Nesta diversidade territorial, é incontornável que o rio Tejo e toda a sua bacia hidrográfica, pelas condições morfológicas e climatéricas que criam e pelas diferenças de facilidade de circulação que provocou, é o seu principal responsável. Mas a importância do Tejo não se limitou apenas à região que percorre. Ao longo da história constituiu, amiudadas vezes, mais um factor de união do que fronteira geográfica, revelando-se, fundamentalmente, como um dos factores aglutinadores da formação da identidade regional. (Campos & Oliveira, 2009, pp. 5-6) Como dizia, no século XX, Oliveira Martins na *História de Portugal*: “Pelo Tejo, o Portugal marítimo abraça o Portugal agrícola, fundindo numa as duas fisionomias típicas da Nação”.

O concelho do Cartaxo, que beneficia deste contexto, situa-se na Lezíria do Tejo que enquadra ainda os seguintes municípios: Almeirim, Alpiarça, Benavente, Chamusca, Coruche, Golegã, Rio Maior, Salvaterra de Magos e Santarém. O município do Cartaxo compreende duas zonas: a zona do bairro e a zona do campo. Pertencem à zona do bairro, que fica na parte mais elevada, as freguesias de Cartaxo, Pontével, Ereira, Lapa, Vale da Pinta, parte de Vila

³¹ “Ribatejo é uma designação tradicional e exclusivamente histórica. Os seus limites são indecisos e em parte convencionais; não correspondem a um quadro geológico bem definido nem a um compartimento geográfico distinto dos terrenos contíguos.” (Silva, 1927, p. 321)

Chã de Ourique e parte de Vale da Pedra. Nesta zona os solos são argilo-calcários e argilo-arenosos, com relevo e os recursos hídricos bastante limitados. Aqui, a vinha ocupa 80% da área; as outras culturas distribuem-se pelos cereais secundários, o olival e outras espécies florestais. Tem uma baixa produtividade e uma propriedade muito dividida, tipo familiar. Na zona do campo situam-se as freguesias de Valada e parte das freguesias de Vila Chã de Ourique e de Vale da Pedra. Os solos de aluviões são férteis com capacidade de uso da classe A e os recursos hídricos são abundantes. A vinha ocupa 60% da área da zona; as outras culturas são cereais principais e horto-industriais. Tem uma elevada capacidade produtiva, mesmo das maiores do país. As propriedades são de média e de grande dimensão, com capacidade para o uso de máquinas agrícolas.

2.2. O Património

O território do concelho do Cartaxo possui testemunhos materiais da presença humana de várias épocas históricas: da pré-história até à actualidade. Esta presença está materializada em diversos pontos do concelho com marcas de diferentes actividades e de equipamentos, quer económicas quer sociais: desde construções rurais tradicionais, instalações agrícolas, lagares de azeite e adegas, até diques, valas, pontes, portos, fontenários e chafarizes, bem como igrejas e capelas, cruzeiros, palácios e palacetes. Há ainda a destacar conjuntos e sítios rurais de grande interesse patrimonial – quintas e coudelarias – que ajudam a compreender todo o passado histórico e cultural. O património dominante que ainda hoje se evidencia na paisagem é o rural referenciado em documentos escritos, como já acontecia desde a Idade Média: as vinhas e o vinho, o rio Tejo, o cavalo e o touro deram uma marca cultural a este território. Através da história vitivinícola descobrimos as ligações que os cartaxenses fizeram com outras culturas, não só no território nacional, nomeadamente Lisboa para onde se exportavam os produtos agrícolas e com os povos que os portugueses contactaram através das Descobertas, porque o vinho destes campos também seguia nas caravelas. A paisagem tradicional dos campos do Cartaxo materializou-se na cultura cerealífera, nas pastagens, na vinha e no olival:

“O Tejo é a linha de atracção, a estrada geográfica dominante de todo o Ribatejo. A ele se associam e dele são imediatamente dependentes todas as formas de actividade da região; pesca, salinas, trânsito, culturas cerealíferas, irrigação, pastagens e muitas outras.” (Silva T., 1927, p. 327)

O rio Tejo assegurou quase até aos dias de hoje todas estas actividades económicas que deram identidade à região. O Ribatejo caracterizou-se por uma terra de pastagens

abundantes e de criação de gado equino e bovino, que levou à criação da figura do campino associada ao touro e ao cavalo.

Até 1815, o actual território do concelho do Cartaxo pertenceu ao termo de Santarém. Foi D. João VI que concedeu ao Cartaxo a independência administrativa:

“... desmembrando-se de Santarém (...) porque assim o exigiam o aumento da agricultura, riqueza, povoação, e grandeza do referido Lugar (...). A sobredita Vila, que se denominará do Cartaxo, terá por termo além do seu antigo Distrito, os Lugares de Valada, e Porto do Muge, e as freguesias de Vale da Pinta, Pontével, Ereira e Lapa.”³² (Silva A. , 1825, pp. 377-378)

Esta data marca um novo período na história deste concelho, porque adquiriu uma autonomia administrativa sobre um território com características culturais muito semelhantes. Um programa museológico sobre a história local do Cartaxo³³ não pode ignorar esse longo período histórico na dependência de Santarém. Se recuarmos para períodos mais antigos da pré-história, da presença romana e da ocupação muçulmana, iremos encontrar mais dados para compreender o património cultural deste município. É neste contexto que olhamos para a história do concelho do Cartaxo. Foram marcantes para a região os povoados pré-históricos dos Concheiros de Muge (Correia A. A., 1940) na margem esquerda do Tejo, hoje, no concelho de Salvaterra de Magos, e o de Vila Nova de S. Pedro (Paço, 1954), no de Azambuja. A presença romana, para além da estrada que ligava Lisboa a Santarém e atravessava o território, está registada nos objectos cerâmicos encontrados na Quinta da Aramanha³⁴. A ocupação árabe também deixou as suas marcas sobretudo na produção agrícola que foi sublinhada, no século XII, pelo geógrafo árabe Edrici:

“De Lisboa, seguindo a margem do rio e dirigindo-se para oriente, a Santarém, contam-se 80 milhas. Pode-se ir por terra ou por água. No caminho estão os campos de Balata³⁵. Os habitantes de Lisboa e a maior parte dos Garbe³⁶ dizem que o trigo que aí se semeia não fica na terra mais de quarenta dias e pode ser ceifado ao fim desse tempo.” (Coelho, 1972, p. 75)

Também os Árabes souberam aproveitar e valorizar os excelentes recursos dos campos férteis de Valada. A memória da presença árabe está bem vincada ainda hoje nos moradores de Vila Chã de Ourique³⁷, que, segundo a tradição, a Batalha de Ourique que o

³² O Cartaxo, no reinado de D. Dinis, em 1312 já tinha recebido um foral, o mesmo tinha acontecido a Pontével que recebera foral de D. Sancho I, em 1194.

³³ O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo é um museu local.

³⁴ Objectos que se encontram nos depósitos do IGESPAR.

³⁵ Balata é Valada.

³⁶ O Garbe era o território ocidental do Andaluz (Espanha Muçulmana) o qual abarcou o território ocupado hoje por Portugal e ainda as cidades de Badajoz e Mérida.

³⁷ Parte dos campos de Valada pertencem à freguesia de Vila Chã de Ourique.

primeiro rei de Portugal travou com os mouros, em 25 de Julho de 1139, foi nesta localidade e que D. Afonso Henriques bebeu água e refrescou os cavalos no Poço de S. Bartolomeu, em Vale da Pinta, que fica a curta distância. Existem ainda muitas dúvidas sobre o local histórico desta batalha, mas os habitantes desta localidade, seguindo a tradição oral, consideram que foi neste sítio que se travou a luta. Para celebrar esse acontecimento, a comunidade local é envolvida todos os anos na realização de uma feira medieval. A participação da população local vai desde a concepção da feira até à produção e apresentação dos produtos medievais que chegaram até à actualidade nesta vila³⁸. Portanto, produtos alimentares, canções, jogos e costumes locais são apresentados na feira, de modo a ver como os saberes e hábitos tradicionais chegaram até aos nossos dias³⁹.

A produtividade dos campos de Valada foi sempre destacada pela importância que tinha não só para a economia local, mas também para Lisboa. Daí o aproveitamento dos portos fluviais do Tejo, quer de Valada, quer de Porto de Muge, pela possibilidade da navegabilidade permanente, dado que o efeito das marés se faz sentir até este ponto do rio. Mais tarde, na primeira metade do século XIX, foi construída uma vala – a Vala Real da Azambuja – para um melhor escoamento dos produtos do interior dos campos do Cartaxo, através dos portos do Reguengo e de Santana.

A intervenção humana está bem marcada na paisagem deste território. Para além dos edifícios para a habitação e actividades agrícolas, é de salientar o dique, construído junto ao rio Tejo para proteger as culturas e as vidas, património hidráulico que resulta da experiência e do saber dos homens do campo.

Gil Vicente, no século XVI, nas suas obras faz várias vezes referência ao Cartaxo, nomeadamente na “Comédia de Rubena”, quando aborda as inundações do Tejo nas lezírias:

“Que, como o vento he de baxo
Logo a chuva he no terreiro,
E o Tejo faz lameiro
Nas Lezirias do Cartaxo”. (Vicente, G., 1943, p. 18)

Os efeitos da revolução industrial fizeram-se sentir também na paisagem rural com a mecanização, quer na lavoura das terras, quer na debulha dos cereais: feita a eira, procedia-se à debulha, que podia ser a sangue (gado bovino, cavalari ou mular, ou o mangual movido pelo braço do homem) ou a vapor através de máquinas, chamadas debulhadoras. A partir do século

³⁸ Esta feira diferencia-se de outras realizadas em várias localidades do País sob a égide de empresas criadas para este tipo de eventos. Pedem o apoio científico para as informações históricas ao MRVCC.

³⁹ Pretende-se, assim, mostrar que as novas tecnologias e as heranças são compatíveis.

XIX, com a mecanização, nas grandes lavouras, usavam-se as debulhadoras ‘Clayton’, movidas pelas locomóveis, de onde o cereal saía limpo e pronto a ensacar, dispensando o trabalho das eiras. Também neste século, os transportes ferroviários - Linha do Norte e ponte D. Amélia – deixaram na paisagem as suas marcas da industrialização. São, porém, os objectos etnográficos os que constituem o melhor acervo para ajudar a compreender o homem, o meio, a matéria e as técnicas, numa perspectiva da estrutura técnica das gentes do concelho do Cartaxo e dos meios elementares de acção sobre a matéria, os transportes, as técnicas de fabrico, a vida quotidiana e as festas cíclicas.

As marcas de uma cidade agrícola ainda se vêem nas adegas existentes em quase em todas as ruas, muitas delas com as marcas da arte nova, período em que o vinho era uma grande fonte económica para o Cartaxo⁴⁰.

A partir das actividades agrícolas tradicionais e das indústrias subsidiárias, como as oficinas de ferreiro, de carpinteiro e de cesteiro, inventariou-se um conjunto de espécies museológicas essenciais para a conhecer a realidade histórica e actual: materiais da história natural - geologia, flora e fauna; objectos arqueológicos em Vila Nova de S. Pedro, nos Concheiros de Muge e na quinta da Aramanha - alfaias agrícolas: arado, charrua, grade, cangas, arreios, carro de bois, mangual, canastras, cestos, ancinhos, medidas, foices, etc.; utensílios da actividade vitivinícola; instrumentos e artefactos do tanoeiro; cerâmica/olaria; modelos de embarcações; objectos de uso quotidiano; têxteis, traje do campino; outros - festas, canções, crenças e lendas...

O vinho é o principal património deste território, o mais importante produto agrícola do Concelho do Cartaxo. A vitivinicultura está bem ilustrada na paisagem de todas as freguesias do concelho com a presença de vinhas e de grandes adegas. Estas apresentam equipamentos que documentam as várias fases da evolução tecnológica. Os efeitos do avanço tecnológico estão representados em todas as fases da exploração vinícola, desde a preparação dos terrenos, plantação das vinhas, poda, vindima, preparação da uva, fabrico, conservação do vinho e comercialização. Em 1866, António Augusto de Aguiar afirmou que “O Concelho do Cartaxo é vinhateiro em grande escala, e os seus vinhos, bem conhecidos nos mercados de Lisboa e do Brasil, têm gozado sempre de bons créditos.” (Aguiar, 1889, p. 7) Na paisagem do território do concelho do Cartaxo, as adegas são os testemunhos patrimoniais dominantes,

⁴⁰ Hoje estão todas desactivadas, mas a tipologia arquitectónica das adegas ainda se pode ver em quase todas as ruas.

como a da Fonte Bela situada nos campos de Valada, também conhecida pela catedral do vinho, devido à sua grandeza e estrutura arquitectónica.

Muito do património do concelho foi preservado pelos herdeiros das várias propriedades, passando de geração em geração, com os saberes, os utensílios e os edifícios⁴¹. Por isso, ainda é possível ver quintas com cavalos e touros bravos, vinhas, olivais e campos de cereais. Ao mesmo tempo, os ranchos folclóricos e as bandas filarmónicas preservaram músicas, cantares e trajes tradicionais.

O Estado, porém, classificou alguns monumentos de carácter religioso e senhorial, desde um cruzeiro, uma igreja, um palácio e um pelourinho. O Cruzeiro do Cartaxo, junto da igreja matriz, forma com a coluna, um conjunto do século XVI. A cruz, profusamente decorada, tem numa face Cristo e na outra Nossa Senhora; no topo tem uma Pietá. É Monumento Nacional pelo Decreto de 16.06.1910. A Igreja de Nossa Senhora da Purificação, em Pontével, é um Imóvel de Interesse Público pelo Decreto n.º 23014, de 01.09.1933. A classificação abrange as pias, a baptismal e a de água benta, que são quinhentistas. A igreja possui elementos da reforma do séc. XVII, azulejos do tipo ‘tapete’ e ‘padrão’, talha dourada, pinturas e púlpito, e alguns elementos mais antigos. O Palácio dos Chavões, situado na freguesia de Vila Chã de Ourique, é uma casa senhorial cujas origens remontam à Idade Média e que foi alterado profundamente nos sécs. XVII e XIX. Torres, bustos, azulejos, nichos e pinturas mostram como foi importante o solar dos Condes de Unhão e Marqueses de Nisa. Foi classificado como Imóvel de Interesse Público pelo Decreto n.º 28/82, de 26.2. Também foi classificado o Pelourinho do Cartaxo pelo Decreto n.º 23122, de 11.10.1933, como Imóvel de Interesse Público, constando que os fragmentos estão incorporados no chafariz da cidade⁴².

Em meados do século XX, existiam muitas actividades industriais associadas à agricultura: 31 destilarias de álcool vínico, 7 fábricas de cal, 6 fábricas de cerâmica (telha e tijolo), 2 fábricas de conservas de fruta, 1 fábrica de óleos de essências de plantas aromáticas e medicinais, 1 fábrica de descasque e preparação de arroz, 1 oficina de vulcanização, 2 oficinas de cestaria, 1 oficina de esparteiro, 2 fábricas de loiça de barro (olarias), 1 fábrica de moagem, 18 lagares de azeite, 4 oficinas de fundição e metalúrgicas, 2 serrações de madeiras

⁴¹ Manuel Duarte de Oliveira formou uma colecção que os herdeiros venderam à Câmara Municipal do Cartaxo e que está na origem do MRVCC. Muitos dos pequenos proprietários ainda preservam este património porque este tipo de património porque o utilizam.

⁴² Este monumento classificado não existe. Não se identificaram os fragmentos que se diz estarem num chafariz da cidade. Apesar de tudo, o IGESPAR insiste em colocar nos roteiros um monumento que não existe.

e carpintarias mecânicas, 1 torrefacção e moagem de café, 32 salsicharias. Estas 112 instalações permitem compreender a dimensão patrimonial deste território que era essencialmente agrícola. Muitos destes estabelecimentos já não funcionam ou não existem, apenas ficaram memórias materializadas em objectos e equipamentos e em saberes. O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo no seu acervo possui vários desses objectos.

Na cidade do Cartaxo existe uma pequena unidade museológica, o Museu de Miniaturas do Ateneu Artístico Cartaxense, que foi inaugurado em 1951, tendo como acervo museológico miniaturas feitas pelos operários, que habitualmente moldavam os seus utensílios para depois os construírem em maiores dimensões. Esta colecção foi executada para as comemorações do Ateneu, em 1931. Na Ereira, em 1986, na Junta de Freguesia, foi criado um Núcleo Museológico com objectos do quotidiano, graças à participação da comunidade local e com o apoio museológico do MRVCC. O mesmo aconteceu com o Museu Escolar⁴³, em Vale da Pinta, inaugurado em 2009, onde se apresenta uma síntese histórica do ensino primário no concelho.

Para além da navegabilidade do Tejo e da Vala da Azambuja que deixou testemunhos sobretudo em Valada e em Porto de Muge, porque foram dois portos fluviais importantes para o escoamento de produtos das lezírias do Ribatejo, existiram os pescadores, nomeadamente os avieiros, cujo património, que chegou até hoje, está materializado na Aldeia da Palhota e em apetrechos de pesca. (Salvado, 1985)

O Cartaxo insere-se no território das lezírias do Tejo (Ribatejo) que é muito fértil e cuja história está cheia de marcas humanas: umas inscritas 'in situ' e outras recolhidas em museus de âmbito local. O museu mais antigo desta região é o Museu Municipal de Santarém que foi criado por alvará de 16 de Fevereiro de 1876 e instalado na igreja de S. João do Alporão. Era um museu de arqueologia e de exposições permanentes dos produtos industriais do Distrito. Até 1992, manteve um depósito de fragmentos de arquitectura e objectos de arqueologia, sem qualquer discurso expositivo. Após esta data houve uma reestruturação e abriram-se dois núcleos museológicos: o Núcleo de Exposições Temporárias de Arte e Arqueologia Medievais, em S. João do Alporão e o Núcleo Museológico do Tempo, na Torre das Cabaças. O acervo museológico é bastante variado: geologia, zoologia, arqueologia, etnografia, arte sacra, gravura e desenho, cerâmica, têxteis, armaria, heráldica, tumularia... Este Museu encontra-se incorporado na Rede Portuguesa de Museus (2004, pp. 188-189) Igualmente, encontra-se na Rede o Museu Municipal de Benavente que está instalado num

⁴³ Núcleo Museológico.

palacete do século XVIII e foi inaugurado em 1981. O Museu foi organizado a partir de uma colecção constituída por Joaquim Parracho com a participação da comunidade que continuou a oferecer objectos. As colecções são bastante variadas, incidindo sobretudo no âmbito da alfaia agrícola, do traje, da cerâmica e dos ofícios tradicionais e fotografia. (2004, p. 178). Em 18 de Agosto de 2001, abriu o Museu Municipal de Coruche com um acervo essencialmente arqueológico. Possui também uma colecção de alfaias agrícolas e de maquetas. A iniciativa de criar este Museu, integrado na Rede Portuguesa de Museus, deveu-se aos esforços junto da Câmara Municipal pela Associação para o Estudo e Defesa do Património Cultural e Natural do Concelho de Coruche perante a existência de importante acervo museológico (2004, p. 182). Em Almeirim foi criado o Museu Etnográfico da Casa do Povo no âmbito do tipo de museus promovidos nos anos quarenta do século XX, como o Museu de Arte Popular e o Museu de Etnografia e História do Porto. O processo de criação deste museu iniciou-se em 1948 com a recolha de objectos. Em 1953, abriu uma sala de exposição com 300 objectos, na sua maioria oferecidos pela população local, de natureza diversa: numismática, arqueologia, traje, miniaturas, artesanato, alfaias agrícolas e fotografia. Em 1967, com a inauguração das novas instalações da Casa do Povo foi reinstalado o Museu numa sala de 120m². O pedido de colaboração da comunidade com a oferta de objectos repetiu-se por várias vezes. Ultimamente, esta sala foi desactivada com os objectos em mau estado, estando a Câmara Municipal de Almeirim a restaurá-los para os incorporar num Museu Municipal em organização. No concelho limítrofe de Azambuja, fica o Museu Municipal de Azambuja com objectos de natureza etnográfica, representando aspectos da vida agrícola do concelho, e arqueológica do castro pré-histórico de Vila Nova de S. Pedro⁴⁴.

O conhecimento da realidade museológica onde se situa o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo permite-nos elaborar um projecto museológico que seja complementar e que possibilite a criação de uma rede museológica, onde a comunidade se identifique.

2.3. A Comunidade

Hoje quando nos referimos à população de um determinado território utilizamos com frequência o termo comunidade. Cita-se Marlene Suano que ajuda a esclarecer o seu significado:

⁴⁴ A maior parte dos objectos desta estação arqueológica encontram-se no Museu Arqueológico do Carmo, em Lisboa.

“Antes de mais nada é importante notar que o termo “comunidade”, que comparece em todas as publicações especializadas, serve como simples sinónimo de “população”, “público”, ou então, mais especificamente, para definir um agregado determinado de pessoas que possuem interesses e actividades afins ou qualquer outra característica em comum. É nesse último sentido que se usa o termo “a comunidade dos artistas”, a comunidade universitária” e assim por diante.” (Suano, 1986, p. 57)

Aqui iremos abordar o termo ‘comunidade’ para referir a população do Cartaxo ou a grupos de cartaxenses que possuem elementos em comum. Hugues de Varine, que na sua linguagem utiliza frequentemente o termo comunidade⁴⁵, dá um contributo para um melhor esclarecimento deste assunto

“À comunidade designa-se, a partir de critérios endógenos expressos ou não, uma população vivendo sobre um território, consciente das afinidades e das diferenças que caracterizam seus elementos bem como as relações conflituais daqueles com seu meio ambiente, cujo futuro é, ao menos parcialmente comum”. (...) “Mesmo em se tratando sobretudo de pequenas comunidades, mais ou menos locais ou ao menos fortemente localizadas, uma comunidade toma dimensões variáveis: aldeã, departamental, regional, do país, mesmo nacionais; de empresa, religiosa, escolar, imigrada, e, porque não, familiar. Cada indivíduo, faz parte, naturalmente, de diversas comunidades, das quais ele escolhe algumas ainda que outras lhe sejam impostas. Toda sua existência é condicionada pela pertinência a estas comunidades.” (Varine H. d., 1987, pp. 28-29)

A caracterização de uma comunidade não pode ser vista isoladamente mas de uma forma integrada, uma vez que obriga ao conhecimento das múltiplas relações, que existem entre os indivíduos que pertencem simultaneamente a diferentes comunidades. Neste contexto, a comunidade cartaxense, em geral, compreende grupos com interesses muito variados, quer profissionais quer políticos ou religiosos, entre outros, e, por sua vez, insere na comunidade ribatejana. É, antes de mais, a esta comunidade que o Museu se dirige e serve, sendo por isso necessário conhecê-la para que o projecto museológico corresponda às suas necessidades.

No distrito de Santarém, os principais centros de concentração urbana continuam a ser as cidades de Santarém, Tomar, Abrantes, Torres Novas e, mais recentemente Ourém, que tem vindo a tornar-se o principal pólo de aglutinação populacional ao norte do Distrito por causa do santuário de Fátima. É de salientar que, nos últimos 15 anos, devido a movimentos migratórios, começaram a surgir alguns aglomerados de média dimensão como Benavente, Cartaxo, Almeirim, Rio Maior e Coruche, que têm vindo a protagonizar um crescente dinamismo demográfico e uma maior participação na estrutura do povoamento do distrito, devido, em grande parte, às boas acessibilidades a Lisboa. O Cartaxo aparece como um dos

⁴⁵ Em 1991, publicou uma obra com o título “L’Initiative communautaire – recherche et expérimentation”.

concelhos densamente mais povoados, juntamente com o Entroncamento, Vila Nova da Barquinha, Torres Novas e Tomar⁴⁶.

Em 2007, o Cartaxo tinha 25.030 habitantes distribuídos por 34 aglomerados, 1 cidade, 2 vilas e 8 freguesias.⁴⁷ O território do concelho do Cartaxo compreende as freguesias do Cartaxo, Ereira, Lapa, Pontével, Valada, Vale da Pedra, Vale da Pinta e Vila Chã de Ourique, ocupando uma área de 158, 10 Km², sendo utilizado 50% para culturas agrícolas. Identifica-se facilmente o pólo urbano, o da cidade do Cartaxo, onde se verifica o crescimento da população desde meados do século passado (10.115, em 2001). Seguem-se as freguesias de Pontével com maior número de habitantes (4.399, em 2001) e de Vila Chã de Ourique, onde a população diminuiu (2.948, em 2001). Segundo o Censos de 2001, o concelho somava 23.389 habitantes, que de acordo com os estudos de Paulo Caldas⁴⁸

“Em termos gerais, o Concelho tem vindo a registar um crescimento da sua população, superior ao da Lezíria do Tejo. Esta tendência deve manter-se pelos dados disponibilizados quanto a novos fogos no município, consequência não tanto da capacidade natural de crescimento demográfico mas sim de uma grande capacidade de atracção da população de outras zonas do País.” (Caldas, 2002, p. 35)

De facto, a afluência de população ao Cartaxo deve-se sobretudo a três factores: proximidade de Lisboa, boas acessibilidades - comboio e A1 - e a habitação de custos baixos. Por outro lado, a construção de alguns equipamentos, o aproveitamento da sua localização logística, o bom entendimento entre um poder local dinâmico e um associativismo empresarial empreendedor tem vindo, nos últimos anos, a atrair novos capitais exteriores à região e a requalificá-la positivamente no mapa da actividade económica de Portugal. Neste território, a transformação de agro-alimentares e alguma indústria ligada à fileira metálica e actividades de logística são áreas dominantes. Pelos concelhos de Azambuja, Cartaxo, Santarém, Alpiarça e Almeirim regista-se um potencial Agro-Pólo que se materializa na paisagem deste território. (Campos, Oliveira, & Campos, 2007, p. 10)

Embora a paisagem dominante seja a rural, os sectores terciário e secundário empregam mais trabalhadores, porque a mecanização agrícola reduziu muito a mão – de – obra. No Cartaxo, em 2007, a distribuição de trabalhadores por sectores actividade era a seguinte: sector primário 263, sector secundário 1.344 e no terciário 1.715 (INE, 2007)⁴⁹.

⁴⁶ Mapa da população do Distrito de Santarém.

⁴⁷ Quadro da população do Concelho do Cartaxo por Freguesias.

⁴⁸ É o actual Presidente da Câmara Municipal do Cartaxo.

⁴⁹ Quadro sectorial do emprego.

Nos domínios do ensino e da cultura existem boas estruturas e boas práticas que envolvem a comunidade do concelho⁵⁰. Quanto ao ensino, no ano lectivo de 2006/2007, existiam os seguintes estabelecimentos de ensino: Ensino Pré-Escolar 6; 1º Ciclo 14; 2º Ciclo 2; 3º Ciclo 3; Ensino Secundário 1⁵¹. A população escolar distribuía-se da seguinte forma: Ensino Pré-Escolar 246; 1º Ciclo 1029; 2º Ciclo 591; 3º Ciclo 821; Ensino Secundário 609⁵². No que respeita à cultura e lazer regista-se uma publicação periódica, um recinto cultural, um museu e três núcleos museológicos, e uma galeria de arte. As despesas em actividades culturais e desporto por habitante 123,5; em cultura e desporto no total da despesa 16,9⁵³. Através destes dados verifica-se, que existem equipamentos culturais e de lazer que oferecem qualidade de vida à comunidade residente.

No campo associativo, existem várias colectividades de cultura e recreio, algumas já com mais de um século como o Ateneu Artístico Cartaxense⁵⁴, inicialmente denominado Grémio Artístico Cartaxense. Entre as categorias sócio-profissionais dos fundadores do Grémio destacavam-se os oleiros, os marceneiros, os pedreiros, os ferreiros, os alfaiates e os barbeiros. Os objectivos desta associação consistiam em promover as actividades culturais e recreativas, a educação física e o desporto amador. Existem na cidade do Cartaxo outras associações culturais e desportivas, tais como: Pulsar, Grupo D'Artes, Clube Ornitológico "O Cartaxo", Escuteiros – Grupo 72 Escuteiros de Portugal e o Corpo Nacional de Escutas – Casa do Benfica do Cartaxo, Clube de Ciclismo José Maria Nicolau, Clube de Natação do Cartaxo, Clube Desportivo do Cartaxo, Clube Internacional de Pesca do Cartaxo, Grupo de Cicloturismo "Os Amigos do Cartaxo", Grupo Columbófilo do Cartaxo, Núcleo de Ciclismo do Cartaxo, Núcleo Sportinguista do Cartaxo, Sport Lisboa e Cartaxo, Sen Shin Dojo (Karaté), Rancho Folclórico do Cartaxo, Sociedade Filarmónica Cartaxense, Amadores de Teatro Marcelino Mesquita; na freguesia da Ereira existem as seguintes associações: Casa do Povo da Ereira, Sociedade Filarmónica Ereirense e Amadores de Teatro da Ereira; na freguesia da Lapa: Multivar – Associação para o Desenvolvimento da Freguesia da Lapa, Grupo Cultural e Desportivo da Lapa, Associação Filarmónica União Lapense, Grupo Cénico

⁵⁰ Existe ainda um certo bairrismo e um espírito de competição nem sempre saudável para o desenvolvimento de projectos que poderiam atingir outros resultados mais positivos para a comunidade. De qualquer modo, verifica-se que há uma tentativa de corrigir esses comportamentos, através do envolvimento de todos, mesmo em projectos de freguesias ou colectividades diferentes. O Museu está a ter um papel importante nestas práticas, porque é de toda a comunidade e para toda a comunidade.

⁵¹ Fonte: INE; Anuários Estatísticos da Região Centro e da Região Alentejo, 2007.

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Fundado a 1 de Dezembro de 1880. Como já foi referido esta associação possui um espaço museológico de miniaturas.

da Lapa; na freguesia de Pontével: Centro Cultural, Recreativo Amendoeirense, Associação Cultural e Recreativa dos Casais Lagartos, Centro Social, Cultural e Desportivo União Penedense, União Penedense, Cant'Arte, Casa do Povo de Pontével, Grupo Desportivo de Pontével, Sociedade Filarmónica Incrível Pontevelense, Rancho Folclórico e Etnográfico da Casa do povo de Pontével; em Valada: Ribatejano Futebol Clube Valadense, Grupo Columbófilo de Valada, Palhota Viva; em Vale da Pedra: Centro Social, Cultural e Recreativo de Vale da Pedra, Associação Cultural e Recreativa de Vale da Pedra, Rancho Folclórico Regional de Vale da Pedra, Grupo Cénico do Centro Social de Vale da Pedra; em Vale da Pinta: Sociedade Cultural e Recreativa de Vale da Pinta, União Desportiva e Recreativa de Vale da Pinta, Rancho Folclórico de Vale da Pinta, Grupo Amador de Teatro de Vale da Pinta; em Vila Chã de Ourique: Estrela Futebol Clube Ouriquense, Grupo Columbófilo de Vila Chã de Ourique, Rancho Folclórico “Os Campinos” de Vila Chã de Ourique. O espírito associativo está bem materializado neste número de associações e colectividades distribuídas por todas as freguesias do município. Verifica-se que o associativismo também está implantado nas actividades económicas com a existência através da Viticartaxo, associação de vitivinicultores da região do Cartaxo e Azambuja, que tem como objecto “... a investigação, a experimentação, a demonstração e a divulgação de todas as acções técnicas e económicas visando o melhoramento da vitivinicultura regional e a formação profissional dos seus membros...”. (Estatutos) Existe ainda a Adega Cooperativa do Cartaxo e o Grémio da Lavoura, instituições que prestam serviços aos agricultores.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo aparece integrado neste contexto das instituições educativas e culturais, que servem a comunidade, com uma missão especial associada ao património cultural: “Le musée est une institution pour mettre le patrimoine culturel à la disposition du public.” (Gob & Drouguet, 2008, p. 83)

Através dos dados existentes no Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo e da observação directa, encontraram-se várias categorias de públicos: comunidade que está directamente envolvida/comprometida com o Museu; o grande público – turistas, nacionais e estrangeiros; o público escolar; público especializado - investigadores, instituições públicas e privadas; e, mais recentemente, o público sénior, com entradas mais acessíveis e com maior disponibilidade de tempo. De entre o público especializado, deve-se destacar a visita de técnicos e museólogos de zonas vinhateiras que têm vindo obter informações sobre o Museu por causa da temática que irão abordar na musealização das suas regiões. O MRVCC tem tido

sempre um público muito diversificado, não só do concelho, como de outras partes do País e do estrangeiro⁵⁵.

Pela análise dos elementos da história do Museu, verificou-se um decréscimo de visitas escolares, porque os professores deixaram de procurar estas instituições como complementares de unidades didácticas.⁵⁶ Apesar de no início de cada ano lectivo, a Câmara Municipal reunir todos os professores no Museu, dando a conhecer este serviço, e este ficar em frente da Escola Secundária, os docentes e os alunos não o procuram para fins educativos. Constatamos ainda que os professores usam espaços do Museu – centro de promoção, auditório, jardins – para actividades escolares, mas sem qualquer tipo de relação com as acções museais convencionais. De qualquer forma, sente-se ainda a necessidade de promover novas acções e de criar a oferta de novos serviços que dêem resposta às necessidades de cada nível etário e grau de ensino.

As valências dos espaços do Museu permitem a realização de várias actividades programadas e tradicionalmente atribuídas a este tipo de instituições, como exposições, actividades educativas, conferências, colóquios, acções de formação... Algumas destas acções realizam-se mesmo nas salas de exposição permanente, envolvendo os participantes no percurso expositivo. O Museu é também visto como um lugar onde é possível realizar várias actividades da comunidade. Não tem sido o número de visitantes a grande preocupação, mas a finalidade de prestar serviços sociais, económicos e culturais à comunidade local:

“ Le musée s’ouvre, non pas simplement à un public plus large, mais surtout à de nouvelles finalités sociales, culturelles, voire économiques. Il ne s’agit pas de se défaire du passé, mais de se le réapproprier pour y lire les potentialités du présent. Le musée s’ouvre quand il reactive un segment de la vie d’une région, d’une nation, lorsqu’il montre que la mémoire est porteuse d’avenir”. (Rieu, 1998, p. 221)

Neste contexto, o campo de acção do Museu tem-se voltado para outros serviços solicitados pela comunidade, dando apoio a iniciativas de instituições públicas e privadas do concelho com a cedência de espaços⁵⁷, equipamentos e recursos humanos para realização de acções de formação, de promoção e de lazer: desde estabelecimentos de ensino, colectividades, cooperativas, centros de saúde até à Guarda Nacional Republicana, à Polícia de Segurança Pública, a instituições religiosas e políticas. Não se limita só à oferta de exposições, permanentes e temporárias, mas de outros serviços muito procurados pelo público

⁵⁵ Quadro de visitantes até 2009: Anexo.

⁵⁶ Nos primeiros anos de vida do Museu, o projecto escolar “Os percursos de Almeida Garrett” tinham o Museu como local de visita.

⁵⁷ O auditório, o centro de promoção e os jardins são utilizados pela comunidade local para a realização de actividades de carácter educativo, formativo, lúdico e comercial.

local. Portanto, os públicos do Museu não são só os das exposições: é um Museu aberto para prestar múltiplos serviços, desde os educativos e formativos - concertos, lançamento de livros, poesia, teatro, comemorações e homenagens, congressos, fóruns... - até aos promocionais dos produtos agrícolas locais, concursos, etc. Também a Adegas Cooperativas do Cartaxo recorre às instalações para reuniões dos associados, acções de formação e promoção dos vinhos. Esta prática pode-se confirmar com o aumento considerável de registos de entrada no Museu nos dois últimos anos: 12.113 e 15.441 em 2008 e 2009 respectivamente, enquanto que nos anteriores últimos 10 anos, os números anuais rondavam os 3 ou 4 mil visitantes⁵⁸.

Como espaço de sociabilidade, acolhe grupos familiares ou grupos de seniores. Acontece que muitos visitantes são trazidos por cartaxenses que ofereceram objectos ou participam na vida do Museu, e alguns emigrantes, durante as férias, (re)visitam o Museu para reverem objectos que os familiares ofereceram⁵⁹. O Museu transformou-se num lugar de afectos que se traduzem nestes comportamentos de públicos. No quadro de visitantes de 2009, verificamos que o número de crianças (até aos 12 anos) é inferior ao de adultos. Este número de crianças enquadra-se apenas num certo nível escolar; as restantes estão incluídas no grupo de adultos⁶⁰. Nos relatórios das exposições temporárias foi possível ver que o número de jovens foi sempre inferior ao dos adultos, como se pode confirmar no Capítulo 3.

O Museu pretende aumentar e diversificar os visitantes com a prestação de mais e melhores serviços em vários campos: quer sejam culturais e científicos, quer sejam económicos e tecnológicos ou ainda lúdicos. Para prosseguir este objectivo foi necessário pensar num novo projecto museológico que permitisse dar respostas a novas necessidades da comunidade.

2.4. - Considerações finais

Ao caracterizar o concelho do Cartaxo, o MRVCC apresenta-se como uma vitrina do Ribatejo e do País, como se vai verificar no capítulo 3, uma vez que o seu território de influência ocupa um espaço que espelha uma realidade cultural e paisagística emblemática da bacia hidrográfica do rio Tejo. A influência do património natural teve um papel fundamental para que a comunidade criasse um património cultural distinto de outras regiões nacionais. Ao mesmo tempo, a navegabilidade do Rio Tejo facilitou, ao longo dos séculos, o intercâmbio

⁵⁸ Ver quadros em Anexos.

⁵⁹ Todos os anos um emigrante, em França, visita o Museu para ver a vara e o fuso do lagar de vinho que a mãe ofereceu.

⁶⁰ Informações obtidas junto da equipa do MRVCC.

cultural entre diversos povos, favorecendo a criação de identidades multifacetadas, devido ao seu contributo como instrumento de comunicação e de aproximação. Concluiu-se que o Tejo e o vinho foram áreas do património cultural que geraram outros patrimónios que deram identidade ao território do concelho do Cartaxo, integrado na região do Ribatejo.

A experiência profissional de docente neste concelho, em contacto com crianças de várias idades e com encarregados de educação de origens sociais diferentes, permitiram obter informações sobre a realidade local, nomeadamente sobre questões do património cultural, em geral, e do Museu, em particular. Por outro lado, a minha presença no Museu, como membro da Comissão Científica, permitiu a observação dos diferentes comportamentos dos públicos.

Verificou-se que os diferentes públicos que procuram este tipo de instituições, nomeadamente a comunidade local, ainda não descobriram as múltiplas valências do MRVCC. Sente-se a falta de uma comunicação articulada com as outras instituições culturais do município – Centro Cultural do Cartaxo e Biblioteca Municipal – e com os serviços de turismo, quer locais quer regionais.

O conhecimento do território, do património e da comunidade apresenta-se como o primeiro acto para a aplicação da musealização. Só a partir deste conhecimento se pode definir o projecto museológico: descobrem-se as potencialidades existentes no território, quer dos seus recursos naturais quer da sua situação geográfica em relação a outras comunidades vizinhas; identifica-se a riqueza patrimonial, a sua heterogeneidade; avaliam-se os interesses da comunidade que utiliza o Museu.

3. História do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo

“Nós entramos no café do Cartaxo, o grande café do Cartaxo; (...) É das povoações mais bonitas de Portugal, o Cartaxo, asseada, alegre; parece o bairro suburbano de uma cidade. Não há aqui monumentos, não há história antiga; a terra a é nova, e a sua prosperidade e crescimento datam de trinta ou quarenta anos, desde que o seu vinho começou a ter fama.”
(Garrett, 1963, p. 50)

A história de uma instituição museológica oferece elementos essenciais para a musealização e para a museologia em geral. O estudo da história de um museu permite dar-lhe continuidade numa perspectiva de ir ao encontro das necessidades e gostos da comunidade que o utiliza. Qualquer intervenção, quer seja da reutilização de um edifício ou sítio histórico, quer da requalificação de um museu exige previamente um estudo histórico.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo (MRVCC), com mais de duas décadas de existência, apresenta um conjunto de dados característicos de um museu sob a tutela de uma autarquia que sofreu flutuações ao longo da sua história, devido às eleições de quatro em quatro anos e às mudanças de Presidente da Câmara Municipal. Este facto não permitiu uma continuidade na vida deste museu local/municipal.

Apresenta-se a história da organização deste Museu num contexto histórico em que os museus locais, em Portugal, começaram a desenvolver um papel importante para as comunidades municipais⁶¹. No caso do MRVCC, possuem-se informações históricas suficientes para criar uma nova etapa da sua musealização. Para uma melhor abordagem desta história, com algumas perturbações no seu percurso, dividimos a apresentação nos seguintes períodos: génese, desde a vontade expressa da criação do Museu até à inauguração, crescimento, desde a inauguração até à entrada no poder da autarquia de um novo eleito, o declínio com uma nova presidência autárquica sem interesse e conhecimento sobre as questões do património cultural, e a expansão com autarcas no poder que quiseram dar um impulso diferente ao Museu, através de um projecto museológico que viesse dar resposta aos interesses da comunidade, alargando os serviços museológicos.

⁶¹ Ver Cronologia, em Anexo.

3.1. A génese (1977-1985)

A partir de 1974, nasceu em Portugal um novo ambiente cultural de cidadania, onde as autarquias tiveram um papel importante em matéria de património. Deu-se voz à comunidade local e o direito à memória. O processo da crescente descentralização cultural, dando competências ao poder local, reflectiu-se também na organização e renovação dos museus municipais, denominados a partir deste momento como museus locais. O museu municipal até esta data reduziu-se, normalmente, a um espaço com objectos antigos e a um guarda para abrir e fechar a porta, podendo até ter colecções estranhas ao território e à história do município. O edifício/museu municipal funcionou, na maior parte das vezes, apenas como um espaço de prestígio e sem grandes preocupações com a identidade e o património local. Nem sempre o poder político olhou para o património como um instrumento para o desenvolvimento. No Cartaxo, porém, o Presidente da Câmara⁶² teve uma visão focada no desenvolvimento local, como demonstrou na publicação intitulada “O Concelho do Cartaxo, a gente, a terra e o produto ou a necessidade de uma política de desenvolvimento regional ao serviço do concelho e da população”. (Campos R. , 1975) Nesta obra mostra-se preocupado com o desenvolvimento económico do concelho ao enumerar os pontos fracos, onde incluiu também a falta de centros culturais: “A falta de instrumentos sociais, como habitação, ensino, saúde, saneamento, rede de abastecimentos, centros culturais, etc., partes integrantes de uma autêntica política de desenvolvimento regional, será uma das razões estancques.” (Campos R. , 1975, p. 9) O autarca cartaxense colocou a cultura ao mesmo nível das outras necessidades básicas, como a habitação, o saneamento, o abastecimento de água e os arruamentos. A visão de desenvolvimento deste político reflectiu-se nas preocupações de procurar a construção de novas estruturas culturais

“... entendemos que o que está fundamentalmente implícito no conceito de desenvolvimento regional, não é tanto uma atribuição democrática dos recursos existentes e a sua localização, mas sim, a construção, de novos critérios de eficiência, a reorientação dos próprios perfis de procura e do investimento, o edificar de novas formas culturais, ou seja ao fim e ao cabo, a mutação completa do sistema em que se inserem e desenvolvem as relações de produção da comunidade.” (Campos R. , 1975, p. 9)

Todas estas inquietações foram divulgadas num momento histórico de mudança política em Portugal⁶³ que se reflectiu também no património cultural: “O Estado tem a obrigação de preservar, defender e valorizar o património cultural do povo português.” (Lei

⁶² 1976 - Renato Campos assume a Presidência da Câmara Municipal do Cartaxo.

⁶³ O regime democrático imposto pela Revolução de Abril de 1974.

Constitucional, 1976) A mesma Constituição da República definiu de forma clara as obrigações do Estado no que se refere a esta matéria:

“Proteger e valorizar o património cultural do povo português, defender a natureza e o ambiente e preservar os recursos naturais - (art. 9º, alínea e) (...) classificar e proteger paisagens e sítios de modo a garantir a conservação da natureza e a preservação de valores culturais de interesse histórico ou artístico (artº 66º, nº 2, alínea c) (...) 1. Todos têm direito à fruição e criação cultural, bem como o dever de preservar, defender e valorizar o património cultural. Incumbe ao Estado, em colaboração com todos os agentes culturais: Incentivar e assegurar o acesso de todos os cidadãos, em especial dos trabalhadores, aos meios e instrumentos de acção cultural, bem como corrigir as assimetrias existentes no país em tal domínio. (...) Promover a salvaguarda e valorização do património cultural, tornando-o vivificador da identidade cultural comum...”. (Lei Constitucional, 1976)

A Constituição da República deu força e corpo a movimentos locais que se criaram em Portugal para a preservação do património cultural. Assim, no final da década de oitenta, do século passado, assistiu-se a um forte movimento nacional em defesa e valorização do património cultural que teve eco na comunicação social e conduziu muitos autarcas a uma consciencialização da importância das memórias locais.⁶⁴ No contexto deste novo olhar para as questões da cultura, também no Cartaxo houve vontade política para se criar um museu, quando o Presidente da Câmara, Renato Campos⁶⁵, decidiu, em 1977, adquirir um espaço - Quinta das Pratas⁶⁶ - e uma colecção, em 1981⁶⁷. Em Março de 1982, a Câmara Municipal adquiriu por mil e cem contos os objectos do museu particular⁶⁸ pertencente à família Duarte de Oliveira:

“... colecção reunida pacientemente e com conhecimento inteiro do que fazia pelo lavrador e ganadeiro Duarte de Oliveira. Desde as grades e espalhadoras aos arados de madeira, com sua relha de ferro, até àqueles mesmos que nos apresentam uma enfiada de relhas e decruam a terra que levaria uma semana a preparar em meio-dia, até às cabeçadas mais bizarras para o gado, às peias, machados, enxadas, tesouras de podar, e outras, são milhares de peças que se conservam bem arrecadadas e iriam figurar dignamente no Museu do Vinho.” (O Museu do Vinho, 1982)⁶⁹

Este património móvel foi importante para desencadear todo o processo da criação de um museu e para a elaboração de uma narrativa museológica que representasse a identidade da comunidade local.

⁶⁴ Ver Capitulo 1.

⁶⁵ Em 1976, Renato Campos assumiu a Presidência da Câmara Municipal do Cartaxo.

⁶⁶ Em 21 de Maio de 1977, a Quinta das Pratas, no Cartaxo, foi adquirida por deliberação camarária aos herdeiros do banqueiro, Francisco Vieira.

⁶⁷ A aquisição da colecção do lavrador e ganadeiro António Duarte de Oliveira, posta à venda pelos herdeiros, teve dois objectivos: não a deixar ir para o estrangeiro e criar um museu.

⁶⁸ Uma colecção arrumada por temas.

⁶⁹ Jornal, em Anexo.

No Cartaxo, a participação da comunidade na organização de espaços culturais já se tinha verificado em 1898, através da criação do Grémio Artístico Cartaxense, onde se destacavam de entre os fundadores as categorias socioprofissionais como oleiros, marceneiros, pedreiros, barbeiros, ferreiros e alfaiates.⁷⁰ Embora tenha sido um museu organizado em moldes convencionais, foi, no entanto, inovador na origem e participação voluntária de vários sectores da comunidade local que, deste modo, apresentaram os seus saberes e as suas competências. De alguma forma, esta prática reflectiu-se na criação do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo.

O primeiro documento escrito existente no Centro de Documentação do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, que referiu o Museu, foi um texto do jornal local “O Povo do Cartaxo”, de 2 de Abril de 1981. (O Povo do Cartaxo, 1981)⁷¹ O documento relatou a visita, no dia 26 de Março de 1981, do Eng.º Guimarães Lobato, Administrador da Fundação Calouste Gulbenkian, que, a pedido da Câmara Municipal do Cartaxo, visitou a Quinta das Pratas para analisar e obter informações que sustentasse a criação de um museu do vinho, e de, eventualmente, poder vir a dar apoio técnico-financeiro. Este convite inseriu-se na política de valorização do património cultural do concelho definida no plano de actividades camarárias desse ano⁷².

O processo museológico iniciado no Cartaxo começou a ter impacto nos órgãos de comunicação social no princípio da década de oitenta do século passado. Assim, o jornalista Raul Rego, num artigo de opinião do jornal “Diário de Notícias”, de 16 de Julho de 1982, depois da visita à Quinta das Pratas, no Cartaxo, onde observou o património existente e ouviu as intenções do autarca para este espaço rural, reconheceu a importância de um museu do vinho: “Um museu vivo que testemunhe todo o processo vinícola, desde a preparação da terra até à rotulagem das garrafas, é aspiração da Câmara do Cartaxo e introduziria uma grata novidade na museologia portuguesa.” (Rego, 1982)⁷³ A novidade aqui referida esteve na abordagem da temática e não num conceito de museu onde se verificasse a convergência entre a natureza e a cultura. A proposta do jornalista limitou-se ao ponto de vista das técnicas

⁷⁰ Em 1951, foi inaugurado um museu com miniaturas que os operários moldaram, trabalhos que habitualmente executavam em maiores dimensões, desde a roda de carro de bois, o lezirão, o tonel e a celha até objectos de cerâmica e de ferro.

⁷¹ Jornal, em Anexo.

⁷² O recurso à Fundação era uma prática, não só por questões financeiras como também museográficas (em Portugal, faziam-se unidades museológicas à imagem e semelhança do Museu da F. C. Gulbenkian).

⁷³ Raul Rego, jornalista e político, foi ministro da Comunicação Social do I Governo Provisório, depois do 25 de Abril e deputado da Constituinte. Trabalhou em vários órgãos da comunicação social, entre os quais a “Seara Nova”, “Jornal do Comércio”, “Diário de Lisboa”, agência ‘Reuter’ e “República”.

produtivas do vinho. Foi necessário introduzir a realidade local, quer humana quer ambiental, para fugir à abordagem tradicional de muitos museus locais que se limitavam apenas a valorizar o objecto ou o amontoado de objectos, ignorando as dimensões sociais e culturais, bem como as condições naturais. O mesmo jornalista quando se referiu à organização do museu, no que respeitava quer ao projecto arquitectónico quer ao projecto museográfico, explicitou a necessidade de um especialista em museologia⁷⁴: “Mas todo este espaço tem de ser ordenado, disposto com a arte de um técnico de museu, pronto a receber os instrumentos agrícolas, o vasilhame, que faz parte do vinho.” (O Museu do Vinho, 1982)⁷⁵

Uma vez que o Presidente da Câmara Municipal não recebeu apoio, tanto da Fundação Calouste Gulbenkian como do Instituto Português do Património Cultural – Ministério da Educação e Cultura – sentiu a necessidade de recorrer a outros meios, quer técnicos quer financeiros. Em termos financeiros, decidiu desenvolver o projecto por fases, distribuído pelos orçamentos anuais; quanto ao apoio técnico, recorreu a especialistas que pudessem dar resposta à criação de um museu.

Durante o ano de 1983⁷⁶, não foi dada qualquer informação pública sobre o Museu do Vinho. A justificação foi explicada pelo presidente da Câmara Municipal na entrevista que deu ao jornal “O Povo do Cartaxo”, de 5 de Janeiro de 1984:

“De facto, malgrado um certo alheamento da imprensa regional, há já algum tempo que se iniciaram, na Quinta das Pratas, as obras para a instalação de um Museu Rural que, neste momento, se encontra já em fase de acabamentos. Numa primeira fase este Museu Rural e do Vinho abarcará também a temática do vinho já que, este no nosso concelho, está intimamente associado à vida rural.” (Entrevista com o Presidente da Câmara do Muicipal do Cartaxo, 1984)

Não foi referido o tipo de obras de adaptação dos espaços da Quinta das Pratas para o Museu Rural e do Vinho. Verificou-se que o projecto arquitectónico⁷⁷ de reabilitação dos edifícios para fins museais não teve, previamente, um museólogo nem um programa museológico⁷⁸.

⁷⁴ A intervenção de um museólogo só veio a acontecer dois anos mais tarde.

⁷⁵ Jornal, em Anexo.

⁷⁶ Não foram encontrados registos sobre o Museu, em Anexo.

⁷⁷ Nos arquivos do MRVCC não foi encontrado o projecto arquitectónico. António Nabais refere que o Presidente da Câmara nunca lhe quis mostrar as imagens das pré-existências, porque sabia que não estava de acordo com as normas necessárias para a preservação do património.

⁷⁸ Só mais tarde surgiu a intervenção de um profissional de museologia. Este procedimento de contactar primeiro o arquitecto e depois o museólogo reflectiu-se nas dificuldades que existiram para a organização de um percurso expositivo e nas soluções arquitectónicas que assegurassem as acessibilidades, para além de ter levado à destruição dos celeiros, património rural, característico de uma quinta agrícola. O museólogo chegou numa fase quase final da obra de restauro dos edifícios, conseguindo ainda salvar as capoeiras que continuaram com aves e o muro do pátio, tendo em consideração o seu parecer.

Em 1984, uma cartaxense, residente em Lisboa, ao ver o processo em curso, apercebeu-se da necessidade de alguém especializado em museologia para iniciar a acção museológica, e tomou a iniciativa de participar ao Presidente da Câmara do Cartaxo o nome de um museólogo⁷⁹. A 24 de Fevereiro, a Câmara Municipal decidiu convidar o museólogo⁸⁰ e no mês seguinte colocou um Aviso para admitir um Bacharel em Antropologia ou em História “... para colaborar na montagem do Museu Rural e Vinícola.” (1984)⁸¹ Foi incorporado um antropólogo⁸² que executou tarefas no estudo das colecções com a colaboração da comunidade. Com a entrada destes especialistas foi criada uma equipa científica que também integrou a Vereadora da Cultura⁸³ e dois funcionários da Câmara que conheciam muito bem a realidade local e tinham uma excelente relação humana com a população do concelho⁸⁴.

O programa museológico foi elaborado a partir da história e da comunidade, tendo como metodologia a aproximação da população através de reuniões, realizadas no edifício municipal e nas várias freguesias, bem como de visitas a quintas, adegas, tabernas, aldeia de pescadores, onde se conversava com os lavradores e outros profissionais ligados às actividades do campo. Em 18 de Abril, apresentou-se um pré-programa museológico para os espaços existentes e um pré-guião para a narrativa museológica:

“O presente Guião do Museu Rural do Cartaxo foi organizado a partir do acervo que a Câmara Municipal adquiriu e de elementos já investigados sobre a História do concelho do Cartaxo. (...)

O Museu Rural do Cartaxo, dadas as características dos materiais existentes e da história local, será, numa primeira fase, constituído por duas secções: 1. GEOGRAFIA E HISTÓRIA DO CARTAXO; 2. A VIDA RURAL NO CONCELHO DO CARTAXO.” (1984)⁸⁵

A colecção do lavrador e ganadeiro Manuel Duarte de Oliveira adquirida pela autarquia, a participação da comunidade e o estudo da história local deu, assim, origem ao arranque do museu. Perante a adesão da comunidade do território do concelho do Cartaxo foi, de imediato, traçada a vocação e a tipologia do museu:

⁷⁹ Carta de 20 de Janeiro de 1984 dirigida ao Presidente da Câmara Municipal a sugerir nome de Museólogo. Centro de Documentação do MRVCC, em Anexo.

O museólogo tinha a experiência da organização do Ecomuseu Municipal do Seixal.

⁸⁰ Carta da CMC dirigida a António Nabais, 24.02.1984. Centro de Documentação do MRVCC, 1984, em Anexo.

⁸¹ Centro de Documentação do MRVCC, em Anexo.

⁸² O antropólogo era natural do Cartaxo.

⁸³ Dr.^a Maria José Campos.

⁸⁴ Vítor Varela e Valter Monteiro.

⁸⁵ Centro de Documentação do MRVCC, 1984, em Anexo.

“O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo não se reduz a uma colecção ou a um espaço, mas engloba todos os testemunhos materiais e espirituais que ajudem a compreender a organização e evolução da vida rural no Concelho do Cartaxo e estende-se a todo o território do Município. É um Ecomuseu com Núcleos e itinerários que permitirão a descoberta do ‘habitat’ ribatejano, da paisagem e das actividades económicas antigas e actuais do Concelho, e, ao mesmo tempo, fornecerão elementos para a interpretação.” (1984)⁸⁶

Desde o início, o projecto museológico incorporou o património cultural, bem como o património natural e a cultura científica. No texto de divulgação da criação do Museu, definiu-se com clareza as suas funções:

“O museu colocará à disposição da população local e dos visitantes instrumentos para a descoberta duma cultura rural muito viva nestas terras ribatejanas, onde a viticultura aparece como actividade económica primordial, desde os alvares da nacionalidade. (...). A exposição permanente, numa primeira fase, ocupará só um espaço (...), onde se exibirão materiais que representam o concelho na multiplicidade dos seus aspectos: geológico, botânico, zoológico, geográfico, económico, histórico, social, político, religioso, cultural, tecnológico.” (1984)⁸⁷

No entanto, os objectos e as informações existentes não eram suficientes para um discurso expositivo completo sobre o património rural do concelho. Para preencher essa lacuna a Câmara Municipal envolveu a comunidade, dirigindo uma carta (1984)⁸⁸ aos agricultores para contribuírem com instrumentos e alfaias agrícolas.

Os especialistas do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo vieram a ter um duplo papel: o de técnicos para a investigação e elaboração do programa museológico, e o de formadores da equipa que veio a ser constituída para a organização do Museu. Existiu ainda a colaboração de um técnico de museografia que, voluntariamente, participou na elaboração do projecto expositivo e na instalação da 1.ª fase. No trabalho de instalação dos diferentes serviços do Museu, nomeadamente nas reservas e nas exposições, colaboraram os carpinteiros e pintores da Câmara Municipal.

De 25 de Novembro a 23 de Dezembro de 1984, apresentou-se uma “I Exposição Mostra”, como teste, quer para os técnicos do Museu quer para a comunidade, na Sala Pintor José Tagarro:

“A presente exposição, que constitui uma antevisão do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, serve-se dos trabalhos de investigação já realizados, da colecção do lavrador e ganadeiro António Duarte de Oliveira que a Câmara comprou, bem como de objectos e instrumentos de trabalho que a população local tem oferecido.” (I Exposição Mostra, 1984)⁸⁹

⁸⁶ Centro de Documentação do MRVCC, em Anexo.

⁸⁷ Centro de Documentação do MRVCC, em Anexo.

⁸⁸ Centro de Documentação do MRVCC, em Anexo.

⁸⁹ Texto distribuído durante a Exposição, em Anexo.

Esta exposição teve como objectivo principal envolver a comunidade local, sobretudo a rural, que manifestou o seu apoio à criação do Museu, através da oferta ou empréstimo temporário de objectos, sobretudo os da adega, durante o período do ano em que não eram utilizados nas tarefas agrícolas. A autarquia também quis comprometer o Ministério da Cultura e o Instituto Português do Português do Património Cultural, convidando, de novo, os respectivos responsáveis a visitar a “I Exposição Mostra do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo”, o que sucedeu no dia 12 de Dezembro de 1984. (1984)⁹⁰ A participação da população e o território bem definido - concelho do Cartaxo - os investigadores/museólogo e o apoio logístico da autarquia permitiram a aplicação do conceito de ecomuseu

“O Ecomuseu desenvolver-se-á com a participação da população local, que poderá participar de várias formas, desde a oferta de instrumentos de trabalho, fotografia antigas e outros objectos até ao fornecimento de informações sobre as técnicas agrícolas tradicionais.” (I Exposição Mostra, 1984)⁹¹

No âmbito da valorização e da fruição do património ‘in situ’ foi criada uma Rota do Vinho, que garantia a visita ao território do concelho, a quintas e adegas emblemáticas, a partir do Museu. (Acta da Câmara Municipal do Cartaxo, n.º 50/84, 1984) Esta, porém, não passou de poucas visitas. Morreu à nascença, porque a comunidade não se sentiu envolvida, nem a logística da autarquia foi capaz de garantir o funcionamento permanente da Rota.

A gestão do projecto museológico foi ganhando forma, subindo um patamar quando, em 28 de Janeiro de 1985, a Câmara Municipal deliberou, por unanimidade, designar para Presidente da Comissão Instaladora do Museu Rural e do Vinho a Vereadora Dr.ª Maria José Campos. (1985)⁹² A constituição de uma equipa pluridisciplinar permitiu criar uma excelente relação com a comunidade local, porque estava bem integrada no meio, quer urbano quer rural. Neste processo de organização do Museu existiu o poder de partilha na preservação e valorização dos bens culturais: descobriram-se novos patrimónios e novos saberes com a participação da comunidade. O Presidente da Câmara Municipal do Cartaxo e a equipa organizadora do Museu ouviram a comunidade para seleccionar os objectos que incorporaram nas colecções: não o quiseram organizar apenas com uma colecção que foi comprada e que seria suficiente para fazer uma exposição de cariz tradicional. Os agricultores foram convidados a participar com as suas alfaias que melhor podiam ajudar a interpretar a realidade

⁹⁰ Jornal “O Povo do Cartaxo”, em Anexo.

⁹¹ Texto distribuído durante a Exposição, em Anexo.

⁹² Acta, em Anexo.

histórica e actual do município. O Presidente da Câmara, na carta que dirigiu à população do concelho, solicitou apoio através de oferta de objectos: “Ao dar as suas ofertas, ao Museu da nossa terra, estará a contribuir para que os nossos usos e costumes não fiquem no anonimato nem no esquecimento das gerações vindouras.” (Carta à População do Cartaxo, 1984) A resposta foi rápida, tendo-se verificado a oferta ou o empréstimo de objectos, não só da comunidade local, como também de outras partes do país.

Este Museu foi concebido num período em que o Movimento da Nova Museologia estava em fase de constituição⁹³ e nas vésperas da sua inauguração realizou-se em Lisboa, de 3 a 8 Novembro de 1985, o II Atelier Internacional da Nova Museologia - Museus Locais. Foi neste contexto de novas práticas museológicas e num ambiente de mudanças de mentalidades de olhar para o património que se organizou esta nova instituição. (Actas do II Atelier Internacional – Museus Locais – Nova Museologia, 1985)

Antes da inauguração do Museu, a Câmara Municipal do Cartaxo divulgou o acto junto dos munícipes através de um texto onde agradeceu a colaboração da população:

“A Câmara Municipal do Cartaxo tem o prazer de informar a população que irá ser inaugurado no próximo sábado, dia 23 de Novembro pelas 15 horas, o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, situado na Quinta das Pratas. (...)

“Acredita a Câmara Municipal que a população do Concelho, habituada há séculos a esbravar os campos e a criar a riqueza que constitui hoje o seu progresso, também irá tomar como “seu” o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo contribuindo assim para o seu constante enriquecimento e renovação.” (MRVCC, 1985)⁹⁴

A Câmara Municipal depositava confiança nos munícipes, contando sempre com o seu envolvimento, participando de várias formas nas actividades do Museu: desde a preservação do património, a sua divulgação e o seu uso para múltiplos fins.

Numa primeira fase, o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo foi concebido com os espaços e serviços necessários para o seu funcionamento: recepção e loja, sala de exposição permanente e sala de exposição temporária, sala polivalente para conferências e promoções de produtos agrícolas⁹⁵, reservas visitáveis públicas, reservas não visitáveis, centro de documentação/biblioteca e espaço para conservação e restauro. As reservas visitáveis tornaram-se públicas a partir da necessidade que o Presidente da Câmara teve de expor a colecção que tinha comprado. Dada a incompatibilidade desse pedido com o

⁹³ O museólogo deste projecto museológico participou no Canadá no I Atelier Internacional da Nova Museologia em 1984 com uma apresentação (única) das experiências portuguesas no Canadá e foi organizador do II Atelier Internacional da Nova Museologia, em Lisboa, 1985.

⁹⁴ Texto em folha volante distribuído aos munícipes.

⁹⁵ O melhor vinho do Cartaxo era premiado e recebia um rótulo com o nome do Museu.

programa da narrativa da exposição permanente, devido quer ao espaço, quer ainda à repetição de objectos, resolveu-se com a apresentação pública das reservas, tanto das espécies museológicas compradas como adquiridas. Esta solução agradou à comunidade, aos visitantes/investigadores e aos políticos⁹⁶.

3.2. Crescimento (1985 – 1994)

Esta nova etapa do MRVCC, a partir da inauguração, marca o seu crescimento com a realização de diversas acções museológicas nomeadamente, investigação, inventário, conservação, comunicação.

A inauguração do MRVCC realizou-se no dia 23 de Novembro de 1985, acontecimento que foi notícia nos principais jornais diários e regionais (1987)⁹⁷: “Hoje pelas 15 horas, a Câmara Municipal do Cartaxo vai inaugurar o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo” (Cartaxo inaugura o seu Museu Rural, 1985)⁹⁸. Nesse mesmo dia foi apresentada uma publicação em forma de cronologia intitulada “Museu Rural e do Vinho do Concelho” onde a Vereadora da Cultura definiu a missão do Museu:

“Este Museu pretende assim constituir um espaço próprio, em que de forma organizada e sistematizada se promova o encontro entre o passado e o presente perspectivando, em simultâneo, o futuro. Ao mesmo tempo, poderá e deverá ser ainda um “pólo de desenvolvimento cultural e social”, ao alcance de todos, traduzindo-se num instrumento dinâmico de aproximação das populações, no contexto da cultura nacional.” (Campos M. J., 1985, p. 3)

Na mesma publicação, o museólogo coordenador numa breve “Nota Histórica”, afirmou que “A inauguração do Museu marca só uma primeira fase da sua criação e desenvolvimento”. (Nabais, 1985, p. 4) O jornal “O Ribatejo”, de 29 de Novembro, deu a notícia numa página, em cinco colunas, com o título “Um sonho chamado Museu Rural e do Vinho”, destacando em subtítulos: “Uma experiência entre nós”, “Um museu que é o dia-a-dia de cada um”. O jornal “O Primeiro de Janeiro”, de 3 de Dezembro de 1985, fez uma reportagem intitulada “O Concelho do Cartaxo vai transformar-se em ecomuseu”: “O Museu do Cartaxo será dentro de alguns anos um ecomuseu de características e concepções museológicas semelhantes às aplicadas noutros países com objectivos pedagógicos e culturais...” (1985). A “Rádio Renascença”, no dia 6 de Janeiro de 1986, no programa “Homens da Terra, com a nossa gente”, transmitiu uma entrevista com a Directora do Museu,

⁹⁶ Informação prestada oralmente pelo museólogo António Nabais.

⁹⁷ Revista, em Anexo.

⁹⁸ Jornal, em Anexo.

Dr.^a Maria José Campos (1987)⁹⁹. Ainda no mesmo mês, no dia 18, a “R.D.P. – Antena 1”, no programa “A Sesta de Sábado” dedicou duas horas de transmissão inteiramente dedicadas ao Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo (1987)¹⁰⁰.

O Museu rapidamente passou as fronteiras do território nacional através da sua difusão no estrangeiro em revistas da especialidade, nomeadamente na “Museum” (ICOM, 1985), número dedicado à memória de Georges Henri Rivière:

“Au début des années 80, la municipalité de Cartaxo a engagé le processus de création de son musée local. (...)

En 1984, le conseil municipal de Cartaxo a organisé des réunions entre agriculteurs, élus et spécialistes pour débattre du type de musée qui donnerait l’image la plus fidèle de la vie locale et répondrait mieux aux préoccupations réelles de la population.” (Nabais, 1985, p. 31)

A Câmara Municipal continuou a dialogar com a comunidade no sentido de preservar o património nas próprias freguesias do concelho através da criação de núcleos museológicos. Em 1986, no dia 25 de Abril, foi criado o Núcleo Museológico da Ereira do Museu Rural e do Vinho do Cartaxo. Com esta iniciativa cultural, intencionalmente descentralizadora, o Município do Cartaxo e a Junta de Freguesia da Ereira pretenderam preservar o património deste território com a participação activa da população local. Os moradores da freguesia aderiram a esta iniciativa e ao projecto, oferecendo e emprestando objectos de uso quotidiano e das diferentes actividades agrícolas praticadas na freguesia. A partir da colecção recolhida e dos estudos históricos e etnográficos organizou-se uma exposição no sótão do edifício da Junta de Freguesia, como ponto de partida para novos estudos e recolhas sobre o património cultural da Ereira¹⁰¹. Estava nos planos do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo a criação de vários núcleos museológicos: “O Núcleo da Ereira do Museu Rural e do Vinho constitui ainda um primeiro passo para a criação de outros núcleos que hão-de surgir no Concelho do Cartaxo.” (Campos M. J., 1986, p. 3)

Em 1986, o Museu adquiriu uma nova dimensão europeia com a candidatura ao Prémio do Conselho da Europa e ao Prémio Europeu do Museu do Ano. O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo foi admitido como candidato ao Prémio Europeu do Museu do

⁹⁹ Revista, em Anexo.

¹⁰⁰ Revista, em Anexo.

¹⁰¹ Estes objectivos não tiveram continuidade. A actividade museológica não passou da exposição que tem perdurado sem qualquer intervenção cultural e social. Está em fase de estudo para uma renovação através de uma nova intervenção activa da comunidade. Tudo acabou com a inauguração da exposição, porque na documentação do Museu e deste Núcleo Museológico não existem sinais de novas pesquisas e de novos trabalhos com a comunidade local. Actualmente a Presidente da Junta de Freguesia pretende retomar o processo de modo a criar uma unidade museológica para fruição da comunidade local.

Ano, referente a 1985, conjuntamente com o Museu do Teatro, de Lisboa e o Museu dos Coches, de Vila Viçosa, por proposta do Instituto Português do Património Cultural:

“Com o objectivo de conhecer o Museu do Vinho, deslocam-se ao Cartaxo, no próximo domingo, dia 19 de Outubro, dois importantes museólogos: o dr Richard Hoggart, chefe do Comité do EMYA e formalmente Director-Geral Assistente da UNESCO e o Friedrich Waldacher, director do Steirnar- Kisches Landesmuseum Joanneum, de Graz, na Austria.” (1986)¹⁰²

A visita destas figuras da museologia internacional veio a reconhecer perante a comunidade museal a importância desta unidade museológica. Por outro lado, certificaram um trabalho que a comunidade, os eleitos e os técnicos souberam conduzir durante anos de trabalho colectivo

“A visita decorreu em tom agradável, tendo o júri tomado notas dos motivos mais salientes que se reflectiram nas palavras finais de administração e estímulo pelo rigor de preservação de um património cultural que mergulha as suas raízes no sentir da vida colectiva, realçando o halo que transporta o passado, no evoluir das técnicas artesanais até à construção do presente.” (1986)¹⁰³

Esta visita premiou e estimulou o município do Cartaxo para continuar com rigor a tarefa da preservação do património cultural. A imprensa¹⁰⁴, nacional e regional, a propósito desta visita, deu bastante relevo ao Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, reconhecendo o empenho e esforço da autarquia na construção desta obra:

“Há um ano foi inaugurado, no Cartaxo, o Museu Rural e do Vinho, no lugar da Quinta das Pratas, e numa iniciativa da Câmara Municipal local. O museu, de grande valor etnográfico, já foi visitado por vários milhares de pessoas, de tal modo que, pelo interesse que originou, acabaram os interessados por se habilitarem a um prémio instituído pela Comunidade Europeia.” (Montejunto, 1986)

Provou-se que os visitantes também tiveram um papel importante no reconhecimento nacional e internacional deste Museu. Estes actos públicos foram um estímulo para que a obra iniciada tivesse continuidade, porque foi importante para a comunidade local e para a comunidade nacional e internacional o crescimento de um museu local inovador¹⁰⁵. A candidatura do MRVCC ao Prémio Europeu do Museu do Ano deu uma nova visibilidade ao Museu, não só a nível nacional, como internacional:

¹⁰² (Landesmuseum Joanneum – Graz (1986). Jahresbericht.).

¹⁰³ Jornal, em Anexo.

¹⁰⁴ “O Primeiro de Janeiro”, 19.07.1986; jornal “O Século”, 17-07.1986); “Jornal de Notícias”, 20.12.1986. O Prémio não foi instituído pela Comunidade Europeia. “O Povo do Cartaxo”, 14.12.1986. “Correio do Ribatejo”, 24.10.1986. Jornal “A Guarda”, 24.10. 1986.

¹⁰⁵ A partir deste acontecimento, verificou-se que técnicos de outras autarquias visitaram o MRVCC para desenvolvimento dos seus projectos associados a museus locais.

“A escolha do Museu Rural e do Vinho do Cartaxo pelo Instituto Português do Património Cultural para estar presente com 71 museus de 13 países da Europa, no concurso promovido pelo Conselho da Europa, em Junho último, representou a consagração internacional da instituição quase acabada de nascer e que, apesar da divulgação já feita, está longe ainda de merecer as atenções devidas, especialmente por parte dos agentes que lidam com turistas estrangeiros.” (European Museum of the Year Award, 1987)¹⁰⁶

Esta candidatura ofereceu a publicidade que os museus locais necessitam para puderem sobreviver perante tutelas que não compreendiam a função social de um museu. Este impacto veio ao mesmo tempo reconhecer publicamente o investimento que a autarquia fez no campo da cultura. A internacionalização do Museu deu-se, de facto, com esta candidatura ao Prémio Europeu do Museu do Ano:

“O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo foi recentemente eleito, por uma comissão da CEE, como um dos melhores da Europa, figurando numa lista internacional de museus, entre algumas de algumas dezenas de outros museus similares. O museu engloba os testemunhos materiais e espirituais que ajudam a compreender a organização e evolução da vida rural do concelho.” (1986)¹⁰⁷

A partir desta divulgação além fronteiras, o Museu sentiu necessidade de fazer um desdobrável em língua estrangeira, porque o universo dos públicos alargou-se para fora do país: “Editado pela Câmara Municipal do Cartaxo, saiu recentemente um desdobrável ilustrado, com versão em língua inglesa, traçando, muito bem elaborada síntese, o retrato do Museu.” (1986)¹⁰⁸

O Museu não reduziu as suas actividades apenas a visitas às exposições, também participava noutros eventos, nomeadamente em jornadas gastronómicas, como aconteceu com as primeiras do concelho que se realizaram no próprio Museu. (1987)¹⁰⁹

Em Maio, durante três dias, na “Rádio Televisão Portuguesa”, no programa “Jornal da Tarde”, o Museu foi divulgado com bastante impacto junto dos telespectadores (1987)¹¹⁰. A revista “Atlantis”, publicação da TAP, intitulou o artigo sobre a divulgação do MRVCC de uma forma original ao escrever ‘Um Museu de Boa Casta’ (A ‘Vintage’ Museum):

“O museu é o primeiro passo do que se pretende que seja – com a mesma intenção de mostrar o quotidiano vivido – a Rota do Vinho. Um itinerário com visitas guiadas a quintas, casas rurais, adegas, lagares e campos de cultivo da região.” (Fernandes, 1987, pp. 52-54)¹¹¹

¹⁰⁶ Jornal, em Anexo.

¹⁰⁷ Jornais “O Primeiro de Janeiro” e o “Diário Popular”, em Anexo.

¹⁰⁸ Jornal, em Anexo.

¹⁰⁹ Jornal, em Anexo.

¹¹⁰ Revista, em Anexo.

¹¹¹ Revista, em Anexo.

O Museu apareceu como uma sala de visitas que remetia os visitantes para o território para contactarem com a realidade patrimonial. Foi esta a imagem que a comunicação social deu do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo. Em 1987, o jornal “Diário de Lisboa” confirmou esta mensagem transmitida a quem o visitava: “Cartaxo visto por um... Museu! A vida rural de um concelho onde o vinho é a maior atracção.” (Rodrigues, 1987)¹¹² Este mesmo jornal deu, novamente, a notícia da compra da Quinta das Pratas, onde foi instalado o Museu, por deliberação do município de 21 de Maio de 1979 aos herdeiros do banqueiro Francisco Vieira Machado. Igualmente, no mesmo ano, outro jornal nacional, a “Capital”, pôs em evidência o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo:

“Numa quinta de 22 hectares à saída do Cartaxo na estrada para Rio Maior, situa-se uma instituição cultural em que se guardam alguns dos mais importantes valores materiais e espirituais da história antiga das populações da vila. Mas é daqui, da Quinta das Pratas, que foi propriedade de um banqueiro, comprada pela Câmara local em 1979, que irradia também o presente e se pretende agarrar o próprio futuro, através do Museu Rural e do Vinho.” (Silva M., 1987)¹¹³

O jornalista interpretou bem a vocação do Museu ao apresentar o passado, ao reflectir o presente e ao prospectar o futuro. A revista “O Cartaxo”, de Novembro de 1987, para além de incluir um anúncio com um convite para visitar o Museu, tem duas páginas dedicadas ao MRVCC nos órgãos da comunicação social:

“Ao longo deste curto período da sua existência, foi visitado por cerca de 16.000 pessoas e tem andado nas bocas do mundo, como é costume dizer-se! “Referido e enaltecido pelos principais órgãos da Comunicação Social, nacionais e regionais, foi notícia nos jornais, uma presença viva na rádio e até deslumbramento, em pelo menos três emissões que a R.T.P. lhe dedicou.” (1987)¹¹⁴

A própria comunicação social reconheceu o Museu como instituição ‘ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento’: “Veículo assim, por excelência, da promoção da nossa terra e das nossas gentes, o Museu Rural e do Vinho tem prestado um bom serviço ao Cartaxo”. (1987)¹¹⁵

A dinâmica do MRVCC reflectiu-se também nas exposições temporárias que ajudavam a interpretar a vida da comunidade no passado, no presente e perspectivando o futuro. As “Tabernas de Lisboa” foram a temática escolhida para uma exposição que esteve aberta ao público no Museu, de 25 de Novembro até 31 de Dezembro de 1987. Teve 743

¹¹² Jornal, em Anexo.

¹¹³ Jornal, em Anexo.

¹¹⁴ Revista, em Anexo.

¹¹⁵ Revista, em Anexo.

visitantes: 165 com menos de 18 anos e 578 adultos. (1987)¹¹⁶ Foi uma exposição do fotógrafo de Luís Pavão, cujas fotografias vieram testemunhar o papel económico e social que o vinho do Cartaxo teve na vida dos bairros típicos de Lisboa, sobretudo em Alfama.

Em 7 de Janeiro de 1988 foi inaugurada a exposição “A História do Concelho do Cartaxo - A História... O Homem... O Território”, que esteve aberta ao público até ao dia 17 de Maio, tendo sido visitada por 4.456: 1.874 menores de 18 anos e 2.682 adultos. (1987)¹¹⁷ No dia 18 de Maio, Dia Internacional dos Museus, foi aberta a exposição “Mostra Bibliográfica sobre o Vinho”, com livros, fotografias, garrafa, cabaça, prato, jarro, até ao dia 13 de Setembro, tendo sido visitada por 2.973 pessoas: 1.267 menores de 18 anos e 1.706 com mais idade. Esta exposição apresentou livros sobre a temática do vinho e da vida rural oferecidos ao Centro de Documentação/Biblioteca do Museu pelo agricultor Alberto Empis. (1988)¹¹⁸ Logo após o encerramento desta exposição abriu outra sobre os “Barcos do Tejo” com fotografias, livros, textos e gravuras, do dia 14 de Setembro até 25 de Outubro de 1988. Recebeu 1.442 visitantes: 344 menores de 18 anos e 1.098 com idade superior (1988)¹¹⁹. Ainda em 1988 foi inaugurada uma nova exposição temporária, de 26 de Outubro a 7 de Março de 1989, sobre o “Artesanato do Concelho do Cartaxo”, trabalhos em cerâmica, em verga, bunho e madeira, que teve 2.417 visitantes: 975 menores de 18 anos e 1.442 com mais idade. (1988)¹²⁰

A importância do Museu na vida económica da região foi veiculada em vários órgãos da comunicação, em jornais e revistas: “A Câmara Municipal do Cartaxo, decididamente, não tem deixado por mãos alheias o crédito devido à vitivinicultura no seu concelho. A atestá-lo, de imediato, aí está o Museu Rural e do Vinho.” (1988)¹²¹

Durante os dias 25, 26 e 27 de Novembro de 1988, o Museu Rural e do Vinho do Cartaxo e o Centro Cultural Regional de Santarém promoveram o 1.º Encontro sobre os Museus Locais do Distrito de Santarém que teve como objectivos:

“Definir os instrumentos de trabalho para a organização de um museu local; descobrir as soluções adequadas para a organização e funcionamento dos museus locais do Distrito de Santarém; definir o Museu como instrumento de desenvolvimento de comunidade local e/ou regional.” (1988)¹²²

¹¹⁶ Em Anexo.

¹¹⁷ Em Anexo.

¹¹⁸ Em Anexo.

¹¹⁹ Em Anexo.

¹²⁰ Em Anexo.

¹²¹ “O Escanção” e “Jornal 07”, em Anexo.

¹²² Programa do 1.º Encontro Museus Locais do Distrito de Santarém (1988); jornal “Europeu”, 24.11.1988; jornal “O Ribatejo”, 24.11.1988; jornal “Correia da Manhã”, 25.11.1988; jornal “Correio do Ribatejo”; jornal “Diário de Notícias”, Jornal “Diário Popular”, 22.11.1988, em Anexo.

O programa compreendeu três temas: “O museu local como instrumento de reabilitação do património cultural e das actividades económicas e tradicionais; Organização de um museu local: recolha e registo, investigação, conservação e divulgação; Divulgação e animação de museus.” Teve como destinatários: autarcas, responsáveis e técnicos, e membros de associações de defesa do património do Distrito de Santarém. (1988)¹²³ De entre as conclusões destacou-se

“O reconhecimento da importância crescente que as autarquias e agentes culturais vão dispensando à criação de museus locais, como suportes da memória colectiva associados a políticas de defesa e valorização do património das comunidades onde se inserem; e ainda o reconhecimento do museu enquanto instrumento privilegiado da difusão da cultura e da política de desenvolvimento local e regional.” (1988)¹²⁴

Este Encontro confirmou o papel das autarquias e dos museus locais para colocar o património cultural ao serviço das comunidades.

Em 11 de Março de 1989, inaugurou-se a exposição temporária “O Cavalo, a Alma e a Terra” que esteve aberta ao público até 17 de Novembro do mesmo ano, atingindo 6.765 visitantes: 1.396 com menos de 18 anos e 5.369 com idade superior.

A comunicação social interessou-se pelo Museu e com frequência ouviu os responsáveis do projecto museológico, nomeadamente a sua Directora, Dr.^a Maria José Campos, Vereadora do pelouro da Cultura: “O museu está intimamente ligado à vida quotidiana da comunidade local, procurando levar aos visitantes a sua principal mensagem, que é transmitir a história presente do futuro que queremos construir.” (Almeida, 1988, p. 15) Os eleitos da autarquia reconheceram a importância desta instituição cultural na vida quotidiana da comunidade local. Falavam em uníssono sobre este assunto, como confirmavam as palavras de Renato Campos, Presidente da Câmara Municipal do Cartaxo

“... é com acções como esta, de um Museu de características regionais, que se poderá acreditar que as Regiões terão um dia o peso que merecem, potencializando as suas riquezas naturais, valorizando enfim a produção quotidiana do trabalho das populações locais.” (Almeida, 1988, p. 15)

Em 1989, no desempenho do seu papel de agente de divulgação do património cultural, o Museu editou o número 2 dos “Cadernos Históricos – Concelho do Cartaxo”, intitulado a “Indústria Vitivinícola do Séc. XIX, no Concelho do Cartaxo”.

¹²³ Programa do 1.º Encontro Museus Locais do Distrito de Santarém (1988), em Anexo.

¹²⁴ Jornal “O Ribatejo”; jornal “O Século”, 01.12.1988; Jornal “Correio do Ribatejo”, 09.12.1988; jornal “O Povo do Cartaxo”, 15.12.1988; revista “Ribatejo Agrícola e Pecuário”, Out., Nov., Dez., 1988, em Anexo.

Em 25 de Novembro de 1989, celebrou-se o 4.º Aniversário do Museu com a abertura da exposição sobre “O Traje no final do séc. XIX no Concelho do Cartaxo” que veio a encerrar em 15 de Março de 1990: “A exposição que integra diferentes tipos de traje e acessórios, desde os mais populares aos mais mundanos.” (1989)¹²⁵ A divulgação deste evento foi feita para todos os órgãos de comunicação social: imprensa nacional e regional, rádios locais e regionais. Teve 2.163 visitantes: 697 com menos de 18 anos e 1.466 com idade superior. Foi uma exposição organizada com a participação activa da população local:

“De facto, só com a colaboração empenhada e entusiasta de várias pessoas e famílias do concelho do Cartaxo, foi possível concretizar esta exposição, ponto de partida para uma investigação a que agora o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo deve dar continuidade.” (1989)¹²⁶

Durante o ano de 1990, realizaram-se duas exposições temporárias: de 16 de Março a 27 de Novembro, a exposição subordinada ao tema “A História do Concelho do Cartaxo” com textos, livros, fotografias, reproduções dos forais, tendo sido visitada por 4.427 pessoas; no dia 25 de Novembro de 1990, assinalando o aniversário do Museu, foi inaugurada a exposição temporária sobre “O Cartaxo de Outros Tempos... Tipografias e Retratos”, com a participação de uma tipografia e a um fotógrafo local, que perdurou até 25 de Julho de 1991, tendo sido registados 3.860 visitantes. (1990)¹²⁷ A participação da comunidade nas actividades do Museu foi uma preocupação constante, como reflectiu o texto de divulgação desta exposição:

“O Museu é um espaço vivo onde se colocam à disposição da comunidade os múltiplos aspectos da obra cultural de um povo, dando resposta à necessidade legítima de informação, ao mesmo tempo que suscita a curiosidade e incita à descoberta e ao desenvolvimento.” (1990)¹²⁸

A confiança na comunidade para manter o Museu vivo e útil foi uma constante nesta fase de Crescimento do Museu, onde a museologia era participativa e activa:

“Estamos certos que a partir desta exposição outras informações e outros testemunhos serão conseguidos com a participação dos cidadãos do município, É este um dos principais objectivos desta iniciativa, porque confiamos na museologia participativa. Um museu local é obra de toda a comunidade e para toda a comunidade.” (1990)¹²⁹

¹²⁵ Texto do Gabinete de Imprensa da Câmara Municipal do Cartaxo, em Anexo.

¹²⁶ Desdobrável da Exposição, em Anexo.

¹²⁷ Em Anexo.

¹²⁸ Em Anexo.

¹²⁹ Em Anexo.

A preocupação do Museu não assentava no número de visitantes, mas na participação da comunidade nos actos museais.

Em Outubro de 1991, iniciou-se um programa ‘inter-museus’ entre o Palácio Nacional de Queluz e o Museu Rural e do Vinho do Cartaxo que teve como objectivos gerais

“ - Estimular o contacto entre grupos escolares de áreas e realidades diferentes:

. Meio Rural

. Meio Urbano de periferia

- Permutar conhecimentos e experiências de Serviços Educativos.” (1991)¹³⁰

Esta iniciativa atingia duas comunidades distintas, uma urbana e uma rural: “Os destinatários eram a “população escolar das zonas de Queluz e Cartaxo (1.º ciclo) ”. (1991)¹³¹

O programa previa no Cartaxo – “Um dia no Campo”, com visita à Quinta do Açude do Cavaleiro Tauromáquico Manuel Jorge de Oliveira, onde se explorava o tema: o cavalo e o touro nas tradições ribatejanas; visita ao Museu onde se abordava o tema: vivência quotidiana no mundo rural; ‘pic-nic’ no jardim do Museu; visita à Quinta Agrícola Madrevinhos, onde se explorava a temática: “a importância de vinha e do vinho na economia do Cartaxo.” (1991)¹³²
Este projecto permitiu fazer uma ponte entre o mundo urbano e o rural.

De 5 de Dezembro de 1992 a 12 de Novembro de 1993, o Museu apresentou a exposição “Vasilhame vinário: do tonel ao copo” que teve 4.553 visitantes.

A 28 de Novembro de 1993, foi reforçada a importância que este Museu atribuiu à vitivinicultura com a inauguração do Núcleo da Vinha e do Vinho. Este Núcleo contou uma exposição permanente dedicada ao vinho e ainda com um auditório e um centro de promoção vitivinícola. Esta nova área resultou da utilização do edifício onde se situavam as adegas.¹³³
Esta intervenção arquitectónica não respeitou as regras que devem ser seguidas na recuperação do património nem as normas de acessibilidade. Só foram preservados os lagares e uma cuba num espaço descaracterizado pelo novo projecto arquitectónico¹³⁴.

A narrativa expositiva colocou em relevo o vinho, tema de eleição para comunidade local e para os eleitos. Num cenário de adega foi projectado um percurso expositivo através do qual foi possível apresentar a dimensão social, económica, técnica e cultural deste produto agrícola.

¹³⁰ Em Anexo.

¹³¹ Ibid.

¹³² Ibid.

¹³³ Manuscritos para o novo Roteiro do Museu. Centro de Documentação do MRVCC, em Anexo.

¹³⁴ Segundo informações orais do museólogo responsável pelo programa museológico, o arquitecto não respeitou o caderno de encargos, onde se previa a salvaguarda da identidade do edifício.

Com a inauguração deste novo espaço, o MRVCC ficou preparado para novos desafios museológicos.

3.3. O Declínio (1994- 2001)

Este período chama-se ‘declínio’¹³⁵ porque a actividade museológica do MRVCC resumiu-se no abrir e fechar das salas de exposição permanente, oferecendo apenas a visita à comunidade. A partir de 1994, o MRVCC sofreu uma profunda alteração, quer nos serviços quer nos espaços museológicos, visto que o novo Presidente da Câmara não deu continuidade à dinâmica que o Museu tinha adquirido, desde a sua Génese até ao Crescimento: afastou a directora, dispensou a colaboração do museólogo, retirou o edifício sede com os serviços técnicos a sala polivalente, a sala de exposições temporárias, as reservas visitáveis, o centro de documentação e destruiu os espaços de exposição permanente de alfaias agrícolas. Com esta medida, reduziu o Museu às salas de exposições permanentes e a duas funcionárias que garantiam a sua abertura¹³⁶. Na intervenção arquitectónica do edifício principal da Quinta¹³⁷ não foram respeitadas as normas de preservação do património histórico. Por questões económicas foi destruído e sujeito a uma nova construção e, face a esta medida, a comunidade local reagiu, contestando o trabalho executado pela autarquia.

A actividade do Museu limitou-se à abertura das salas de exposição e a visitas guiadas. As restantes funções foram desactivadas: as colecções da reserva foram abandonadas, quer em armazéns desadequados para a segurança e conservação, quer no exterior dos edifícios, ao abandono e à degradação total; a incorporação e a investigação foram esquecidas; a comunicação e a relação com a comunidade não existiam. Apresentaram-se algumas exposições temporárias, elaboradas individualmente e fora do âmbito do Museu, sem obedecerem a uma programação. De 27 de Fevereiro a 31 Setembro de 1999, realizou-se a exposição “A Tanoaria no Concelho do Cartaxo: o falar das mãos”. No mesmo ano, de 20 de Novembro a 3 de Dezembro, apresentou-se uma exposição de pintura, de 30 de Novembro a 7 de Dezembro a IX Exposição Colectiva de Artesanato e Pintura, de 4 a 12 de Dezembro uma exposição sobre Azulejaria e em 2000, de 27 a 2 de Abril, realizou-se a exposição “Peixes de Água Doce” (2000)¹³⁸.

¹³⁵ 1994. Assume a Presidência da Câmara Municipal do Cartaxo, José Manuel Vieira Conde Rodrigues.

¹³⁶ Este Presidente da Câmara (1994- 2000) foi de seguida Secretário de Estado da Cultura.

¹³⁷ Era a casa de habitação dos antigos proprietários, característica deste tipo de quintas.

¹³⁸ Em Anexo.

De qualquer modo, a memória do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, criada nas fases anteriores, perdurou na comunidade que, rapidamente, recuperou a sua identidade.

3.4. Expansão 2000

Esta fase de Expansão¹³⁹ traduziu-se em dois momentos: o primeiro em repor as actividades museológicas abandonadas no período anterior; o segundo diz respeito à expansão do Museu com um novo projecto museológico.

Inaugurou-se uma nova fase do Museu, reconstituindo a equipa de trabalho¹⁴⁰ e programando exposições temporárias. Integrado no 17.º Aniversário do Museu Rural e do Vinho do Cartaxo, inaugurou-se no dia 23 de Novembro de 2002 a exposição temporária “Cartaxo de outros tempos... Hábitos e Costumes”. (2002)¹⁴¹ Esta exposição foi organizada com a participação da população do concelho: “Para montar a exposição, integrada no 17.º aniversário do Museu Rural e do Vinho, a organização contou com a ajuda de munícipes de todas as freguesias do concelho”. (Santiago, 2004)¹⁴² No dia 18 de Maio, Dia Internacional dos Museus, foi inaugurada a exposição “O Tejo e os Avieiros”, que esteve aberta até 31 de Agosto de 2003. (2003)¹⁴³ No mesmo ano, “A Escola” foi o tema da exposição temporária que decorreu de 23 de Novembro a 29 de Fevereiro de 2004. (2004)¹⁴⁴

O impacto internacional do MRVCC reflectiu-se também nos roteiros de grande divulgação como é o guia ‘Michelin’ que, de entre os poucos museus referidos, aconselhou o Museu do Cartaxo: “Este interessante museu ocupa uma quinta rural do séc. XIX. Expõe de uma forma instrutiva uma grande quantidade de instrumentos e alfaias que permitem seguir a evolução das técnicas da vinificação.” (2002, p. 262)

Em 8 de Dezembro de 2004, o Museu Rural e do Vinho cumpriu mais uma etapa da sua existência com a requalificação do percurso expositivo do núcleo que a partir desta data se dedicou ao “Homem, ao Touro e ao Cavalo”. O Presidente da Câmara no texto destinado ao Roteiro definiu o papel do Museu:

¹³⁹ Assume a Presidência da Câmara Municipal do Cartaxo, Francisco Monteiro Pereira (2000-2001); 2002 - assume a Presidência da Câmara Municipal do Cartaxo, Paulo Caldas.

¹⁴⁰ Voltam os anteriores colaboradores: Vitor Varela, como técnico da autarquia, com múltiplas actividades, e António Nabais, como assessor para a museologia.

¹⁴¹ Em Anexo.

¹⁴² Jornal A Voz de Pontével; jornal O Povo do Cartaxo, 19 de Dezembro de 2002, em Anexo.

¹⁴³ Em Anexo.

¹⁴⁴ Em Anexo.

“O Museu Rural e do Vinho é uma referência para os munícipes do concelho do Cartaxo e para todos aqueles que nos visitam: para os primeiros pela importância que o património cultural tem nos processos identitários da população, para os segundos pelo cartão de visita que este constitui. Este museu não se limita ao espaço fechado dedicado à exposição permanente, ele tem o seu prolongamento em todo o território municipal, concretizado através da definição de itinerários que levem os cidadãos a visitar o património ‘*in situ*’. (...) O Museu Rural e do Vinho é um equipamento cultural municipal que, em defesa da identidade do território, permite valorizar a ruralidade deste concelho como uma mais-valia no desenvolvimento económico ao longo dos séculos, muito em especial dando o devido destaque ao Vinho e à Vinha que faz do município a Capital do Vinho, um sinal claro da sua afirmação na região e no País.” (Caldas, 2004, p. 3)

O autarca usou a linguagem que sempre foi utilizada pelo seu antecessor que esteve na Génese e Crescimento do Museu, nomeadamente a preservação do património ‘*in situ*’ e a sua valorização para o desenvolvimento da comunidade.

O responsável científico dos conteúdos e da museologia do Museu revelou que esta nova exposição já deu sinais de mudanças na política cultural do município:

“Como todas as instituições humanas também teve momentos altos e momentos baixos. Igualmente, como se passa em muitos museus, dependentes de vontades políticas, sensibilidades e entendimentos do valor do património cultural, esteve sujeito a condicionalismos (temporalidade política dos presidentes das autarquias: ciclos de 4 anos). A actual vontade política é favorável a uma mudança, a uma actualização e a uma maior aproximação do Museu da comunidade municipal, como se pode ver com a obra que se inaugura agora, resultado de uma actualização de parte do percurso museológico. A presente renovação não alterou nem o conceito nem os conteúdos iniciais do Museu. Reflecte, porém, mais investigação sobre o património cultural do concelho e uma museografia actualizada, criando uma narrativa expositiva mais eficaz e, esteticamente, mais adequada à apresentação dos objectos. Portanto, o conceito de uma colecção, um território e uma população continua, embora com um novo discurso expositivo.” (Nabais, 2004, pp. 8-9)

Foi reconhecida uma nova fase na vida do Museu, quer com a nova linguagem do Presidente da Câmara Municipal quer com a renovação de uma parte do percurso expositivo. Esta mudança também teve eco na imprensa regional: “Com a abertura de um novo módulo, o Museu Rural e do Vinho, se houvesse competição de museus, ia ganhar por certo, uma medalha de ouro. Magníficas instalações devidamente apetrechadas convidam à descoberta do mundo rural e do vinho.” (Vasconcelos, 2004)¹⁴⁵

Este mesmo jornal referiu que Manuel Oleiro, Director do Instituto Português de Museus, que esteve presente na inauguração desta exposição, salientou “... quanto os museus deste tipo e desta qualidade são essenciais para uma comunidade e são agentes de uma forte dinâmica cultural e alicerces da formação do cidadão.” (Vasconcelos, 2004)¹⁴⁶

¹⁴⁵ Jornal, em Anexo.

¹⁴⁶ Id. Ibid.

Uma monografia do concelho do Cartaxo, publicada em 2004, referiu que o Museu foi útil como fonte para a elaboração deste tipo de obras e, igualmente, dedicou algumas páginas a caracterizá-lo:

“Este Museu tem a oportunidade de oferecer aos visitantes, os testemunhos materiais e espirituais que ajudam a compreender a organização e acima de tudo, a evolução da vida rural no Concelho do Cartaxo. Ao percorrermos este espaço, mergulhamos no ritmo do labor da terra, inscrito no mundo rural e na própria história económica, social e cultural da região.” (2004, pp. 67-68)

Os investigadores, quer de histórica local quer de museologia, confirmaram com as suas visitas de estudo a importância desta instituição cultural também no domínio da investigação.

A APOM para celebrar o seu 40.º Aniversário (1965-2005) escolheu o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, que durante em 2005 celebrou o seu 20.º aniversário. No dia 11 de Novembro do mesmo ano, realizou-se uma mesa redonda para recordar o percurso histórico da Associação e um jantar comemorativo com o objectivo de festejar a vida e história da APOM.

A dimensão cultural e pedagógica do Museu foi um marco importante na história do vinho, como vários autores e especialistas sobre esta temática afirmaram:

“A principal mostra relacionada com o vinho está patente na antiga adega recuperada para este objectivo museológico. Aí se pode tomar conhecimento da actividade vitivinícola desde a plantação do Bacelo, ao tratamento e amanho da vinha e à feitura e conservação do vinho. É um espaço agradável e pedagógico.” (Salvador, 2006, pp. 172-173)

A participação activa da população do Cartaxo passou novamente a ser uma prática com a oferta de objectos que testemunham de várias formas a história desta comunidade. Assim aconteceu, em 2006, com o equipamento de laboratório de um antigo colégio da cidade:

“ O Museu Rural e do Vinho do Cartaxo completou 21 anos no dia 23 de Novembro de 2006 e recebeu como prenda, o antigo Laboratório de Físico-Química que se encontrava no Colégio Marcelino Mesquita. A doação surgiu pela mão de Fernando Ribeiro.” (2007, p. 27)

Como acto de agradecimento foi dada a visibilidade à oferta da colecção através de uma exposição temporária e da incorporação no percurso expositivo de alguns objectos que vieram enriquecer a narrativa expositiva.

As mudanças que documentam a segunda fase da Expansão encontram-se tratadas no novo projecto museológico do MRVCC, no Capítulo 4 deste trabalho.

3.5. Considerações gerais

O Museu Rural e do Vinho do Concelho Cartaxo, embora tenha sido organizado segundo uma perspectiva inovadora para a época, marcando uma ruptura com a prática museológica dos museus municipais convencionais criados até ao início da década de oitenta do Século XX, e usando uma nova linguagem, nem sempre conseguiu conquistar a comunidade local, assim como nem desenvolver o campo de acção museológica de uma forma sistemática e contínua. Esta prática museológica deve-se a vários factores, tais como:

- participação da comunidade de uma modo informal nas decisões ligadas ao Museu;
- preponderância da vontade política em todos os actos museológicos: requalificação e adaptação dos edifícios, aquisição de colecção particular, exposições, rota, núcleos museológicos;
- não foi dada continuidade a uma descentralização, traduzida na preservação do património ‘in situ’;
- baixa participação da comunidade escolar, nomeadamente dos estabelecimentos de ensino da cidade do Cartaxo¹⁴⁷;
- a falta de um quadro de pessoal permanente especializado no domínio da museologia¹⁴⁸;
- pouca investigação sobre o património;
- flutuações na política cultural devidas à mudança do poder autárquico.

Apesar de tudo, a população participou na recolha e oferta de objectos, bem como na prestação de informações sobre a vida quotidiana. Por outro lado, verificou-se que a comunicação social deu, sobretudo na fase inicial, uma grande projecção, não só devido à temática, ao acervo e à originalidade do conceito do Museu, como também à candidatura ao Prémio Europeu do Museu do Ano.

A comunidade quer recuperar o seu Museu através de um serviço que dê resposta às novas necessidades; por outro lado, a análise histórica veio demonstrar a importância de um novo projecto museológico alargado a todo o território com vista a servir a sociedade para o seu desenvolvimento.

¹⁴⁷ A Escola Secundária está junto ao Museu e habitualmente não o usa.

¹⁴⁸ Recurso pontual a um museólogo.

4. Musealização do Concelho do Cartaxo

“O viajante experimentado e fino chega a qualquer parte...”
(Garrett, 1963, p. 50)

A Musealização do Concelho do Cartaxo consistiu na requalificação do MRVCC e na criação do Museu do Rio Tejo, assim como na valorização e preservação do Património ‘in situ’ deste concelho, a partir de um projecto museológico. Adoptou-se o conceito de processo de musealização por ser dinâmico, onde algo se desenrola, que vai acontecendo, uma vez que

“Un projet muséal n’est généralement pas immuable; il évolue progressivement, insensiblement presque, de sorte qu’il reste branché sur son temps, en adéquation avec les aspirations du public, également évolutives, et les missions, notamment politiques, assignées au musée à chaque époque. L’évolution peut aussi se faire plus brutalement, à la faveur de la réorganisation totale d’une collection ou de la réorientation d’un musée.” (Gob & Drouguet, 2008, p. 71)

O museu não deve ser entendido como uma instituição concluída: evolui, de acordo com a investigação e as necessidades dos seus públicos. Segundo Waldisa Russio, a propósito do Museu da Indústria de São Paulo, “... o museu será, duplamente, uma *obra aberta*: Enquanto *Museu - Processo*, êle próprio, Museu; Enquanto o objeto de seu registro, também um *processo* é considerado algo não – acabado, mas ‘em se fazendo’.” (Guarnieri, 1981) A obra de um museu nunca acaba, como já dizia o museólogo João Couto, em 1964, a propósito do Museu Nacional de Arte Antiga: “Um museu é uma obra que leva anos a organizar-se, pode mesmo levar dezenas, centenas de anos.” (Couto, 1964, p. 235) Os museólogos que trabalham nos museus têm em comum este sentimento, como também se expressou António Nabais na sua prática, nas intervenções públicas e nos seus textos: “Os museus são instituições culturais que nunca devem estar concluídos. Exigem uma actualização permanente de modo a assegurarem as respostas aos problemas dos públicos.”¹⁴⁹ (Nabais, 2006, p. 43)

A necessidade de dar uma nova imagem e dimensão aos espaços museológicos do MRVCC, não só com o objectivo de restituir as áreas retiradas ao Museu por uma gestão municipal que não conhecia as funções de uma instituição museológica¹⁵⁰, mas também de expandir para dar resposta a novos serviços com espaços adequados, tais como: sala de

¹⁴⁹ “Um museu começa com a inauguração”: o mesmo museólogo fez esta afirmação ao Presidente da Câmara do Cartaxo que considerou o Museu terminado com a inauguração da segunda fase, quando assumiu a Presidência da Autarquia em 1994 (ver entrevista com António Nabais, no Anexo).

¹⁵⁰ Ver Capítulo – 2, 2.4. – O Declínio.

exposição, centro de documentação/biblioteca, reservas públicas¹⁵¹, gabinetes e equipamentos para colectividades. Desta forma foi elaborado um projecto museológico com a designação de ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, integrando o ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer’, bem como o projecto do ‘Património ‘In Situ’’. Desenvolveu-se um projecto museológico de modo a que os objectivos culturais não se limitassem apenas aos políticos e aos técnicos

“Les objectifs culturels ne se réduisent nullement aux politiques et actions programmées et mises en oeuvre dans un champ circonscrit appelé “culture”; ce sont visées et des pratiques globales de l’homme et des hommes, marquant de leur sceau tous les secteurs et forme d’activité et de vie, don plutôt inter-sectorielles; il s’agit de l’insertion d’une dimension directrice dans tous les champs – économique, social, politique, etc. – de telle sorte qu’une texture profonde les relie en une unité définie par la dignité humaine.” (Godinho, 1982, p. 64)

Foi esta visão alargada da cultura que se pretendeu ver enquadrada neste projecto museológico, onde incluísse o diálogo com os políticos, os especialistas e a comunidade para encontrar um museu capaz de responder às questões de hoje e do futuro.

O Cartaxo adquiriu a sua identidade através do vinho, produto agrícola muito importante para a economia da comunidade local e para o desenvolvimento da sua relação comercial com o exterior. O vinho do Cartaxo nas exposições internacionais apresentava-se como um património que deixava uma imagem de qualidade, como se verificou em Paris, em 1878:

“O Concelho do Cartaxo produz excelentes vinhos. Os viticultores do Cartaxo dedicam o máximo cuidado tanto ao cultivo das vinhas como ao fabrico do vinho cuja reputação aumenta constantemente tornando-se cada vez mais procurados quer para o consumo interno quer para a exportação para as possessões ultramarinas como para a América”. (Soares, 1878, pp. 22-23)

O vinho desenvolveu a economia local e deixou marcas na paisagem vinhateira, nas quintas e nos espaços urbanos com a construção de adegas que assinalaram a indústria vinícola na arquitectura das ruas do Cartaxo e de todas as freguesias do concelho. Perante esta realidade histórica e patrimonial, o Presidente da Câmara Municipal lançou o projecto ‘Cartaxo, Capital do Vinho’: “É muito importante manter em permanência, esforços de comportamento e atitude para reforçar aquilo que continua a ser uma referência de orgulho pelas nossas gentes, ou seja, a identidade do Cartaxo enquanto terra de vinho.” (Caldas, 2004, p. 14) Esta valorização do vinho como produto de referência do concelho foi ainda

¹⁵¹ O Museu abriu com umas reservas visitáveis públicas, porque era uma forma da comunidade ver os seus objectos permanentemente.

evidenciada pelo mesmo autarca ao querer dar maior evidência ao Museu, porque ocupa um lugar essencial para este projecto de desenvolvimento:

“O crescimento urbano, indispensável para a evolução social e económica, não poderá no entanto colocar em causa a importância e o papel das áreas rurais no equilíbrio ambiental e cultural do concelho, considerando no caso do concelho do Cartaxo toda a sua actividade produtiva, de que se destaca, naturalmente, a vitivinicultura. (...)

Estas são algumas das razões que levaram este executivo a dar uma particular atenção ao Museu Rural e do Vinho e a lançar e dinamizar o projecto Cartaxo – Capital do Vinho”.
(Caldas, 2004, p. 14)

Foi numa perspectiva de desenvolvimento social e económico que o Presidente da Câmara viu o Museu. Assim, o MRVCC, nos planos da autarquia, desenvolveu um trabalho na defesa da identidade do Cartaxo com o ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, uma vez que “Parmi de multiples facteurs, la décision de construire, de rénover ou d’étendre un musée paraît être éminemment politique.” (Ballé e Poulot, 2004, p. 216) Neste contexto, a requalificação do Museu foi classificada como projecto estruturante¹⁵², candidatando-se a financiamentos do Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN). Ao mesmo tempo, a ARH, IP - Tejo reconheceu a importância da criação de um Museu do Rio Tejo, no Concelho do Cartaxo, em articulação com a equipa do MRVCC, para a elaboração do projecto museológico.

O desenvolvimento do Cartaxo prende-se com o progresso económico, social e humano. Portanto, o desenvolvimento deve passar pelo crescimento económico, mas que seja harmonioso, integrado, endógeno, aplicando todas as formas que garantam uma certa igualdade, uma grande interdependência e uma relativa autonomia. (Dupuis, 1991, p. 38) Como a história dos povos tem demonstrado, a cultura é o fundamento, a fonte da economia. (Dupuis, 1991, p. 18) Consideramos ainda que a cultura é a afirmação e a expressão das identidades e das diferenças. Presentemente, para a comunidade local, o MRVCC não se limita apenas às exposições ou a acções de animação cultural, porque procuram-no para outros fins. É visto como instituição cultural prestadora de serviços através dos seus recursos – técnicos e científicos, humanos e logísticos - para serem utilizados de várias formas pela comunidade. Esta nova situação levou os responsáveis do Museu – Direcção Operacional e Comissão Científica - a pensar na requalificação dos espaços, para darem resposta às novas necessidades, numa perspectiva de centro cultural que integra museu, biblioteca e arquivo, à

¹⁵² Grande Plano – Câmara do Cartaxo. In «País Económico», n.º 69, 2008, p. 10. O Museu, dada a sua nova dimensão cultural, será enquadrado num ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’.

semelhança de outros museus estrangeiros¹⁵³. Para além desta tripla valência, o MRVCC quis, de uma forma mais directa, contribuir para a preservação do património, criando espaços e serviços para algumas instituições associadas à temática do vinho e do mundo rural.

O MRVCC elaborou um projecto museológico de modo a que fosse não só um reflexo da vida cultural, mas também da vida social e económica do território da região do Cartaxo. Esta visão de museu espelho esteve presente na elaboração do novo projecto, embora já proposta antes dos meados do século XX, por especialistas do património cultural

“ Além de elemento superior de ensino, o Museu regional tem de ser espelho da terra, e relicário de civismo.

(...)

“ Manancial perpétuo de evocações, despertador e condutor de imaginação através dos tempos, o Museu é escola para ricos e pobres, reflexo retrospectivo da zona a que pertence, e deve ser ao mesmo tempo escrínio de lembranças cívica, antigas e modernas”. (Correia V. , 1941, p. 16)

O mesmo conceito de espelho também utilizado, mais tarde, por G. H. Rivière quando definiu ecomuseu, serviu de base para a nova intervenção museológica do Museu, aparecendo como uma instituição que representa a comunidade em todas as suas expressões, no seu passado e no seu presente, construindo o futuro. Neste contexto, o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, para além das instalações da Quinta das Pratas onde estão os serviços e exposições, extrapolou para o rio Tejo e para o património ‘in situ’. Deste modo, o MRVCC alargou o seu campo de intervenção, de uma forma participativa permanente, aumentando o seu campo de acção para a musealização do seu território, e considerou importante desenvolver uma reflexão sobre os objectivos deste museu local. Pretendeu-se, antes de mais, que o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo cumprisse as funções que competem a uma organização museológica, ou seja, a preservação do património museológico do município, através da sua salvaguarda e comunicação. Com uma vocação local e, portanto, pluridisciplinar em que o objecto e/ou as colecções estejam contextualizadas, o edifício sede, na Quinta das Pratas, tomou-se como ponto de partida para a descoberta de todos os bens patrimoniais do território. As exposições permanentes serão mais do que uma simples referência dos principais objectos patrimoniais existentes no território de influência do Museu. Temos, assim, uma organização mais activa e próxima da comunidade. Para além das colecções que tradicionalmente integram um museu local – arqueologia e etnografia - são aqui abordadas diferentes disciplinas, como a geografia e a história natural e

¹⁵³ Centro de Pompidou, Paris.

outras que possam concorrer para uma mais completa identificação do Museu com o território que representa¹⁵⁴.

Mantiveram-se os objectivos inicialmente traçados para a criação e desenvolvimento do MRVCC¹⁵⁵, embora acrescentando outros, com o novo projecto museológico:

- preservar o património identitário cartaxense, ao serviço da comunidade local e contribuindo, desta forma, para o desenvolvimento do concelho do Cartaxo;
- criar um ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, na Quinta das Pratas a partir da requalificação do MRVCC;
- valorizar o rio Tejo com um ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer’, através da criação do Museu do Rio Tejo;
- preservar o ‘Património ‘In Situ’’, no Concelho do Cartaxo.

A musealização partiu de uma realidade bastante diferente daquela que existia há duas décadas e meia, com uma equipa e uma experiência museológica diversificada, uma população com novas exigências e uma vontade política em dar uma nova visibilidade ao território através do projecto ‘Cartaxo, Capital do Vinho’. Esta musealização foi sistematizada e assentou em novas práticas introduzidas no MRVCC a partir de uma reflexão e de uma análise dos problemas concretos que se colocam hoje para a elaboração de um projecto museológico. Com estas novas práticas espontâneas vividas no Museu entre os seus técnicos, a comunidade local e a CMC, chegou-se a um modelo para a elaboração do projecto museológico: “Museu não é uma organização que responda a um modelo definido, realizável num número indefinido de exemplares.” (Rivière, 1989, p. 334) Sendo assim, por questões metodológicas, dividiu-se o projecto museológico em três fases: pré-produção, produção e pós-produção.

4.1. Projecto Museológico do MRVCC

4.1.1. Pré-produção

A pré-produção compreendeu as seguintes fases: identificação do projecto e da equipa, definição dos objectivos, análise, fundamentação e planificação.

A identificação foi o primeiro procedimento do processo da Musealização do Concelho do Cartaxo. Na identificação do projecto museológico do MRVCC, colocaram-se algumas questões: ‘Quem o vai elaborar? O quê? Onde?’ Nesta fase definiram-se os vários

¹⁵⁴ Projecto museológico (Programa).

¹⁵⁵ Ver Capítulo 3.

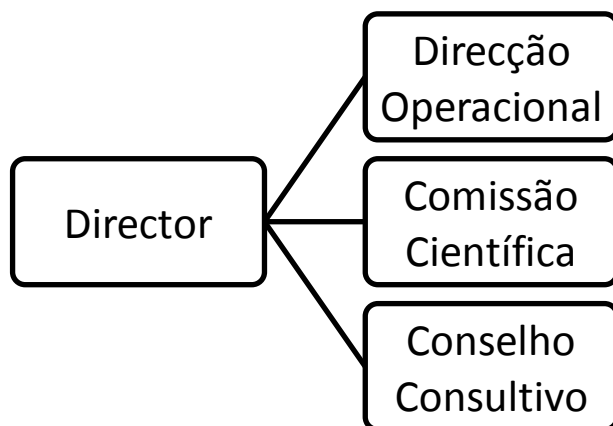
protagonistas, o enredo e o cenário. Formou-se uma equipa¹⁵⁶ integrada e participativa para todas as acções do museu: desde a investigação, a incorporação, o inventário e a conservação, até à exposição, à acção cultural e outros serviços que são prestados, conforme a solicitação da comunidade. A complexidade do projecto museológico exigiu uma equipa multidisciplinar para coordenar e elaborar os programas museológicos e museográficos. Perante uma nova realidade, o MRVCC criou a sua gestão de modo a garantir uma maior operacionalidade, ao constituir os seguintes órgãos: Direcção Operacional, Comissão Científica e Conselho Consultivo. A Direcção do MRVCC, composta pelo Presidente da Câmara Municipal ou Vereador com o pelouro da Cultura¹⁵⁷, nomeou uma Direcção Operacional para garantir a gestão das actividades do Museu e uma Comissão Científica, constituída por especialistas, nomeadamente na área da museologia, para elaborar projectos e participar na sua execução. O museólogo/coordenador, com o seu conhecimento científico, a sua experiência e sensibilidade para o património, foi o elemento que garantiu o rigor técnico no processo de musealização. O ensaio comunitário começou no seio da equipa técnico-científica, com linhas de acção definidas, não esquecendo o seu propósito para o qual foi destinada, funcionando como mediadora entre a tutela e a comunidade local. A equipa soube, com muita clareza, a quem se dirigia e teve a preocupação de ir para o terreno e ‘fazer-se comunidade’, criando pontes, apesar de cada um ter a sua função. Em conjunto, deram o seu contributo ao projecto, valorizando todo este processo, tornando-o mais dinâmico e eficaz. O Conselho Consultivo, formado por representantes das colectividades, de estabelecimentos de ensino, de cooperativas, e de instituições, públicas ou privadas, foi criado por proposta da Comissão Científica com o objectivo de estar mais próximo e atento às novas necessidades da comunidade local. O envolvimento da comunidade local foi sempre uma prática que se verificou no Museu, ao longo dos anos, que era feito de uma forma espontânea ou sempre que era solicitado. Com o funcionamento do Conselho Consultivo, o Museu incorporou directamente a sua comunidade, passando esta de colaboradora a construtora. A comunidade entendeu a missão do Museu e, como tal, quis também fazer parte da acção museológica, para contribuir no desenvolvimento concelho. Deste modo, ecos e propostas foram expressas no projecto museológico. O órgão consultivo foi uma ferramenta de enorme relevância, pois permitiu servir a comunidade local com melhor qualidade. A articulação entre estes três órgãos trouxe uma nova dinâmica e permitiu uma ligação formal com a comunidade,

¹⁵⁶ O trabalho do Museu foi sempre um trabalho de equipa com investigadores, museólogos, monitores, técnico-profissionais e pessoal administrativo.

¹⁵⁷ Mais recentemente também composta pelo Vereador.

representada através do Conselho Consultivo. O Museu, assim, sentiu-se mais útil e cumpridor da sua missão: a riqueza deste projecto museológico foi vasta, pois a comunidade ao participar na construção pôde ver o seu rosto reflectido de acordo com a evolução dos tempos.

Figura 1 - Gestão do MRVCC



Fonte: S. Antunes, 2010.

A identificação do património cultural para o projecto museológico do MRVCC foi realizada a partir do diálogo¹⁵⁸, mostrando os diferentes pontos de vista e pondo em evidência o que é mais valioso e mais afectivo. A Comissão Científica não impôs o património cultural à sua comunidade, mas ajudou-a a interpretá-lo e a valorizá-lo uma vez que é a proprietária legítima e guardiã que usufrui dessa herança e o deu a conhecer aos investigadores: a vontade da comunidade prevaleceu e a Comissão Científica respeitou-a e entendeu-a. Em suma, a comunidade local com a Comissão Científica expôs o seu património, identificando-o e legendando-o, de acordo com a narrativa. Com a necessidade de alargar o seu acervo, o MRVCC organizou acções museológicas¹⁵⁹ tais como: exposições e recolha de memórias orais. Com a exposição “O vinho e a música”, realizada para a celebração do 22.º Aniversário do Museu inaugurou-se uma nova fase:

“Esta exposição (...) é um passo importante para o desenvolvimento da pesquisa e estudo do património intangível do concelho de região ribatejana. Queremos ir para além do objecto, indo ao encontro de quem o fez e utilizou, quer seja a alfaia agrícola, quer seja o

¹⁵⁸ O estudo e levantamento do património local na maioria das vezes são feitos pelos técnicos e não pela população, o que pode levar a alguns desfasamentos e até constrangimentos. Nem sempre aquilo que os técnicos consideram de valor patrimonial é identificado pela comunidade local como tal, tem de haver partilha de sensibilidades e de conhecimentos... Se por um lado os técnicos são dotados de conhecimentos, que lhes permitem avaliar e identificar o património, por outro é a comunidade que é a portadora.

¹⁵⁹ Com estas acções museológicas pretendeu-se mostrar que também no campo da investigação havia necessidade de uma viragem rápida para o património imaterial que se estava a perder de uma forma acelerada.

instrumento musical e a canção que animava e cadenciava todo o trabalho dos diferentes ciclos da vinha e do vinho.”¹⁶⁰

Iniciou-se a fase de apresentação e de divulgação do saber fazer da comunidade concelhia com a preservação do património ‘in situ’. Com este mesmo objectivo foram programadas para a última quarta-feira de cada mês as ‘Conversas na taberna’ onde participa um convidado para falar da sua experiência de vida relacionada com o Cartaxo¹⁶¹. Foram formas que este Museu encontrou para sensibilizar a comunidade local para o seu património cultural. O MRVCC com o objectivo de comunicar o seu acervo divulga¹⁶² mensalmente os conteúdos das ‘Conversas na Taberna’ e cria o ‘Objecto do mês’¹⁶³, através do gabinete de Comunicação Social da CMC.

Figura 2 - Taberna do MRVCC¹⁶⁴.



Fonte: Centro de Documentação do MRVCC, 1985.

No projecto museológico do MRVCC definiu-se e seleccionou-se a equipa e o património cultural, assim como se identificou e analisou o território¹⁶⁵ para a Musealização

¹⁶⁰ Antunes, Sofia Lemos e Nabais, António J. C. Maia. (2007). In Introdução *O Vinho e a Música*. Cartaxo, Museu e Rural e do Concelho do Cartaxo, p. 2.

¹⁶¹ Ver Anexo.

¹⁶² Site da CMC.

¹⁶³ Mensalmente, é seleccionado um objecto do acervo do MRVCC tendo em conta a sua relação com a actividade rural (cíclica).

¹⁶⁴ Espaço da narrativa museológica onde, mensalmente, se realizam as ‘Conversas na Taberna’.

¹⁶⁵ Ver Capítulo 2.

do Concelho do Cartaxo. O Museu não se limitou apenas a espaços fechados - edifícios - mas teve o seu prolongamento em todo o território municipal ou área de sua influência¹⁶⁶, concretizado através de narrativas museológicas bem definidas que levassem os diferentes públicos a descobrir o património 'in situ'. Pois, o território do concelho do Cartaxo, sob a acção da musealização, é património, objecto e vitrina.

A fundamentação deste projecto museológico foi uma das formas de assegurar a Musealização do Concelho do Cartaxo apoiando-se na análise e diagnóstico que os técnicos e a Comissão Científica documentaram e elaboraram, numa investigação permanente, funcionando como suporte para as fases seguintes. A fundamentação reflectiu a importância histórico-patrimonial¹⁶⁷ visível no território e na necessidade de desenvolvimento local, a partir de uma vontade explícita da comunidade.

Através da análise de conceitos inerentes à musealização (Capítulo1), caracterização do concelho do Cartaxo (Capítulo 2) e história do MRVCC (Capítulo3), foi possível fazer um diagnóstico museológico do concelho do Cartaxo em conjunto com os membros da comunidade local, minimizando possíveis danos futuros¹⁶⁸. Surgiu, então, a necessidade de dar uma nova imagem e dimensão aos espaços museológicos, não só com o objectivo de restituir as áreas retiradas ao Museu¹⁶⁹, mas também de expandir, para dar resposta a novos serviços, tais como: sala de exposição, centro de documentação/biblioteca, reservas públicas¹⁷⁰, gabinetes e equipamentos para colectividades. Igualmente foi constatada a necessidade de formação no âmbito da museologia, razão apontada pela Comissão Científica, para a realização do 'I Congresso Ibérico dos Museus do Vinho', como meio de adquirir conhecimentos de outras práticas na península Ibérica. Este Congresso contribuiu para dar conhecimento na área da museologia e do turismo.

O diagnóstico foi elaborado pela Comissão Científica com a colaboração da comunidade e reflectindo uma análise conjunta. Da análise, surgiram conclusões que definiram as prioridades e as necessidades de preservação do património do concelho do Cartaxo. A Direcção Operacional e a Comissão Científica do MRVCC elaboraram uma estimativa orçamental e um cronograma, tendo sempre em conta os custos e o tempo

¹⁶⁶ Concelhos limítrofes e bacia hidrográfica do Tejo.

¹⁶⁷ A fundamentação teórica teve como sustentação a explanação de alguns conceitos inerentes à musealização (Capítulo1), caracterização do Concelho do Cartaxo (Capítulo 2) e a história do MRVCC (Capítulo3).

¹⁶⁸ A análise partilhada permitiu projectar espaços para a Viticartaxo e AMPV.

¹⁶⁹ Por uma gestão municipal que não conhecia as funções de uma instituição museológica. Ver Capítulo. 2, 2.4. O declínio.

¹⁷⁰ O Museu abriu com umas reservas visitáveis públicas, porque era uma forma da comunidade ver os seus objectos permanentemente.

necessários para cada fase do projecto museológico durante o processo de musealização. Neste projecto museológico o cronograma funcionou como uma agenda/calendário orientando toda a equipa, sendo uma ferramenta que ajuda a controlar a curto, a médio e a longo prazo o tempo e os custos do projecto museológico.

4.1.2. Produção

A produção do projecto museológico do MRVCC foi a fase que se estruturou ao longo do processo da ‘Musealização do Concelho do Cartaxo’, que correspondeu à segunda parte deste projecto. A produção tratou da concepção e da execução do ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, que integra o ‘Centro Cultural Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer’ para da criação do Museu do Rio Tejo e também o projecto de preservação do ‘Património ‘In Situ’ do município do Cartaxo. A concepção foi a fase onde se criou o conceito do projecto museológico do MRVCC, transformando-o em conteúdos e dando origem ao programa museográfico, necessário para a elaboração dos projectos arquitectónico e expográfico, destinados à execução quer do edifício quer das exposições, bem como à definição da própria dinâmica operativa do museu.

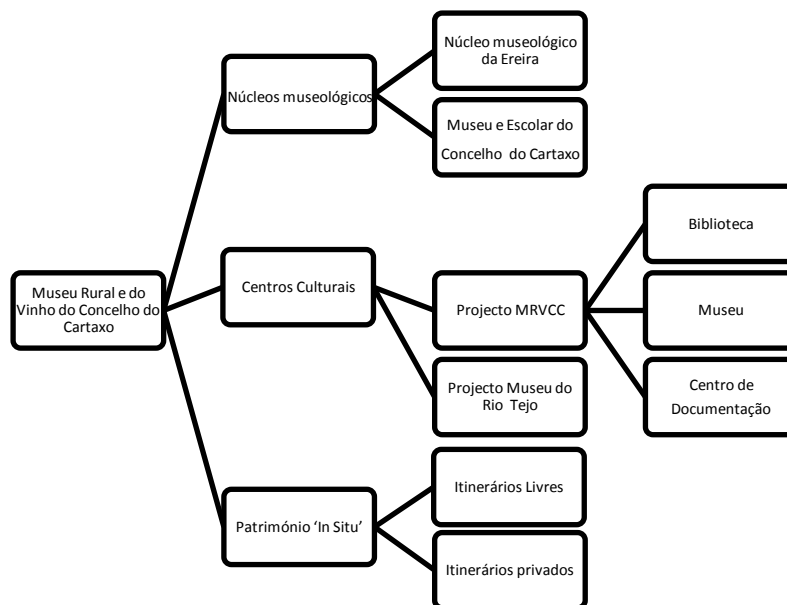
A Comissão Científica, a partir da pesquisa, elaborou o programa museográfico onde ficaram definidos os conteúdos, tendo em conta a funcionalidade dos espaços, com o objectivo de o transmitir aos projectistas¹⁷¹; foi um dos documentos fundamentais deste projecto museológico, uma vez que reflectiu as necessidades da comunidade local.

O programa museográfico do MRVCC para a Musealização do Concelho do Cartaxo no que respeita à narrativa expositiva do concelho compreende três abordagens: a do ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, a do ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu Rio Tejo’ e a do ‘Património ‘In Situ’’,¹⁷².

¹⁷¹ Ver Anexo.

¹⁷² Para preservação e conhecimento do património ‘in situ’ do Ribatejo aceitou-se a incorporação de quintas de concelhos limítrofes (Azambuja e Santarém), como também já tinha acontecido com o património móvel oferecido pela Escola Agrícola de Santarém e pelo Instituto da Vinha e do Vinho de Santarém.

Figura 3 – Musealização do Concelho do Cartaxo.



Fonte: S. Antunes, 2010.

A Musealização do Concelho do Cartaxo assentou na elaboração do programa museográfico do ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, a partir da Quinta das Pratas, reconstituindo a verdade identitária e a expansão do MRVCC. O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, com duas décadas de vida, já conquistou um espaço no panorama museológico nacional, levando-nos a reflectir sobre a sua história, a realidade actual, as novas necessidades e as respostas que um museu com estas características pode oferecer à sociedade contemporânea. Foi reunido um conjunto de factores que permitiu alargar o leque de respostas desta instituição museológica integrada num ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’: desde a experiência museológica e a localização¹⁷³, até à necessidade de evoluir para ir ao encontro dos reais interesses de uma comunidade rural com um património cultural e natural que pode ser rentabilizado em múltiplas direcções, nomeadamente a económica, a tecnológica, a científica, a educativa, a cultural, a social e a lúdica. Nesta fase da sua história não se pretendeu que o Museu apenas se dedicasse ao património histórico, mas que fosse mais longe na procura de soluções para os problemas que os munícipes e os habitantes do Ribatejo colocam sobretudo na área das actividades rurais, onde o vinho é rei. Pretendeu-se, assim, inserir este

¹⁷³ A poucos quilómetros de Santarém e a menos de uma hora de Lisboa, de Fátima e das praias do Oeste, grandes centros de fixação turística.

equipamento cultural e tecnológico no quadro económico e social da sociedade contemporânea do Ribatejo. Portanto, inaugurou-se uma fase inovadora de renovação e de dinamização do Museu, aproximando-o mais da comunidade local e regional, dos organismos culturais e económicos, e reforçando, ao mesmo tempo, a sua identidade como centro de conhecimento, de formação, de desenvolvimento rural e de atracção turística. A divulgação dos conteúdos das colecções e dos seus novos serviços passará por vários projectos de acção científica e tecnológica, destinados a todos os potenciais públicos deste organismo, tais como: estudantes, agricultores (vitivinicultores), empresários, reformados e turistas.

Um dos grandes objectivos do Museu consistiu em conquistar os públicos para a utilização dos vários serviços, através da apresentação de conteúdos e de ofertas diversificadas, bem como de novas estratégias de divulgação para se encontrarem soluções para os seus diferentes problemas sociais. Pretendeu-se construir uma mudança com a participação de todos os cidadãos, através dos seus organismos representativos, públicos e/ou privados, ou mesmo individualmente: uma mudança participativa, de modo a que o mecenato possa vir a contribuir para a concretização de várias iniciativas previstas neste projecto; a renovação de actividades e acções em parceria com empresas, organismos públicos e privados, associações, estabelecimentos de ensino, órgãos de comunicação social darão uma nova visibilidade ao Museu. Perante a política da autarquia na afirmação e cooperação internacional, a visibilidade do Museu passou também pela realização de protocolos com museus do vinho e de outras instituições relacionadas com esta temática, tanto nacionais como estrangeiras, de modo a promover o intercâmbio através da realização de exposições itinerantes, intercâmbio de experiências e de jornadas culturais.

O conceito do programa museográfico do Museu foi o de uma Quinta Ribatejana onde se encontra implantado - Quinta das Pratas. Esta era uma antiga quinta agrícola de produção de vinho e de outros produtos agrícolas, situada à entrada norte da cidade do Cartaxo, a poucos quilómetros da A1¹⁷⁴:

“Era uma quinta muito rica na vertente agrícola e vinícola. “Havia um rancho de sete ou oito homens que cuidava da vinha. Era tudo cavado à enxada. Tínhamos uma junta de bois na parte do olival. Semeava-se centeio, aveia, cevada e tremoço”.

Havia também muita criação, hortaliça e fruta. “Todas as semanas fazíamos cestos de coisas para mandar para o Dr. e a menina – sua filha. Despachávamos os cestos pela camioneta do Vinagre para Lisboa, que depois o motorista ia à garagem buscar as coisas”. E das uvas faziam-se “vinhos de categoria, muito apreciados.”¹⁷⁵

¹⁷⁴ Auto-estrada n.º 1.

¹⁷⁵ Manuel Guerra. (2009). 11.ª edição das Conversas na Taberna. Foi jardineiro da Câmara Municipal do Cartaxo Esteve cinco anos a cuidar dos espaços verdes da Quinta das Pratas, na altura propriedade do Dr. Francisco Vieira Machado, antigo Ministro das Colónias.

Como esta quinta, outras se ergueram no território do concelho, ficando esta como exemplo acessível a todos os públicos. Pretendeu-se restituir o que ainda restava da memória da quinta, uma vez que até agora a preservação da mesma se reduzia sobretudo aos edifícios, tendo caído ao abandono grande parte dos terrenos cultivados, de vinha e olival. O Museu foi instalado em antigos edifícios agrícolas - celeiros, alpendres e adega - adaptadas a espaços museológicos, desde 1985. Estes espaços, porém, eram insuficientes¹⁷⁶ para o exercício de todas as funções museológicas pretendidas, faltando áreas, tais como: sala de exposições temporárias, reserva pública, centro de documentação/biblioteca, centro de conservação e restauro, gabinetes, sala de reuniões e espaços para parceiros¹⁷⁷. Por outro lado, sendo este projecto museológico do MRVCC um ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’¹⁷⁸, que irá funcionar como um centro cultural, necessitou de novas áreas para o arquivo histórico do vinho, a biblioteca e um laboratório de análises dos produtos vitivinícolas¹⁷⁹. Este novo conceito permitiu que o objectivo inicial de preservar a memória desta quinta permanecesse até à actualidade, ficando agora também com uma função tecnológica, contribuindo para o desenvolvimento rural, ligando as memórias do passado com o presente, numa perspectiva de futuro. A preservação dessas memórias levou a uma nova visão de ‘documento’, quer seja objecto de museu quer seja de arquivo ou de biblioteca, de modo a que a concentração de vários serviços culturais sob a mesma gestão e o mesmo espaço oferecesse uma maior viabilidade económica, permitindo, assim, um melhor aproveitamento dos recursos humanos e logísticos. Até agora, têm sido tomadas medidas de recurso, organizando pequenas exposições e aproveitando os espaços reduzidos para o funcionamento dos serviços de inventário e registo, de conservação e restauro, de investigação e de extensão cultural. Esta realidade exigiu uma expansão do edifício do Museu com novas construções, sem destruir a paisagem histórica da quinta, para os espaços envolventes, articulando os espaços públicos, semi-públicos e privados de modo a garantir o exercício das diferentes actividades, num museu sem barreiras, onde os públicos tenham acesso também aos ‘bastidores’.

¹⁷⁶ As áreas iniciais atribuídas ao MRVCC davam resposta às necessidades para o funcionamento de um museu local. Desde 1994, o Museu viu-se sem espaços fundamentais para o cumprimento de todas as suas funções.

¹⁷⁷ Nomeadamente para a Viticartaxo e a Associação Nacional dos Municípios com Vinho.

¹⁷⁸ Esta designação foi criada pelo Presidente da Câmara Municipal para integrar no mesmo projecto o Museu, Biblioteca e Arquivo.

¹⁷⁹ Este laboratório estará em funcionamento e com acesso ao público.

A partir de uma sinalética devidamente colocada no território do Cartaxo, os públicos passarão os portões da Quinta e chegarão a um parque de estacionamento arborizado para que as viaturas fiquem protegidas e diluídas na envolvente dos edifícios do Museu¹⁸⁰. Depois seguirão para a recepção que fica na Adega¹⁸¹.

Figura 4 - Adega.



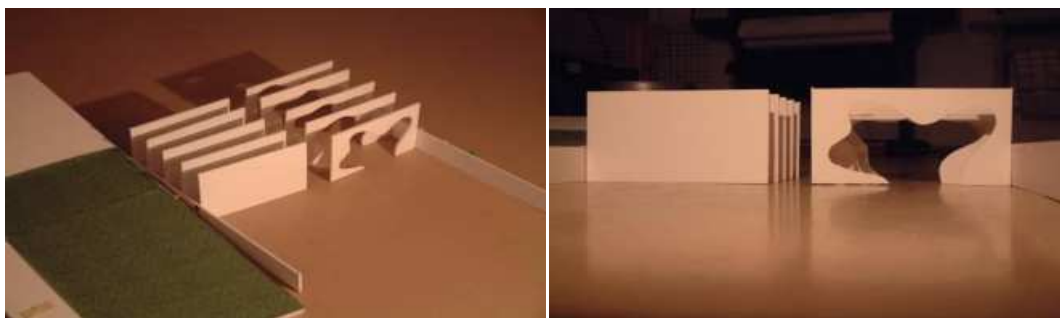
Fonte: Centro de Documentação do MRVCC, 2007.

A partir deste primeiro contacto com a realidade e do cenário vinícola, os públicos serão encaminhados para os restantes espaços apropriados para o desempenho das diferentes acções museológicas. A abordagem museológica subordinada à cultura do vinho e da ruralidade exigiu espaços adequados para a preservação de uma grande diversidade de saberes e de espécies museológicas, que variam no que respeita à natureza das colecções e às dimensões dos objectos. Por outro lado, como já foi referido, pretendeu-se que nestas instalações para melhor rentabilizar os espaços e os equipamentos do projecto museológico do MRVCC fosse um ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, ou seja, um espaço com valências para o Museu, a Biblioteca e o Arquivo.

¹⁸⁰ Actualmente o visitante depara-se com um grande parque de estacionamento que destrói a imagem de quinta rural. Essa deveria ser a primeira imagem a dar.

¹⁸¹ Espaço onde os produtores de vinho recebiam as suas visitas.

Figura 5 - Maquetas dos novos edifícios do MRVCC.



Fonte: Álvaro Leite Siza, 2008.

Recomendou-se a utilização de planta livre para um tipo de organismo que se quer dinâmico e evolutivo em todas as áreas da sua intervenção, e que garantisse o funcionamento articulado entre todos os serviços, ao estabelecer as seguintes categorias de espaços¹⁸²:

- espaços públicos livres: sinalética, estacionamento, vinha técnica/experimental, acolhimento/recepção, sanitários, loja, taberna, cafetaria e restaurante;
- espaços públicos controlados: sala de exposição permanente e temporária, auditório, reservas públicas; sala de documentação e biblioteca especializada sobre o vinho e outras temáticas rurais;
- espaços semi-públicos: sala de formação, locais de reunião e de animação, laboratório, sala de provas, gabinetes da direcção, dos museólogos e dos investigadores, dos parceiros, área de restauro, serviços administrativos;
- espaços privados¹⁸³: sala de inventário, reservas, sala de museografia, zonas técnicas, armazém.

Tendo em consideração o espaço/ambiente de quinta e a reutilização dos edifícios preexistentes, 'Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural' ficou distribuído por vários blocos constituídos da seguinte forma: recepção, loja, auditório, laboratório, formação; exposição permanente, gabinetes; exposição temporária, públicas, sala de museografia, inventário, conservação e restauro; cozinha, restaurante/cafetaria, taberna e sala de provas; arquivo, biblioteca, sala de tratamento de documentos, sala de reuniões e gabinetes; vinha experimental; gabinetes para parceiros. O programa de necessidades de espaços reflectiu a análise do programa museográfico, da

¹⁸² Este ordenamento de espaços apresentado no programa de arquitectura elaborado pelos museólogos, depois de ouvirem os políticos e a comunidade, é importante para o arquitecto elaborar um projecto arquitectónico adequado às necessidades funcionais.

¹⁸³ O público pode observar estes trabalhos, embora com uma protecção especial.

vocação do museu, do conhecimento real das novas práticas museológicas e da previsão da evolução das actividades do Museu e crescimento do seu acervo. Foi ponto assente que o museu-edifício deve, ‘ab initio’, ter capacidades técnicas e espaciais para se adaptar às diferentes funções que, no decorrer dos tempos, forem evoluindo. Olhou-se para o museu como uma instituição dinâmica que tem necessidade de se adaptar rapidamente ao uso de novas tecnologias e de novas solicitações. Deste modo, adoptou-se uma filosofia actualizada da função do museu, tendo em vista, não só a sua capacidade de adaptação a mudanças estruturais e organizacionais, mas também à sua futura viabilização em termos de funcionamento. Foram definidas as grandes áreas de actuação e das preocupações fundamentais do museu, tendo sempre presente o grande objectivo de servirem a comunidade. Os espaços das reservas, na museologia actual, são áreas fundamentais dos museus, porque o princípio de expor tudo já foi posto de lado. Pretendeu-se, antes de mais, que as reservas técnicas, áreas capazes de incorporar novas espécies museológicas, fossem públicas, como espaços públicos, num conceito, definido à partida para o MRVCC: ‘museu aberto’.

O MRVCC, ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, através do seu acervo e das narrativas expositivas pretende apelar a todos os sentidos dos públicos: um museu de conhecimentos, mas também de exploração e de descoberta, onde os públicos terão um papel activo. Para a elaboração do programa museográfico (expografia) definiu-se uma narrativa que desse aos públicos os elementos suficientes para a melhor compreensão do património cultural existente no território. Não se partiu do zero, porque já existiam colecções representativas de todas as tipologias do património e investigação suficiente para construir uma nova narrativa expositiva da exposição permanente com uma visão cíclica das actividades rurais através da incorporação de elementos e acções culturais que ilustrem os ciclos agrícolas. Haverá sempre uma apresentação diacrónica e sincrónica, onde a linha orientadora do programa museográfico é “... uma história viva, que não é o estudo do passado para reviver o passado, mas o estudo do presente iluminado pelo passado.” (Godinho, 1946, p. 120) A expografia inicia-se na sinalética que levam os públicos ao portão da Quinta das Pratas, sendo o primeiro objecto museológico o espaço de uma quinta agrícola, embora com novas utilizações em vários domínios: cultura (museu, biblioteca e arquivo), desporto (campos desportivos, piscinas) e turismo (hotel). Esta Quinta, onde estão instalados os serviços do Museu, a exposição permanente e as reservas públicas, é o ponto de partida para a descoberta do património cultural do território. A recepção do Museu, situada no espaço e ambiente de adega, onde a

narrativa introduz o tema do vinho, desde a chegada da uva ao lagar, a pisa, o vasilhame até a um laboratório em funcionamento com os objectos tradicionais e com projecções que complementam os diferentes conteúdos que eles transmitem. A enorme variedade de vasilhame vinário demonstra a criatividade e a arte de muitos artífices portugueses, que sabiamente moldaram o barro, trabalharam o vidro e a madeira: desde os cangirões, as infusas, as canecas, as quartas, os quartões, as malgas, as a sumichas, as pichorras até às garrafas, garrafões, botijas, barris, quartolas, cascos, tonéis e depósitos de cimento, e ainda se podem referir as vasilhas abertas, tais como os lagares, dornas, tinas, cestos, canecas, canabarro e funis, copos de prova, cubas ou balseiros, talhas, etc. A partir deste espaço, onde também fica a loja, distribuem-se os outros serviços do Museu, nomeadamente a exposição de carácter permanente e temporária, nos novos edifícios. Na narrativa da exposição permanente o património cultural vitivinícola é encarado numa perspectiva multidisciplinar e transversal, onde se estudam e expõem as diferentes manifestações culturais relacionadas com a vinha e o vinho: desde as geológicas, botânicas, químicas, técnicas e tecnológicas até às antropológicas, sociais, gastronómicas, artísticas, literárias, de entre outras. A vida rural deste território, nomeadamente o cavalo, o touro e o campino, também estão representadas a partir das actividades agrícolas tradicionais e das indústrias subsidiárias, como o ferreiro, o carpinteiro, o tanoeiro, o correeiro, o oleiro e o cesteiro. Inventariou-se um conjunto de espécies museológicas essenciais para a organização de uma exposição de carácter permanente. Assim, de uma forma sistematizada, o acervo museológico compreenderá: materiais da história natural (geologia, flora e fauna); objectos arqueológicos (Vila Nova de S. Pedro, concheiros de Muge, Quinta da Aramanha); alfaias agrícolas (arado, charrua, grade, cangas, arreios, carro de bois, mangual, canastras, cestos, ancinhos, medidas, foices, etc.); instrumentos da actividade vitivinícola; instrumentos do tanoeiro; modelos de embarcações e apetrechos de pescadores; objectos de uso quotidiano; têxteis, traje do campino; instrumentos musicais; outros... Partiu-se do conceito de uma sala de exposições ‘sem paredes’, isto é, um espaço onde os objectos se possam expor na totalidade, fugindo ao ‘pendurar’ na parede ou colocar dentro da vitrina. Na exposição colocou-se em evidência o sensorial - a visão, o som, o tacto, o cheiro – enquanto que o gosto será experimentado no restaurante e na sala de provas. Pretendeu-se que o objecto fosse apresentado na sua completa dimensão social e cultural, integrado numa narrativa sempre aberta a intervenções permanentes, de acordo com a vida cíclica das actividades do campo (sementeira, plantação, poda, enxertia, cura, vindima, etc.), de modo que os públicos saibam o que existe ‘hic et nunc’, no território agrícola despertando-

os para o património ‘in situ’. Neste primeiro contacto através da exposição permanente ou temporária, os públicos são introduzidos na realidade patrimonial, para depois a descobrir no seu próprio ambiente que a criou, desenvolveu e mantém em actividade através do ‘Património ‘In Situ’.

A Musealização do Concelho do Cartaxo estendeu-se também à elaboração do programa museográfico do ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do Rio Tejo’. A bacia hidrográfica do rio oferece valores naturais e culturais de extrema actualidade e de relevância para o desenvolvimento económico e social das comunidades ribeirinhas: a natureza, a paisagem fluvial, os recantos bucólicos, a campina, as casas agrícolas, a hospitalidade, o toiro, o cavalo, o campino, o pescador, o património monumental militar e religioso, os saberes e os sabores, constituem um conjunto rico e diversificado de ofertas culturais de elevado potencial associado a uma natureza com apontamentos próximos do intacto, tendo como meio aglutinador e identitário, o milenar Tejo. Reúne sítios, tradições e ‘habitats’ muito vincados na relação do homem com o rio, um ecossistema ancestral que deve ser qualificado através da preservação das margens e das frentes de água, uma flora autóctone e uma fauna piscícola e avícola, residente e migratória, de grande importância para a sua bacia hidrográfica e de uma arquitectura tradicional, nomeadamente as construções em palafita, características dos pescadores avieiros. O Tejo, em Valada, no concelho do Cartaxo, onde ainda se sente o efeito das marés e é possível a navegabilidade durante 24 horas, apresenta-se como um local estratégico para a instalação de um ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer’. Este porto fluvial foi, durante séculos, o ponto de chegada e de partida de embarcações com gentes que subiam e desciam o Tejo. Portanto, um local de encontro de pessoas, de culturas e de produtos. É uma zona privilegiada para desenvolver acções museológicas enquadradas na Musealização do Concelho do Cartaxo. Com todos estes valores culturais e naturais, considerou-se que o Tejo, em Valada, reunia múltiplas e diversificadas atracções, oferecendo ao investigador e aos públicos, uma paisagem e um ambiente de extraordinária riqueza e com bons acessos¹⁸⁴. Pretendeu-se preservar o Tejo através de um projecto museológico para criação do Museu do Rio Tejo, que se destina a criar condições atractivas para promover o convívio do homem com o rio através de equipamentos e actividades culturais, privilegiando a natureza e a história. Com este projecto museológico, Valada continuará a ser um ponto importante de

¹⁸⁴ Apenas a 45 km de Lisboa por via terrestre, fluvial e ferroviária e ainda próximo de outros centros urbanos e turísticos, como Santarém, Fátima e praias da região Oeste.

encontro de gentes que virão à descoberta do Tejo histórico, cultural, científico, e de múltiplos recursos e de oferta de conhecimentos multidisciplinares. O Museu tem como promotores a ARH - Administração da Região Hidrográfica, IP – Tejo, a Câmara Municipal do Cartaxo e a Associação dos Amigos do Tejo, cabendo a responsabilidade de gestão museológica à Comissão Científica do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo. Está ainda prevista a criação de parcerias com outras instituições locais e regionais: EPAL, EDP, Casa de Camões, em Constância, Reserva do Estuário do Tejo, Reserva do Boquilobo, Tejo Internacional, autarquias e museus da bacia hidrográfica do Tejo. O ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do rio Tejo’¹⁸⁵, que ficará situado em Valada, compreende as velhas instalações da ex - Hidráulica do Tejo, um parque de árvores, características das margens do rio, que faz a ligação destes edifícios e o rio, e a margem direita, onde se constroem as novas áreas necessárias para o funcionamento da instituição museológica que irá representar toda a bacia hidrográfica nacional¹⁸⁶.

Figura 6 – Casa Solar, Valada



Fonte: S. Antunes, 2008.

Manteve-se aqui o mesmo conceito de ‘museu aberto’ aplicado ao programa do ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e o Desenvolvimento Rural’, projecto museológico do MRVCC. Dado que a gestão do Museu do Tejo fica sob a tutela da autarquia do Cartaxo, a proposta dos espaços teve em consideração os serviços comuns às duas unidades museológicas existentes no concelho por questões de sustentabilidade e de uma maior rentabilização dos recursos humanos e logísticos. Assim, nas instalações antigas ficam

¹⁸⁵ Esta designação foi atribuída pelos promotores: Câmara Municipal do Cartaxo e Administração Regional Hidráulica do Tejo, IP.

¹⁸⁶ Mapa da Bacia hidrográfica do Tejo, em Anexo.

serviços de apoio ao Museu, como conservação e restauro, reservas não públicas, gabinetes dos parceiros, sala de reuniões, salas de formação e recepção ao parque botânico e de avifauna, que se situa entre o rio, para local onde se projectou o novo edifício, e as antigas instalações, junto ao dique. Deste modo, o público pode ter um contacto directo e sensitivo com o património hidráulico e com a natureza das margens do rio. Também nesta primeira aproximação ao Museu será necessário passar o dique, monumento de defesa das aldeias e dos campos, da inundação das cheias do Tejo. O Museu do Tejo reutiliza as instalações preexistentes¹⁸⁷ e ocupa um edifício construído de raiz¹⁸⁸, definido no programa museográfico elaborado pela Comissão Científica do MRVCC¹⁸⁹. Foi proposto um destino adequado às novas funções dos edifícios¹⁹⁰ de forma a que os novos fossem destinados a áreas de exposição e de reservas públicas, porque estes espaços exigem condições adequadas para a conservação e a exposição que, normalmente, só são conseguidas em construções de raiz. A intervenção nas casas existentes respeita a história dos seus anteriores usos, dando resposta às novas necessidades.

Figura 7 - Novo edifício do Museu do Rio Tejo.



Fonte: Álvaro Leite Siza, 2008.

Este Centro terá vários espaços, uns ao ar livre (locais de observação) e outros fechados, também de observação, de modo a descobrir o rio Tejo em todas as suas valências do património cultural e natural:

¹⁸⁷ Fotografia da casa do Solar e dique.

¹⁸⁸ Fotografia do projecto do edifício de raiz.

¹⁸⁹ Programa Museográfico, em Anexo.

¹⁹⁰ Os edifícios antigos, como neste caso, nem sempre reúnem condições para o funcionamento das diferentes actividades de um museu: “Nas construções novas ou nas construções adaptadas importa que se atenda a mil problemas de ordem técnica, qual deles mais complexo e difícil de resolver, particularmente quando se trata de acomodar velhas casas ” Couto, João. *Actualidade e Futuro das Artes Plásticas em Portugal. O Museu de Guimarães*. Discurso feito em 10.05.1953, e publicado in «Ocidente», n.º 292, em Agosto de 1962, p. 95.

- espaços públicos livres: sinalética, estacionamento, acolhimento/recepção, sanitários, loja, cafetaria/restaurante;
- espaços públicos controlados: salas de exposição permanente e temporária, reservas públicas, doca e cais para embarcações de recreio e desporto e recinto de espectáculos;
- espaços semi-públicos: sala de formação, locais de reunião e de animação, gabinetes da direcção, dos museólogos e investigadores, para parceiros, área de restauro, serviços administrativos e Salas de Protecção Civil (já existentes);
- espaços privados: sala de museografia, zonas técnicas e armazém.

Após a elaboração do programa ao nível dos espaços, seguiu-se a necessidade de materializar, sob a forma de comunicação museal, o conceito do projecto museológico. Neste programa documentou-se a exposição em função do espaço arquitectónico, recorrendo a guiões de forma a elucidar melhor os projectistas. O programa museológico expositivo pretendeu espelhar a comunidade, na partilha de propostas durante a sua elaboração. Os objectos e os elementos expositivos colocam-se em plena sintonia com quem vai usufruir esse património: a comunidade.

O ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer’ pretendeu oferecer um conjunto de conhecimentos históricos, científicos e actuais da bacia hidrográfica do Tejo, porque este rio e os seus principais afluentes, como o Zêzere e o Sorraia, foram importantes corredores que ligavam o litoral (Lisboa) ao interior, com os seus produtos e bens, quer de exportação quer de importação. O interior, como são exemplo as cidades de Santarém, de Abrantes, de Tomar e da Covilhã, desenvolveu-se graças aos seus recursos locais e a estas vias de comunicação. Outros valores económicos se devem às condições geográficas e geológicas das regiões abrangidas por esta Bacia Hidrográfica, desde as actividades económicas no período pré-histórico, como em Vila Nova de S. Pedro, em Muge e ao longo de grande parte destes cursos fluviais ou no período romano com muitos testemunhos da utilização dos recursos económicos existentes nestas regiões banhadas por estes rios, desde os agrícolas e piscatórios (conserva de peixe, o ‘garum’) e industriais (olarias de cerâmica em Rio Frio, em Alcochete, em Miratejo, no Seixal, etc.), até ao aproveitamento da energia hidráulica, das marés e da eléctrica, à instalação de outras unidades fabris e ao aproveitamento do sal. Noutros domínios, devemos destacar a engenharia quer na construção de pontes e de barragens quer na edificação de diques. Ainda outras disciplinas serão contempladas como a biologia, a botânica, a biodiversidade. O Museu do Rio Tejo contempla ainda:

- perigos: poluição e outros, em todos os sectores;
- centro literário e artístico. O Tejo na literatura e na arte: prosa e poesia; arte rupestre, cerâmica, pintura, gravura, arquitectura, música, objectos de trabalho, artesanato...;
- centro de documentação - centro de estudo e de experimentação: oficinas e salas de estudo;
- parque hidráulico: engenhos de elevar água, rodas verticais e horizontais, parafuso de Arquimedes...;
- energias renováveis: energia hídrica (energia hidroelétrica, energia das marés), energia eólica (embarcações à vela), energia solar;
- embarcação tradicional do Tejo: varino ou barco de água acima;
- aldeia dos avieiros: Palhota;

Figura 8 - Casas da Aldeia da Palhota.



Fonte: S. Antunes, 2009.

- núcleos museológicos, em rede, em vários pontos da bacia hidrográfica. Outros espaços, para além de Valada, onde já existem unidades museológicas: Museu dos Rios e Casa Camões, em Constância, Núcleo Naval do Ecomuseu Municipal do Seixal, Arte Rupestre em Vila Velha do Ródão, entre outros.

No campo da literatura, o Tejo foi tema de escritores romanos, árabes e de portugueses, desde a Idade Média até aos nossos dias. Os artistas plásticos e os músicos também se inspiraram no Tejo, desde a pré-história com a arte rupestre até à idade contemporânea. Enfim, o património é muito variado: desde o arqueológico e o etnográfico até ao artístico e monumental; desde o património náutico, rural e industrial até ao património militar e religioso.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo não se limitará apenas a um espaço fechado - edifício - mas terá o seu prolongamento a todo o território municipal, concretizado através de itinerários bem definidos que levem os diferentes públicos a descobrir o património 'in situ'. O edifício sede será o ponto de partida para a descoberta de todos os bens patrimoniais do concelho, porque a exposição permanente não é mais do que uma simples referência dos principais objectos patrimoniais existentes no território de influência do Museu. Deste modo temos uma organização museológica mais próxima da comunidade, para que os munícipes estejam sempre envolvidos no projecto museológico. O MRVCC ao preservar o património 'in situ' tem dupla missão: servir e cooperar com a comunidade para o seu desenvolvimento; e transmitir conhecimentos sobre a realidade patrimonial do território que o Museu representa. Neste projecto do Museu Rural e do Vinho distinguem-se dois tipos de 'Património 'In Situ'', o público e o privado: o primeiro é o que se pode conhecer livremente e cuja preservação cabe a toda a comunidade, como as festas culturais, os monumentos imóveis, os núcleos museológicos e a paisagem natural e a urbanística; enquanto que o segundo obedece a normas protocolares.

São, porém, os objectos etnográficos os que constituem o melhor acervo para este Museu e que ajudam a explicar o homem, o meio, a matéria e as técnicas, numa perspectiva da estrutura técnica das gentes do concelho do Cartaxo e dos meios elementares de acção sobre a matéria, os transportes, as técnicas de fabrico, a vida quotidiana e as festas cíclicas, como a Festa dos Fazendeiros, no Domingo de Pascoela, em Pontével, a festa do Vinho, em Abril, no Cartaxo, e a Festa das Vindimas, no primeiro fim-de-semana de Outubro, em Vila Chã de Ourique, e a Adiafa depois das vindimas, enquadradas nas actividades agrícolas.

Figura 9 - Festas do Campino, Cartaxo.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Todo o território do concelho do Cartaxo possui testemunhos da presença humana em várias épocas históricas: da pré-história até à actualidade. Essa presença está materializada em diversos pontos do concelho e com marcas de diferentes momentos históricos: cruzeiros, fontenários e chafarizes, para além de igrejas e capelas, palácios e palacetes e construções rurais tradicionais, quintas, instalações agrícolas, lagares de azeite e adegas. Ainda a destacar conjuntos e sítios rurais de grande interesse patrimonial.

O património será conservado e valorizado ‘in situ’ e musealizado através da organização de núcleos e itinerários temáticos ou mistos. Presentemente, existem três núcleos museológicos distribuídos pelo território do município: o Museu do Ateneu, no Cartaxo, o Museu Escolar, em Vale da Pinta e o Núcleo Museológico da Ereira.

Desde a criação do Museu, foram criados dois itinerários: o do Bairro e o do Campo, que correspondem a dois espaços geográficos com características diferentes, mas que se completam para compreender o património cultural do território municipal. São duas paisagens diferentes, embora com um elemento cultural comum e dominante: a vinha. Para um melhor conhecimento da realidade e uma maior ligação à comunidade, propõem-se itinerários temáticos que possam ser usados livremente, apenas com a ajuda de um boa sinalética, atribuindo uma cor diferente para cada um, e com um roteiro com todos os itinerários.

Assim:

- Itinerário da Água: Poço de S. Bartolomeu, em Vale da Pinta, chafariz do Cartaxo, furos de captação de água da EPAL para Lisboa, em Valada, estações de tratamento de água em Vale da Pedra.

- Itinerário da Vinha e do Vinho: vinhas e adegas em todas as freguesias

Figura 10 - Tanoeiro da Adega da Fonte Bela.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Figura 11 - Pormenor do painel e azulejos de Querubim Lapa¹⁹¹, com a temática vinícola no Cartaxo.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Figura 12 - Vinhas na época das vindimas.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Figura 13 - Adeegas do Eng.º João Ramalho, Vila Chã de Ourique¹⁹².



Fonte: Centro de Documentação do MRVCC, 1984.

¹⁹¹ No edifício da CMC.

¹⁹² Adega desactivada e vasilhame e equipamento oferecido ao MRVCC.

- Itinerário do Rio Tejo: as aldeias ribeirinhas: Valada, Porto de Muge, Aldeia da Palhota, Reguengo, dique, ponte Rainha D. Amélia, mouchões.

Figura 14 - Cais da Aldeia da Palhota.



Fonte: S. Antunes, 2009.

- Itinerário das Quintas.

Figura 15 - Quinta das Varandas.



Fonte: S. Antunes, 2009

Figura 16 - Quinta do Gaio.



Fonte: S. Antunes, 2009.

- Itinerário do património construído: edifícios classificados e outros.

Figura 17 - Igreja de Pontével.



Fonte: S. Antunes, 2009

Figura 18 - Cruzeiro Manuelino da Igreja Matriz do Cartaxo.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Figura 19 - Habitação no Cartaxo: Arte Nova.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Através destes itinerários que os públicos poderão usar livremente, após recolha de informação no Núcleo Sede, na Quinta das Pratas, é descoberto o património ‘in situ’. Como diz António Nabais “na musealização de sítios, embora sem constituir um museu, aplicam-se as regras museológicas (gramática museológica), nomeadamente no restauro e na comunicação, privilegiando, no entanto, a conservação ‘in situ’ (Nabais, 1999, p. 78). A divulgação deve ser feita através de uma sinalética operativa para todo o território.

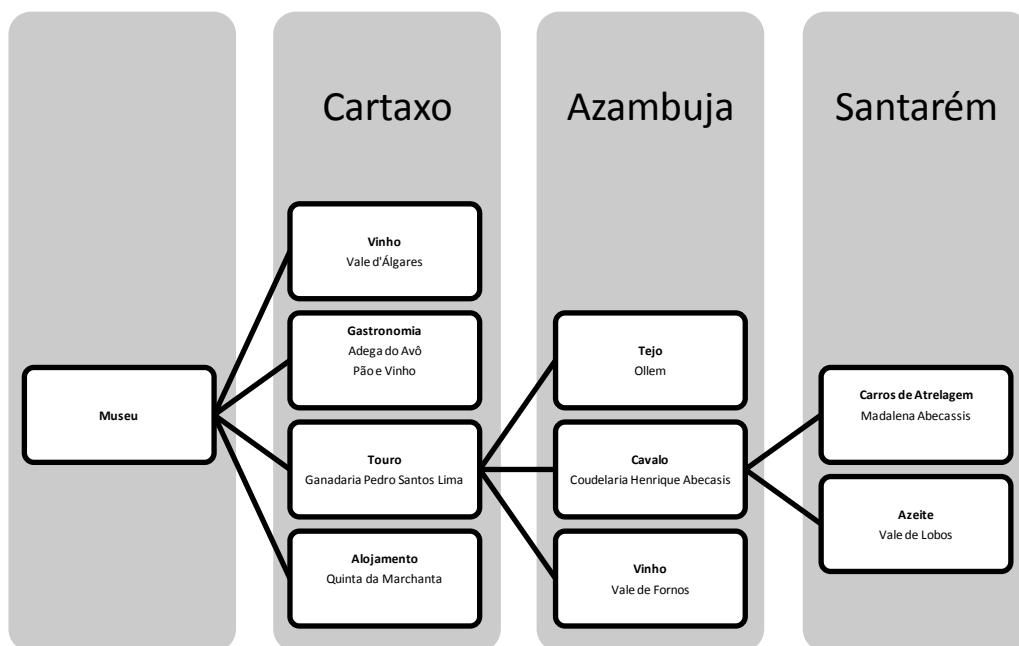
O MRVCC não pretendeu preservar passivamente o património cultural ‘in situ’ distribuído pelo seu território, porque não foi visto apenas como testemunho do passado, mas como um instrumento cultural dinâmico no sentido que apresenta à comunidade a sua identidade, lhe dá meios para reflectir sobre o seu futuro e favorece o seu desenvolvimento económico. Apesar do uso das novas tecnologias, que hoje invadiram rapidamente todos os sectores de actividade, valorizou-se, ao mesmo tempo, a cultura local, introduzindo novos modelos económicos e culturais, sem destruir o saber fazer tradicional (navegabilidade do Tejo com embarcações motorizadas, casa antiga adaptada a turismo rural...), quintas agrícolas com novos usos sem apagar a sua identidade de espaço vedado para fins agrícolas. Pretendeu-se com este projecto preservar em funcionamento, isto é, ‘in vivo’ o que ainda chegou até à actualidade. Deste modo, o MRVCC pretendeu que a musealização, no domínio privado, se estendesse às vinhas e às adegas, às quintas rurais, às ganadarias, à gastronomia/restauração e ao rio Tejo. A partilha de objectos museológicos e a expansão do património musealizado tornou-se uma cooperação aberta, onde o Museu em articulação com a colaboração de parceiros, preservou o património no seu ‘habitat’. Ambos promovem a preservação, tendo como objectivos investigar, colocar o público a dialogar com o património cultural para obter novos conhecimentos e promover a fruição, permitindo assim o acesso, ao vivo, nos seus próprios ambientes, a diferentes territórios, comunidades e patrimónios. Várias empresas locais, de diferentes actividades económicas, que documentam o património da região, organizaram-se entre si e procuraram os serviços do MRVCC para que este fosse farol da comunidade. Numa primeira fase, agruparam-se como parceiros do Museu as empresas que podiam representar melhor a identidade da região e garantir a promoção de todos, ficando a porta aberta para que o número de parceiros aumentasse, porque o MRVCC não tem portas fechadas:

“O presente Protocolo tem por objecto estabelecer os princípios genéricos da articulação e da cooperação mútua das Partes Fundadoras e das demais empresas que venham a ser admitidas a subscrevê-lo (“Partes Aderentes”) para fomentar e dinamizar acções de divulgação do património paisagístico, histórico e cultural da região do Ribatejo, da sua gastronomia, dos seus produtos de qualidade, tradicionais, de animação e de lazer, e, assim,

designadamente através do incremento e promoção da oferta turística contribuir para o desenvolvimento económico, social e ambiental da região.”¹⁹³

Esta ferramenta formal criou laços de compromisso entre parceiros, cujas actividades ilustram o património do território de influência do Museu: Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, na Quinta das Pratas, Cartaxo: O Homem – o Cavalo – o Touro – o Vinho, através de objectos em exposição ou em reserva pública; Vale D’Algares – Quatro Âncoras, em Vila Chã de Ourique: a vinha e o vinho; Vale de Fornos, na Azambuja: a vinha e o vinho; Adega do Avô, em Casais da Amendoeira, em Pontével: gastronomia; Pão e Vinho, em de Vale de Santarém: gastronomia; Ollem Turismo Fluvial, em Valada: Viagens náuticas no Tejo, entre Valada e Azambuja; Quinta do Gaio de Baixo, no Cartaxo: fauna e flora do Ribatejo – touro, cavalo, sobreiro, etc; Marchanta, em Valada: Turismo no espaço rural, com ambiente e espaços rurais; Vale de Lobos, em Azóia de Baixo – Santarém: azeite; Quinta da Boavista, em Santarém: ‘charretes’, cavalos; Coudelaria Henrique Abecassis, Lda, na Quinta do Pilar, na Azambuja: Turismo equestre. Deste modo, ao Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo juntaram-se 10 parceiros em rede com matizes culturais diferenciadas, mas que se completam e promovem em articulação o património ‘in situ’.

Figura 20 – Rede de Parceiros.



Fonte: S. Antunes, 2010.

¹⁹³ Protocolo. Ver Anexo.

Nos arredores da cidade do Cartaxo fica a Quinta do Gaio de Baixo – Sociedade de Turismo no Espaço Rural, Lda, que tem como missão dar a conhecer a fauna e a flora do Ribatejo.

Figura 21 - Gado bravo na Quinta do Gaio.



Fonte: S. Antunes, 2009.

A Quinta do Gaio situada no Ribatejo, a 50 Km de Lisboa, sempre exerceu actividade agrícola, possuindo uma afamada ganadaria brava e oferecendo os seguintes produtos: formação ‘outdoor’, ‘team buiding’, actividades com gado bravo (safaris fotográficos, corridas de toiros, vacadas, jogos vários, etc.), ‘paintball’, desportos radicais, observação da natureza e realização de eventos (com refeições), etc...

Figura 22 - Campinos, na Quinta do Gaio de Baixo.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Não muito longe, na fronteira com o concelho de Azambuja, fica a Coudelaria Henrique Abecassis, Lda. Situada na Quinta do Pilar, tem como missão criar e ensinar cavalos puro-sangue Lusitano com aptidões superiores que contribuam para a afirmação internacional da raça.

Figura 23 - Cavalos, na lezíria.



Fonte: S. Antunes, 2009.

A Coudelaria Henrique Abecassis tem no horizonte a afirmação internacional do cavalo Puro Sangue Lusitano, como um cavalo de excelência na prática das modalidades ensino, toureio e lazer. Os públicos podem observar ao vivo os cavalos de várias idades, em várias situações: no picadeiro, na cocheira e no campo. Inclui nos seus valores:

- “- Envolver as comunidades locais nas várias actividades da Coudelaria, de modo a que também a região reconheça esta empresa como um bom exemplo, e que as comunidades tenham vontade de conhecer e de participar nas suas actividades e se orgulhem da sua existência;
- Contribuir para o desenvolvimento económico e turístico da região através de parcerias e acordos de cooperação, que permitam aproveitar o potencial da região e promover o seu crescimento.”¹⁹⁴

O projecto tem por objecto a actividade de turismo equestre na forma de excursões a cavalo, inicialmente na região do Ribatejo, onde se situa a empresa, aproveitando as características peculiares e, no seu conjunto, exclusivas, da raça Puro Sangue Lusitano, que são: (i) a docilidade e facilidade de ensino, especialmente para equitação de escola, artística e desportiva, de trabalho no campo e toureio e de lazer, (ii) a inerente multiplicidade de usos da

¹⁹⁴ Ver Anexo, texto da entrevista feita ao Eng. Tiago Abecassis.

raça e (iii) a sua beleza morfológica, que a vocacionam para a comercialização junto de um grande e diversificado número de clientes em todos os mercados¹⁹⁵.

Na margem direita do rio Tejo, nos campos de Valada, fica a Quinta da Marchanta-Turismo no Espaço Rural. É uma quinta de turismo rural com cerca de 3 hectares de sossego, paz e bem-estar, mesmo junto ao rio Tejo, em Porto de Muge, que foi concebida para proporcionar aos visitantes uma bela estadia e uma agradável experiência, levando-os a descobrir o Ribatejo e a sua cultura. O espaço tem várias soluções de alojamento. A adaptação das adegas do séc. XIX tornou possível a criação de casas espaçosas e cómodas, ao mesmo tempo que a casa mãe apresenta soluções para grupos mais pequenos ou individuais. Integrada no espaço, existe uma sala de estar para os hóspedes, com bar, ‘snooker’, ‘dvd’ e uma lareira. Existe ainda um espaço, onde se pode aprender a conviver com a criação de animais domésticos, tais como ovelhas, cabras, galinhas, patos, porcos e um ‘ponei’. Na quinta existem também cavalos, em especial os Lusitanos: são uma constante e uma mais-valia para a empresa e para os públicos. Neste sentido, a Coudelaria Sousa Vinagre que integra o complexo, tem um papel fundamental a desenvolver o apuramento desta raça para toureio e lazer. O lema e a razão de existir da Quinta da Marchanta consiste em cumprir três funções: receber os hóspedes de maneira a que se sintam em casa de amigos, e não num lugar estranho; conviver e mostrar como é o dia-a-dia de uma quinta ribatejana, com os cavalos lusitanos e os outros animais de quinta; introduzir a equitação a pessoas que nunca tiveram contacto com cavalos e acima de tudo dar a conhecer o que é na realidade o Ribatejo.

Cria uma nova rota turística/fluvial a partir da Marina do Parque das Nações até Valada do Ribatejo e participa num projecto turístico e cultural que integra diversas actividades económicas e culturais ao longo do rio Tejo.

Figura 24 - Embarcação típica do rio Tejo.



Fonte: S. Antunes, 2009.

¹⁹⁵ Ibid.

O Tejo funciona como uma ‘auto-estrada’ para penetrar no interior do Ribatejo. Ao longo deste rio até Valada desfruta-se da observação da natureza com várias espécies de aves, as aldeias avieiras e os seus restaurantes em cima da água. Chegando a Valada será possível visitar quintas que existem no Ribatejo com o seu património ‘in situ’. A Ollem oferece 3 cruzeiros distintos: Rota dos Avieiros, com saída do Cais de Valada do Ribatejo e visita as aldeias da Palhota e do Escaroupim, onde poderá experimentar a gastronomia típica da região. Poderá ainda visitar um mouchão, ilha do Tejo com magníficas praias e cavalos; Rota do Tejo, cruzeiro de manhã pelo Tejo, onde poderá visitar uma aldeia avieira; da parte da tarde, terá direito a prova de vinhos e almoço seguindo-se uma demonstração equestre do cavalo lusitano; Rota da Lezíria, cruzeiro de manhã pelo Tejo, onde poderá visitar uma aldeia avieira. Da parte da tarde poderá almoçar uma refeição típica da região e visitar os toiros no seu ‘habitat’ natural. Estas viagens fazem-se numa embarcação típica do rio Tejo que antes era usada para levar, nos seus dias de trabalho árduo, o pescado da barra para as lotas no interior do rio. Esta embarcação foi completamente restaurada e adaptada para passeios turísticos.

O vinho também está representado no património ‘in situ’ através de duas adegas: uma é a Sociedade Agrícola Vale de Fornos, situada na Quinta de Vale de Fornos, no concelho de Azambuja, em pleno coração do Ribatejo. Esta propriedade foi oferecida por D^a Antónia Ferreira à sua filha por altura do casamento desta com o 3^o Conde de Azambuja. Dispondo de uma imponente casa senhorial datada do século XVIII, cuja traça e características das paredes sempre foram mantidas. A propriedade goza de uma forte tradição, tanto pela antiguidade e pelo património, como pela ligação a ilustres famílias da Nobreza Portuguesa. A Quinta de Vale de Fornos foi adquirida pelos presentes proprietários em 1972 a D. Pedro de Bragança. Nesta propriedade estiveram alojadas as tropas de Napoleão durante as invasões Francesas e, pelos seus vinhedos terá também passado Cristóvão Colombo a caminho de casa de D. João II em Vale do Paraíso, para comunicar ao Rei a descoberta do continente Americano. Desde o século XIX que a Quinta de Vale de Fornos produz vinhos de distinta qualidade, reconhecidos e afamados, e que nos nossos dias podem ser encontrados tanto no mercado nacional como nos principais mercados de exportação. A vinha e o vinho encontram-se aqui num ambiente cheio de história e de património que os públicos descobrem.

Vale de Algares, em Vila Chã de Ourique, é um parceiro com património vinícola. É outra adega onde o tradicional e o moderno se confundem, mostrando onde chegaram as novas tecnologias a uma aldeia que, durante séculos, foi um santuário do vinho que inundava as tabernas de Alfama, em Lisboa. Ao percorrer as ruas de Vila Chã de Ourique os

testemunhos deste património estão registados nas adegas com a sua arquitectura bem distinta das casas de habitação.

Figura 25 - Casa Agrícola Francisco Ribeiro - Vale de Algaes.



Fonte: Revista Sol, nº 12, 1970.

O projecto Vale d'Algaes tem por missão fazer a diferença, produzindo e comercializando vinhos de excelência com elevado valor acrescentado, sendo sinónimo da qualidade e exemplo do Ribatejo a nível Nacional, e projectando Portugal e o Ribatejo a nível Internacional. Como um produtor de vinho de excelência e pelos eventos que realiza num enquadramento ecológico diferenciador é mais um farol do Ribatejo. O projecto Vale d'Algaes apresenta uma proposta de valor com base na aposta pela complementaridade de produtos e serviços turísticos, onde o apelo pelo envolvimento emocional é uma constante. O acolhimento é personalizado, o serviço é de excelência e o ambiente intimista. Esta proposta tem diferentes públicos alvo das várias valências singulares neste projecto, de forma a oferecer um refúgio do 'stress' urbano, onde cada cliente encontra o seu próprio espaço, partilhando o charme e a exclusividade do mesmo¹⁹⁶. A Quatro Âncoras apresenta um projecto turístico com diversas valências complementares entre si, como o Hotel, a Vinha, a Adega, a Cave vinícola, o Centro Equestre, o Pavilhão Multiusos e o Olival¹⁹⁷. A Cave possui uma área de 2.208 m², com 2 pisos abaixo do solo e uma profundidade máxima de 11,6 metros. No que concerne ao pé direito, no piso -2, varia entre os 3.40 metros, passando por

¹⁹⁶ Texto dos Parceiros, em Anexo.

¹⁹⁷ A partir deste projecto de parcerias 'Património 'In Situ'', deu-se a divulgação deste património que já está a ser utilizado pelo Turismo e outras entidades de Lisboa para a realização de cursos de formação e outros eventos.

4.86 metros e 7.80 metros em média, sendo o mesmo variável devido à geometria abobadada da cobertura, no piso -1 é de 4.10 metros em média, sendo também o mesmo variável devido à geometria abobadada da cobertura. Esta estrutura está estrategicamente ligada à unidade hoteleira, nomeadamente através da sala de provas. Esta sala é acedida por um percurso em rampa que a interliga à zona de estágio em Cave. As visitas turísticas e lúdicas à adega e cave terminam na sala de provas de vinhos. Os visitantes após as provas são estrategicamente conduzidos à loja de Vale d'Algares¹⁹⁸. O salão de eventos, com capacidade para 500 pessoas e com uma área de 800 m², é apoiado por uma zona de recepção que será complementar a toda a oferta Vale d'Algares.

Restaurante típico da região do Ribatejo, situado em Casais da Amendoeira, em Pontével, tem como missão proporcionar aos seus clientes a mais saborosa, refinada e tradicional culinária da região do Ribatejo

Figura 26 - Sala de refeições da Adega do Avô.



Fonte: S. Antunes, 2009.

Na Adega do Avô concilia-se a mais antiga tradição da culinária regional do Ribatejo que passou, de geração para geração, com a excelência e atenção ao pormenor no serviço a todos os clientes. Orgulha-se de manter viva a tradição e história da melhor culinária regional, pondo à disposição pratos como: tiborna com bacalhau assado, cabrito assado na telha e farófias à Adega do Avô, entre outros. Dispõe de uma grande diversidade de vinhos e licores de produtores locais que têm gosto em expor os seus produtos neste espaço. Aqui os apreciadores de vinhos encontram verdadeiras raridades da enologia. Este restaurante tem como objectivos: envolver a comunidade local de modo a que também a região reconheça este

¹⁹⁸ Texto dos Parceiros, em Anexo.

restaurante como um bom exemplo, e que a sociedade tenha vontade de conhecer; contribuir para o desenvolvimento económico e turístico da região através de parcerias e acordos de cooperação, que permitam aproveitar o potencial da região e promover o seu crescimento.

Sendo uma antiga adega de vinhos convertida em restaurante, onde a história do lugar juntamente com sua decoração e ambiente tradicionais, torna a estadia dos clientes muito confortável e agradável contribuindo assim, para a divulgação da região. No espaço envolvente dispõe de um estábulo e picadeiro onde se encontram diversos pôneis e burros para as crianças. Aqui poderão aprender a andar de burro ou pônei, brincar e passar o tempo a divertirem-se enquanto os mais adultos desfrutam da gastronomia regional. Promove ainda passeios turísticos, em burros, com a duração de um dia, “cujo objectivo será evidenciar as qualidades da região do Ribatejo e proporcionar um regresso à época dos nossos bisavós, tão saudosa e desconhecida por muitos”¹⁹⁹. Para além do património gastronómico, encontra-se a história do sítio representada nas múltiplas funções que preexistiram no local

Existe outro parceiro dedicado à gastronomia, na fronteira com o concelho de Santarém, situado em Vale de Santarém: o Pão e Vinho.

Figura 27 - Sala de refeições do Pão e Vinho.



Fonte: S. Antunes, 2009.

A filosofia do restaurante Pão e Vinho, em Vale de Santarém, assenta na vinculação a uma gastronomia de inspiração na cozinha tradicional, mas exercida com criatividade e uma permanente procura de sabores, aromas e prazeres mais sofisticados, numa combinação equilibrada. Uma culinária contemporânea que recorre às melhores matérias-primas, aos recursos da região, aberto às novidades e as novas ofertas: “Os valores do restaurante têm a

¹⁹⁹ Ibid.

sua matriz na nobreza de carácter das pessoas que o gerem com o sentido de proporcionarem um alto nível de fruição aos seus clientes que serão sempre a razão de ser do seu projecto, vinculando-os ao seu espaço, ao seu território e criando empatias e compromissos.”²⁰⁰ O serviço personalizado, os saberes e os sabores deste restaurante convidam a voltar sempre.

Continuando no concelho de Santarém, encontramos a Quinta da Boavista, na margem direita do Tejo, onde os visitantes descobrem uma nova leitura das lezírias do rio. Neste espaço conjuga-se na perfeição a paisagem ribatejana com o património associado ao cavalo.

Figura 28 - Quinta da Boavista.



Fonte: S. Antunes, 2009.

A Quinta da Boavista foi inicialmente vocacionada para a criação de cavalos Puro Sangue Lusitano e posteriormente para a prática de atrelagem, tendo contribuído fortemente para a afirmação desta modalidade em Portugal. Em duas décadas a Coudelaria obteve vários prémios nacionais e internacionais, mas sempre com a participação directa em prova dos proprietários. Actualmente, a Coudelaria mantém a sua orientação funcional e dedica-se também ao turismo relacionado com a indústria do cavalo, pela promoção da prática de atrelagem na sua vertente de competição e lazer.

Figura 29 - Quinta da Boavista.



Fonte: S. Antunes, 2009.

²⁰⁰ Ibid..

A Quinta da Boavista dedica-se a proporcionar passeios em atrelagem no Ribatejo, aproveitando a excelência da paisagem muito variada e sempre surpreendente, através quer dos espaços de charneca quer das florestas entre pinhal, montado e eucalipto, quer através da lezíria, onde predominam os extensos campos agrícolas e o rio Tejo, que marca pelo seu vasto lençol de água. Também se dedica a promover a atrelagem através de estágios, mantendo-nos assim próximos da modalidade e ainda com a possibilidade de contribuir para o surgimento de novos praticantes.

Para apresentar o olival e o azeite, a Quinta de Vale de Lobos - Azóia de Baixo integrou a equipa dos Parceiros do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo. A esta Quinta, a 6 quilómetros de Santarém, associa-se a história, o património e a agricultura através de Alexandre Herculano que a adquiriu, em Janeiro de 1859, onde passava largas temporadas. Em 1867, fixou-se na quinta, dedicando-se à agricultura, onde instalou um lagar de azeite em que moía toda a azeitona do Vale Lobos. Aqui ficou um monumento do património rural, que perdurou até aos nossos dias, erguido por quem amou a agricultura, a pátria e as letras. Vale de Lobos ficou como memória de um «homem público» que serviu o País e continua a cultivar olivais e a produzir azeite.

Figura 30 - Quinta de Vale de Lobos.



Fonte: Postal ilustrado do início do século XX.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo funciona como um parceiro, como seguindo ecomuseologia: “L’Ecomusée a vocation à jouer le role de partenaire pour les collectivités territoriales, les entreprises ou tout autre struture en charge du développement économique, social et culturel”. (Statuts de l’Association Ecomusée de la Communauté urbaine Le Creusot Montceau les Mines, 23 avril 1990) O MRVCC não se limita apenas aos conceitos e modelos herdados da museologia, mas também desempenha um papel agregador de todos os parceiros: procura-se, antes de mais, uma prática que respeite as normas da

museologia e que se enquadre numa dinâmica de desenvolvimento local. Pretendeu-se que a comunidade se consciencializasse da especificidade da sua história e a valorizasse, descobrindo modelos de desenvolvimento na sua própria cultura. O Museu desempenha, assim, a sua função como parceiro que ajuda a descobrir e a preservar a identidade do território através da identificação de vários testemunhos que documentam a região, pondo em prática conceitos da museologia activa, da ecomuseologia, da museologia local e da economuseologia. Estes conceitos são linhas orientadoras que enriquecem a criatividade museológica deste projecto. O fortalecimento deste projecto está na criação de laços de cooperação entre os parceiros do Património ‘in Situ’ que caracterizam esta região ribatejana, conforme está previsto no articulado do protocolo:

“Cláusula 3.^a

Com vista ao desenvolvimento da região do Ribatejo e ao reforço da Rede, as Partes Fundadoras comprometem – se a apoiar a concepção de um Plano para o Desenvolvimento Sustentável dos Recursos Locais do Espaço Rural, que integrará os valores paisagísticos, culturais, gastronómicos, vitivinícolas, equestres, taumáquicos e ambientais e o turismo e outros serviços prestados em torno desses valores.”²⁰¹

O protocolo definiu a vontade dos parceiros que devolveram ao Museu o papel que deve desenvolver no campo da investigação, da comunicação e da formação. Acrescenta à museologia um espírito empresarial, usando as ferramentas de uma empresa dinâmica e actuante: flexível, atenta a todas as necessidades dos clientes/públicos, criatividade, modernismo e inovação. Como o projecto de um museu não é uma obra acabada, estas práticas devem evoluir sempre em função do desenvolvimento destes patrimónios ‘in situ’. A comunidade deve ter sempre “... o acesso a um saber assente na totalidade de um passado próximo ou longínquo. É sobre esta totalidade histórica que a comunidade constrói a sua memória colectiva e cujo património lhe pertence inalienavelmente.” (Nabais, 1993, 69) À semelhança de outras experiências, embora seguindo estratégias e modelos diferentes aplicados noutras práticas museológicas, como referiu António Nabais ao apresentar a experiência de Mértola a propósito da construção da memória colectiva: “Tem sido uma prática que tem consistido em reunir e recuperar essa memória, reagrupando-se em estruturas e gestos que combinem a indispensável didáctica com uma eficaz rentabilização social e económica.” (Id., Ibid.) Este projecto museológico, para além de ter envolvido a Câmara Municipal do Cartaxo, também tem sido acompanhado pela Entidade do Turismo da Região de Lisboa e Vale do Tejo e pelo Instituto do Turismo de Portugal, que reconhecem a

²⁰¹ Protocolo, ver Anexo.

importância desta iniciativa museológica que poderá vir a ser aplicada como metodologia a todo o País. A visibilidade pública/privada desta parceria já começou a produzir efeitos práticos, traduzidos na procura dos serviços dos parceiros por instituições de Lisboa para promover reuniões e formação nas suas instalações, para além da utilização dos outros recursos turísticos e culturais.

A partir dos conteúdos das diferentes temáticas que foram abordadas e que serão apresentadas no ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’ na Quinta das Pratas, ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do Rio Tejo’, em Valada, e no ‘Património ‘In Situ’’, o MRVCC cumpre assim a sua vocação.

O projecto museográfico compreende a intervenção nos edifícios e na exposição dos objectos. O projecto arquitectónico não se pode sobrepor aos conteúdos, mas deve garantir um equilíbrio, de modo a que a arquitectura e a exposição sejam factores de atracção e de conhecimento: “Recuperar casas significa restaurar escrupulosamente, adaptar a diferentes – quase sempre ligeiramente diferentes – necessidades. Significa sistematizar projectos para os «enxertos» indispensáveis, a partir de um estudo rigoroso das tipologias e da constante evolução de uso e de existência” (Siza, 1983, p. 3).

A recuperação não impede a salvaguarda do edifício e a adaptação a novas funções, desde que se respeite a sua história e o programa museográfico. Os projectistas para a arquitectura do novo projecto de Musealização do Concelho do Cartaxo estiveram sempre em permanente diálogo com a Comissão Científica, do MRVCC de modo a que fossem encontradas as soluções adequadas para todos os espaços em função das suas utilizações

“O projecto museológico é de uma importância vital. Nenhum arquitecto deve iniciar o seu trabalho sem ter em seu poder um projecto museológico. Será a sequência de um conjunto de informação que vem de todo o lado. Depois a avaliação dos projectos, usando sempre como metodologia o diálogo. O diálogo é fundamental.”²⁰²

O diálogo enriqueceu o projecto museológico. Durante a elaboração do projecto arquitectónico foi possível efectuar afinações do programa museográfico de arquitectura, com o projectista. Quando lhe foi posta a questão se considerava que a elaboração de um programa arquitectónico efectuada por museólogo é limitadora à criação de um projecto arquitectónico, respondeu que era “exactamente ao contrário. Portanto é exactamente ao contrário. Portanto, quanto mais definido, claro e objectivo for o programa muito mais material que gera

²⁰² Entrevista ao Arq. Álvaro Leite Siza, autor do projecto de arquitectura, 21.05.2010, ver Anexo.

criatividade é dado ao criador”²⁰³. E à pergunta “Quando que é que sente que termina o seu projecto arquitectónico? “ Respondeu: “Nunca. Nunca terminou. Podia ir sempre mais longe”²⁰⁴. De facto, a obra de um museu nunca acaba. Esta é a visão de quem está atento ao trabalho museológico junto da comunidade. Em suma, a elaboração do projecto museográfico arquitectónico foi um trabalho de uma equipa pluridisciplinar de especialistas, isto é, de museólogos, arquitectos, engenheiros e investigadores²⁰⁵.

4.1.3. Pós-produção

À pós-produção cabe toda a operação: desde a avaliação do projecto museológico, plano de actividades até à sua promoção, divulgação e continuidade, porque

“Um museu constrói-se, no dia-a-dia, e é a avaliação permanente que o ajuda a construir e, ao mesmo tempo, a manter a sua identidade, evitando a derrapagem para a rotina, e mesmo para a arteriosclerose do seu funcionamento” (Nabais, 1998, p. 152)

A fase de produção termina com a inauguração do projecto museológico e, a partir deste momento, iniciam-se outras acções que conferem o dinamismo da instituição museológica: desde a investigação, a incorporação e a conservação até à exposição, e às acções culturais e sociais. Todas as tarefas serão avaliadas pelos órgãos de gestão, embora o Conselho Consultivo terá aqui um papel importante, porque poderá apreciar melhor até que ponto o Museu está a participar no desenvolvimento e bem estar da comunidade. Portanto, é necessário manter uma articulação perfeita entre os três órgãos de gestão: Direcção Operacional, Comissão Científica e Conselho Consultivo. Toda a planificação será elaborada em equipa, de modo a que todas as actividades culturais do município estejam em sintonia e que haja uma estratégia de divulgação conjunta, através de meios de comunicação acessíveis a toda a comunidade, nomeadamente por via de uma agenda cultural. Cabe aqui, igualmente, um papel importante ao serviço de turismo²⁰⁶ do município para fazer o reencontro de todas as iniciativas da comunidade e dos seus diferentes serviços. Neste momento a dinâmica do Museu está a obrigar a que todos estes serviços funcionem em harmonia.

Todo este processo de funcionamento permite um melhor aproveitamento e gestão de recursos, tanto humanos, como financeiros e logísticos. Foi nesse sentido que se projectaram

²⁰³ Id.

²⁰⁴ Id.

²⁰⁵ Fugiu-se da prática dos museus que apenas recolhem, armazenam e enchem as paredes das salas, como era prática no século XIX ou início do século XX e ainda hoje, apenas diferente, porque apresentam uma nova cenografia para os objectos, mas sem levar os públicos à exploração e à descoberta.

²⁰⁶ O serviço de turismo da CMC não tem funcionado, embora o actual vereador da tutela pretenda reorganizá-lo.

os Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural, na Quinta das Pratas, e do Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer do rio Tejo, em Valada.

O sucesso, no sentido de prestar um excelente serviço à comunidade, da Musealização do Concelho do Cartaxo estará numa avaliação permanente e na programação das diferentes acções museológicas em função das necessidades reais dos cidadãos. O resultado também estará na sua visibilidade para o exterior, de modo a que a seja um factor de atracção turística, contribuindo para divulgação das suas actividades produtivas e respectivos produtos de qualidade.

4.2. Considerações Finais

O projecto de Musealização do Concelho do Cartaxo está alinhado para prestar um serviço á comunidade e ao seu desenvolvimento. A fileira económica ligada à valorização dos bens culturais desenvolve-se a partir do turismo.

O turismo cultural, integrado numa indústria turística, representa uma fonte de riqueza e de desenvolvimento. Os empresários turísticos devem encontrar nos produtos culturais como produtos diferenciados de qualidade como novas formas de atracção.

O presente projecto museológico tendo como objectivo o de preservar o património identitário cartaxense, ao serviço da comunidade local e contribuindo desta forma para o desenvolvimento do concelho do Cartaxo, quer fazer da experiência turística uma experiência museal onde os públicos procuram a fruição da cultura.

O património ‘in situ’ do território local será uma extensão da sua narrativa expositiva, uma vitrina, um objecto do MRVCC, que este ajuda a preservar, pois “cada núcleo expositivo é um ponto de paragem num percurso e numa história sem tempo”. (Torres, Bouça, Lopes, Palma, 1991. P. 4) Os itinerários, que atravessam todo o território, oferecem aos públicos um melhor conhecimento da realidade multifacetada do concelho e da região, desenvolvem um turismo de descoberta e de conhecimento, e permitem uma troca de experiências com a população. Como Georges Henri Rivière disse a propósito do ecomuseu deve ser: “... em espelho que a população mostra aos visitantes, para ser melhor compreendida, no respeito de seu trabalho, de seus comportamentos, de sua intimidade...”. (Rivière, 1989, p. 142)

A situação geográfica privilegiada do Cartaxo e as boas acessibilidades facilita a atracção turística. Uma boa apresentação e comunicação deste produto museológico permitirá ao visitante de passagem por Lisboa se deslocar ao Museu. Já em 1948, no II Congresso Ribatejano, Francisco Câncio, colocou em evidência este factor geográfico para o desenvolvimento do turismo

“A Região Ribatejana, colocada em excelente posição no mapa geográfico de Portugal, servida por numerosas e boas vias de comunicação, quer terrestres, quer fluviais, a pegar com a capital do país – o que a torna acessível a um grande centro populacional e cosmopolita – pode vir a ser um progressivo centro de turismo” (Câncio, (1948, p. 321)

Ainda hoje se sente este desaproveitamento da localização estratégica do Cartaxo, onde o serviço de turismo é inexistente. Sentiu-se que o MRVCC veio tornar esta localidade mais visível através de roteiros, mas não se criaram estruturas que desenvolvessem o turismo, apesar do referido autor o ter considerado “... uma fonte importante de desenvolvimento económico em vários sectores da actividade humana...”. (Câncio, 1948, p. 321) Perante a apatia existente em relação à divulgação turística, caberá ao Museu utilizar os seus instrumentos de comunicação de um modo mais eficaz. Também, em 1948, Francisco Câncio apontava algumas vias para que o turismo fosse uma realidade neste território:

- organização de festas de carácter local;
- proporcionar a realização de excursões;
- organizar exposições de arte de carácter local ou regional;
- divulgação, através da imprensa e de opúsculos, dos monumentos, da paisagem, dos costumes e do valor económico da região que está sob a sua esfera de actividades;
- vigiar a forma como os turistas são recebidos nos hotéis, pensões e restaurantes da sua área;
- proteger, dentro das suas possibilidades e pela forma que melhor se lhe proporcionar, a divulgação de livros e revistas que interessem à região e, muito em especial, ao respectivo concelho;
- organização de competições desportivas, prevendo nos programas visitas a locais de interesse histórico e paisagístico. (Câncio, 1948, pp. 328-330).

Passadas seis décadas ainda pudemos ter em atenção estas recomendações e colocá-las em prática com a participação activa do MRVCC, porque

“O museu é em simultâneo um equipamento/atracção ao dispor do turista e a representação da cultura e da identidade de um território, de uma comunidade.

As novas tendências em turismo apontam um turista mais motivado para o consumo cultural, que deseja experimentar emoções, sentimentos e que valoriza a autenticidade.”²⁰⁷

Cada vez se procura mais a natureza e a cultura para a fruição de tempos de ócio oferecidos durante os tempos livres, quer das férias e fins-de-semana, quer da vida de reformado. O turismo sénior é hoje uma nova realidade que traz riqueza quando seja devidamente orientado: “Museus podem ser entendidos como um produto da oferta turística cultural promovendo uma afectação sustentada dos recursos, criação de emprego e o próprio desenvolvimento económico.”²⁰⁸ Porque, de facto, “O Turismo e a preservação do Património são actividades complementares, geradoras de valor acrescentado: o Património converte as regiões em destinos turísticos e, o Turismo pelos fluxos de visitantes gerados torna-as economicamente viáveis”.²⁰⁹ De qualquer modo, habitualmente os interesses económicos de grupos e as decisões políticas ignoram essa complementaridade do turismo e da preservação do património que os especialistas destes assuntos têm dado os devidos esclarecimentos sobre a sua importância para o desenvolvimento dos povos

“L’industrie touristique represente une source de richesse et de développement considérable, mais doit préserver et non détruire l’identité, la dignité et l’originalité des cultures locales, qui constituent en quelque sorte le «patrimoine moral des peuples». (...). Le tourisme peut être un des meilleurs moyens pour établir le contact entre les cultures et vivifier le dialogue entre les peuples” (Dupuis, 1991, p. 53)

O divórcio entre o património cultural e o turismo tem sido uma prática neste município. Presentemente, existe uma vontade política em inverter essa atitude assumida durante anos no concelho do Cartaxo. O protocolo dos parceiros e a relação que o MRVCC tem promovido com as entidades turísticas regionais e nacionais, levaram a que o Turismo e o Museu ficassem dependentes do mesmo pelouro autárquico para que houvesse uma complementaridade dos dois serviços municipais. Esta decisão política veio reconhecer a importância deste ‘casamento’ para o desenvolvimento desta comunidade através da preservação e divulgação do seu património cultural: o Posto de Turismo informa e o Museu dá conhecimento.

²⁰⁷ Gonçalves, Alexandra. *Museus e Turismo: que relação?* Comunicação in “I Congresso Ibérico dos Museus do Vinho, 29 de Abril de 2008”. Cartaxo: Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo.

²⁰⁸ Gonçalves, António Costa. *Museus e Turismo – parceria de valor acrescentado*, resumo de comunicação apresentada no Colóquio APOM – 2005, em Faro. Professor-Adjunto da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE).

²⁰⁹ Id., *Ibid.*.

Conclusão

“Eram dadas cinco da tarde, a calma declinava; montávamos a cavalo, e cortávamos por entre os viçosos pântanos que são a glória e a beleza do Cartaxo;” (Garrett, Almeida, “Viagens na Minha Terra”, 1843)

Este trabalho consistiu na Musealização do Concelho do Cartaxo e, em termos pessoais, foi muito enriquecedor: uma experiência conjunta e partilhada. A investigação não foi só minha, nem um acto isolado, mas sim comunitário, onde a comunidade local e a comunidade museal participaram nesta investigação. Apenas limitei-me a descrever e a analisar o decorrer de todo este processo museológico, que é tão rico e vasto, tão difícil de sintetizar e de fielmente transmitir. A aplicação dos conceitos teórico-práticos de que me muni foi na comunidade local que, por sua vez, me ajudou e ensinou. Não há ciência sem experiência: resulta da experiência. A musealização dentro destes moldes é de facto uma experiência comunitária de sensibilidades patrimoniais.

A partir do domínio científico da museologia foi possível elaborar um projecto museológico que respondesse às necessidades da comunidade e à preservação dos seus valores culturais. O projecto de Musealização do Concelho do Cartaxo, tendo-se apoiado na teoria actualizada da museologia, na experiência histórica do MRVCC e nos interesses da comunidade local, procurou ir mais longe com a aplicação dos conceitos e práticas da ecomuseologia e economuseologia, que foram instrumentos importantes para o lançamento deste projecto no Cartaxo, com a sua identidade própria e aplicação a actividades económicas de dimensões bastante variadas.

O diálogo entre as várias partes intervenientes, desde os políticos, como promotores do projecto, os técnicos – museólogos, investigadores, projectistas – até aos vários sectores da comunidade, permitiu erguer um projecto museológico mais próximo das realidades culturais, económicas e sociais do concelho do Cartaxo.

A reaproximação da população fez recordar os períodos da Génese e do Crescimento do Museu. Houve um reencontro da comunidade local, embora de modo diferente. É a comunidade a solicitar a saída do Museu da Quinta das Pratas para ir às quintas agrícolas, às adegas, aos restaurantes, às coudelarias, ao rio Tejo, às festas populares (do vinho e da vindima), às Juntas de Freguesia e às colectividades. Esta acção museológica veio dar outra visibilidade ao município, valorizando o seu património histórico e ‘in situ’. É uma nova

forma de garantir a continuidade do saber fazer no espaço rural: produzir e expor no seu próprio ambiente, promovendo o desenvolvimento cultural, social e económico.

A gestão tripartida em Direcção Operacional, Comissão Científica e Conselho Consultivo e a aplicação de outras formas de criar relações efectivas e afectivas com a comunidade trouxeram outra dinâmica ao Museu: desde a assinatura de protocolo com parceiros dispostos a apresentar o seu património e a colaborar entre si, a ligação protocolar com a Administração Regional Hidrográfica do Tejo para a criação do Museu do Tejo, até às Conversas na Taberna, a criação de Ateliês de Música e de Artes Plásticas, a participação em actividades culturais promovidas pelas colectividades do Município e pelas Juntas de Freguesia, como a organização do Museu Escolar, em Vale da Pinta e a colaboração científica no projecto da Feira Medieval (evento de raiz local, sem participação de empresas de eventos medievais) e na Festa das Vindimas, em Vila Chã de Ourique.

Perante a nova visão da intervenção museológica no concelho do Cartaxo, o Presidente da Câmara Municipal integrou a equipa dos técnicos de museologia do MRVCC no projecto de requalificação da Aldeia Avieira da Palhota para que houvesse um diálogo com os projectistas da arquitectura. Deste modo o projecto arquitectónico foi elaborado com o olhar museológico. Outros actos se repetem na intervenção em projectos públicos e privados deste Município. A comunidade procura o Museu para múltiplas intervenções: desde as científicas e técnicas até às de lazer, as culturais e as didácticas.

O fortalecimento e continuidade de um museu sob a tutela de uma autarquia está no envolvimento da comunidade no processo da musealização do seu território, porque, deste modo, impede que um autarca, menos interessado pela questões culturais e patrimoniais, destrua ou trave projectos de um museu, como aconteceu com o MRVCC, durante o período de Declínio. Uma das estratégias adoptadas para a formalização deste compromisso foi a criação de um Conselho Consultivo que está atento à vida do Museu e o defende, porque o considera seu. Outra medida foi a assinatura de um protocolo com diferentes parceiros, proprietários de um património diversificado no território, que comprometeu todas as partes, nomeadamente a autarquia na prestação de serviços úteis à comunidade. O ir, de várias formas, ao encontro da comunidade permitiu um intercâmbio de serviços, de informações úteis a todas as partes envolvidas e desenvolveu o espírito de inter-ajuda.

A novidade desta intervenção museológica passa também pela aplicação de um modelo que integra no mesmo projecto o Museu, a Biblioteca e o Arquivo, permitindo uma gestão cultural integrada com melhor aproveitamento dos recursos humanos, técnicos,

financeiros e de espaços (modelo já aplicado noutros locais, nomeadamente no Centro Pompidou, em Paris).

A Musealização do Concelho do Cartaxo permitiu a descoberta e a valorização de patrimónios, através do ‘Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural’, na Quinta das Pratas, e do ‘Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do rio Tejo’, em Valada, e o ‘Património ‘In Situ’’, um novo instrumento para o desenvolvimento de empresas privadas, preservando práticas e saberes, e promovendo, igualmente, o turismo.

Este projecto museológico criou as ferramentas necessárias para que o turismo cultural num espaço rural seja uma alternativa para os públicos que procuram Portugal, a partir de Lisboa. Deste modo os empresários turísticos podem encontrar produtos culturais diferenciados de qualidade como novas formas de atracção.

A museologia vem, assim, provar que é mais um serviço da comunidade que contribui para o desenvolvimento local a partir do aproveitamento dos recursos culturais.

Bibliografia

- (19 de Novembro de 1985). *MRVCC* . Cartaxo: MRVCC, 19.11.1985.
- (1985). Actas do II Atelier Internacional – Museus Locais – Nova Museologia . Lisboa: MINOM.
- (1985). Centro de Documentação do MRVCC .
- (1987). Centro de Documentação do MRVCC .
- (1988). Centro de Documentação do MRVCC .
- (1989). Centro de Documentação do MRVCC .
- (1990). Centro de Documentação do MRVCC .
- (1991). Centro de Documentação do MRVCC .
- (2000). Centro de Documentação do MRVCC .
- (2002). Centro de Documentação do MRVCC .
- (2002). Prior Velho: Michelin-Edições Viagem.
- (2003). Centro de Documentação do MRVCC .
- (2004). Centro de Documentação do MRVCC .
- (23 de Julho de 1984).
- (28 de 12 de 1984). Acta da Câmara Municipal do Cartaxo, n.º 50/84 . Cartaxo.
- (28 de Janeiro de 1985). Acta da Câmara Municipal do Cartaxo, n.º 4/85 . Cartaxo.
- (28 de Março de 1984). Cartaxo.
- (4 de Maio de 1981). *O Povo do Cartaxo* .
- Aguiar, A. (1889). As principais comarcas vinhateiras do centro do reino no ano de 1866. Distrito de Santarém, Concelho do Cartaxo. *Indústria vitivinícola do séc. XIX', no Concelho do Cartaxo, Cadernos Históricos – 2* . Cartaxo: Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo.
- Almeida, R. S. (1988). Museu Rural e do Vinho do Cartaxo.
- Alvará de Régio D. João V. (14 de Agosto de 1721).
- Andrews, & Schweibenz. (2004). Art Documentation, número de printemps 1998. In Nouvelles de l'ICOM, n.º 3.
- Bary, M.-O. d., & Tobelem, J.-M. (1998). *Manuel de Muséographie. Petit guide à l'usage des responsables de musée*. Biarritz: Séguier/Option Culture.
- Bluteau, R. (1712-1728). Vocabulário português & latino: aulico, anatómico, architectónico... (Vol.1- 8). Coimbra: Collegio das Artes da Companhia de Jesu.

Bruno, C. (1996). Museologia: algumas ideias para a sua organização disciplinar. *Cadernos de Sociomuseologia*, N.º 9 , p. 16.

Bruno, C. (1996). Os Processos Museais e as Questões Metodológicas: o Museu da Cidade de Pirajó como Estudo de Caso. Lisboa: ULHT.

Caldas, P. (2002). Cartaxo. Uma linha de Rumo. Santarém: Coleção Saber. *O Mirante*.

Caldas, P. (2004). *Manuscritos para o novo Roteiro do Museu* . Centro de Documentação do MRVCC.

Campos, M. J. (1985). Introdução. Câmara Municipal do Cartaxo.

Campos, M. J. (1986). Introdução. Ereira no século XVIII- Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo . Cartaxo.

Campos, R. (1975). O Concelho do Cartaxo. A gente, a terra e o produto ou a necessidade de uma política de desenvolvimento regional ao serviço da população. Santarém: Edição da Junta Distrital.

Campos, R. V., Oliveira, M., & Campos, M. J. (2007). Dinâmica Empresarial Concelhia no Distrito de Santarém. *Cadernos Distritais*”, n.º 2 . Santarém: Edição do Governo Civil do Distrito de Santarém.

Campos, R., & Oliveira, M. (2009). Caracterização da Estrutura Social do Distrito de Santarém. Santarém: Edição do Governo Civil do Distrito de Santarém.

Carta à População do Cartaxo. (6 de Novembro de 1984). *O Povo do Cartaxo* .

Cartaxo inaugura o seu Museu Rural. (23 de Novembro de 1985). *Correio da Manhã*.

Casanovas, L. E. (1993). Conservação e Condições-Ambiente. Segurança. In *Iniciação à Museologia*. Lisboa: Universidade Aberta.

Chagas, M. (1994). No Museu com a turma de Charlie Brown. *Cadernos de Sociomuseologia*, N.º2 .

Chagas, M. (2007/2008). Material Didáctico. *Seminário de Mestrado em Museologia* . Lisboa: ULHT.

Coelho, A. (1972). Portugal na Espanha Árabe, volume I. Lisboa: Seara Nova.

Correia, A. A. (1940). *Novas Estações Líticas em Muge*. Lisboa: Bertrand.

Correia, V. (1941). Santos Rocha. Fundador dum Museu (conferência proferida em 1936). Correia, Vergílio (1941). Santos Rocha. Fundador dum Museu (conferência proferida em 1936). Figueira da Foz: Escola Gráfica.

Couto, S. (1961). II Conferência dos Conservadores de Museus. *Boletim do Museu Nacional de Arte Antiga* .

Cunha, M. (2007/2008). Material Didático. *Seminário de Mestrado em Museologia* . Lisboa: ULHT.

Custódio, J. (1980). Arqueologia Industrial e Património. *História e Crítica*, N.º 5 .

Decreto . (10 de Novembro de 1875).

Desvallées, A. (1998). Cent quarante termes muséologiques ou petit glossaire de l'exposition. In M.-O. d. Bary, & J.-M. Tobelem, *Manuel de Muséographie. Petit guide à l'usage des responsables de musée* (p. 240). Biarritz: Séguier/Option Culture.

Desvallées, A. (2001). Que futuro para os museus e para o património cultural na aurora do terceiro milénio? *Revista Lugar em Aberto, APOM* .

Desvallées, A. Cent quarante termes muséologiques ou petit glossaire de l'exposition. In *Manuel de Muséographie. Petit guide à l'usage des responsables de musée*.

DL n.º 46.758, Artigo 5º. (18 de Dezembro de 1965). Regulamento Geral dos Museus de Arte, História e Arqueologia .

Dupuis, X. (1991). Culture et Développement – De la reconnaissance à l'évaluation . Paris: UNESCO/ICA.

Entrevista com o Presidente da Câmara do Muicpal do Cartaxo. (5 de Janeiro de 1984). *O Povo do Cartaxo* .

European Museum of the Year Award. (13 de Agosto de 1987). *Capital* .

Fernandes, J. F. (Julho/Agosto de 1987). Um Museu de Boa Casta. *Atlantis*, n.º 4 .

Fernandez, L. A. (1993). Museologia. Introducción a la Teoría y Práctica del Museo. Madrid: Ediciones Istmo, S.A.

Festa do Vinho do Cartaxo. (Maio/Junho/Julho de 1988). *O Escanção*, n.º 9, .

Garrett. (1963). *Viajens da minha terra*. Lisboa: Portugalíia Editora.

Vicente, Gil. (1943). Comédia de Rubena. In *Vicente, Gil. Obras Completas, Vol.3*. Lisboa: Livraria Sá da Costa.

Gob, A. (10 de octubre de 2009). *le jardin des Viard ou les valeus de la muséalisation*. Obtido em 18 de janvier de 2010, de Référence électronique André Gob: <http://ceroart.reveus.org/index1326.html>

Gob, A., & Drouguet, N. (2008). La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels, 2.^a edição. Paris: Armand Colin.

Godinho, V. M. (1982). *Identité, Culturelle et Humanisme Universalisant*. Lisboa: Instituto Português de Ensino à Distância.

Guash, M. T. (1985). La Investigación Pedagógica del Objeto Museístico. *La Investigación del Educador de Museos*. Barcelona: Conferencia ICOM/CECA'85, Ajuntament de Barcelona.

Hudson, K. (1983). Introduction. In Prix Européen du Musée de l'Année 1983. Avon: Avon, England.

I Exposição Mostra. (25-23 de Novembro-Dezembro de 1984).

I Jornadas Gastronómicas do Concelho do Cartaxo. (Fevereiro de 1987). *Correio da Manhã* .

INE. (2007). Anuários Estatísticos da Região Centro e da Região Alentejo. INE.

Instituto Português de Museus, [IPM]. (2004). *Roteiro de Museus*. Lisboa: Instituto Português de Museus.

International Council of Museums, [ICOM]. (1951). Estatutos. Paris: ICOM.

International Council of Museums, [ICOM]. (1968). Estatutos. Paris: ICOM.

International Council of Museums, [ICOM]. (1975). Estatutos. Paris: ICOM.

International Council of Museums, [ICOM]. (2004). Estatutos. ICOM.

Lebaron, F. (2010). *A Sociologia de A a Z*. Lisboa: Escolar Editora.

Lei 107/2001. (s.d.). Lei de Bases da Política e do Regime e de Protecção e Valorização do Património Cultural .

Lei Constitucional n.º 1/2005, Artigo 78º. (12 de Agosto de 2005). *Constituição da República Portuguesa* . Lisboa, Portugal: Imprensa Nacional.

Lei Constitucional. (2 de Abril de 1976). *Constituição da República Portuguesa* . Lisboa, Portugal: Imprensa Nacional.

Lei n.º 47/2004. (s.d.). *Lei-Quadro dos Museus* .

Lima, F. P. (1993). A evolução de Conceitos entre as Declarações de Santiago e de Caracas. *Cadernos de Sociomuseologia, N.º 1* .

Lopes, A. M. (Outubro de 1916). Tempo de Vindimas.

Mayrand, P. (2007/2008). Material Didáctico. *Seminário de Mestrado em Museologia* . Lisboa: ULHT.

Montejunto, L. d. (21 de Agosto de 1986). O Museu Rural e do Vinho Proposto para o Prémio Museu do Ano.

Moutinho, M. (1993). Sobre o Conceito de Museologia Social. *Cadernos de Museologia, N.º 1*.

Moutinho, M. (1996). Museologia Informal. Boletim da APOM II, Série 3.

Moutinho, M. (2007/2008). Material Didático. *Seminário de Mestrado em Museologia*. ULHT.

Mucchielli, A. (1992). *L' Indentité, 2ª edição*. Paris: Presses Universitaires de France.

Museu Rural candidata-se a prémio europeu. (17 de 10 de 1986).

Museu Rural candidata-se a prémio europeu. (19 de Julho de 1986). *O Primeiro de Janeiro*.

Museu Rural e do Vinho admitido no Conselho da Europa. (16 de Setembro de 1986). *O Povo do Cartaxo*.

Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo. (4 de Setembro de 1986). *O Povo do Cartaxo*.

Nabais, A. (1983). Museu Municipal do Seixal. "*Almadan*", n.º1, *Centro de Arqueologia de Almada*.

Nabais, A. (1984). The Municipal Museum of Seixal - an ecomuseum of development. *Museum, n.º 142*.

Nabais, A. (1985). Le développement des écomusées au Portugal. *Museum, n.º 148*.

Nabais, A. (1985). Nota Histórica. In *Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo*. Cartaxo: Câmara Municipal do Cartaxo.

Nabais, A. (2004). *Manuscritos para o novo Roteiro do Museu*. Centro de Documentação do MRVCC.

Nabais, A. (2006). Museologia Portuguesa e Valorização do Património Cultural Fundão: Museu Arqueológico Municipal José Monteiro do Fundão. *Eburobriga – História. Arqueologia. Património. Museologia*.

O Adjunto do Senhor Ministro da Cultura Visitou o Cartaxo. (1984). *O Povo do Cartaxo*.

O Concelho do Cartaxo vai transformar-se em ecomuseu. (3 de Dezembro de 1985). *O Primeiro de Janeiro*.

O Concelho do Cartaxo. O Vinho, a Terra e o Tejo. (2004). Mem Martins: Edição Ferraz & Azevedo, Lda.

O Júri do Conselho da Europa visitou o Museu Rural. (6 de Novembro de 1986). *O Povo do Cartaxo*.

O Museu do Vinho celebra 21.º Aniversário. (Março de 2007). *InfoCartaxo, Boletim Municipal*, p. 27.

O Museu do Vinho. (21 de Outubro de 1982). *O Povo do Cartaxo*.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo nos órgãos da Comunicação Social. (Novembro de 1987). *O Cartaxo, ano XXV, série IV*.

Odile, J. (2003). La Mémoire. *Le Temps des Savoirs, N.º 6*.

Paço, A. d. (1954). *Sementes Pré-Históricas do Castro de Vila Nova de S. Pedro*. Lisboa: Academia Portuguesa da História.

Porta, E., Rosa, M., & Morral, E. (1982). *Sistema de Documentación para Museos*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Primo, J. (1999). Pensar Contemporaneamente a Museologia. *Cadernos de Sociomuseologia, N.º 16*.

Primo, J. (2007/2008). Museólogo-Educador Frente aos Desafios Económicos e Sociais da Actualidade. *Material didáctico. Seminário de Mestrado em Museologia*. Lisboa: ULHT.

Recht, R. (1998). *Penser le patrimoine mise en scène et mise en ordre l'art*. Paris: Éditions Hazan.

Rego, R. (16 de Julho de 1982). O Museu do Vinho. *Diário de Notícias*.

Rieu, A.-M. (1998). *Les Visiteurs et les Musées - Le cas des musées de Mulhouse*. Paris: La Documentation Française.

Rivière, G. H. (1989). *La Museologie Selon ... Cours de Muséologie/Textes et témoignages*. Paris: Dunod – Bordas.

Rodrigues, J. (1987). Cartaxo visto por um... Museu!. *Diário de Lisboa*.

Roteiro de Museus. (2004). Lisboa: Instituto Português de Museus – Rede Portuguesa de Museus.

Salvado, M. A. (1985). *Os Avieiros nos finais da década de cinquenta*. Castelo Branco: Gráfica de S. José.

Salvador, J. A. (2006). As rotas dos vinhos da Bairrada, da Estremadura e do Ribatejo. In J. A. Salvador, *Portugal – Vinhos – Cultura e Tradição*. Lisboa: Círculo dos Leitores.

Santiago, A. (5 de Dezembro de 2004). Exposição do Museu Rural e do Vinho evoca memórias de outros tempos. O Cartaxo dos anos cinquenta.

Santos, C. (1994). Documentação Museológica, Educação e Cidadania. *Cadernos de Museologia, N.º 3* .

Santos, C. (2001). Museu e Educação: Conceitos e métodos. In Simpósio Internacional. USP.

Santos, C. (2002). Formação do museólogo e o seu campo de atuações. *Cadernos de Sociomuseologia, N.º18* .

Santos, C. (2007/2008). Material Didático. *Seminário de Mestrado em Museologia* . Lisboa: ULHT.

Schimith, C. (1996). *Diderot L' Encyclopédie*. Paris: Bookking International.

Silva, A. (1825). Coleção da Legislação Portuguesa. Lisboa: Tipografia Maignense.

Silva, M. (13 de Agosto de 1987). Ecomuseu do Cartaxo Retrata Vida da Região. *Capital* .

Silva, T. (1927). Ribatejo. *Guia de Portugal* . Lisboa: Biblioteca Nacional.

Simard, C. (1989). Économuséologie. Comment Rentabiliser une Entreprise Culturelle. Montréal: Centre Éducatif et Culturel in.

Soares, R. d. (1878). Mémoire vins du Portugal, Exposition Universelle de Paris en 1878. Soares, Rodrigo de Moraes. (1878). Mémoire vins du Portugal, Exposition Universelle de Paris en 1878. Lisboa: Imprensa Nacional. Lisboa: Imprensa Nacional.

Suano, M. (1986). O Que é um Museu. S. Paulo: editora brasiliense.

Tinoco, A. (2007/2008). Material Didático. . *Seminário de Mestrado em Museologia* . Lisboa: ULHT.

ULHT. (1999). Declaração de Caracas. ICOM.1992. *Cadernos de Sociomuseologia, N.º15* , pp. 243-265.

ULHT. (1999). Declaração de Lisboa - Resoluções da Comissão Internacional de Formação de Pessoal de Museus. ICTOP, 1994. *Cadernos de Sociomuseologia N.º15* .

Um Museu do Vinho no Cartaxo. (2 de Abril de 1981). *O Povo do Cartaxo* .

United Nations Educational, S. a. (16 de Novembro de 1972). Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural, Artigo1º. Paris.

United Nations Educational, S. a. (17 de Outubro de 2003). Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial definiu o património cultural imaterial, Artigo 2º. Paris.

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, [. (1999). Mesa-Redonda de Santiago do Chile, ICOM, 1972. *Cadernos de Sociomuseologia, N.º 15* , pp. 111-121.

Varine, H. (26-27 de Outubro de 2007). Quelques idées sur le musée comme institution politique, XII ATELIER MINOM INTERNACIONAL – LISBOA/SETÚBAL. Obtido em 2008, de <http://www.minom-icom.net/>.

Varine, H. d. (1985). *Nouvelles Muséologies* .

Varine, H. d. (1987). MINOM. Boletim Nouvelles de l'Icom, vol. 40, n.º ¾ .

Varine, H. d. (Junho de 1986). Marseille: Association Museologie Nouvelle et Experimentation Sociale.

Vasconcelos, H. (15 de Dezembro de 2004). Museu do Cartaxo aumenta em tamanho e qualidade.

Índice remissivo/onomástico

a identidade.....	28, 29, 36, 37, 48, 64, 65, 87, 113, 124
comunidade.....	5, 11, 12, 14, 18, 19, 21, 22, 26, 27, 28, 31, 32, 35, 36, 37, 39, 41, 43, 47, 51, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 100, 101, 106, 108, 109, 113, 120, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132
Ecomuseu.....	19, 68, 69, 70, 107
economuseologia.....	12, 31, 124, 130
identidade.....	12, 24, 26, 27, 28, 29, 48, 62, 65, 80, 82, 83, 87, 88, 97, 113, 126, 128, 130
Identidade.....	27
memória.....	12, 22, 28, 29, 35, 37, 50, 64, 73, 78, 82, 98, 123, 124
Memória.....	28
musealização.....	5, 11, 12, 14, 21, 25, 27, 28, 59, 62, 63, 86, 89, 91, 94, 95, 113, 130, 131
Musealização.....	5, 11, 12, 14, 47, 86, 90, 93, 94, 95, 103, 125, 127, 130, 132
Museografia.....	34
museologia.....	5, 11, 12, 15, 18, 19, 22, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 36, 40, 42, 43, 63, 66, 67, 68, 74, 79, 82, 83, 84, 85, 91, 94, 101, 123, 124, 130, 131, 132
museu.....	5, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 44, 50, 54, 58, 59, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 72, 74, 75, 77, 78, 79, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 91, 95, 96, 98, 101, 104, 105, 113, 114, 124, 125, 126, 128, 131
Nabais.....	67, 68, 72, 82, 86, 93, 113, 124, 126
Património ‘in situ’.....	5, 86, 87, 90, 95, 119, 130, 132
projecto museológico.....	63
projecto museológico.....	5, 11, 12, 38, 55, 56, 61, 62, 69, 70, 71, 78, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 98, 99, 103, 106, 108, 124, 125, 126, 127, 130, 132
Rivière.....	19, 29, 39, 73, 89, 127
território.....	5, 11, 12, 21, 22, 31, 38, 40, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 54, 55, 56, 57, 61, 62, 64, 68, 69, 70, 73, 76, 83, 85, 89, 90, 93, 94, 99, 101, 102, 108, 109, 113, 114, 122, 124, 127, 128, 131
Varine.....	19, 21, 39, 43, 56

Todos os apêndices e anexos utilizados para este trabalho de investigação encontram-se em suporte digital.

MOUSEION RIBA-TEJO

MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

Adega do Avô



1. IDENTIFICAÇÃO

Restaurante “Adega Do Avô”

2. MISSÃO

A Adega do Avô é um restaurante típico situado no coração da região do Ribatejo, que tem como missão proporcionar aos seus clientes a mais saborosa, refinada e tradicional culinária da região do Ribatejo.

3. VISÃO

Na Adega do Avô conciliamos a mais antiga tradição da culinária regional do Ribatejo, que tem sido passada de geração para geração, com a excelência e atenção ao pormenor no serviço a todos os nossos clientes.

4. VALORES

A Adega do Avô orgulha-se de manter viva a tradição e história da melhor culinária regional, tendo à sua disposição pratos como: Tiborna com bacalhau assado, Cabrito assado na telha e Farófias à Adega do Avô, entre outros.

Envolver as comunidades locais de modo a que também a região reconheça este restaurante como um bom exemplo, e que a sociedade tenha vontade de conhecer. Contribuir para o desenvolvimento económico e turístico da região através de parcerias e acordos de cooperação, que permitam aproveitar o potencial da região e promover o seu crescimento.

Sendo uma antiga adega de vinhos convertida em restaurante, onde a história do lugar juntamente com sua decoração e ambiente tradicionais, torna a estadia dos clientes muito confortável e agradável contribuindo assim, para a divulgação da região. Dispomos de um estábulo e picadeiro onde temos diversos pôneis e burros para as crianças. Aqui poderão aprender a andar de burro ou pônei, brincar e passar o seu tempo a divertirem-se enquanto os mais adultos desfrutam da nossa gastronomia.

5. ESTRATÉGIA/ TEMAS ESTRATÉGICOS

O projecto traduz-se, na introdução de novos métodos de organização empresarial e de divulgação e marketing com aproveitamento recíproco dos meios de publicidade e divulgação de todas as empresas inseridas na estrutura da cooperação, assim como na criação de empregos qualificados exigidos pela actividade.

Como empresa, o Restaurante Adega Do Avô tem como objectivo a afirmação da região do Ribatejo não só a nível nacional como internacional, tendo ao dispor a melhor gastronomia tradicional da região do Ribatejo. A nossa gastronomia é caracterizada pela sua qualidade, requinte, diversidade, assim como por um saber e sabor históricos que têm sido passado de geração para geração.

Num futuro próximo esperamos desenvolver turismo rural nas nossas instalações típicas. Aqui o cliente poderá descansar num espaço tranquilo e rural com ambiente tradicional, onde poderá usufruir da nossa culinária, fazer provas de vinhos e conhecer o Ribatejo rural.

6. OBJECTIVOS

Os objectivos da Adega Do Avô passam por três aspectos, em si relacionados, que permitem avaliar o sucesso do plano / projecto para a empresa a médio prazo, nomeadamente:

Proporcionar aos seus clientes a mais saborosa, refinada e tradicional culinária da região do Ribatejo, enobrecendo a região a nível nacional e internacional.

Através da criação de turismo rural nas nossas instalações típicas, possibilitar aos nossos clientes descansar num espaço tranquilo e rural com ambiente tradicional, podendo usufruir da nossa gastronomia assim como de passeios de burro pela região conhecendo deste modo mais intimamente o nosso Ribatejo rural.

Por último, garantir o retorno do futuro investimento e financiamento em turismo rural, no curto prazo.

7. HISTORIAL

A história da Adega do Avô começou há mais de 140 anos atrás, quando o actual edifício do restaurante da Adega do Avô foi construído com a finalidade de ser uma adega de vinho. Nessa época, a produção de vinho na região do Ribatejo não passava de uma actividade pioneira realizada por alguns, de entre os quais salienta-se a presença da actual Adega do Avô.

As uvas eram trazidas para a Adega em carros puxadas por bois, de diversas vinhas localizadas ao redor da Adega. Eram então depositadas no lagar que é hoje uma das salas de refeições, antes de serem prensadas e transformadas em vinho. O líquido final era então depositado e preservado nas grandes pipas que se encontram actualmente na sala de refeições principal da Adega do Avô.

Os anos passaram-se e a Adega foi passando de geração para geração, até que há cerca de 25 anos atrás quando os actuais proprietários decidiram combinar a sua tradição e conhecimento familiar da boa gastronomia ribatejana com a história e valor de uma Adega que estará para sempre ligada à história do próprio vinho na região do Ribatejo.

8. ÁREAS DE NEGÓCIOS

A Adega do Avô manteve grande parte da estrutura da histórica da adega de vinho, assim como alguns dos seus elementos mais característicos, que combinado

com a nossa decoração cuidada e personalizada de forma minuciosa, respeitando os valores e tradições da região, criando deste modo um ambiente extremamente confortável, acolhedor e tradicional proporcionando aos seus clientes a mais saborosa, requintada e tradicional culinária da região do Ribatejo.

O Turismo rural que se encontra em fase de construção, para que os nossos clientes possam descansar num espaço tranquilo e rural com ambiente tradicional, podendo usufruir da nossa gastronomia, assim como do saber, dos sabores e tradições da nossa terra.

Os pontos fortes desta actividade em termos estratégicos são:

- a) A experiência adquirida ao longo dos anos que passou de geração em geração, apurando o paladar da cozinha tradicional.
- b) Reconhecimento do restaurante "Adega Do Avô" no mercado.
- c) Localização próxima de Lisboa e de grandes vias de comunicação.

Os pontos fracos são:

- a) Falta de representação nos canais de comercialização tradicionais.

9. SERVIÇOS E PRODUTOS

O restaurante Adega do Avô está integrado num edifício histórico de uma antiga adega produtora de vinho, onde ainda se podem encontrar diversos traços e elementos dessa história, assim como o lagar e a prensa onde o vinho era feito, ou as pipas onde o vinho era armazenado.

Dispomos de uma grande diversidade de queijos, entradas verdadeiramente ribatejanas, pratos de carne como o Cabrito Assado no Forno ou o Galo Estufado com Couve Suada, pratos de peixe como a Tiborna de Bacalhau assado (uma receita com mais de 100 anos) ou a Cataplana de Cherne, assim como uma grande diversidade de sobremesas e doces regionais como a Sericaia ou as Farófias.

Como não poderia deixar de ser, dispomos ainda de uma grande diversidade de vinhos e licores de produtores locais que têm gosto em expor os seus vinhos no nosso espaço. Aqui os apreciadores de vinhos encontrarão verdadeiras raridades da enologia.

Turismo Equestre:

Passeios turísticos, em Burros com a duração de um dia, cujo objectivo será evidenciar as qualidades da região do Ribatejo e proporcionar um regresso à época dos nossos bisavós, tão saudosa e desconhecida por muitos.

Turismo Rural:

Num futuro próximo esperamos desenvolver turismo rural nas nossas instalações típicas.

10. PARCEIROS

A região Turística do Ribatejo é constituída por 14 concelhos com grande diversidade de oferta turística: Turismo Rural, Turismo activo, Rota dos Vinhos, Golfe, entre outras.

Actualmente, a empresa promotora tem estabelecido protocolos de cooperação com as seguintes entidades:

- Câmara Municipal do Cartaxo;
- Comissão Vitivinícola Regional do Ribatejo;
- Rota dos Vinhos do Ribatejo;

A Adega Do Avô desenvolve ainda colaborações externas de carácter permanente com os seguintes parceiros:

- Coudelaria Henrique Abecasis;
- Hotel Rural de Santarém - Quinta dos Xendros Turismo de Espaço Rural;
- Quinta da Boavista - Coudelaria Madalena Abecassis;
- Turismo Rural Casa da Azinhaga;
- Sociedade Agrícola Vale de Fornos;
- Joaquim Santos Lima - Quinta de Vale de Lobos;
- Quinta de Mato Miranda, Caves e Adegas - Enoturismo;
- Hotel Lusitano;
- Quinta da Marchanta, Turismo em Espaço Rural;
- Quinta do Gaio de Baixo;

É um projecto que se complementa com o apoio de outros operadores turísticos da região, pelo que terá obrigatoriamente um impacto positivo directo.

Presentemente, está em curso um projecto de cooperação com a Câmara Municipal do Cartaxo, para divulgação de um pacote de ofertas turísticas da região, que deverá fomentar o desenvolvimento da actividade turística potenciando as melhores ofertas e a respectiva divulgação.

MOUSEION RIBA-TEJO

MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

Coudelaria Henrique Abecasis, Lda

1. IDENTIFICAÇÃO

Coudelaria Henrique Abecasis, Lda

2. MISSÃO

Criar e ensinar cavalos puro-sangue Lusitano com aptidões superiores que contribuam para a afirmação internacional da raça.

3. VISÃO

A Coudelaria Henrique Abecasis tem no horizonte a afirmação internacional do cavalo Puro Sangue Lusitano, como um cavalo de excelência na prática das modalidades ensino, toureio e lazer.

4. VALORES

- Conhecer e sentir os objectivos da Coudelaria Henrique Abecasis com orgulho de modo a desempenhar cada tarefa com o prazer de quem reconhece que está a contribuir para a concretização de um projecto ambicioso e diferenciado;
- Envolver as comunidades locais nas várias actividades da Coudelaria, de modo a que também a região reconheça esta empresa como um bom exemplo, e que as comunidades tenham vontade de conhecer e de participar nas suas actividades e se orgulhem da sua existência;
- Contribuir para o desenvolvimento económico e turístico da região através de parcerias e acordos de cooperação, que permitam aproveitar o potencial da região e promover o seu crescimento.
- Realizar um trabalho honesto e dedicado à raça Puro Sangue Lusitano, de modo a contribuir para a sua afirmação internacional como raça de excelência.

5. ESTRATÉGIA/ TEMAS ESTRATÉGICOS

A Coudelaria Henrique Abecasis, Lda, empresa promotora do projecto, é uma microempresa, cuja actividade se iniciou em 2 de Janeiro de 2007, portanto, há menos

de 3 anos, criada com o objectivo de realizar um projecto inovador em relação à tradicional actividade de criação de equinos como simples produção pecuária, muitas vezes um mero subproduto de uma actividade de produção agrícola. A par da criação e ensino de cavalos Puro Sangue Lusitanos e da produção agrícola de forragens para a sua alimentação, como actividades associadas, a empresa projecta dedicar-se à actividade de turismo equestre, em integração com as anteriormente referidas.

Aproveitando as características peculiares e, no seu conjunto, exclusivas, da raça Puro Sangue Lusitano, que são: (i) a docilidade e facilidade de ensino, especialmente para equitação de escola, artística e desportiva, de trabalho no campo e toureio e de lazer, (ii) a inerente multiplicidade de usos da raça e (iii) a sua beleza morfológica, que a vocacionam para a comercialização junto de um grande e diversificado número de clientes em todos os mercados, o projecto tem por objecto a actividade de turismo equestre na forma de excursões a cavalo, inicialmente na região do Ribatejo, onde se situa a empresa.

Como actividade na área do turismo, insere-se num dos sectores mais importantes da nossa economia, que, na modalidade visada de turismo equestre, apresenta uma grande dinâmica de crescimento, seja por estar ainda muito pouco desenvolvida em Portugal, tanto em termos de oferta, como em termos de estruturação e organização empresarial, seja por o nosso país reunir excelentes condições para o seu desenvolvimento, designadamente de clima, paisagem e recursos de alojamento, restauração e animação turística no espaço rural, além de responder à crescente procura de turismo da natureza e ambiental que se verifica actualmente a nível mundial. A inovação, que consiste na integração das actividades que constituem o objecto da empresa nas formas que adiante se desenvolvem, adicionam-se, também, como inovação, formas de cooperação estruturada com outras empresas que exercem as referidas actividades complementares de restauração, hotelaria, animação turística, bem como as que se dedicam à produção de bens transaccionáveis e exportáveis, como vinho e azeite, através de acordos que se traduzem na venda dos seus serviços e na divulgação dos seus produtos aos participantes nas excursões equestres.

O projecto traduz-se, ainda, na criação de empregos qualificados exigidos pela actividade em que consiste e na introdução de novos métodos de organização empresarial e de divulgação e marketing com aproveitamento recíproco dos meios de publicidade e divulgação de todas as empresas inseridas na estrutura da cooperação.

A estratégia da empresa, é integrar as três actividades referidas, a exercer em termos empresariais de grande profissionalismo, com base numa estrutura comum, beneficiando cada uma das actividades das correspondentes economias e melhorando consequentemente as respectivas condições de rentabilidade, a par de uma redução significativa de riscos em resultado da diversificação da actividade da empresa. Com vista a melhor realizar este objectivo, a empresa visa adoptar métodos de organização inovadores no sector e, bem assim, de promoção e marketing, especialmente nos mercados de exportação, além do fomento da cooperação empresarial na região em que se insere e das correspondentes sinergias.

Como empresa, a Coudelaria tem no horizonte a afirmação internacional do cavalo Puro Sangue Lusitano, como um cavalo de excelência nas modalidades de ensino, nas vertentes artística e de competição, no toureio e na equitação de lazer, com especial

relevo neste aspecto para o turismo equestre, dada a boa índole e resistência da raça, tendo assumido como missão:

"Criar e ensinar cavalos Puro Sangue Lusitano com aptidões superiores que contribuam para a afirmação internacional da raça."

6. OBJECTIVOS

Os objectivos da Coudelaria passam por dois aspectos, em si complementares, e que permitem avaliar o sucesso do plano / projecto para a empresa no médio prazo:

Aspecto A: Consolidação da marca

- A empresa pretende garantir nos próximos três anos:

- 5 cavalos que se destaquem internacionalmente pela tauromaquia;

- 5 cavalos que se destaquem internacionalmente em competição pela modalidade de ensino;

- Estabelecimento de uma rede internacional de oferta de cavalos Puro Sangue Lusitanos através de parcerias internacionais de promoção, de modo a garantir a venda internacional nos mercados consolidados;

- Promover a afirmação do cavalo Puro Sangue Lusitano nos mercados menos consolidados, como os asiático e africano, através da participação em eventos internacionais relacionados com actividades equestres.

- Funcionar a 80% da capacidade das excursões equestres, durante 8 meses por ano (limitações climatéricas) exclusivamente com equinos Puro Sangue Lusitanos.

Aspecto B: Sustentabilidade

- Garantir a recuperação do investimento e autofinanciamento para todas as suas actividades em 4 anos.

7. HISTORIAL

A Coudelaria Henrique Abecasis, Lda, foi constituída em finais de 2006 e a sua actividade teve início em 2 de Janeiro de 2007.

A constituição da empresa teve em vista o exercício integrado das actividades de criação e ensino de cavalos Puro Sangue Lusitano, de produção agrícola de forragens associada e de turismo equestre, sendo esta a que é objecto do projecto ora apresentado.

A empresa iniciou a sua actividade com 12 éguas e 2 sementais, todos de raça Puro Sangue Lusitano. Durante o ano de 2007, em execução do investimento previsto para criação da dimensão julgada necessária à viabilidade económica da actividade, a empresa aumentou o seu efectivo para 28 éguas de raça Puro Sangue Lusitano e 3 sementais também todos Puro Sangue Lusitano.

Para além do crescimento do seu efectivo em animais, a empresa adquiriu o direito de exploração agrícola de uma área de cerca de 84 hectares (30 hectares da Quinta do Pilar, em Aveiras de Baixo, onde tem a sede, e 54 hectares no campo de Azambuja, a curta distância da Quinta do Pilar), para estacionamento do gado e produção de forragens, que constituem a base da alimentação dos animais, escoando-se para o mercado o feno excedente, e iniciou a preparação do projecto de Turismo Equestre, para arrancar, como actividade integrada com as anteriormente referidas, em 2008.

A referida preparação incluiu estudos do mercado nacional e internacional, a definição dos itinerários das excursões equestres, com identificação dos pontos de maior interesse histórico e cultural, paisagístico e de animação turística da região, com identificação das empresas a convidar para participarem na estrutura de cooperação empresarial contemplada no projecto e negociação e celebração com as mesmas dos acordos de cooperação, a sensibilização das autoridades administrativas locais para o interesse do projecto, a qualificação e treino do pessoal para a actividade do projecto, a testagem dos percursos e da logística necessária à realização das excursões e a definição das formas de promoção e marketing em Portugal e no estrangeiro, bem como a definição das formas de organização a adoptar e dos investimentos a realizar.

Tendo em conta a dimensão e o interesse do projecto global da empresa e a necessidade de qualificação adequada para a sua implementação e gestão, o sócio Tiago Figueiredo Abecasis, engenheiro do ambiente, assumiu a tempo inteiro a função de gerente executivo da empresa e, em correspondência com essa sua posição no empreendimento, foi reestruturada a sociedade, já em 2008, passando esse sócio a deter uma participação de 52% no respectivo capital, com redução das percentagens de participação dos outros dois sócios. O capital social foi aumentado, por entradas em dinheiro, para 25.000,00, distribuindo-se actualmente como segue: Tiago Figueiredo Abecasis - 13.000,00; Francisco Maria Figueiredo Abecasis - 10.000,00; Henrique Gomes Ferreira Abecasis - 2.000,00.

8. ÁREAS DE NEGÓCIOS

As áreas de negócios e as opções estratégicas de cada actividade ou área funcional da empresa são:

A- Criação e ensino de cavalos Puro Sangue Lusitanos:

A empresa opta por colocar no mercado animais já ensinados, com vista a criar o máximo de valor em cada produto. Os proveitos da actividade da criação e produção de equinos dependem, assim, do treino e ensino dos cavalos, de modo a garantir a boa representatividade dos produtos no exterior com a inerente afirmação da Coudelaria no mercado.

Em 2007 a Coudelaria optou por não realizar qualquer venda do seu efectivo, preferindo aguardar pela afirmação dos cavalos em fase de ensino, na respectiva função.

Os pontos fortes desta actividade para a Coudelaria em termos estratégicos são:

- a) Know how e experiência dos sócios;
- b) Reconhecimento da marca "Coudelaria Henrique Abecasis" pelo mercado;
- c) Condições de produção favoráveis em termos de áreas e características das pastagens;
- d) Localização próxima de Lisboa e de grandes vias de comunicação.

Os pontos fracos são:

- a) Falta de representação nos canais de comercialização tradicionais.

B- Produção de feno (actividade agrícola):

A produção de feno visa em primeiro plano garantir a qualidade das matérias primas mais importantes na alimentação dos animais, que é condição essencial do seu melhoramento, além de proporcionar economias em relação a alimentos adquiridos no mercado.

Uma vez que as condições de produção permitem ainda obter um excedente relativamente às necessidades de consumo da empresa, perspectiva-se que as forrageiras constituirão, a partir de 2008, fonte de proveitos apreciáveis.

Os pontos fortes desta actividade em termos estratégicos são:

- a) Dada a actividade da Coudelaria como um todo, parte da produção tem, à partida, consumo garantido;
- b) Dado o aumento recente dos preços de matérias primas alimentares, designadamente cereais e fenos, com perspectivas de aumentar ainda mais nos próximos anos, estima-se também um aumento gradual dos proveitos desta actividade e uma imunidade da empresa em relação a tais aumentos de custos.

Os pontos fracos são:

- a) Deficiência de meios de armazenagem na empresa, o que obrigará a vender fenos em época de maior oferta no mercado, logo a preços mais baixos.

C- Turismo Equestre:

Com o aumento do número de efectivos de éguas reprodutoras, perspectiva-se também o aumento de equinos como produto final.

A Coudelaria viu nesse aumento de efectivos a oportunidade de diversificar a actividade para o turismo equestre, reforçando simultaneamente a sua orientação estratégica na afirmação do cavalo Puro Sangue Lusitano como raça de excelência também para actividades de lazer.

Os pontos fortes desta actividade são:

- a) Aproveitam infraestruturas e recursos já existentes na empresa, reduzindo assim os custos de arranque da actividade, designadamente investimentos, e os custos gerais de exploração que são distribuídos pelas diferentes actividades, bem como os custos de promoção e marketing, em parte comuns às actividades de criação e ensino de cavalos e de turismo equestre;
- b) Grande apoio de entidades associativas regionais e autárquicas ao desenvolvimento do projecto;
- c) Obtenção dos cavalos a utilizar no turismo equestre na própria empresa, logo, a preços de custo;
- d) Localização próxima de Lisboa e de grandes vias de comunicação.

Os pontos fracos desta actividade são:

- a) Situação periférica de Portugal em relação aos principais mercados de origem de clientes.
- b) Dependência de agentes turísticos na comercialização dos programas.

Até 2009 a Coudelaria Henrique Abecasis, Lda., pretende afirmar-se definitivamente nos mercados internacionais, pela promoção do cavalo lusitano no ensino, no toureio e no turismo equestre, através da participação em feiras e em eventos internacionais e pela divulgação em imprensa especializada e genérica, incluindo portais na internet, jornais e

revistas, com expressão internacional nos mercados considerados prioritários pela Coudelaria e que são as principais economias da União Europeia, os países da América do Sul com maior relação com o cavalo Puro Sangue Lusitano e os Estados Unidos da América.

9. SERVIÇOS E PRODUTOS

A actividade comercial da empresa subdivide-se em 3 áreas:

- Ensino e venda de equinos:

Inclui a criação de cavalos Puro Sangue Lusitanos e o respectivo ensino, o que implica que os equinos se mantenham “em transformação” durante os primeiros 5 a 7 anos de vida.

- Estágios de equitação:

Aulas de equitação individuais durante um período nunca inferior a dois dias, utilizando os cavalos ensinados.

- Turismo equestre:

Excursões equestres de 1 a 6 dias, em cavalos Puro Sangue Lusitanos, que evidenciam as qualidades da região do Ribatejo e da sua oferta turística.

- Eventos

Participação em colaboração com outras entidades em eventos culturais ou outros, através da realização de espectáculos equestres e por demonstrações de natureza cultural ligadas ao maneio dos cavalos.

10. PARCEIROS

Este projecto permite também apresentar a região do Ribatejo, onde a empresa se localiza, como uma região de grande vocação para o turismo pela sua riqueza cultural, beleza paisagística e qualidade das infraestruturas de apoio no turismo, nomeadamente as de turismo rural de hotelaria.

A região Turística do Ribatejo é constituída por 14 concelhos com grande diversidade de oferta turística: Turismo Rural, Turismo activo, Rota dos Vinhos, Golfe, entre outras.

O turismo cultural centra-se em pólos particularmente ligados à história, como Santarém Abrantes, Vila Nova da Barquinha e Alpiarça.

Outros concelhos destacam-se pela afirmação da cultura de campo e do cavalo. Destaca-se, por exemplo, o concelho da Golegã, igualmente conhecido por "Capital do cavalo", onde tem sido feito um investimento significativo na criação de picadeiros cobertos e descobertos e na divulgação de actividades ligadas ao cavalo ou que dele se utilizam. Também outros concelhos na região se destacam pela afirmação da cultura do cavalo, como é o caso dos concelhos da Chamusca e Alpiarça, onde se localiza a Reserva Natural do Cavalo do Sorraia (reserva de protecção da raça autóctone).

Para o desenvolvimento do projecto a empresa promotora assegurou várias parcerias e protocolos de cooperação, que seguidamente se enumeram.

As parcerias incluem:

- Agentes nacionais e internacionais no mercado da venda de cavalos;

- Agentes de promoção turística, designadamente as focadas no turismo de natureza e aventura, e especialmente o turismo equestre;
- Estruturas associativas focadas na promoção do turismo regional do Ribatejo;
- Outros criadores de cavalos de raça Puro Sangue Lusitano, para melhorar e diversificar a oferta em certames de promoção.

Actualmente a empresa promotora tem estabelecidos protocolos de cooperação com as seguintes entidades:

- Câmara Municipal da Azambuja;
- Junta de Freguesia de Aveiras de Baixo;
- Associação Caminhos do Ribatejo;
- APRODEER - Associação para a Promoção do Desenvolvimento Rural do Ribatejo;
- Comissão Vitivinícola Regional do Ribatejo;
- Rota dos Vinhos do Ribatejo;
- Agência de Viagens Templar, Rotas e Destinos Turísticos, Lda.

A empresa promotora desenvolve ainda colaborações externas de carácter permanente com os seguintes parceiros:

- Sociedade Agrícola Vale de Fornos;
- Quinta da Marchanta, Turismo em Espaço Rural;
- Quinta do Gaio de BAixo;
- Joaquim Santos Lima - Quinta de Vale de Lobos;
- Restaurante Cantinho do Avô;
- Hotel Rural de Santarém - Quinta dos Xendros Turismo de Espaço Rural;
- Quinta da Boavista - Coudelaria Madalena Abecassis;
- Turismo Rural Casa da Azinhaga;
- Restaurante Pátio do Burgo;
- Quinta de Mato Miranda, Caves e Adegas - Enoturismo;
- Hotel Lusitano;

Os projectos de Turismo Equestre que se pretendem implementar têm as vantagens de apresentar as várias facetas do melhor que o Ribatejo tem para dar e, simultaneamente, trazer um tipo de turismo que tem como alvo a classe média alta.

É um projecto que se complementa com o apoio de outros operadores turísticos da região, pelo que terá necessariamente um impacto positivo directo nos locais onde se realizam as excursões, ou seja, nos concelhos de Azambuja, Cartaxo, Santarém e Golegã.

Actualmente está também em curso um projecto de cooperação com a Câmara Municipal do Cartaxo, para promoção de um pacote de ofertas turísticas da região, que deverá fomentar o desenvolvimento da actividade turística potenciando as melhores ofertas e a respectiva divulgação.



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

“Então que novidades há por cá pelo Cartaxo, patrão?”» A. Garrett

Novas Práticas Museológicas... MUSEION: RIBA-TEJO



Integrado no Projecto Cartaxo, Capital do Vinho



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

“O viajante experimentado e fino chega a qualquer parte...”

Almeida Garrett

1. IDENTIFICAÇÃO

Quinta das Pratas
2070 CARTAXO

Telefone: 243701257

Fax: 243702641

Email: museu@cm-cartaxo.pt

www.cm-cartaxo.pt

Horário:

- De terça-feira a sexta-feira: 10h30 – 12h30 e das 15h00-17h30
- Sábados, Domingos e Feriados: 9h30 – 12h30 e das 15h00 – 17h30
- Encerrado à segunda – feira

2. ESTRUTURA ORGÂNICA ACTUAL

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo não possui autonomia administrativa. É organicamente dependente da Câmara Municipal do Cartaxo, pessoa colectiva de direito público dotada de autonomia administrativa e património próprio, a quem compete a Gestão do Museu.

O Museu depende directamente do Presidente da Câmara, tendo um Director Operacional a quem compete gerir os serviços, assegurar o cumprimento das funções museológicas, propor e coordenar a execução do plano anual de actividades. Tem um quadro de pessoal que garante o funcionamento das várias áreas da museologia (inventário e registo, serviço educativo, conservação preventiva), uma Comissão Científica e um Conselho Consultivo que representa a comunidade local (associações, estabelecimentos de ensino, etc.).



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

3. INTRODUÇÃO

Na mitologia grega, Zeus, deus do céu e da terra, senhor do Olimpo, deus supremo, representa o poder, a imortalidade.

Os Olimpos, enquanto homens mortais, sentiram o desejo de perdurar os seus feitos, as suas vitórias, as suas glórias, a sua identidade em património, em herança, tornando – se também eles eternos.

É sobre este sentimento do direito à memória, da necessidade que o homem tem em querer perpetuar-se no tempo, de ser lembrado e não cair no esquecimento, que os Olimpos recorrem a Zeus que partilhe o seu poder.

Sensibilizado com o seu povo, Zeus e Mnemósine, a deusa da memória, deu à luz nove filha

s, as musas. Criou o ‘mouseion,’ um lugar ou templo dedicado a essas Musas, divindades da Mitologia grega, que inspiravam as artes do povo daquela época, onde pudessem cantar o presente, o passado e o futuro.

A necessidade de memória para nos situarmos, para nos conhecermos e sobretudo para saber quem somos que surgem os museus, como ferramentas reguladoras de memória, como sistemas de identidade através de um património seccionado a qual chamamos herança. A riqueza de um património associado a uma identidade, que nos remete para um herança, à qual desejamos perpetuar.

E é nesta busca de saber quem somos, o que fomos e o que seremos que o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, também ele inspirado nas musas, que quer ir às suas origens e voltar a descobrir-se, ouvir o património e transformá-lo em herança para que seja ele o espelho e o reflexo dessa comunidade, numa profunda fidelidade e respeito à sua vontade. Assim o museu dá por cumprida a sua missão.

O Museu Rural e do Vinho na sua requalificação inspirou-se no ‘Mouseion’ grego e nas definições de museu do ICOM e da Lei Quadro dos Museus (Artigo 3.º, Lei n.º 47/2004, de 19 de Agosto), porque também hoje os museus têm função de inspirar os membros



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

da comunidade onde se inserem para o desenvolvimento das suas diferentes actividades. Inspirados no olhar visionário de Almeida Garrett, sentido nas “Viagens na Minha Terra” onde diz «Se não viajam, se não saem, se não vêem mundo (...) como hão-de alargar a esfera de seus conhecimentos, desenvolver o espírito, chegar à altura do século»? e como primeiro roteiro turístico ainda bastante actualizado, vamos seguir a sua viagem na descoberta do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo.

O museu sendo “uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público” encontra aqui a sua verdadeira vocação, identifica-se e descobre o que é. Museu é museu enquanto aquilo que faz e que promove ou seja enquanto acção, acção museológica. No entendimento de museu este é território uma vez que se insere num espaço, é comunidade pois ele é comunidade e é património pois é portador de uma memória. Sendo assim não há limites, nem formas, nem muros, há sim uma origem e o desejo de fazer cumprir a sua missão por via de acções museológicas.

Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo passou de “portas abertas” a “sem portas”, em todas as direcções à comunidade que o procura, porque a museologia é acção humana. Museu é o campo de acção museológica e esse campo é o serviço e desenvolvimento local. É a soma de actos museológicos que dá forma ao Museu que encara o público mais produtor do que consumidor.

O Museu faz silêncio e ausculta comunidade local, que o procura, recorrendo ao seu serviço, à acção museológica, e, conseqüentemente, aumenta o campo de acção museológica, estendendo-se às vinhas e às adegas, às quintas rurais, à gastronomia/restauração, ao rio Tejo, etc.

Face á necessidade da comunidade local, este Museu expande a sua acção e adquire novos patrimónios os quais quer tornar museais, numa preservação ‘in situ’ (constitui uma das modalidades de aquisição), tornando possível uma melhor musealização do objecto primordial (O VINHO), promovendo vários factos museológicos, ou seja a interacção entre o objecto museológico e o público num determinado contexto. O Museu expande-se sobre si e consigo mesmo!



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

A partilha de objectos museológicos e a expansão do património musealizado é uma cooperação aberta, onde a colaboração com os parceiros e o património, no seu “habitat natural”, onde ambos promovem a conservação (preservação), a divulgação (visibilidade) e a exposição (valorização do património e a sua apresentação pública), tendo como objectivos investigar, educar (colocar o público a dialogar com o património para obter novos conhecimentos) e promover o lazer (turismo), permitindo assim o acesso, ao vivo, nos seus próprios ambientes a diferentes territórios, comunidades e patrimónios: desde as vinhas e adegas, os olivais e lagares, a lezíria com cavalos e touros até à gastronomia, o turismo de habitação rural, o rio Tejo e a náutico de recreio e de turismo.

Deste modo, para além dos testemunhos materiais e imateriais (menos tangíveis) nos moldes convencionais, o Museu aumenta o seu acervo, incorporando mais conhecimentos para servir a sociedade e encontrar novos recursos para o desenvolvimento da comunidade local.

A migração, que fomenta a hibridação cultural, fenómeno de todas as épocas históricas, e o turismo têm de ser enquadrados neste processo de desenvolvimento da comunidade, porque os museus, como instituições humanas, são obras inacabadas; estão permanentemente em construção.

4. Missão

Aberto ao público, ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento local, na preservação identitária do património cultural rural e do vinho, para fins de estudo, educação e fruição, apoiado na gestão para a qualidade.

5. Visão

- Preservação identitária do património cultural rural e do vinho, no global.
- Ser reconhecido internacionalmente como um Museu Rural e do Vinho de excelência.



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

- Ser reconhecido como um ponto de referência nacional, em termos de investigação e de divulgação da cultura rural e do vinho.
- Crescer continuamente em qualidade em acção museológica.

6. Valores

- Motivação para a realização deste tipo de trabalho, colocando o Cartaxo como referência turística.
- Orgulho na cultura e tradição local associada às actividades rurais, em especial, a vitivinicultura.
- Hospitalidade manifestada na forma de atendimento dos públicos e na disponibilização de um local aprazível e acolhedor.
- Conhecimento sobre as múltiplas manifestações da cultura rural e vitivinícola.

7. OBJECTIVOS

Para prestar um serviço à comunidade e fomentar o desenvolvimento local, no global, tem como objectivos gerais:

- musealizar o património cultural local;
- requalificar o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo;
- preservar o património cultural 'in situ' através da criação de parcerias publico/privadas;
- dar visibilidade aos recursos turísticos existentes no Cartaxo, Capital do Vinho;
- valorizar a identidade local, posicionando o Museu Rural e do Vinho do Concelho, em articulação com o turismo;
- garantir uma planificação, tendo em conta os interesses da comunidade local.



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

8. HISTÓRIA DO MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO CARTAXO

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, instalado numa antiga quinta vitivinícola adquirida e restaurada pelo Município para instalar um espaço museológico, funciona como centro de estudos e de memórias da cultura do vinho e da sua divulgação através de uma narrativa museológica inserida no contexto rural onde a produção do vinho foi dominante e criou uma imagem de marca, nacional e internacional.

A partir da investigação sobre a história regional, nomeadamente no que respeita à vitivinicultura, e de uma importante colecção de objectos agrícolas constituída por compra, oferta e empréstimo dos agricultores do concelho do Cartaxo, foi possível organizar um programa museológico e criar um percurso expositivo em vários espaços da Quinta das Pratas.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, depois de duas décadas de experiência museológica, inaugura, agora, uma nova etapa da sua história. Este Museu tem sido um laboratório da museologia portuguesa, desde o início da década de oitenta do século XX, onde se viveram experiências que reflectiram não só a dinâmica própria de uma comunidade rural no que respeita à salvaguarda e valorização dos seus valores culturais, como também as diferentes atitudes que o poder autárquico tomava perante o património cultural.

Se rapidamente se tornou em mais um pólo de atracção turística para o Ribatejo, queremos, hoje, que seja um farol no contexto da globalização.

Começamos por analisar o que foi e o que é, para de seguida definirmos o seu futuro numa perspectiva de servir melhor a comunidade local inserido no mundo global.

No seu percurso histórico, destacam-se algumas práticas que marcaram a museologia portuguesa do último quartel do século XX, tais como: o exemplo da vontade política de um presidente da Câmara Municipal, em 1982, de se criar um museu municipal, museu de identidade ou de território, a recolha e exposições participativas, a



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

exposição experimental (apresentação e reflexão pública, em Novembro de 1984, do conceito do museu), a participação activa de agricultores do concelho, a elaboração participativa do programa museológico, a inauguração em 23 de Novembro de 1985, a participação no Prémio Europeu do Museu do Ano, em 1986, as exposições temporárias com o objectivo de aprofundar os conteúdos apresentados no percurso expositivo, a recuperação da adega e inauguração da exposição permanente sobre a vitivinicultura, em 1993, a inauguração do Pólo Museológico da Ereira, na Junta de Freguesia, as actividades pedagógicas realizadas no Museu.

Neste Museu o património cultural vitivinícola é encarado numa perspectiva multidisciplinar e transversal onde se estudam e expõem as diferentes manifestações culturais relacionadas com a vinha e o vinho: desde as geológicas, botânicas, químicas, técnicas e tecnológicas até às antropológicas, gastronómicas, artísticas, literárias, entre outras.

O Museu promove a investigação sobre patrimónios e memórias da vinha e do vinho: os saberes fazer (tanoeiros), as alfaias agrícolas, as festas (adiafa), os rituais, as canções, os adágios, o traje, as manifestações artísticas e literárias.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, como instituição cultural identitária de um território tradicionalmente vitivinícola, é um centro de estudos e de recursos culturais ao serviço da comunidade. Apresenta no seu percurso expositivo uma síntese do património cultural (tangível e intangível) da vinha e do vinho do território da região através de vários objectos, elementos iconográficos e textos. A exposição permanente oferece uma visão global da realidade histórica e actual das actividades vitivinícolas da região. A partir das reservas do Museu, também espaço público (em reorganização), é possível fazer exposições temporárias que desenvolvam os conteúdos sobre a vinha e o vinho.

O Museu funciona, ao mesmo tempo, como sala de visitas e ponto de partida para a descoberta do território vitivinícola: o património cultural com os seus monumentos rurais, nomeadamente as adegas, e o património natural com diferentes paisagens (a geometria e as cores das vinhas que mudam segundo a época do ano e os



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

touros e cavalos, duas figuras típicas que se misturam na paisagem vinhateira da zona do campo).

É um Museu participativo que envolve os agentes económicos associados à produção e à comercialização do vinho, à gastronomia, ao turismo equestre, ao rio Tejo, bem como às outras actividades que se encontram a montante e jusante. Pretende-se, assim, um museu como instituição que cativa os públicos, desenvolva o turismo e a economia local/regional, de modo a que os visitantes venham ao concelho do Cartaxo para conhecer o património cultural, para passear, para saborear a gastronomia e comprar produtos locais.

Este tipo de equipamento cultural funciona como farol para as actividades económicas e para o desenvolvimento do turismo cultural.

A actual vontade política é favorável a uma mudança, a uma actualização e a uma maior aproximação do Museu à comunidade municipal, como se pode ver com as actividades museológicas realizadas durante os últimos anos: desde a renovação de uma parte do percurso museológico, as Conversas na Taberna, o I Congresso Ibérico dos Museus do Vinho, o programa e projecto de remusealização do Museu, a valorização do património 'in situ' através do projecto de criação, agora em curso, de parcerias com proprietários de património que reflecte a realidade local, complementando as colecções existentes nas exposições permanente e temporárias.

A presente renovação não altera nem o conceito nem os conteúdos iniciais do Museu. Reflecte, porém, um melhor conhecimento da comunidade, mais investigação sobre o património cultural do concelho e uma museografia actualizada, ao mesmo tempo que estabelece novos laços de aproximação com a população local/regional, criando uma narrativa expositiva mais eficaz e, esteticamente, mais adequada à apresentação dos objectos. Portanto, o conceito de um património, um território e uma comunidade continua, embora com um novo discurso expositivo e uma nova prática museológica.

A remusealização do Museu Rural e do Vinho tem sempre presente a definição de Museu do ICOM, ou seja, “uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire,



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição”. Igualmente é considerada a definição da Lei Quadro dos Museus (Artigo 3.º, Lei n.º 47/2004, de 19 de Agosto).

O Museu Rural e do Vinho é o concelho do Cartaxo, Capital do Vinho, que se desenvolve ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento sobre a acção da musealização. É todo um conjunto de acções museológicas e de urbanismo museológico em processo dinâmico, aberto e contínuo para uma identidade local que constitui o somatório de tudo aquilo que o Cartaxense produziu, produz e produzirá, que selecciona para a sua comunidade Cartaxense ganhando estatuto de Cultura do Concelho do Cartaxo, numa hibridação cultural para uma tolerância global, contemplando sempre o passado (preservação), no presente (manutenção) e o futuro (inovação), no contexto global.

9. CONTEÚDOS E COLECÇÕES

O património museológico do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo compreende as colecções que foram incorporadas e o património ‘in situ’, sempre focalizado na cultura rural e do vinho.

As colecções compreendem objectos associados ao vinho, ao pão, ao azeite, ao cavalo e ao touro, tais como: o arado, o mangual, o trilho, a tremonha, a talha, o pote para a azeitona, a espora, a sela, o freio, o arreo, a cabeçada, o estribo, o traje do campino, a casaca do cavaleiro, o chocalho, a guizeira, o tractor agrícola, o carro de bois, a charrua, brabant dupla ou de volta aiveca, a charrua pombal, a grade de ferro, a canga, o peneiro, o ensacador de farinha, etc.; e objectos das várias fases da produção do vinho: desde a plantação do bacelo, o tratamento da vinha, a preparação do vasilhame (instrumentos de tanoaria) até à vindima, à pisa, à lagaragem, trasfega e à conservação do vinho em tonéis e em depósitos.



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

O património cultural ‘in situ’: os seus monumentos rurais, nomeadamente as adegas e o património natural com diferentes paisagens vinhateiras (a geometria e as cores das vinhas que mudam segundo a época do ano), olivais, quintas com touros e cavalos, gastronomia, rio Tejo...

10. ESTRATÉGIA/ TEMAS ESTRATÉGICOS

Os desafios que hoje se colocam a este tipo de organizações fazem com que frequentemente haja a necessidade de se efectuar uma análise, quer interna quer externa, para delinear estratégias que potenciem os pontos fortes e aproveitamento das oportunidades e ao mesmo tempo minimizem os pontos fracos e combatam as ameaças.

Verificou-se a necessidade de requalificar as instalações existentes na Quinta das Pratas para prestar um melhor serviço à comunidade e valorizar o património.

A localização geográfica estratégica, no centro do país, próximo de Lisboa, das praias do Oeste e de Fátima, grande Centro de Turismo Religioso, pode garantir uma atracção turística durante todos os dias do ano. Por outro lado, existe convergência do conteúdo museológico com as políticas da Comunidade Europeia e é um território com história e uma forte cultura vitivinícola.

Foi desenvolvida uma estratégia a médio e longo prazo que passa sobretudo pela requalificação das instalações do Museu, criando condições para melhor estudar, conservar e divulgar a cultura rural e do vinho e pela promoção de uma nova imagem cultural de qualidade e excelência do serviço, tornando o Museu num espaço atractivo e capaz de dar respostas às necessidades e interesses dos públicos/clientes. Ao mesmo tempo, foram feitos programas de formação no âmbito do património cultural e do turismo, para que a comunidade museal possa intervir melhor no campo de acção da musealização. Estabeleceram-se ainda contactos para a criação de parcerias com diferentes organizações, quer locais quer nacionais, e organizou-se o I Congresso Ibérico dos Museus do Vinho. Aqui, o vinho aparece como um tema estratégico ao designar-se o **Cartaxo – Capital do Vinho**.



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

Por outro lado, a requalificação dos espaços do Museu integrado no Centro Tecnológico e Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural vem trazer novas valências: Centro de Documentação do Vinho, Biblioteca, Centro de Promoção do Vinho, Laboratório do Vinho, Sede da Associação de Municípios Portugueses com Vinho. Entende-se o objecto museológico como um documento, onde a Biblioteca, Museu e o Centro de Documentação constituem um todo.

O Rio Tejo aparece como outro tema estratégico, não só pela cultura avieira e ribeirinha, mas como grande potencial turístico numa ligação fluvial com Lisboa, uma vez que as águas do Tejo são navegáveis permanentemente até Valada. A criação do Museu da Bacia Hidrográfica do Tejo, em Valada, projecto em curso do Arq.to Álvaro Leite Siza Vieira, é outra mais-valia para o Cartaxo.

Estes vectores estratégicos visam combater os pontos fracos, potenciar os pontos fortes de forma a combater as ameaças e aproveitar as oportunidades, através da implementação de um conjunto de objectivos enquadrados em perspectivas diferentes, mas complementares.

A estratégia do conhecimento de toda a organização está alinhada a ela, assim como correlacionada com o seu plano e orçamento, mas poderá ser ajustada em função da concretização de alguns dos objectivos enunciados com um horizonte temporal mais curto e da necessidade de estabelecimento de outros objectivos para se fazer face a novos desafios.

11. SERVIÇOS E PRODUTOS

O Museu possui um conjunto de recursos ao serviço da comunidade, tais como:

- exposições permanentes e temporárias
- reservas
- serviço de visitas guiadas
- serviços educativos: artes plásticas, canto e piano
- informações técnicas na área da museologia



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

- centro de documentação
- auditório
- centro de promoção do vinho
- loja
- outros.

12. PARCEIROS

Possuindo espaços adequados aos diferentes públicos tem que reforçar as parcerias de forma a promover a nova imagem do Museu e atrair novos públicos: parcerias com estabelecimentos de ensino, autarquias, empresas, associações e com outros museus e instituições culturais e científicas de forma a possibilitar a realização de projectos em comum, quer na investigação dos conteúdos quer na divulgação e fruição do Museu.

O reforço das parcerias, a par da qualificação dos serviços acarretará uma nova notoriedade para o Museu, disponibilizando um espaço e um serviço atractivo, sendo visto com uma nova imagem associada ao lazer, obtendo o fim último, isto é, a satisfação dos públicos/clientes nos seus múltiplos interesses. O funcionamento em parceria contribui para o desenvolvimento local.

13. MATERIAL DE PROMOÇÃO

- O objecto do mês
- Conversas na Taberna
- Site
- Desdobrável
- Roteiro
- Loja com venda de produtos



MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

- Outros...

14. CONCLUSÃO

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo atravessa neste momento uma fase de profunda mudança com objectivo de criar uma nova imagem, através da requalificação das instalações para se criarem condições adequadas de trabalho de modo a servir melhor os públicos. Pretende-se que o Museu seja uma referência de qualidade que conduza à mudança dos comportamentos dos cidadãos e aos enriquecimentos dos seus conhecimentos. Portanto um local de atracção, quer pelos serviços que presta quer pela qualidade dos espaços e das exposições, principal motivo de visita a um Museu.

“Eram dadas cinco da tarde, a calma declinava; montávamos a cavalo, e cortávamos por entre os viçosos pântanos que são a glória e a beleza do Cartaxo;”

Almeida Garrett

Cartaxo, 9.12.2008

**Sofia Antunes
Victor Varela
António Nabais**

MOUSEION RIBA-TEJO
MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

Ollem Turismo Fluvial Ida.



Identificação

Ollem Turismo Fluvial Ida.,

MISSÃO

Criar uma nova rota turística/fluvial a partir da Marina do Parque das Nações até Valada do Ribatejo e participar num projecto turístico de excelência e cultural integrador de diversas actividades económicas e culturais ao longo do rio Tejo.

VISÃO

O Ribatejo como região tem uma enorme referência de identidades únicas no nosso país e a nível mundial tais como: Vinho, Cavalo Lusitano, Toiros, Tejo e Cultura Avieira.

Sendo esta região colada a uma capital europeia e sendo as alternativas dos turistas de curta duração que nos chegam diariamente apenas Sintra, Óbidos e Fátima, não temos qualquer dúvida que esta será uma excelente alternativa.

O Tejo é uma auto-estrada para chegar mais no interior do Ribatejo. Ao longo deste rio até Valada poderá desfrutar da observação da natureza e das suas aves assim como as várias aldeias Avieiras e os seus restaurantes em cima da água. Chegando a Valada será possível visitar as muitas quintas que existem no Ribatejo com toda as suas actividades

Beneficiaremos ainda da promoção da Cultura Avieira a património nacional enquanto elemento identificado e integrador de algumas actividades turísticas e culturais da Lezíria e do Vale do Tejo.

O Ribatejo será reconhecido como referência regional/nacional e internacional como um destino turístico.

Valores

Contribuir para o desenvolvimento económico e turístico da região através de parcerias e acordos de cooperação, que permitam aproveitar o potencial da região e promover o seu crescimento.

Receber os turistas com orgulho nas nossas tradições, sempre com grande hospitalidade e personalizado.

Ser uma referência no turismo nacional como inovação e qualidade na região.

Estratégia

A nossa estratégia passa pela implementação de um turismo de qualidade de referência, na divulgação da cultura Ribatejana.

Podemos ser um destino turístico de qualidade sustentada pelas seguintes razões:

- Condições climatéricas – temperaturas amenas todo o ano; pouca precipitação fora do Inverno; elevado número de dias de sol e horas de luz por ano
- Potencialidades no aproveitamento do Tejo como elemento turístico fundamental
- Proximidade e boas acessibilidades a Lisboa – vantagens no turismo de curta duração (*short-breaks*)
- Produtos regionais com forte interligação e atracção turística – cavalo, gastronomia, vinho e património cultural.

Objectivos

O nosso objectivo é criar no Ribatejo um destino Turístico de Excelência para que essa mesma região tenha sustentabilidade económica.

- Criar uma marca forte de promoção: “Ribatejo”
- Uma boa divulgação dessa mesma marca através de entidades publicas e privadas
- Desenvolvimento de infra-estruturas: museus, restaurantes, equipamentos e serviços turísticos básicos tais como sinalização e informação.
- Optimizar os recursos do rio que até à data têm sido completamente ignorados
- Desenvolver uma cultura de excelência na oferta turística
- Promover o envolvimento de todos os actores do sector (importância das parcerias público - privadas)
- Apostar na organização empresarial e no bom funcionamento da cadeia de valor de todos os produtos turísticos com potencial
- Articulação entre promotores da rota dos Avieiros e empresas prestadoras de serviços complementares (quintas, percursos, animação, informação)

Neste âmbito envolvente da região fará todo o sentido ampliar a nossa frota comprando um barco que faça a ligação do Parque das Nações em Lisboa até Valada do Ribatejo (máximo que se pode navegar), para os turistas que queiram uma alternativa inovadora e desconhecida. Trazendo naturalmente turistas de Lisboa ao Ribatejo onde poderão voltar ao destino nesse mesmo dia ou pernoitar na região e no dia seguinte elaborar um novo passeio com os parceiros do projecto e da região.

Historial

- **A empresa Ollem - Turismo Fluvial** é uma micro empresa e nasceu em 2005 com a necessidade de divulgar a beleza natural e desconhecida, juntamente com as gentes e tradições, do rio Tejo (Riba-Tejo).
- Para tal divulgação iniciou o projecto com a compra de um barco. É uma embarcação típica do rio Tejo que levava, nos seus dias de trabalho árduo, o pescado da barra para as lotas no interior do rio. Esta embarcação foi completamente restaurada e adaptada para passeios turísticos.

■ **A Ollem oferece 3 cruzeiros distintos:**

A - Rota dos Avieiros, com saída do Cais de Valada do Ribatejo e visita as aldeias da Palhota e do Escaroupim, onde poderá experimentar a gastronomia típica da região. Poderá ainda visitar um mouchão, ilha do Tejo com magnificas praias e cavalos.

- **B** - Rota do Tejo, cruzeiro de manhã pelo Tejo, onde poderá visitar uma aldeia avieira. Da parte da tarde terá direito a prova de vinhos e almoço seguindo-se uma demonstração equestre do cavalo lusitano

- **C** - Rota da Lezíria, cruzeiro de manhã pelo Tejo, onde poderá visitar uma aldeia avieira. Da parte da tarde poderá almoçar uma refeição típica da região e visitar os toiros no seu habitat natural

Áreas de Negócios

A área de negócio da Ollem Turismo insere-se no turismo náutico e no turismo cultural.

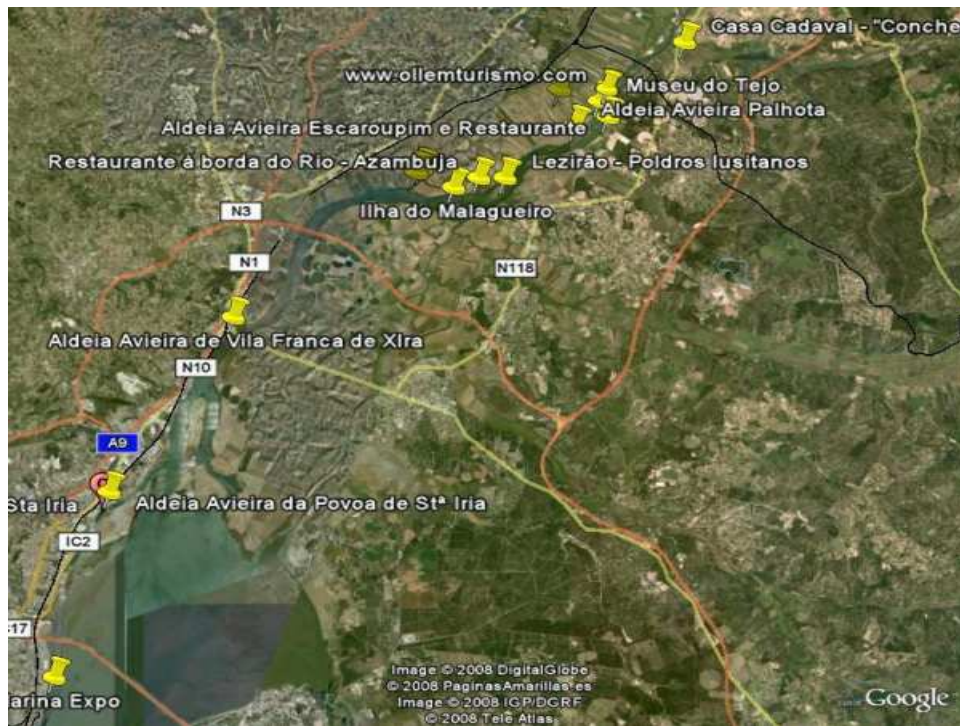
Oferece um cruzeiro com uma rota completamente desconhecida e de uma beleza extraordinária e ainda inteiramente selvagem.

Está ligada também à área cultural pois abrange alguma vida ribeirinha como os Avieiros e também a forte identidade do Ribatejo com os cavalos, vinho, toiros, etc.

Serviços e Produtos

O serviço que pretendemos oferecer será uma viagem de barco com um percurso completamente desconhecido e de muita qualidade a partir de Lisboa.

Este percurso fluvial estará interligado com as zonas ribeirinhas do rio mas também com as quintas e cidades do Ribatejo



Mapa google – Pontos de interesse ao longo do percurso fluvial entre Lisboa e Valada do Ribatejo



Rota a partir de Lisboa até Valada do Ribatejo

Parcerias

A empresa actual “Ollem Turismo Fluvial” já tem parcerias com algumas quintas da região como a Casa Cadaval e a Quinta do Gaio. Tem também parcerias com a Câmara da Azambuja quando os grupos são maiores e existe necessidade de mais um barco.

Nesta perspectiva as parcerias são obrigatórias com todas as entidades e empresários que demonstrem interesse em colaborar para que o Ribatejo se torne num destino Turístico de excelência.

MOUSEION RIBA-TEJO

MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

PÃO & VINHO

1. IDENTIFICAÇÃO

PÃO & VINHO

Restaurante - Bar

Rua José Matias Júnior, 52

2005 – 039 Vale de Santarém

Telefone/Fax 243760479

Email: paoevinho.luis@sapo.pt

2. MISSÃO

A filosofia do restaurante assenta na vinculação a uma gastronomia de inspiração na cozinha tradicional, mas exercida com criatividade e uma permanente procura de sabores, aromas e prazeres mais sofisticados, considerando sempre combinações equilibradas.

3. VISÃO

Serviço vincadamente personalizado, despretensioso, competente para enquadrar uma culinária de alto gabarito que recorre às melhores matérias – primas, aos recursos da região e aberta às novidades e às ofertas vindas de outras geografias.

4. VALORES

Os valores do restaurante têm a sua matriz na nobreza de carácter das pessoas que o gerem com o sentido de proporcionarem um alto nível de fruição aos seus clientes que serão sempre a razão de ser do seu projecto, vinculando-os ao seu espaço, ao seu território e criando empatias e compromissos.

5. ESTRATÉGIA/ TEMAS ESTRATÉGICOS

Numa região onde há 13 anos volvidos não existiam restaurantes vocacionados para um segmento de consumidores/gastrónomos com níveis muito elevados é legítimo afirmar hoje que esta unidade representou e representa ainda uma aposta muito séria no sentido de preencher esse espaço e garantir no quadro de uma região turística muito conotada com o barrete e a fivela uma oferta diversificada, com um perfil de nível e qualidade superiores.

É estratégico para esta micro - empresa manter ou superar os níveis de qualidade a que se propôs e proceder a uma sistemática identificação de novas valências que ao projecto inicial se possam vir a incorporar.

6. OBJECTIVOS

O objectivo da empresa consiste em gerar fluxos de receitas capazes de suportar a actual estrutura e alargar o seu domínio de actuação num futuro a dois três anos a novas valências que a incorporação de novos espaços, entretanto adquiridos, permitirá concretizar: enoteca, clube de fumadores, sala de reuniões e esplanada.

Com estes objectivos, associados à ideia inicial de serviço de alta qualidade em termos culinários, pretende-se tão somente alargar o número de pessoas a desejarem fazer rota no Ribatejo, tornando-o uma referência incontornável no universo turístico.

7. HISTORIAL

A história deste restaurante começou ainda era menino o seu proprietário. Os sabores, os aromas, a presença constante de cozinhas em volta aguçaram os sentidos do gosto. A vontade e a alegria de pegar em alimentos, dar-lhes a volta

e transformá-los em coisas apetecíveis foram formatando o futuro artesão da culinária. São anos de vivências por terras diferentes, ensopando o gosto e a visão com algumas experiências inolvidáveis e a compulsão de fazer e criar para fruição própria e dos amigos. O restaurante, no caso, não foi e continua a não ser um mero recurso de sobrevivência, mas antes uma ideia de vida e de forma de estar nela em convivência com o seu autor/actor.

8. PARCERIAS

Desenvolvimento de acções culinárias para clientes estrangeiros em parceria com agente de desenvolvimento turístico holandês “Paladares Travel”.

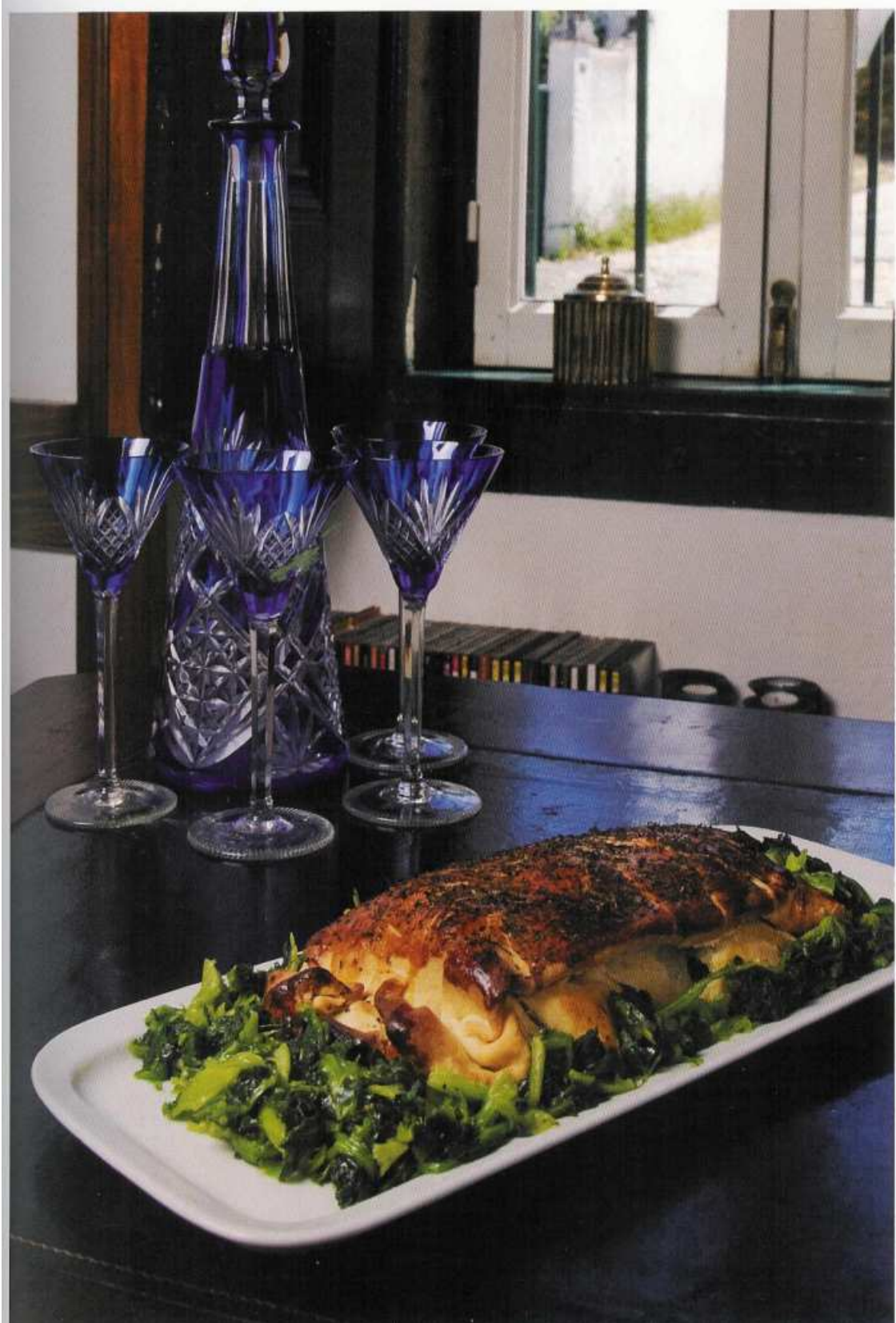
Acções culinárias locais para destinadas a um público interessado.

9. MATERIAL DE PROMOÇÃO

Email.

Publicações: revistas, roteiros, jornais, nacionais e regionais.







Centro Tecnológico e Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural

MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

Programa preliminar

-



Cartaxo - Novembro - 2006 (revisto em Dezembro 2007)

Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural

MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

Programa preliminar

“Estamos no Ribatejo. Uns passeios de algumas léguas em volta do Cartaxo mostram a riqueza e fartura da região.

A vinha sobressai de toda a paisagem, mas d'entre ela depara-se aqui uma horta, ali um pomar, mais adiante um olival, uma campina que foi seara. Com esta variedade de cultura há recantos que parecem um jardim. Atravessamos lindas aldeias, aconchegadas num delicioso afago de sombra, afastadas pela moldura verde-negra duns pinheiros tristes, pensativos, que põem uma nota de poesia e de recolhido silêncio em todo campo. Há nesgas de paisagem que são enlevo do espírito, conforto para uma alma sofredora, refúgio apetecido para o recordar de uma saudade...” (António M. Lopes, *Tempo de Vindimas*, in «Ilustração Portuguesa», II série, n.º 556, Outubro, 1916)

INTRODUÇÃO. O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo com 22 anos de existência já conquistou um espaço no panorama museológico nacional. Duas décadas de vida levaram-nos a reflectir sobre a sua história e sobre a realidade actual, as novas necessidades e as respostas que um museu com estas características pode oferecer à sociedade contemporânea. Está reunido um conjunto de factores que permite alargar o leque de respostas desta instituição museológica integrada num Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural: desde a experiência museológica, a localização (a poucos quilómetros de Santarém e a menos de uma hora de Lisboa, de Fátima e das praias do Oeste, grandes centro de fixação turística) até à necessidade de evoluir para ir ao encontro das reais necessidades de uma comunidade rural com um património cultural e natural que pode ser rentabilizado em múltiplas direcções: económica, tecnológica, científica, educativa, cultural, social e lúdica. Nesta fase da sua história não se pretende que o Museu apenas se dedique ao património histórico, mas que vá mais longe na procura de soluções para os problemas que os munícipes e os habitantes do Ribatejo colocam sobretudo na área das actividades rurais, onde o vinho é rei. Pretende-se, assim, inserir este equipamento cultural e tecnológico no quadro económico, social e cultural da sociedade contemporânea do Ribatejo.

Este programa está orientado para a requalificação do Museu, integrado num **Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural**. Portanto, inaugura-se uma fase inovadora de renovação e de dinamização do Museu, aproximando-o mais da comunidade local e regional, dos organismos sociais, culturais e económicos, e, ao mesmo tempo, reforçando a sua identidade como pólo de conhecimento, de formação, de desenvolvimento rural e de atracção turística. A divulgação dos conteúdos das colecções e dos seus novos serviços passará por vários projectos de acção cultural, científica e tecnológica destinados a todos os potenciais públicos deste organismo, tais como: estudantes, agricultores (vinicultores), empresários, reformados e turistas.

Neste projecto, prevê-se a renovação de actividades e acções em parceria com empresas, organismos públicos e privados, associações, estabelecimentos de ensino, órgãos de comunicação social e outros.

Um dos grandes objectivos do Museu é conquistar os públicos para a utilização dos vários serviços, através da apresentação de conteúdos e de ofertas diversificadas, bem como de novas estratégias de divulgação dos serviços do Museu para encontrarem soluções para os seus diferentes problemas, quer sociais e culturais quer económicos.

Pretende-se construir uma mudança com a participação de todos os cidadãos através dos seus organismos representativos, públicos ou privados, ou mesmo individualmente. Uma mudança participativa. Por sua vez, o mecenato poderá contribuir para a concretização de várias iniciativas previstas neste projecto.

A renovação de actividades e acções em parceria com empresas, organismos públicos e privados, associações, estabelecimentos de ensino, órgãos de comunicação social darão uma nova visibilidade ao Museu.

Perante a política da autarquia na afirmação e cooperação internacional, a visibilidade do Museu passa também pela realização de protocolos com museus do vinho e de outras instituições relacionadas com esta temática (Vinipolis), tanto nacionais como estrangeiras, de modo a promover o intercâmbio através da realização de exposições itinerantes, intercâmbio de experiências e de Jornadas Culturais.

2. OBJECTIVOS

Pretende-se, antes de mais, valorizar o património cultural (tangível e intangível) do município do Cartaxo e estudar as suas relações com os seus actores e utilizadores, quer no tempo, quer no espaço, para melhorar a divulgação e aumentar o conhecimento da realidade histórica e antropológica (etnomusicologia) da ruralidade da região, com o objectivo geral de dar resposta às questões de hoje nos domínios económicos, tecnológicos, sociais e culturais; bem como:

- Oferecer novos recursos culturais e turísticos à região, ao país e à Europa
- Proceder à requalificação do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, integrado no Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural
- Partilhar serviços, espaços e saberes
- Criar um centro de recursos culturais e científicos para o sector agrícola
- Promover a requalificação das actividades agrícolas ribatejanas
- Criar espaços museológicos adequados para que o Museu possa cumprir as suas funções convencionais e as novas práticas vocacionadas para o desenvolvimento económico e social, tais como: investigação, aquisição, conservação, divulgação e acção cultural e científica, sobretudo no domínio da cultura do vinho e da cultura rural
- Promover a investigação sobre a vitivinicultura
- Promover o vinho do Ribatejo como um produto saudável na alimentação portuguesa
- Promover o ensino da selecção de vinhos de acordo com os alimentos
- Promover a formação permanente para todos os segmentos etários
- Promover a investigação da arqueologia e a arquitectura rural
- Promover a investigação sobre o rio Tejo e as comunidades ribeirinhas
- Promover a investigação sobre o património intangível
- Promover a investigação sobre a música popular
- Criar um centro de documentação da música tradicional associada às actividades rurais, especialmente, à vinha e o vinho
- Criar um centro de documentação da Vinha e do Vinho
- Dar uma nova imagem ao Museu: museu da cultura do vinho e da cultura rural

- Promover a valorização e divulgação do património rural
- Desenvolver o conhecimento da cultura e da paisagem rural
- Promover o turismo rural ribatejano
- Criar uma sala de visitas para todo o Ribatejo
- Criar um **Observatório do Vinho**

3. CONTEÚDOS E COLECÇÕES

O Museu possui já uma vasta colecção de objectos da vinha e do vinho, do touro e do cavalo. É uma colecção heterogénea que vai desde a simples ferradura ou chocalho, cântaro de barro, enxada, pá de valar até ao carro de bois, arado, locomóvel, tractor; desde o cesto de vindima ao tonel, desde a pintura à fotografia e ao desenho; desde o traje ao rótulo.

As incorporações, seguindo os trâmites legais, serão feitas no seguimento da investigação sobre os conteúdos da vocação do Museu.

Neste contexto, pretende-se incorporar objectos que materializem a cultura rural, ao mesmo tempo, efectuar a recolha e estudo da música tradicional associada às actividades agrícolas, nomeadamente à vinha e ao vinho. Serão programadas acções de campo para proceder à recolha de objectos para completar as colecções já existentes e aos múltiplos elementos do património intangível.

Também as novas tecnologias têm lugar neste espaço: aqui poderão ser expostas novas máquinas e novos equipamentos utilizados na vinha e no vinho e nos outros sectores agrícolas.

A complexidade dos temas a desenvolver neste Museu resulta da multiplicidade de actividades ligadas à vinha e ao vinho e à heterogeneidade dos materiais. Os objectos aqui apresentados contemplam uma riqueza de conteúdos oferecida pela variedade de património ribatejano: desde as alfaias para a preparação e plantação da vinha até aos testemunhos orais e registos escritos sobre os diferentes intervenientes nas actividades agrícolas; desde a locomóvel, o carro lezirão até às charruas, às grades; desde as dornas aos cestos de vindima; desde os objectos de laboratório até aos instrumentos de tanoeiro.

A temática do vinho pode ser apresentada de uma forma transversal: as fases de produção do vinho, o vinho na gastronomia, o vinho e a arte, o vinho e o convívio, o vinho e as novas tecnologias...

A exposição “permanente” (de longa duração) e as exposições temporárias desenvolverão sobretudo a temática da vinha e o vinho no seu contexto rural e paisagístico e nos seus múltiplos aspectos, nomeadamente os etnográficos e artísticos, e as novas tecnologias aplicadas à agricultura.

A partir do objecto museológico, divulgar-se-ão múltiplos saberes - técnicos, enológicos - associados ao vinho e aspectos culturais, sociais, artísticos, literários...

Para a concretização dos projectos de estudo e investigação das diferentes áreas disciplinares como a geologia, a arqueologia rural (tecnologias rurais), a etnografia, a história, a arte, a vitivinicultura, recorre-se a estagiários e a parcerias com estabelecimentos de ensino superior (Instituto Politécnico de Santarém, Escola Superior de Agronomia, entre outros).

4. ACTIVIDADES

Portugal, país de grandes tradições e memórias vitivinícolas, necessita de espaços museológicos, numa perspectiva de uma museologia activa e participativa, que sirvam o desenvolvimento rural e promovam novas actividades económicas e turísticas a partir do património cultural vitivinícola e rural. O vinho ocupou sempre um espaço muito importante na vida agrícola portuguesa, influenciando fortemente a vida das gentes e a paisagem: pela multiplicidade de aspectos, a riqueza de cor, vibração humana e a graciosidade plástica, sendo mais um dos belos espectáculos a que se pode assistir, hoje, neste prosaico país.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo aborda a temática da cultura do vinho e reúne de uma forma sistemática objectos, saberes, modos de vida, técnicas e tecnologias das múltiplas actividades – económicas, sociais e culturais - que se praticaram em todo o Ribatejo vitivinícola.

A preservação e valorização do património rural nas suas múltiplas valências, hoje, mais do que nunca, torna-se uma questão prioritária, uma vez que as últimas medidas da CE em relação ao abandono de actividades económicas

tradicionais, virão acabar com a continuidade de um património etnográfico e industrial que se espalhava, em estilos diferentes, por todo o país rural.

Neste contexto, o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, detentor de um valioso acervo etnográfico rural, tem um papel importante na orientação e intervenção técnica e científica no domínio da preservação, valorização e divulgação da etnografia rural, especialmente a vitivinícola, promovendo parcerias com outras instituições museológicas, com estabelecimentos universitários e científicas, bem como com organismos responsáveis pela gestão de actividades rurais.

Neste contexto operacional ao Museu Rural e do Vinho compete-lhe executar diversas funções, tais como:

- Investigação e documentação
- Incorporação, inventário e registo
- Conservação e restauro
- Comunicação/divulgação
- Extensão cultural
- Formação e educação .
- Criação/produção

O Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural/Museu, seguindo uma política de inserção na comunidade local e regional, apoiará iniciativas de empresas, de associações (ex. Viticartaxo, Ateneu, Pulsar, Palhota Viva, Filarmónicas, Ranchos Folclóricos, ANMV, Associação dos Amigos do Tejo...) e de outras instituições locais, nomeadamente estabelecimentos de ensino.

O Museu facilitará a circulação de objectos das colecções, desde que sejam asseguradas as normas estabelecidas para situações de cedência temporária.

A função formativa e educativa do Museu leva à realização de várias acções dirigidas para o aumento de conhecimentos e saberes, tais como:

- Visitas guiadas e actividades lúdicas que ajudem a descobrir as mensagens dos objectos, através de publicações, de material didáctico e jogos criados para o efeito.
- Vivência e conhecimento da idade sénior: visitas guiadas e debates.
- Ateliers: actividades de animação e jogos pedagógicos: expressão plástica, jogos, histórias do meio rural para contar, recontar e ilustrar.

- Oficina pedagógica: espaço onde os diferentes públicos poderão desenvolver actividades criativas em diferentes áreas a partir das colecções do Museu: modelismo, pintura, cerâmica, artes decorativas, etc. Um espaço de extensão cultural aberto a todos os públicos, nomeadamente ao público escolar e ao público mais idoso/reformados.
- Exercícios de descoberta sobre as castas. Na **Vinha Jardim - vinha experimental**, onde se podem conhecer as diferentes castas da região e as várias fases das cepas: desde o bacelo, a cava, a enxertia, a poda, o tratamento fitossanitário até à vindima.
- Formação em diferentes áreas agrícolas
- Roteiros turísticos pelo território do município e pelo Ribatejo
- O património fluvial: portos e praias, fauna e flora das margens do Tejo, as casas em palafita na Palhota.
- O património ambiental.

5. EDIFÍCIO.

5.1. SITUAÇÃO - O Museu encontra-se implantado na Quinta das Pratas, antiga quinta agrícola de produção de vinho, na entrada norte da cidade do Cartaxo, a poucos quilómetros da A1. O actual Museu está instalado em antigas instalações agrícolas (celeiros e adega) adaptadas a espaços museológicos. Estes espaços (exposição permanente e auditório), porém, são insuficientes para o exercício de todas as funções museológicas, faltando áreas, tais como: sala de exposições temporárias, reserva visitável, centro de documentação/biblioteca especializada, serviço educativo, centro de conservação e restauro, gabinetes.

5.2. CONDICIONAMENTOS DA IMPLANTAÇÃO DO CENTRO TECNOLÓGICO DO VINHO E DO DESENVOLVIMENTO RURAL/ MUSEU

As instalações actuais do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo são insuficientes e inadequadas para a conservação do acervo museológico e para que o Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural/Museu desenvolva as suas actividades de investigação e divulgação com qualidade e

dimensão que se pretende de uma instituição museológica integrada no **Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural**. Até agora, têm sido tomadas medidas de recurso, organizando pequenas exposições e aproveitando os espaços reduzidos para o funcionamento dos serviços de inventário e registo, de conservação e restauro, de investigação, de serviço educativo e de extensão cultural.

Portanto, torna-se necessário expandir o **Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural/ Museu** para os espaços envolventes, articulando os espaços públicos, semi-públicos e privados de modo a garantir o exercício das diferentes actividades.

Deste modo, são necessários espaços apropriados para o desempenho das diversas funções que lhe compete executar, tais como:

- Investigação e documentação
- Incorporação, inventário e registo
- Conservação e restauro
- Comunicação/divulgação: exposições de carácter permanente e temporárias
- Acção cultural: educação e cultura. Formação. Experimentação
- Criação/produção

5.3. PROGRAMA DE NECESSIDADES.

CARACTERÍSTICAS E CONDICIONAMENTOS DOS ESPAÇOS.

A abordagem museológica subordinada à cultura do vinho e da ruralidade exige espaços adequados para estudar, incorporar, conservar, e divulgar uma grande diversidade de espécies museológicas, que podem variar no que respeita, quer à natureza das colecções quer às dimensões dos objectos. Por outro lado, pretende-se que nestas instalações, para melhor rentabilizar os espaços, os equipamentos e os recursos humanos, seja integrado o Centro Tecnológico do Vinho e do Desenvolvimento Rural

Recomenda-se a utilização da planta livre para um tipo de organismo, que se quer dinâmico e evolutivo em todas as áreas da sua intervenção, e que garanta

o acesso a todos os públicos, nomeadamente aos deficientes motores, portanto, sem barreiras arquitectónicas.

Por uma questão de funcionamento articulado entre todos os serviços, estabelecem-se as seguintes categorias de espaços:

- **espaços públicos:** livres - estacionamento, vinha técnica/experimental (Vinha Jardim), acolhimento/recepção, sanitários, loja, taberna/cafetaria/restaurante; ou controlados - galerias de exposição permanente e temporária, auditório, reservas visitáveis;
- **espaços semi-públicos:** sala de documentação e biblioteca especializada sobre o vinho e outras temáticas rurais, sala de formação, locais de reunião e de animação, laboratório, sala de provas;
- **espaços semi-privados:** gabinetes da direcção, dos conservadores e investigadores, dos parceiros, área de restauro, serviços administrativos;
- **espaços privados:** sala de inventário, reservas, sala de museografia, zonas técnicas, armazém.

5.3.1. ESPAÇOS PÚBLICOS LIVRES

A circulação do público nestes espaços é livre desde que se respeite o regulamento do museu.

Esta área do museu compreende os seguintes espaços, que podem funcionar deste modo:

- **ESTACIONAMENTO** (praça pública na área de acesso ao museu)
- **VINHA JARDIM - TÉCNICO/EXPERIMENTAL:** vinha jardim com bachelos, castas tradicionais do Cartaxo (do vinho carrascão) e castas actuais.
- **RECEPÇÃO E ACOLHIMENTO DO PÚBLICO.**

Área: 100 m²

Características - A recepção é um espaço muito importante no Museu, visto que produz no visitante a primeira imagem da instituição. Constitui o ponto de partida para todos os espaços – públicos e semi- públicos e semi-privados, onde se instala a bilheteira, o bengaleiro “self-service” ou outro tipo e a loja. A partir daqui se terá o acesso directo às instalações sanitárias públicas (uma das quais para deficientes motores), aos telefones públicos, bem como a todos os espaços públicos, semi- públicos e semi-privados. Nesta área deve-se prever ainda um espaço (20 m²) para apresentação dos objectos recém-incorporados no Museu ou para o objecto do mês.

O percurso expositivo deverá ser feito a partir da recepção de modo a que o visitante volte a regressar a esta zona.

Este espaço deve permitir uma circulação eficaz dos visitantes e actuar como zona de transição de acesso aos diferentes espaços do Museu.

- LOJA

Função: venda

Área: 50 m²

Características: Espaço para venda de produtos: vinhos, objectos, livros, cd`s

- TABERNA/CAFETARIA

Função: convívio

Área: 50 m²

Características: Espaço para bebidas,

- RESTAURANTE

Função: convívio

Área: 100 m² ?

Características: restaurante para apresentar vinhos do Ribatejo adequados à gastronomia regional e nacional, prevendo espaço para arrumos e armazenamento. O abastecimento deste serviço deverá ser assegurado por um acesso independente.

- INSTALAÇÕES SANITÁRIAS

Função: instalações sanitárias

características: para homens, mulheres e deficientes, localizadas na área da recepção, que permitam atender, em pouco tempo, grandes grupos de visitantes. O dimensionamento deve ter em conta os regulamentos, inclusive os exigidos para deficientes.

5.3.2. ESPAÇOS PÚBLICOS CONTROLADOS

- Galeria de exposição de carácter permanente

Função: exposição de alfaias e máquinas agrícolas

Área: 1.000 m²

Características: espaço de fácil acesso à recepção e às reservas, de grande flexibilidade, em *open space*. A altura deve respeitar as dimensões dos objectos em exposição, tendo em conta que poderá receber máquinas em tamanho natural (altura 3,75). Igualmente deverá ser considerada a porta para o acesso de espécies museológicas de grandes dimensões (a locomóvel e ceifeira).

As condições ambientais devem-se manter estáveis, sem o recurso ao ar condicionado: com uma humidade relativa constante à volta de 55 %, durante todo o ano, 20-21 °C, podendo a temperatura, no Verão, atingir os 21-24 °C.

Os materiais a utilizar não devem ser inflamáveis e, no caso de o serem, estes devem ser tratados de forma a tornarem-se ignífugos (este critério deve ser seguido para todas as áreas do Museu).

- GALERIA DE EXPOSIÇÕES TEMPORÁRIAS

Função: exposição

Área: 1.000 m²

Características: Espaço para todo o tipo de exposições (pintura, escultura, música, dança, etnografia, fotografia, etc.), com um espaço central para os intervenientes na exposição (grupos musicais, bailarinos e outros).

Espaço com movimento/ritmo. De fácil acesso à recepção do público, bem como às reservas, à sala de entrada e saída de objectos e à sala de museografia, de grande flexibilidade, em *open space*, concebida de modo a poder ser compartimentada consoante as exposições a apresentar. Quanto à altura, condições ambientais, luz e materiais, deve seguir-se o critério já indicado para a galeria de exposição permanente.

- RESERVAS VISITÁVEIS

Função: reservas das espécies museológica

Área: 400m²

Características: espaço destinado a reservas visitáveis, funcionando como espaço público, num ambiente com HR entre 40% e 60%, com flutuações inferiores a 50%.

- **AUDITÓRIO**
Função: extensão cultural
Área: de fácil acesso à recepção. Já existe.
Características: Sala polivalente para conferências ou outras actividades de extensão cultural, nomeadamente, introdução aos temas das exposições, serviço educativo, colóquios, encontros, jornadas, concertos, projecção de filmes e de outros audio-visuais.

- **OFICINA PEDAGÓGICA**
Função: oficina pedagógica
Área: 50 m²
Características: open space, com bancadas, água e esgotos. Espaço onde os visitantes possam executar trabalhos criativos ou réplicas, reproduções e modelos, com mesas, armários, máquinas de serrar madeira, de tornejar, etc.

4.3.3. ESPAÇOS SEMI-PÚBLICOS

O acesso e circulação é condicionado por razões de funcionalidade e segurança, mas permite o contacto de público e investigadores com as reservas visitáveis e os espaços reservados a actividades museológicas de estudo, divulgação, comunicação e animação.

Esta área do museu compreende os seguintes espaços, que podem funcionar deste modo:

- **LABORATÓRIO DE MÚSICA**
Função: registos e experimentação
Área: 50 m²
Características: espaço insonoro

- **LABORATÓRIO VINÍCOLA**
Função: Estudo e análises
Área: 20 m²
Características: Espaço com bancada com água e esgotos. Mesas e estantes-vitrina. Espaço envidraçado para que os visitantes possam observar o observatório.

- **SALA DE FORMAÇÃO**
Função: aulas
Área: 80 m²
Características: duas salas com cadeiras e mesas, quadro e equipamento áudio-visual

- **CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E BIBLIOTECA ESPECIALIZADA**
Função: multifunções no âmbito documental: documentos gráficos e musicais. Para espécies bibliográficas, fototeca e iconoteca; sala de leitura; audição.
Área: 350 m²

Características: espaço para estantes, mesas de consulta, postos informáticos, humidade relativa entre 45% e 60%. Deve ter um espaço insonoro.

- **OFICINA DE RESTAURO/CONSERVAÇÃO (CURATIVA)**

Função: restauro de espécies museológicas

Área: 50 m²

Características: Este espaço destina-se sobretudo ao restauro de objectos etnográficos de madeira e de metal. Esta oficina deve possuir bancadas com água e esgoto e bancada de carpintaria. Será um espaço, onde antigos artífices de instrumentos agrícolas possam utilizar a oficina de restauro e que o visitante poderá observar.

- **SALA DE REUNIÕES**

Função: reuniões

Área: 20m²

Características: espaço para uma mesa de reuniões e dois armários

5.3.4. ESPAÇOS SEMI-PRIVADOS

O acesso e circulação é condicionado por razões de funcionalidade e segurança, mas permite o contacto de público e investigadores com os espaços reservados a actividades museológicas e tecnológicas de estudo. Esta área do museu compreende os seguintes espaços, que podem funcionar deste modo:

- **GABINETE DA DIRECÇÃO**

Função: gabinete

Área: 15m²

Características: espaço para secretária, mesa e armário, postos informáticos.

- **GABINETE DE MUSEÓLOGO**

Função: gabinete

Área: 15m²

Características: espaço para 1 secretária e 1 armário, posto informático.

- **GABINETES DOS INVESTIGADORES**

Função: gabinete

Área: 20m²

Características: espaço para duas secretárias, postos informáticos.

- **GABINETES DOS PARCEIROS**

Função: gabinete

Área: 15m²+15m²

Características: 2 gabinetes espaço para duas mesas, postos informáticos.

- **SECRETARIA**

Função: secretaria

Área: 20m²

Características: espaço para três secretárias e armários, postos informáticos.

- **INSTALAÇÕES SANITÁRIAS (PRIVADAS)**

Função: instalações sanitárias

Área: o dimensionamento deve ter em conta os regulamento

Características: para homens e mulheres.

5.3.5. ESPAÇOS PRIVADOS

O acesso é reservado ao pessoal do museu, de acordo com as suas funções. Em alguns casos, certos espaços possuem características particulares de segurança. As portas e os acessos dos objectos para as galerias de exposição deverão ter 4 metros de largura.

Compreendem:

- **CAIS DE CARGA E DESCARGA DE ESPÉCIES MUSEOLÓGICAS**

Função: cais de carga e descarga

Área: área suficiente para uma viatura de carga ficar protegida

Características: uma zona de carga e descarga para viaturas, incluindo a instalação de um engenho de elevação. Esta zona deve estar directamente ligada à área de recepção das espécies museológicas, mediante passadeiras adequadas a movimentos de empilhadoras.

- **ÁREA DE RECEPÇÃO DAS ESPÉCIES MUSEOLÓGICAS E SALA DE EXPURGO E LIMPEZA.**

Função: recepção das espécies museológicas

Área: 20m²

Características: Este espaço deverá ser totalmente isolado das restantes áreas do Museu.

- **SALA DE INVENTÁRIO E REGISTO COM ÁREA PARA FOTOGRAFAR OS OBJECTOS**

Função: inventário e registo

Área: 20m²

Características: Este espaço deverá ter cinco pontos de rede e área para três secretárias e armários, bem com condições para obscurecer totalmente para fotografar.

- **RESERVAS NÃO-VISITÁVEIS**
Função: reservas
Área: 50 m²
Características: *open space*, com HR entre 45% e 60%.
- **SALA DE PREPARAÇÃO E MONTAGEM DE EXPOSIÇÕES**
Função: museografia
Área: 50 m²
Características: *open space*, próximo das galerias de exposição
- **ARMAZÉM**
Função: armazém de materiais e equipamentos
Área: 80 m²
Características: *open space*, próximo das galerias de exposição
- **SALA DE CONVÍVIO DO PESSOAL**
Área: 10 m²
- **INSTALAÇÕES SANITÁRIAS, BALNEÁRIOS/VESTIÁRIOS.**
Área: 10 m²
- **SALA DE ARRUMOS DE LIMPEZA.**
Área: 10 m²
Características: espaço para guardar os produtos e equipamentos de limpeza
- **SALA DE CONTROLO**
Área: 15m²
Características: espaço para as instalações especiais: detecção de incêndios, anti-roubo, segurança activa, megafonia, intercomunicação interior; instalações convencionais: climatização e iluminação e instalações expositivas.

5.3.6. INTERIORES, INSTALAÇÕES ESPECIAIS

Deverá prever-se o acabamento final de paredes, tectos e pavimentos (cores e materiais a definir durante a elaboração do projecto), a iluminação de manutenção (ou de trabalho) dos espaços, a iluminação de emergência/segurança e a iluminação expositiva/cénica (instalação dos quadros principais e secundários e iluminação a nível dos pavimentos e dos tectos), canalizações e esgotos, AVAC, megafonia, rede informática, extintores de incêndio, rede de incêndios armada (R.I.A.), sistema automático de detecção de incêndio (S.A.D.I.), sistema automático de extinção de incêndios, sistema automático de detecção de intrusão, mestragem de fechaduras,

circuito fechado de televisão, centralização das informações, sinalização de segurança.

Pretende-se um edifício eficiente em termos energéticos, aproveitando ao máximo as condições naturais do local onde é construído: um bom isolamento térmico e acústico e uma ventilação adequada, bem como a utilização de materiais de construção adequados ao litoral marítimo.

A construção do edifício deve ser eficiente do ponto de vista energético, devendo ser construído com preocupações de racionalidade energética. Deve ser articulada a conservação de energia com a qualidade do ar interior.

O ar condicionado não é recomendado (apenas nas reservas não visitáveis), por motivos quer de custos quer de manutenção e de funcionamento.

Resistência do pavimento

- Resistência geral – 1000Kg/m².
- Resistência a cargas pontuais – 300Kg/m².

4.3.7. Exceptuando os espaços de características técnicas especiais, todos os espaços deverão ser concebidos em planta livre, possibilitando a compartimentação com divisórias leves, para os casos dos gabinetes e salas de trabalho, sem prejudicar o controlo ambiental localizado, ou com um sistema de divisórias amovíveis, de fácil alteração, nos casos de salas de exposições temporárias e espaços de animação/serviço educativo (oficinas pedagógicas).

Consideraram-se como pontos fulcrais, na organização dos espaços as seguintes condicionantes de ordem geral:

- com o menor número possível de ligações e distâncias entre os diversos espaços, com possibilidade de encerramento de cada um, garantindo um certo funcionamento autónomo de cada sector
- flexibilidade na articulação interna;
- racionalidade na distribuição espacial e interdependência entre os diversos serviços;

- fácil ligação entre as reservas e as áreas de exposição.

5. PROJECTO

As diferentes fases do projecto – estudo prévio, anteprojecto e projecto de execução - deverão ser partilhadas com a equipa responsável do programa museológico.

Cartaxo, Novembro de 2006

António J. C. Maia Nabais
(Museólogo)

Programa revisto em Dezembro de 2007 com a participação de Sofia Lemos Antunes (Prof^a de Música)

MAPA DE ÁREAS

(O espaço 1: é o edifício onde se encontra a exposição do Campino, Cavalos e Touro; o espaço 2 refere-se ao edifício da exposição da Vinha e do Vinho e do Auditório)

ESPAÇOS	ÁREAS m²	CARACTERÍSTICAS
ESPAÇOS PÚBLICOS LIVRES		
Parque de estacionamento (a construir)		Área envolvente para servir todos os serviços da Quinta das Pratas: Museu, Parque Desportivo, Casa da Juventude...
Vinha Jardim (a construir)	400	Área com plantação de vinha com as castas utilizadas no Cartaxo.
Recepção (espaço 2, na área dos lagares, sem retirar os tonéis e as estruturas vinícolas fixas, com abertura para o Auditório)	100	Este espaço é comum ao atendimento, à bilheteira, ao bengaleiro e à loja de vendas de produtos. A partir deste espaço será dado acesso às restantes áreas do Museu/Centro Tecnológico. O percurso expositivo deverá ser feito a partir deste espaço, de modo a que o visitante volte a sair para a zona de recepção que dará acesso à loja. Este espaço deve permitir uma circulação eficaz dos visitantes e actuar como zona de transição de acesso aos diferentes espaços do Museu/Centro Tecnológico.
Loja (espaço 2, na área dos lagares, sem retirar os tonéis e as estruturas vinícolas fixas, com abertura para o Auditório)		Espaço para venda de produtos: vinhos, objectos, livros, cd`s
Taberna/cafetaria (espaço 2, no Centro de Promoção Vitivinícola)	50	Deverá ter uma grande abertura para o exterior com vista para a vinha. Para bebidas e petiscos.
Restaurante (No espaço 1)	150 ?	Restaurante experimental (aprendizagem da selecção de vinhos de acordo com os alimentos) para apresentar vinhos do Ribatejo adequados à gastronomia regional e nacional, prevendo espaço para arrumos e armazenamento. É igualmente um espaço para tertúlias. O abastecimento deste serviço deverá ser assegurado por um acesso independente.
Instalações sanitárias (No espaço 2)	20?	Para homens, mulheres, deficientes, que permitam, em pouco tempo, servir

		grandes grupos.
ESPAÇOS PÚBLICOS CONTROLADOS		
Exposição permanente (a construir)	1.000	<p>Espaço de fácil acesso à recepção e às reservas, de grande flexibilidade, em <i>open space</i>. A altura deve respeitar as dimensão dos objectos em exposição, tendo em conta que poderá receber máquinas em tamanho natural (altura, 3,75m). Igualmente deverá ser considerada a porta para o acesso de espécies museológicas de grandes dimensões (o maior objecto do Museu é uma locomóvel). As condições ambientais devem-se manter estáveis, sem o recurso ao ar condicionado: com uma humidade relativa constante à volta de 50 %, durante todo o ano, 20-21 °C, podendo a temperatura, no Verão, atingir os 21-24 °C. Nestas áreas expositivas deve evitar-se a entrada directa de luz exterior, com o objectivo de regular a iluminação dos elementos expositivos, segundo as necessidades específicas., aplicando-se mecanismos que garantam a obscuridade total.</p> <p>Boas condições acústicas.</p>
Exposições temporárias (a construir)	1.000	<p>Espaço para todo o tipo de exposições (pintura, escultura, música, dança, etnografia, fotografia, etc.), com um espaço central para os intervenientes na exposição (grupos musicais, bailarinos e outros). Espaço com movimento/ritmo.</p> <p>Boas condições acústicas.</p> <p>De fácil acesso à recepção do público, bem como às reservas, à sala de entrada e saída de objectos e à sala de museografia, de grande flexibilidade, em <i>open space</i>, concebida de modo a poder ser compartimentada consoante as exposições a apresentar Quanto à altura, condições ambientais, luz e materiais, deve seguir-se o critério já indicado para a galeria de exposição permanente.</p>
Reservas visitáveis (a construir)	400	<p>Espaço destinado a reservas visitáveis, funcionando como espaço público, num ambiente com HR entre 40% e 60%, co flutuações inferiores a 50%. Altura 6 m.</p>

Auditório (já existe)		Espaço para 150 pessoas
Oficinas pedagógicas (a construir, junto da Vinha Jardim)	50	Open space, com bancadas, água e esgotos. Espaço onde os visitantes possam executar trabalhos criativos ou réplicas, reproduções e modelos, com mesas, armários, máquinas de serrar madeira, de tornear, etc
ESPAÇOS SEMI-PÚBLICOS		
Laboratório de música (a construir)	50	Insonoro
Laboratório vinícola: (a construir)	50	Espaço com bancada com água e esgotos. Mesas e estantes-vitrina. Espaço-montra, de modo a que os visitantes possam observar o interior do laboratório.
2 Salas de formação (espaço do edifício 2)	100	sala com cadeiras, quadro e equipamento áudio-visual
Centro de documentação/Biblioteca especializada (a construir)	350	Espaço para estantes, mesas de consulta, postos informáticos, humidade relativa entre 45% e 60%. Com um espaço insonoro
Centro de tratamento de documentos (a construir)	50	Espaço para mesas e armários
Oficina de restauro (a construir)	50	Este espaço destina-se sobretudo ao restauro de objectos etnográficos de madeira e de metal. Esta oficina deve possuir bancadas com água e esgoto e bancada de carpintaria. Será um espaço, onde antigos construtores de instrumentos etnográficos possam utilizar a oficina de restauro e que o visitante poderá observar.
Sala de reuniões (espaço do edifício 2)	20	Mesa com 12 cadeiras

ESPAÇOS SEMI-PRIVADOS	104	
Gabinete da Direcção (espaço do edifício 2)	15	Espaço para secretária, mesa e armário, posto informático.
Gabinetes (3) (a construir)	30	Espaço para 3 secretárias e 1 armário, 3 postos informáticos.
2 Gabinetes dos parceiros (a construir)	15+15	Espaço para duas mesas, postos informáticos, armários.
Secretaria (espaço do edifício 2)	25	Espaço para 2 secretárias e armários. Postos informáticos
I.S.	4	
ESPAÇOS PRIVADOS	250	
Cais de carga e descarga (a construir)		Uma zona de carga e descarga para viaturas, incluindo a instalação de um engenho de elevação. Esta zona deve estar directamente ligada à área de recepção das espécies museológicas, mediante passadeiras adequadas a movimentos de empilhadoras.
Sala de recepção dos objectos (a construir)	20	
Sala de inventário e registo (a construir)	20	Este espaço deverá ter dois pontos de rede e área para duas secretárias e armários, bem com condições para obscurecer totalmente para fotografar
Reservas não-visitáveis (a construir)	50	Open space, com HR entre 45% e 60%.
Armazém (a construir)	80	Espaço onde viatura de carga tenha acesso
Sala de montagem (a construir)	50	
Sala do pessoal (a construir)	10	
Sala de arrumos de limpeza (a construir)	10	

Instalações sanitárias privadas (a construir)	10	I.S. com duche
ÁREA TÉCNICA (a construir)	20	Instalações: quadros de instalações Centro de controlo: de área para instalações especiais (detecção de incêndios, anti-roubo, segurança activa, megafonia, intercomunicação interior, informática); instalações convencionais (climatização e iluminação) e instalações expositivas.



PORTO DE VALADA

OBSERVATÓRIO DO TEJO

**CENTRO CULTURAL E AMBIENTAL, DE MEMÓRIAS, DE
EDUCAÇÃO E DE LAZER: MUSEU DO RIO TEJO**

PROMOTORES:

**ARH - ADMINISTRAÇÃO DA REGIÃO HIDROGRÁFICA DO
TEJO, IP**

CÂMARA MUNICIPAL DO CARTAXO

ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DO TEJO



**Sofia Lemos Antunes
António J.C. Maia Nabais**

CARTAXO, 19.05.2008

OBSERVATÓRIO DO TEJO

CENTRO CULTURAL E AMBIENTAL, DE MEMÓRIAS, DE EDUCAÇÃO E DE LAZER: MUSEU DO RIO TEJO

1. Introdução. O Rio Tejo tem memórias e patrimónios que urge preservar, divulgar e reutilizar. Valada do Ribatejo, no concelho do Cartaxo, até onde se sente o efeito das marés e é possível a navegabilidade durante 24 horas, apresenta-se como um local estratégico para a instalação de um **Observatório do Tejo - Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer**. Foi, durante séculos, o ponto de chegada e de partida de embarcações com gentes que subiam e desciam o rio Tejo. Portanto, um local de encontro de pessoas, de culturas, de saberes e de produtos. É uma zona privilegiada para desenvolver as actividades pedagógicas e turísticas, quer a montante quer a jusante, permitindo uma ligação permanente com a capital do País.

O Tejo oferece valores naturais e culturais de extrema actualidade para o desenvolvimento económico e cultural das comunidades ribeirinhas: a natureza, a paisagem fluvial, os recantos bucólicos, a campina, a vinha, as casas agrícolas, a hospitalidade, o toiro, o cavalo, o campino, o pescador, o valoroso património monumental militar e religioso, os saberes e os sabores constituem um conjunto rico e diversificado de ofertas culturais e turísticas de elevado potencial associado a uma natureza com apontamentos próximos do “ intacto ” tendo como meio aglutinador e identitário o milenar estuário do rio Tejo. Este local do Tejo reúne sítios, tradições e *habitats* muito vincados na relação do homem com o Tejo, um ecossistema ancestral que deve ser requalificado através da preservação das margens e das frentes de água, uma flora autóctone e uma fauna piscícola e avícola, residente e migratória, de grande importância para a região e de uma arquitectura tradicional (construções em palafita), característica dos pescadores avieiros.

Com todos estes valores culturais e naturais, consideramos que o Tejo, em Valada, reúne múltiplas e diversificadas atracções ambientais, lúdicas e culturais, oferecendo ao investigador e ao turista, nacional e estrangeiro, uma paisagem e um ambiente de extraordinária riqueza. Com bons acessos, apenas a 45 Km de Lisboa por via terrestre, fluvial e ferroviária e ainda próximo de outros centros urbanos e turísticos, como Santarém, Fátima e praias da região Oeste.

Com este projecto Valada continuará a ser um ponto importante de encontro de gentes que virão à descoberta do Tejo histórico, cultural, científico, turístico e de múltiplos recursos e de oferta de conhecimentos multidisciplinares.

2. OBJECTIVOS

Este **Observatório** destina-se a criar condições atractivas para promover o convívio do homem com o Tejo através de equipamentos e actividades culturais e náutico-turísticas, privilegiando a natureza e a história:

- Criar um centro cultural e ambiental, de memórias, de educação e de lazer
- Criar um observatório do Tejo
- Promover actividades científico-pedagógicas
- Criar um Centro de Documentação do rio Tejo
- Valorizar os recursos naturais do rio Tejo
- Aproveitar os recursos naturais do Tejo para fins turístico-culturais
- Aproximar os cidadãos do Tejo e dos seus recursos naturais
- Criar espaços de lazer
- Criar percursos alternativos para as rotas turísticas
- prospectar o futuro

3. CONTEÚDOS, SERVIÇOS

Pretende-se com este **Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer** oferecer um conjunto de conhecimentos históricos, científicos e actuais da bacia hidrográfica do Tejo, porque este rio e os seus principais afluentes, como o Zêzere e o Sorraia, foram importantes corredores que ligavam o litoral (Lisboa) ao interior, com os seus produtos e bens, quer de exportação quer importação. O interior, como são exemplo as cidades de Tomar

e da Covilhã, desenvolveu-se graças aos seus recursos locais e a estas vias de comunicação.

Outros valores económicos se devem às condições geográficas e geológicas das regiões abrangidas por esta Bacia Hidrográfica, desde as actividades económicas no período pré-histórico, como em Vila Nova de S. Pedro, em Muge e ao longo de grande parte destes cursos fluviais ou no período romano com muitos testemunhos da utilização dos recursos económicos existentes nestas regiões banhadas por estes rios, desde os agrícolas e piscatórios (conserva de peixe, o *garum*) e industriais (olarias de cerâmica em Rio Frio, Miratejo no Seixal, etc.), até ao aproveitamento da energia hidráulica, das marés e da eléctrica, à instalação de outras unidades fabris e ao aproveitamento do sal.

Noutros domínios, devemos destacar a engenharia quer na construção de pontes e de barragens quer na edificação de diques. Ainda outras disciplinas serão contempladas como a Biologia, a Botânica, a Biodiversidade.

No campo da literatura, o Tejo foi tema de escritores romanos, árabes e de portugueses, desde a Idade Média até aos nossos dias. Os artistas plásticos e os músicos também se inspiraram no Tejo, desde a pré-história com a arte rupestre até à idade moderna.

Os patrimónios e memórias são muito variados: desde o arqueológico e o etnográfico até aos artísticos e monumental; desde o património náutico, rural e industrial até ao património militar e religioso.

OBSERVATÓRIO DO TEJO

Este observatório terá vários espaços: uns ao ar livre (locais de observação) e outros fechados, também de observação, de modo a descobrir o rio Tejo em todas as suas valências:

- . **PATRIMÓNIOS E MEMÓRIAS:** investigação, incorporação, conservação e comunicação (exposições...)

- . **Geologia**

- . **Biologia**

- . **Botânica**

- . **Avifauna**

- **Peixes da Bacia Hidrográfica do Tejo - fluviário**

- . **Jardim Botânico do Tejo**

. Património cultural

. Perigos: poluição e outros, em todos os sectores.

. Centro literário e artístico.

O Tejo na literatura e na arte: prosa e poesia; arte rupestre, cerâmica, pintura, gravura, arquitectura, música, objectos de trabalho, artesanato...

. CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO - CENTRO DE ESTUDO E DE EXPERIMENTAÇÃO: oficinas e salas de estudo.

. PARQUE HIDRÁULICO

O Parque hidráulico com engenhos de elevar água, rodas verticais e horizontais, parafuso de Arquimedes...

Energias renováveis: Energia hídrica (energia hidroelétrica, energia das marés), energia eólica (embarcações à vela), energia solar.

. EMBARCAÇÃO TRADICIONAL DO TEJO: varino ou barco de água acima

- ALDEIA DOS AVIEIROS: Palhota

- PÓLOS.

Outros espaços para além de Valada onde já existem unidades museológicas; como o Museu dos Rios e a Casa Camões, em Constância, o Núcleo Naval do Ecomuseu Municipal do Seixal, Arte Rupestre em Vila Velha do Ródão, entre outros.

- ÁREAS DE LAZER: cafetaria, restaurante, doca e cais, recinto de espectáculos.

- SALAS DE PROTECÇÃO CIVIL (já existentes)

- CENTRO DO FUTURO

4. PARCERIAS.

Criação de parcerias com outras instituições locais e regionais: AAT, EPAL, EDP, Casa de Camões, em Constância, Reserva do Estuário do Tejo, Reserva do Boquilobo, Tejo Internacional...e autarquias,

5. ESPAÇOS

O Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do rio Tejo compreende as seguintes áreas:



Valada do Ribatejo

ESPAÇOS	ÁREAS m2	CARACTERÍSTICAS
ESPAÇOS PÚBLICOS LIVRES		
Parque de estacionamento		
Jardim Botânico		Área anexa com vegetação natural e de viveiro
Recepção (Casa Solar)	50	Este espaço é comum ao atendimento, à bilheteira, ao bengaleiro e à loja de vendas de produtos. A partir deste espaço será dado acesso às restantes áreas do o Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do Rio Tejo . Este espaço deve permitir uma circulação eficaz dos visitantes e actuar como zona de transição de acesso aos diferentes espaços do Centro Cultural e Ambiental, de Memórias, de Educação e de Lazer: Museu do Rio Tejo . Deve-se respeitar toda a estrutura arquitectónica do edifício, quer interior, quer exterior, de forma a garantir as funções para que foi construído.
Loja (Casa Solar)	25	Espaço para venda de produtos locais e regionais da bacia hidrográfica do Tejo, objectos, livros, cd`s
Cafetaria (Junto ao rio Tejo)		Deverá ter uma grande abertura para o exterior com vista para o Tejo. Para bebidas e petiscos. Sobre estacaria, de modo a que funcione durante as cheias.
Restaurante (Junto ao rio Tejo)		Restaurante, junto ao rio, com esplanada e jardim de Inverno, prevendo espaço para arrumos e armazenamento. O abastecimento deste serviço deverá ser assegurado por um acesso independente. . Para bebidas e petiscos. Sobre estacaria, de modo a que funcione durante as cheias.
Passagem de acesso	Cerca de	Acesso ao restaurante para peões, tipo

em palafita	1 Km	construções dos avieiros
Instalações sanitárias		Para homens, mulheres, deficientes, que permitam, em pouco tempo, servir grandes grupos. Estas instalações devem ser descentralizadas, de modo a dar apoio a toda a área.
ESPAÇOS PÚBLICOS CONTROLADOS		
Exposição permanente	500	<p>Espaço de fácil acesso à recepção e às reservas, de grande flexibilidade, em <i>open space</i>. A altura deve respeitar as dimensão dos objectos em exposição, tendo em conta que poderá receber máquinas em tamanho natural (altura, 3,75m). Igualmente deverá ser considerada a porta para o acesso de espécies museológicas de grandes dimensões. As condições ambientais devem-se manter estáveis, sem o recurso ao ar condicionado: com uma humidade relativa constante à volta de 50 %, durante todo o ano, 20-21 °C, podendo a temperatura, no Verão, atingir os 21-24 °C. Nestas áreas expositivas deve evitar-se a entrada directa de luz exterior, com o objectivo de regular a iluminação dos elementos expositivos, segundo as necessidades específicas., aplicando-se mecanismos que garantam a obscuridade total.</p> <p>Boas condições acústicas.</p>
Exposições temporárias	300	<p>Espaço para todo o tipo de exposições (pintura, escultura, música, dança, etnografia, fotografia, etc.), com um espaço central para os intervenientes na exposição (grupos musicais, bailarinos e outros). Espaço com movimento/ritmo.</p> <p>Boas condições acústicas.</p> <p>De fácil acesso à recepção do público, bem como às reservas, à sala de entrada e saída de objectos e à sala de museografia, de grande flexibilidade, em <i>open space</i>, concebida de modo a poder ser compartimentada consoante as exposições a apresentar Quanto à altura, condições ambientais, luz e materiais, deve seguir-se o critério já indicado para a galeria de exposição permanente.</p>

Recinto de espectáculos (junto ao Tejo+restaurante)		Espaço com palco 15X10 m, contacto com a água...
Cais de embarque		Cais para embarcações de recreio e tradicionais do Tejo: varino, fragatas...
Fluvina	2.500	Embarcações de recreio e tradicionais. Ancoradouro
Sala de apoio às embarcações	100	Sala open space
Cais na Ilha do Tejo		Equipamento para cais
Reservas visitáveis	100	Espaço destinado a reservas visitáveis, funcionando como espaço público, num ambiente com HR entre 40% e 60%, com flutuações inferiores a 50%. Altura 6 m.
Auditório	?	Espaço para 150 pessoas
Oficinas científicas/pedagógicas	150	Open space, com bancadas, água e esgotos. Espaço onde os visitantes possam executar trabalhos criativos ou réplicas, reproduções e modelos, com mesas, armários, máquinas de serrar madeira, de tornear, etc. Sala adaptada para fechar em três partes. Ponto informático.
Observatório do Tejo		Observatório das margens e do leito, com descida ao fundo Tejo.
Parque Hidráulico	Ar livre	Área destinada a instalar equipamentos hidráulicos, tais como parafuso de Arquimedes; roda vertical, roda horizontal, etc.. Ar livre
ESPAÇOS SEMI-PÚBLICOS		
1 Sala de formação	50	Sala com cadeiras, quadro e equipamento áudio-visual
1. Sala de investigação	50	Sala com cadeiras, quadro e equipamento áudio-visual. Ponto informático.
Centro de documentação/Biblioteca especializada	200	Espaço para estantes, mesas de consulta, postos informáticos, humidade relativa entre 45% e 60%. Com um espaço insonoro. Pontos

		informáticos.
Centro de tratamento de documentos	100	Espaço para mesas e armários. Ponto informático.
Oficina de restauro	50	Este espaço destina-se sobretudo ao restauro de objectos etnográficos de madeira, metal e papel. Esta oficina deve possuir bancadas com água e esgoto e bancada de carpintaria. Será um espaço, onde antigos construtores de instrumentos etnográficos possam utilizar a oficina de restauro e que o visitante poderá observar.
Sala de reuniões	20	Mesa com 12 cadeiras e armário. Ponto informático.
Gabinetes para os parceiros	4X15m2	Secretárias e cadeiras, armários, pontos informáticos
ESPAÇOS SEMI-PRIVADOS		
Gabinete da Direcção	15	Espaço para secretária, mesa e armário, ponto informático.
Gabinetes (3)	40	Espaço para 3 secretárias e 1 armário, 3 postos informáticos.
2 Gabinetes dos parceiros	30	Espaço para duas mesas, pontos informáticos, armários.
Secretaria	15	Espaço para 2 secretárias e armários. Postos informáticos
I.S.		
ESPAÇOS PRIVADOS		
Cais de carga e descarga		Uma zona de carga e descarga para viaturas, incluindo a instalação de um engenho de elevação. Esta zona deve estar directamente ligada à área de recepção das espécies museológicas, mediante passadeiras adequadas a movimentos de empilhadoras.
Sala de recepção dos objectos e de materiais	30	Espaço para mesa, bancada com água e dois armários

de estudo		
Sala de inventário e registo	15	Este espaço deverá ter dois pontos de rede e área para duas secretárias e armários, bem com condições para obscurecer totalmente para fotografar
Reservas não-visitáveis	50	Open space, com HR entre 45% e 60%.
Armazém	30	Espaço onde viatura de carga tenha acesso
Sala de montagem	30	
Sala do pessoal	15	
Sala de arrumos de limpeza	15	
Instalações sanitárias privadas		I.S. com duche
ÁREA TÉCNICA		Instalações: quadros de instalações Centro de controlo: de área para instalações especiais (detecção de incêndios, anti-roubo, segurança activa, megafonia, intercomunicação interior, informática); instalações convencionais (climatização e iluminação) e instalações expositivas.

PROMOTORES:

**ARH - ADMINISTRAÇÃO REGIÃO HIDROGRÁFICA DO TEJO,
IP**

CÂMARA MUNICIPAL DO CARTAXO

ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DO TEJO

Cartaxo, 8.04.2008

Sofia Lemos Antunes

António J. C. Maia Nabais

PROTOCOLO DE COOPERAÇÃO

Entre:

1. –A Câmara Municipal do Cartaxo- Museu Rural e do Vinho do Cartaxo
2. A Coudelaria Henrique Abecasis, Lda.
3. Ollem, Turismo Fluvial, Lda.
4. Pão e Vinho (restaurante)
5. Quatro Âncoras-Investimentos Imobiliários, Turísticos e Agrícolas Lda.(Vala D’Algares)
6. A Quinta do Gaio de Baixo-Sociedade de Turismo no Espaço Rural, Lda
7. A Quinta da Marchanta-Turismo no Espaço Rural __
8. A Quinta da Boavista
9. A Quinta de Vala de Lobos-Azóia de Baixo
- 10.O Restaurante Adega do Avô
- 11.A Sociedade Agrícola de Vala de Fornos

abaixo designados por “Partes Fundadoras”,

Considerando :

- a) A grande riqueza da região do Ribatejo em valores paisagísticos, ambientais, históricos e culturais;
- b) As suas estruturas, de grande qualidade, de restauração, alojamento e animação;
- c) A importância de um aproveitamento racional e rentável destes recursos para o desenvolvimento sustentável da região;
- d) A consciência, para a prossecução do objectivo acima referido, das vantagens de uma articulação estruturada entre as diferentes empresas fornecedoras de serviços, entre si, e com as entidades públicas e privadas locais e regionais que se orientam no sentido da promoção e valorização da região;
- e) A importância da contribuição do turismo para o desenvolvimento económico e social da região;
- f) As dinâmicas de desenvolvimento que podem ser criadas a partir do Museu Rural e do Vinho do Cartaxo.

É celebrado e reciprocamente aceite o presente Protocolo, que se regerá pelas seguintes cláusulas:

Cláusula 1.^a

O presente Protocolo tem por objecto estabelecer os princípios genéricos da articulação e da cooperação mútua das Partes Fundadoras e das demais empresas que venham a ser admitidas a subscrevê-lo (“Partes Aderentes”) para fomentar e dinamizar acções de divulgação do património paisagístico, histórico e cultural da região do Ribatejo, da sua gastronomia, dos seus produtos de qualidade, tradicionais, de animação e de lazer, e, assim, designadamente através do incremento e promoção da oferta turística contribuir para o desenvolvimento económico, social e ambiental da região.

Cláusula 2.^a

As Partes Fundadoras criam entre si uma rede de oferta turística, abaixo designada por Rede, que é integrada pelas diferentes capacidades instaladas de cada uma na região do Ribatejo e que integrará ainda no futuro as capacidades das Partes Aderentes.

Cláusula 3.^a

Com vista ao desenvolvimento da região do Ribatejo e ao reforço da Rede, as Partes Fundadoras comprometem – se a apoiar a concepção de um Plano para o Desenvolvimento Sustentável dos Recursos Locais do Espaço Rural, que integrará os valores paisagísticos, culturais, gastronómicos, vitivinícolas, equestres, tauromáquicos e ambientais e o turismo e outros serviços prestados em torno desses valores.

Cláusula 4.^a

As Partes Fundadoras, seleccionadas para subscrever o presente Protocolo pelas suas características de qualidade, originalidade e tradição local e/ou regional, obrigam – se a manter a qualidade de excelência dos seus produtos e serviços e a integrá-los na Rede de forma articulada.

Cláusula 5.^a

1. A Câmara Municipal do Cartaxo e o Museu Rural e do Vinho do Cartaxo comprometem – se a promover, em articulação com as restantes Partes, Fundadoras e Aderentes:
 - a. A realização de estudos, recolha de documentação, acções de investigação com interesse cultural e turístico para a região do Ribatejo;
 - b. A criação de instrumentos de divulgação da região do Ribatejo e da Rede, incluindo um site que integre as diferentes capacidades instaladas e os serviços respectivos, uma sinalética que oriente os

- turistas nas suas deslocações, a publicação de folhetos, revistas e materiais áudio – visuais;
- c. A constituição de um fórum de coordenação das actividades e esforços das empresas integrantes da Rede e de concertação de estratégias, que maximize sinergias em matéria de oferta turística e de preservação e valorização territorial;
 - d. A identificação das necessidades de formação no sector do turismo e a elaboração e execução de plano de formação adequado.
2. No âmbito dos instrumentos protocolares em vigor celebrados entre a Câmara Municipal do Cartaxo e entidades de desenvolvimento turístico regional, designadamente a Entidade Regional de Turismo Lisboa e Vale do Tejo, compromete-se a Câmara Municipal do Cartaxo a promover uma adequada articulação com essas entidades na prossecução dos objectivos do presente Protocolo, em termos que potenciem as iniciativas dos agentes económicos envolvidos e garantam um desenvolvimento integrado e coerente com as restantes actividades turísticas da região.

Cláusula 6.^a

Com vista a assegurar os indispensáveis padrões de elevada qualidade dos produtos e serviços oferecidos e a coesão e coerência da Rede, a admissão de Partes Aderentes depende de deliberação tomada por unanimidade das Partes Fundadoras e por maioria das partes Aderentes.

Cláusula 7.^a

Qualquer das empresas integrantes da Rede pode ser excluída, com efeitos imediatos, mediante deliberação tomada por maioria das Partes Fundadoras e Aderentes, com fundamento em deficiente qualidade dos seus produtos ou serviços ou infracção grave às regras de articulação e cooperação da Rede.

Cláusula 8.^a

Os regulamentos de articulação e cooperação da Rede e outros que sejam considerados necessários serão adoptados por deliberação das partes Fundadoras e Aderentes tomadas por maioria qualificada de dois terços.

Clausula 9.º

As Partes declaram ser do seu interesse e vontade cooperar e desenvolver acções e projectos com outras entidades regionais, nacionais e supranacionais que tenham por objecto a promoção turística e/ou o desenvolvimento regional.

MOUSEION RIBA-TEJO

MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

Quatro Âncoras

1. Identificação

Designação: Quatro Âncoras – Investimentos Imobiliários, Turísticos e Agrícolas, Lda

Morada da sede: Rua Passeio das Âncoras, Lote 4.22.01 Moradia R, Parque Expo, 1990-083
Lisboa

Morada do escritório: Rua Coronel Lopes Mateus, nº 13, 2070-641 Vila Chã de Ourique

Contribuinte: 505 676 150

Capital Social: 50.000€

Conservatória do Registo Comercial de Lisboa nº 10431

Data de início de actividade: 26 de Julho de 2001

2. Missão

O projecto Vale d'Algarves tem por missão fazer a diferença, produzindo e comercializando vinhos de excelência com elevado valor acrescentado, sendo sinónimo da qualidade e exemplo do Ribatejo a nível Nacional, e projectando Portugal e o Ribatejo a nível Internacional.

3. Visão

Ser reconhecido internacionalmente como um produtor de vinho de excelência e pelos eventos que realiza num enquadramento ecológico diferenciador.

4. Valores

A sua proposta de valor é "A excelência dos sentidos". O projecto Vale d'Algarves apresenta uma proposta de valor com base na aposta pela complementaridade de produtos e serviços turísticos, onde o apelo pelo envolvimento emocional é uma constante. O acolhimento é personalizado, o serviço é de excelência e o ambiente intimista. Esta proposta de valor deverá

também ser maximizada via diferentes públicos alvo das várias valências singulares neste projecto, de forma a oferecer um refúgio do stress citadino, onde cada cliente encontra o seu próprio espaço, partilhando o charme e a exclusividade do mesmo.

5. Estratégia/Temas Estratégicos

Estratégia de Produto

A Quatro Âncoras apresenta um projecto turístico com diversas valentes complementares entre si, como o Hotel, a Vinha, a Adega, a Cave vinícola, o Centro Equestre, o Pavilhão Multiusos e o Olival.

A Cave pela sua magnitude é de relevante interesse, sendo que esta conjuga as adequadas condições de estágio do vinho aí depositado com uma estrutura arquitectónica totalmente adaptada à criação de um cenário de acolhimento recatado e intimista, motivador da procura deste espaço como elemento de interesse turístico. A Cave possui uma área de estágio do Vinho em garrafa, uma garrafeira particular, uma zona de estágio em barrica e uma sala Exclusiva. Nesta Cave, foi desenvolvido um ambiente de elevada qualidade sensorial e mística, à semelhança das antigas caves vinícolas, sendo o percurso de visita intencionalmente labiríntico.

Na data de aquisição da Adega não existia nenhuma área de Caves, tendo sido identificado como factor crítico de sucesso possuir uma área para o estágio do Vinho. Desta forma, desenhou-se, o que é hoje, um dos activos mais impressionantes do Produto Vale d'Algarves, a cave, criada de raiz com condições excepcionais de estágio em garrafa e barrica, orientada para visitas e para apoiar a componente de enoturismo a desenvolver de forma integrada em todo o projecto.

A Cave possui uma área de 2.208 m², com 2 pisos abaixo do solo e uma profundidade máxima de 11,6 metros. No que concerne ao pé direito, no piso -2, varia entre os 3,40 metros, passando por 486 metros e 7,80 metros em média, sendo o mesmo variável devido à geometria abobadada da cobertura, no piso -1 é de 4.10 metros em média, sendo também o mesmo variável devido à geometria abobadada da cobertura. Esta estrutura está estrategicamente ligada à unidade hoteleira, nomeadamente através da sala de provas. Esta sala é acedida por um percurso em rampa que a interliga à zona de estágio em Cave. As visitas turísticas e lúdicas à adega e cave terminam na sala de provas de vinhos. Os visitantes após as provas são estrategicamente conduzidos à loja de Vale d'Algarves.

O projecto possui ainda e como já referido um salão de eventos com capacidade para 500 pessoas e com uma área de 800 m², apoiado por uma zona de recepção que será complementar a toda a oferta Vale d'Algarves.

Desta forma, em termos de produto a estratégia é a de disponibilizar uma variedade de actividades e equipamentos complementares ao dispor dos turistas e passantes que visitam o empreendimento Vale d'Algarves, em conjunto com a excelência da sua unidade hoteleira.

Crítico para a estratégia de produto é também o projecto do Centro Equestre e Pavilhão Multiusos, que será uma das principais origens de dormidas e passantes para o Hotel.

Em termos de actividades de animação turística, e através de uma parceria com a Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves (SPEA), a estratégia passa também pelo desenvolvimento do Turismo de Natureza, com Bird Watching, passeios e outras actividades de ligação ao meio ambiente. As infra-estruturas projectadas servirão também de suporte a esta actividade, estando projectadas estruturas específicas ao longo da propriedade para permitir este tipo de actividades. Dada a riqueza do espaço envolvente as actividades de animação a realizar poderão também ocorrer fora da propriedade, potenciando o meio envolvente.

Para o desenvolvimento específico desta actividade existe um acordo em que a SPEA vai realizar todo o levantamento das espécies existentes, desenvolver as fichas técnicas das aves, fazer a respectiva tradução e desenvolver e implementar os percursos e postos de observação dentro da propriedade assim como na região do Ribatejo, existindo um património riquíssimo de espécies nas áreas de reserva ecológica nacional da Lezíria do Tejo, actualmente inexplorado.

Relativamente ao Centro Equestre será dada especial relevância à formação na arte equestre, estando em negociações um acordo para que o centro Equestre possa ser um dos pólos de formação da Escola Nacional de Equitação.

Por outro lado, para a realização de concursos internacionais foi realizada uma parceria estratégica com a Federação Equestre Portuguesa, uma vez que neste ano de 2008 já foram realizados dois eventos equestres.

Com todas estas valências prevê-se que o potencial de captação de turistas estrangeiros, por parte do empreendimento Vale d'Algarves, seja muito próximo do potencial de captação de turistas domésticos, designadamente em resultado da oferta de pacotes turísticos que integram produtos/serviços da Quatro Âncoras.

Estratégia de Preços e Distribuição

- **Hotel, Caves, SPA, Ginásio, Salão de Eventos**

Atento o enfoque na criação de um ambiente de exclusividade e distinção, o projecto encontra-se direccionado para turistas de classes média-alta e alta. A política de preços será definida através de uma estratégia de "revenue management", segundo a qual os preços são revistos

diariamente em todos os canais de actuação, em função da procura reservada e da procura prevista.

O posicionamento em termos de preços de Balcão será 20% acima dos principais concorrentes identificados, uma vez que a procura a gerar pelo projecto será superior à oferta instalada e o nível de componentes do produto é superior aos principais concorrentes. A médio prazo e dado o ponto fraco identificado de pouca capacidade instalada, será desenvolvida uma análise de potencial incremento da capacidade instalada.

O canal de distribuição privilegiado será a venda directa ao cliente final, no sentido de fazer convergir toda a política de distribuição para um contacto muito próximo com o cliente final, através da utilização de sistemas de reservas directas (minimização do nível intermediação), permitindo a obtenção de "average room rates" superiores e, bem assim, um maior e mais profundo conhecimento do "Cliente Quatro Âncoras".

Por outro lado, serão também utilizados os seguintes canais de distribuição: os canais de "Global Distribution Systems" (Amadeus, Galileo e Sabre), as agências de viagens e os operadores turísticos nacionais e internacionais.

Pretende-se, assim, atingir elevados níveis de notoriedade no mercado português e internacional através de uma política de marketing e internacionalização plenamente orientada para os mercados-alvo.

A política de distribuição definida teve por objectivo atingir níveis elevados de desintermediação, para que seja possível uma apropriação de maiores margens operacionais por parte da Quatro Âncoras. Desta forma, o objectivo é que 40% dos clientes sejam Indirectos, através de intermediários e 60% Directos.

Os Canais de Distribuição Directos a desenvolver pela empresa nas suas acções de marketing são os seguintes:

Call Center

Será desenvolvida uma área de atendimento personalizado aos Clientes do todo o empreendimento, sendo que as reservas da unidade hoteleira e restantes áreas de negócio serão também realizadas neste centro de atendimento. Esta área estará integrada na política de CRM na empresa, e será desenvolvida uma forte aposta na formação e tecnologia de recolha de dados nesta fase.

Estima-se com uma das principais actividades geradoras de dormidas e consumo directo das actividades paralelas para o projecto tenha origem nos Concursos Internacionais Equestres a realizar.

Reservas on-line através de site próprio

A dinamização deste canal é essencial tanto para a procura nacional como para a internacional. Estima-se pelas características do segmento de posicionamento, que o número

de reservas realizadas por este meio seja alto, sendo que este será o canal privilegiado de passagem de informação ao Cliente.

Este meio será igualmente utilizado para recolher informação diversa sobre os hábitos e preferências dos consumidores, de forma a desenvolver uma política de comunicação directa com os Clientes Finais.

O site a utilizar será o site já existente, que com a abertura da unidade hoteleira será alargado com um sistema de reservas e contacto directo com o Cliente.

Adesão a uma Cadeia de Reservas e Marketing de Nome Internacional

A empresa encontra-se neste momento em estudo e negociação com algumas cadeias de marketing e distribuição, de forma a aderir. Este canal de distribuição é de importância elevada no caso de unidades independentes e de pequena dimensão, que podem através do efeito de rede e escala obter um maior número de clientes e uma maior projecção em termos de posicionamento nos mercados internacionais. Desta forma, as 3 centrais de reservas com a empresa se encontram a analisar são a “Small Leading Hotels of the World”, os “Relais e Chateaux” e os “Design Hotels”, pela sua aderência ao conceito a ser desenvolvido, pela qualidade do portfólio que apresentam e pela sua capacidade de penetração nos mercados alvo.

Programa de Fidelização – Cliente Vale d’Algarves

Também integrado na política de CRM da Quatro Âncoras, será desenvolvido um programa de fidelização, com um cartão de cliente, sendo que a informação a recolher através do mesmo será muito útil na criação de repeat visitors. A definição das vantagens e contrapartidas deste programa de fidelização ainda se encontram em estudo, dada a fase de desenvolvimento do projecto.

Pontos de venda Grupo IMOCOM

Será desenvolvida uma política comercial conjunta com as empresas do Grupo IMOCOM, encontrando sinergias de comercialização dos produtos e serviços Vale d’Algarves. São exemplos disso as seguintes possibilidades de comercialização:

- Pacotes integrados com as unidades hoteleiras do Grupo, que nas nacionais, quer nas internacionais, nomeadamente no Brasil e Argentina;
- A utilização da rede da Seven SPA’s (a marca de Spa’s do Grupo), que já conta com duas unidades, uma no Clube Sétimo em Lisboa e outra em Vilamoura, que possui o mesmo posicionamento que o projecto hotel;
- Promoção e comercialização deste projecto através das Bases de Dados de Recursos Humanos. Clientes, Fornecedores e outros Parceiros do Grupo IMOCOM.

- A utilização do restaurante do Grupo (1/3 de Água no Parque das Nações), quer para a divulgação do projecto, quer para a alavancagem das vendas;

Desta forma, os Canais de Distribuição Indirectos a desenvolver pela empresa nas suas acções de marketing são os seguintes:

Operadores Turísticos

Nos principais mercados emissores serão trabalhados os operadores posicionados nos segmentos médio-alto e alto do mercado, bem como especialistas em nichos de mercado (ex. enoturismo, turismo equestre, turismo rural, eco-turismo). Os operadores serão incentivados através da política de descontos a vender estadas longas, bem como a comercializar de forma integrada a restauração. Sendo um segmento em que a margem é sacrificada, não deixa de ser importante, na medida em que atrai procura incremental, principalmente para os dias de semana.

Intermediários/Grossistas

Dependendo das margens exigidas, dos mercados onde actuam e das probabilidades de canibalização de outros canais, serão seleccionados os Intermediários/Grossistas que sirvam os interesses do projecto. A selecção passará por seleccionar operadores especialistas, sendo a opção por intermediários como a Vida é Bela os que reúnem características próximas dos pretendidos.

Nesta área, serão de destacar as agências e os organizadores especialistas de circuitos de interesse para o enoturismo de luxo, como é o caso da Vinitur, em que a empresa já se encontra em negociações com a Quatro Âncoras, assim como das “Luxury Food & Wine Tours”.

Participação em Feiras Nacionais e Internacionais

Para além de serem uma actividade de promoção de marketing muito interessante funcionarão como um canal de distribuição, na medida em que é expectável a venda da capacidade instalada na unidade Hoteleira nestes eventos.

- **Centro Equestre**

Atento o enfoque na criação de um ambiente de exclusividade e distinção, o projecto encontra-se direccionado para as classes média-alta e alta. A política de preços será altamente competitiva a nível internacional, uma vez que os valores a aplicar se encontram na média dos praticados em Portugal.

A médio prazo e dado o ponto fraco identificado de pouca capacidade instalada em termos de boxes permanentes, será desenvolvida uma análise de potencial incremento da capacidade instalada.

O canal de distribuição privilegiado será a venda directa ao cliente final, no sentido de fazer convergir toda a política de distribuição para um contacto muito próximo com o cliente final, através da utilização de sistemas de reservas directas (minimização do nível intermediação), permitindo a obtenção de margens superiores, bem assim, um maior e mais profundo conhecimento do "Cliente Quatro Âncoras".

Esta unidade para além de realizar esforços isolados irá usufruir e estar incluída em toda a promoção e canais de distribuição da unidade hoteleira. De realçar que toda o marketing e promoção do projecto de Vale de Algarves será feito de forma integrada sendo contratada uma equipa específica para a promoção e gestão do clientes.

Pretende-se atingir elevados níveis de notoriedade no mercado português e internacional, designadamente nos países nórdicos, através de uma política de marketing e internacionalização plenamente orientada para os segmentos de mercado alvo.

A política de distribuição definida tem por objectivo atingir níveis elevados de desintermediação, para que seja possível uma apropriação de maiores margens operacionais por parte da Quatro Âncoras. Desta forma, o objectivo é que 30% dos clientes sejam Indirectos, através de intermediários e 70% Directos.

Os Canais de Distribuição Directos a desenvolver pela empresa nas suas acções de marketing são os seguintes:

Call Center

Será desenvolvida uma área de atendimento personalizado aos Clientes do todo o empreendimento, sendo que as marcações do Centro Equestres e das restantes áreas de negócio serão realizadas neste centro de atendimento. Esta área estará integrada na política de CRM na empresa, e será desenvolvida uma forte aposta na formação e ao nível tecnológico, permitindo um elevado nível de recolha de dados e informação sobre o Cliente.

Estima-se com uma das principais actividades geradoras de dormidas e consumo directo das actividades paralelas para o projecto tenha origem nos Concursos Internacionais Equestres a realizar.

Reservas on-line através de site próprio

A dinamização deste canal é essencial tanto para a procura nacional como para a internacional. Estima-se pelas características do segmento de posicionamento, que este não seja o meio privilegiado para a marcação e reservas de actividades no Centro Equestre, mas será o canal privilegiado de passagem de informação ao Cliente.

Este meio será igualmente utilizado para recolher informação diversa sobre os hábitos e preferências dos consumidores, de forma a desenvolver uma política de comunicação directa com os Clientes Finais.

O site a utilizar será o site já existente, que com a abertura do Centro Equestre será alargado com um sistema de reservas e contacto directo com o Cliente.

Programa de Fidelização – Cliente Vale d’Algarves

Também integrado na política de CRM da Quatro Âncoras, será desenvolvido um programa de fidelização, com um cartão de cliente, sendo que a informação a recolher através do mesmo será muito útil na criação de repeat visitors.

A definição das vantagens e contrapartidas deste programa de fidelização ainda se encontram em estudo, dada a fase de desenvolvimento do projecto.

A Unidade Hoteleira a Instalar em Vale d’Algarves

A unidade hoteleira será um dos canais de distribuição privilegiados do Centro equestres no que concerne aos turistas aficionados e não só que serão convidados a utilizar as valências desta unidade, como o bar, passeios, as aulas, entre outras durante a sua estada na mesma.

Pontos de Venda Grupo IMOCOM

Será desenvolvida uma política comercial conjunta com as empresas do Grupo IMOCOM, encontrando sinergias de comercialização dos produtos e serviços Vale d’Algarves. São exemplos disso as seguintes possibilidades de comercialização:

- Pacotes integrados com as unidades hoteleiras do Grupo, que nas nacionais, quer nas internacionais, nomeadamente no Brasil e Argentina;
- A utilização da rede da Seven SPA’s (a marca de Spa’s do Grupo), que já conta com duas unidades, uma no Clube Sétimo em Lisboa e outra em Vilamoura, que possui o mesmo posicionamento que o projecto do picadeiro coberto/pavilhão multiusos;
- Promoção e comercialização deste projecto através das Bases de Dados de Recursos Humanos. Clientes, Fornecedores e outros Parceiros do Grupo IMOCOM.

Desta forma, os Canais de Distribuição Indirectos a desenvolver pela empresa nas suas acções de marketing são os seguintes:

Operadores Turísticos

Nos principais mercados emissores serão trabalhados os operadores posicionados nos segmentos médio-alto e alto do mercado, bem como especialistas no nicho de mercado equestre. Os operadores serão incentivados através da política de descontos a vender estadas longas, bem como a comercializar de forma integrada o Centro equestre com a unidade Hoteleira. Sendo um segmento em que a margem é sacrificada, não deixa de ser importante, na medida em que atrai procura incremental, principalmente para os dias de semana.

Intermediários/Grossistas

Dependendo das margens exigidas, dos mercados onde actuam e das probabilidades de canibalização de outros canais, serão seleccionados os Intermediários/Grossistas que sirvam os interesses do projecto equestre, sendo seleccionados intermediários especialistas no sector equestre.

- **Vinho**

A política de preços adoptada pela empresa posiciona-se num segmento médio-alto. A empresa pretende implementar os seus vinhos além fronteiras.

Relativamente ao canal de distribuição a empresa irá ter um parceiro na distribuição e irá ter um vendedor com uma cobertura ao nível do Ribatejo.

Os Canais de Distribuição Directos a desenvolver pela empresa nas suas acções de marketing são os seguintes:

Vendas on-line através de site próprio

A dinamização deste canal é essencial tanto para a procura nacional como para a internacional. Estima-se pelas características do segmento de posicionamento, que o número de vendas realizadas por este meio seja alto, sendo que este será o canal privilegiado de passagem de informação ao Cliente.

Este meio será igualmente utilizado para recolher informação diversa sobre os hábitos e preferências dos consumidores, de forma a desenvolver uma política de comunicação directa com os Clientes Finais.

Programa de Fidelização – Cliente Vale d'Algarves

Também integrado na política de CRM da Quatro Âncoras, será desenvolvido um programa de fidelização, com um cartão de cliente, A definição das vantagens e contrapartidas deste

programa de fidelização ainda se encontram em estudo, dada a fase de desenvolvimento do projecto.

Pontos de Venda Grupo IMOCOM

Será desenvolvida uma política comercial conjunta com as empresas do Grupo IMOCOM, encontrando sinergias de comercialização dos produtos e serviços Vale d'Algarves. São exemplos disso as seguintes possibilidades de comercialização:

- Promoção e comercialização do vinho através das Bases de Dados de Recursos Humanos. Clientes, Fornecedores e outros Parceiros do Grupo IMOCOM.
- A utilização do restaurante do Grupo (1/3 de Água no Parque das Nações), para vender o vinho.

Desta forma, os Canais de Distribuição Indirectos a desenvolver pela empresa nas suas acções de marketing são os seguintes:

Distribuidor

Foi seleccionado um distribuidor para ser parceiro da Quatro Âncoras na área dos vinhos. Os critérios de selecção utilizados foram: o know how do mercado, a experiência e o prestígio.

Participação em Feiras Nacionais e Internacionais

Para além de serem uma actividade de promoção de marketing muito interessante funcionarão como um canal de distribuição, na medida em que é expectável que façam contactos que mais tarde resultam numa venda.

Estratégia de Marketing, Promoção e Comunicação

A estratégia de marketing e promoção definida para o projecto Quatro Âncoras permitirá, abordar de forma coerente e integrada todos os segmentos de mercado-alvo, através da afirmação da marca Vale d'Algarves, por via da enfatização dos seus atributos de valor comuns (a natureza, o cavalo e o vinho), numa clara apologia do turismo português pela promoção das potencialidades endógenas da região do Ribatejo, junto do mercado nacional e internacional.

Atendendo à orientação estratégica definida, nomeadamente em termos de diversificação e complementaridade da oferta de equipamentos, actividades e serviços, o projecto Vale d'Algarves possui características únicas, não se identificando, e como já demonstrado, regional e nacionalmente, concorrentes directos do empreendimento.

Estão previstos gastos anuais em promoção e marketing de forma a garantir a correcta divulgação e promoção nos segmentos de mercado alvo, sendo que os mercados internacionais assumem elevada relevância na colocação da capacidade instalada no projecto.

De forma sintetizada, as principais acções de promoção previstas, utilizando uma equipa especializada para área de Marketing, Vendas e Gestão do Cliente, serão as seguintes:

- **Hotel, Caves, SPA, Ginásio, Salão de Eventos**

Lançamento e Promoção Inicial

Numa fase inicial, é necessário produzir um conjunto de material de suporte à política de promoção e comunicação, junto do cliente final e de intermediários:

- Desenvolvimento do sistema gráfico e criação do conceito da linha gráfica para os diversos suportes de comunicação a utilizar nas diversas unidades de negócio da unidade hoteleira, incluindo a sua aplicabilidade e criação de toda a papelaria administrativa;
- Criação de sacos, embalagens e pacotes especiais para os produtos da loja de Vale d'Algarves, para promoção e marketing e para utilização em eventos especiais;
- Criação de anúncios layout e adaptações em diversos formatos;
- Criação do layout dos outdoors para as unidades que se candidatam;
- Criação de animação para viatura;
- Criação de Brochuras;
- Criação do Fardamento;
- Criação de pacotes promocionais, nomeadamente no que concerne a vouchers, ofertas especiais, ofertas a clientes, entre outros;
- Design do stand promocional para utilização em feiras e outras actividades;
- Desenvolvimento de todo o sistema de sinalética, crucial para este projecto, que se encontra labirinticamente no centro de Vila Chã de Ourique;
- Desenvolvimento de uma estratégia e plano de comunicação para promoção internacional;
- Construção do layout do site, incluindo o sistema de reservas;

Ainda dentro da fase de lançamento, e como acção promocional, está prevista a realização de uma festa de inauguração da unidade hoteleira, que se encontra ainda em estudo, sendo que a mesma será utilizada para projectar a unidade através dos media especializados e generalistas.

Contratação de uma empresa de Relações Públicas, de forma a potenciar a comunicação e a colocação de anúncios e artigos a custo zero.

Serão ainda colocados anúncios e artigos em revistas nacionais e internacionais especializadas e generalistas, com o mesmo público-alvo do projecto em desenvolvimento, como exemplo Blue Living, Evasões, Wallpaper, entre outras.

Em termos promocionais serão ainda colocados outdoors e sinalética de forma a promover a unidade e guiar o Cliente até à unidade.

Participação em Feiras Nacionais e Internacionais

Participação anual em feiras seleccionadas considerando os principais mercados alvo como a BTL em Lisboa, a FITUR, em Madrid, a Internacional Luxury Travel Market, em Cannes e a World Travel Market, em Londres. Todos os anos será avaliado o retorno de participação nestas feiras podendo-se posteriormente alterar a participação da unidade Hoteleira nas mesmas. Adicionalmente será estudada a política promocional da região turística onde se insere a unidade e conforme o alinhamento das acções com o posicionamento da unidade serão seleccionadas outras feiras a participar conjuntamente.

Programa de Fidelização

Pretende-se uma fidelização activa e um retorno de informação, por parte do Cliente, dos seus níveis de satisfação e a forma como é possível alinhar os produtos e serviços com as suas expectativas. Este cartão foi já referido anteriormente, uma vez que se espera que exista uma relação tão forte entre o Cliente e o Empreendimento que permita utilizar esta quase que como “um canal de distribuição”.

Este cartão permitirá uma divulgação permanente junto dos principais clientes das actividades e acontecimentos de Vale d’Algarves, assim como a promoção e estímulo constante à sua utilização, como exemplo, prevê-se nos aniversários oferecer aos principais clientes uma noite na aquisição de duas, entre outro tipo de promoções.

Operadores Turísticos

Seleção de operadores internacionais e nacionais em que o produto a desenvolver se integre plenamente na sua oferta e segmentos-alvo, entre outros, os dedicados à oferta global de Portugal, os que têm como segmento-alvo os turistas individuais de classe média-alta e alta, ou os que se dedicam a experiências, enoturismo, turismo equestre, eco-turismo ou outros nichos de mercado relevantes. As questões a dar resposta desde o início são: Quais os operadores turísticos mais adequados à promoção e comercialização do produto Vale d’Algarves? Quais os operadores turísticos mais adequados à promoção e comercialização nos segmentos de mercado do produto? Qual a estratégia comercial mais adequada à negociação com esses operadores? E como fidelizar a visita do cliente do operador turístico?

Agência de Viagens

Junto das agências de viagem importa estabelecer/consolidar a imagem de qualidade do produto, motivar os colaboradores para a venda do Projecto e incrementar o word of mouth positivo junto dos potenciais compradores.

Regiões de Turismo, Turismo de Portugal, AICEP, Embaixadas e a ViniPortugal

Dando resposta aos novos modelos de promoção turística de Portugal, de implementação do conceito de diplomacia económica ou da aposta objectiva do Turismo como sector estratégico da economia nacional, a Quatro Âncoras terá a preocupação, desde o início da sua operação, de desenvolver, de forma objectiva, planeada e mensurável, pontes de ligação com os diversos órgãos da administração central e regional, nomeadamente aqueles que mais directamente se encontram relacionados com a actividade turística e a sua promoção.

Protocolo com empresa rent-a-car

A especificidade do produto aconselha, numa perspectiva de curto-médio prazo, a celebração de protocolo(s) com empresas de referência no segmento rent-a-car. Esta pareceria permitirá o desenvolvimento de packages com alojamento e carro integrado, com vantagens para as três partes (Projecto, companhia rent-a-car e cliente).

Política de Gestão de Capacidade / Yield Management

Um dos objectivos será a maximização da procura de fim-de-semana, através da restrição a estadas de apenas uma noite e de incentivos via preço à antecipação (quinta-feira), ou prolongamento da estada; oferta de alternativas aos pedidos dos clientes, propondo alternativas com menor ocupação prevista (será necessário fazer acordos com unidades vizinhas) ou datas alternativas; cross-selling com os empreendimentos do Grupo IMOCOM; criação de packages de valor acrescentado, nomeadamente meia-pensão ou pensão completa; aposta no mercado corporate com preços competitivos para as noites de Domingo a Quinta; flexibilização dos preços em last minute, tendo em conta a oferta da área envolvente (Ter's), época do ano e ocupação prevista; e desenvolvimentos de acordos com a Cadeia Hilton, alavancando os contactos do Grupo.

Acordos comerciais com empresas produtoras/gestoras de marcas sofisticadas

Através de uma selecção criteriosa de empresas/marcas que se integrem no posicionamento do projecto, serão efectuados acordos de parceria com empresas de renome inquestionável, forte brand awareness no mercado global e que se possam associar à Quatro Âncoras. Será também analisada a possibilidade de promover produtos/serviços co-branded, no sentido de alavancar a marca. O conceito em torno dos Cavalos e do Vinho permite associações a Marcas de grande notoriedade.

Acordos comerciais com empresas de referência/dimensão

Será desenvolvida uma política de comunicação directa com o segmento MICE, de forma a maximizar a divulgação e comercialização dos diferentes espaços existentes. O segmento empresas e, principalmente, grandes empresas, permite não só desenvolver actividades de MICE, mas também é uma oportunidade de, através de acções objectivas, atingir um target de elevada dimensão com possibilidade de iniciar um word of mouth positivo em nichos de mercado de relevância para o projecto.

Parcerias estratégicas com Associações e outras Instituições

Para promover o projecto serão desenvolvidas parcerias estratégicas com associações ou instituições que tenham por objecto as motivações a explorar em Vale de d'Algarves como é o caso da SPEA. Esta é uma associação científica sem fins lucrativos que promove o estudo e a conservação das aves em Portugal e é associada da BirdLife International. Em Portugal possui cerca de 2.000 sócios e a nível internacional consegue através da associação referida atingir um público de mais de 4.000 pessoas que trabalham na conservação de espécies, 2,5 milhões de membros em todo o mundo e 10 milhões de aficionados e apoiantes. Também a relação com a Federação Equestre Portuguesa em termos de marketing e comunicação para projectar e atrair clientes é de relevante interesse.

- **Centro Equestre**

Lançamento e Promoção Inicial

Numa fase inicial, é necessário produzir um conjunto de material de suporte à política de promoção e comunicação, junto do cliente final e de intermediários:

- Desenvolvimento do sistema gráfico e criação do conceito da linha gráfica para os diversos suportes de comunicação a utilizar e criação de toda a papelaria administrativa, alinhada com o restante projecto de Vale d'Algarves;
- Criação de sacos, embalagens e pacotes especiais para os produtos da loja do Centro Equestre, para promoção e marketing e para utilização em eventos especiais;
- Criação de anúncios layout e adaptações em diversos formatos, integrados com as restantes áreas do Projecto;
- Criação de Brochuras;
- Criação do Fardamento, alinhado com as restantes áreas do projecto Vale d'Algarves;
- Criação de pacotes promocionais, nomeadamente no que concerne a vouchers, ofertas especiais, ofertas a clientes, entre outros;
- Design do stand promocional para utilização em feiras e outras actividades;

- Desenvolvimento de todo o sistema de sinalética, crucial para este projecto, que se encontra labirinticamente no centro de Vila Chã de Ourique;
- Desenvolvimento de uma estratégia e plano de comunicação para promoção internacional;
- Construção do layout do site, incluindo o sistema de reservas, marcações e gestão de contactos;

Serão colocados anúncios e artigos em revistas nacionais e internacionais especializadas e generalistas, com o mesmo público-alvo do projecto em desenvolvimento, como exemplo a Equisport, a Blue Living e a Wallpaper, entre outras.

Em termos promocionais serão ainda colocados outdoors e sinalética de forma a promover e guiar o Cliente até ao projecto Vale d'Algarves onde se inclui o Centro Equestre.

Adesão a uma Cadeia de Reservas e Marketing de Nome Internacional

Este canal de distribuição da unidade Hoteleira será de elevada relevância para a promoção do Centro Equestre que como oferta complementar à unidade terá uma promoção significativa através do mesmo.

Participação em Feiras Nacionais e Internacionais

Participação anual em feiras seleccionadas para o projecto como um todo e para a unidade hoteleira em específico serão de elevada relevância em termos de promoção do Centro Equestre.

Programa de Fidelização

Pretende-se uma fidelização activa e um retorno de informação, por parte do Cliente, dos seus níveis de satisfação e a forma como é possível alinhar os produtos e serviços com as suas expectativas. Este cartão foi já referido anteriormente, uma vez que se espera que exista uma relação tão forte entre o Cliente e o Empreendimento que permita utilizar esta quase que como "um canal de distribuição".

Este cartão permitirá uma divulgação permanente junto dos principais clientes das actividades e acontecimentos de Vale d'Algarves, assim como a promoção e estímulo constante à sua utilização, como exemplo, o envio de informação sobre os Concursos Internacionais a realizar, as formações a decorrer, entre outras.

Operadores Turísticos

Seleção de operadores internacionais e nacionais em que o produto a desenvolver se integre plenamente na sua oferta e segmentos-alvo, entre outros, os dedicados à oferta global de

Portugal, os que têm como segmento-alvo os turistas individuais de classe média-alta e alta, ou os que se dedicam a experiências como o turismo equestre ou outros nichos de mercado relevantes. As questões a dar resposta desde o início são: Quais os operadores turísticos mais adequados à promoção e comercialização do produto Vale d'Algarves? Quais os operadores turísticos mais adequados à promoção e comercialização nos segmentos de mercado do produto? Qual a estratégia comercial mais adequada à negociação com esses operadores? E como fidelizar a visita do cliente do operador turístico?

Agência de Viagens

Junto das agências de viagem importa estabelecer/consolidar a imagem de qualidade do produto, motivar os colaboradores para a venda do Projecto e incrementar o word of mouth positivo junto dos potenciais compradores.

Acordos comerciais com empresas produtoras/gestoras de marcas sofisticadas

Através de uma selecção criteriosa de empresas/marcas que se integrem no posicionamento do projecto, serão efectuados acordos de parceria com empresas de renome inquestionável, forte brand awareness no mercado global e que se possam associar à Quatro Âncoras. Será também analisada a possibilidade de promover produtos/serviços co-branded, no sentido de alavancar a marca. O conceito em torno dos Cavalos permite associações a Marcas de grande notoriedade.

Parcerias estratégicas com Associações e outras Instituições

Também a relação com a Federação Equestre Portuguesa em termos de marketing e comunicação para projectar e atrair clientes é de relevante interesse.

Interacção com a comunidade local/regional

Desenvolvimento de políticas de forte ligação à comunidade local, fortalecendo a genuinidade do produto e contribuindo para a integração da unidade na experiência de visita à região. O "buy-in" das comunidades locais é, para a Quatro Âncoras, factor crítico de sucesso e diferenciador de todas os restantes projectos.

Uma das estratégias passará pela promoção das actividades educacionais do projecto junto às escolas da região, praticando preços especiais para grupos escolares.

- **Vinho**

Lançamento e Promoção Inicial

Em 2007 iniciou-se o lançamento dos vinhos das gamas Guarda Rios e Vale d' Algarves. Assim foram desenvolvidas diversas acções de comunicação e promoção:

- Criação do conceito de marca;
- Criação de sacos, embalagens e pacotes especiais para os vinhos;
- Criação de anúncios layout e adaptações em diversos formatos para jornais e revistas;
- Criação de Brochuras;
- Criação do Fardamento, alinhado com as restantes áreas do projecto Vale d' Algarves;
- Criação de pacotes promocionais, nomeadamente no que concerne a vouchers, ofertas especiais, ofertas a clientes, entre outros;
- Design do stand promocional para utilização em feiras e outras actividades;
- Desenvolvimento de uma estratégia e plano de comunicação para promoção internacional;
- Construção do layout do site, para divulgação dos nossos vinhos;

Participação em Feiras Nacionais e Internacionais

Participação anual em feiras dedicadas aos vinhos, de forma a promover o produto, a marca e o projecto Vale d' Algarves.

Parcerias estratégicas com Associações e outras Instituições

Parceria estratégica com a ViniPortugal no âmbito de participação em feiras, concursos e provas relacionadas com o vinho.

6. Objectivos

A Quatro Âncoras tem os seguintes objectivos estratégicos:

- Melhoria da oferta turística ribatejana, através do aproveitamento das suas potencialidades endógenas, designadamente no que concerne à natureza, à arte vinícola e à arte equestre;
- Promoção de um produto turístico equestre, aquém e além fronteiras, de símbolos da cultura, da tradição e da identidade nacionais (o vinho e o cavalo), sendo dado especial ênfase à afirmação do Ribatejo e de Portugal no mercado internacional;
- O aumento da permanência e da receita média gerada por cada um dos turistas nacionais e estrangeiros que visitam o Ribatejo;
- Redução significativa da sazonalidade da procura, a qual influencia directamente as taxas de ocupação, mediante a aposta em segmentos de mercado complementares em termos de distribuição temporal da procura;

- Diversificação e complementaridade dos produtos/serviços ao dispor dos visitantes, o que acrescentará competitividade e valor acrescentado ao projecto, face à concorrência;
- Capacidade de concorrer directamente com as soluções de oferta existentes nos segmentos do enoturismo e do turismo equestre;
- Contração do grau de volatilidade da procura, mediante a focalização em segmentos menos dependentes do ciclo económico.

Para 2013, ano cruzeiro do projecto, a Quatro Âncoras tem definidos os seguintes objectivos operacionais:

- Centro Equestre

- Target de 70% dos Clientes sejam directos, não utilizando intermediários;
- 10 Aulas por dia;
- 45 Cavalos a penso;
- 16 número de eventos ano, incluindo os concursos internacionais;
- 3 prémios ano atribuídos aos Cavalos Vale d'Algarés

- Hotel, Caves, Salão de Eventos, Ginásio e SPA :

- Taxa de ocupação da unidade hoteleira de 57%;
- Target de 60% dos Clientes sejam directos, não utilizando intermediários, no Hotel;
- 40% de reservas dos directos via site e call center;
- Preço médio (ARR) no ano cruzeiro 20% acima dos principais concorrentes;
- Potenciar sinergias entre as unidades de negócio instaladas:
 - 30% da taxa de ocupação do Hotel será motivada pelos eventos e oferta do Centro Equestre e Pavilhão Multiusos;
 - 10% será realizada em consequência dos eventos;
 - 20% será captada através do Vinho e da divulgação da unidade através das actividades de promoção nesta área de negócios;
- 45% do volume de negócios gerado por clientes estrangeiros;
- 49 Número de refeições médias por dia;
- 69 Número de eventos ano;

7. Historial

A Quatro Âncoras fundada no dia 26 de Julho de 2001, mantém desde do início os mesmos sócios, a mesma distribuição e valor de capital social.

A principal actividade que esteve por base na criação da Quatro Âncoras, foi a actividade agrícola e produção animal, com a aquisição inicial da Propriedade de Vale d'Algares. Foi desenvolvido à data um estudo e análise destes dois sectores de actividade, que conduziu em 2004 à alienação dos animais e à concentração dos esforços num projecto ímpar, através da criação de uma moderna adega, aposta na produção de vinhos de excelência em comunhão com o desenvolvimento de um projecto turístico de enoturismo e turismo equestre inovador em Portugal.

Desta forma, um dos factores críticos de sucesso definido foi a produção de uva de elevada qualidade, tendo-se iniciado em 2003 e 2004 a plantação das vinhas, com métodos de elevada exigência, de forma a diferenciar a matéria-prima. Em 2004, recuperou-se a Adega existente, que foi alvo de uma remodelação profunda e em 2006 fez-se a primeira vindima em Vale d'Algares. Entre 2006 e 2007, constrói-se a cave, hoje um dos principais ícones da Marca Vale d'Algares. No primeiro semestre, do ano de 2007, saem as primeiras colheitas de Guarda Rios Branco e Rosé e no segundo semestre a primeira colheita de Vale d'Algares Branco e Guarda Rios Tinto.

Em 2007, Vale d'Algares Branco é distinguido com medalha de prata no prestigiado concurso Mundus Vini e no mesmo ano Vale d'Algares Branco e Guarda Rios Tinto e Branco ganham a medalha de prata no concurso dos melhores vinhos do Ribatejo.

Recentemente, o Guarda Rios Tinto 2006 ganhou a Medalha de Prata num dos concursos mais prestigiantes a nível internacional, o Vinalies Internacional - França. E a participação no Wine Masters Challenge 2008 valeu ao Guarda Rios Tinto 2006 medalha de Ouro, ao Vale d'Algares Branco 2006 a de Prata, ao Guarda Rios Branco a de Bronze e ao Guarda Rios Rose a de Bronze.

Este último concurso mundial de vinhos é considerado um barómetro de opinião dos especialistas na área do vinho de todo mundo, existindo há 10 anos, e conotado com rigor, idoneidade e transparência, sendo que em 2008 participaram 500 jurados provenientes de 49 países entre eles 190 mestrados em enologia.

As vinhas, ocupam uma área de 31 hectares, distribuídas por dois locais, Vale d'Algares e Quinta da Faia adquirida já em 2005, com vista à expansão da produção. Desta forma, a Vinha da Herdade de Vale d'Algares possui 16 Hectares de Castas Tintas e 6 Hectares de Castas Brancas e a Vinha da Quinta da Faia 5 Hectares de Castas Tintas e 4 Hectares de Castas Brancas.

Em 2008 procedeu-se à aquisição de mais uma quinta, a Quinta do Montalto em Pontével, onde se pretende plantar mais vinha, para que a Adega de vale d'Algares seja independente, não necessitando de adquirir uva ao exterior com frequência.

No concerne aos métodos e processos produtivos estes são altamente inovadores, sendo a rega controlada por subida e descida do nível freático gerido por sondas situadas abaixo do

solo e por sistema gota a gota. A produção por planta é controlada por duas mondas de cachos em diferentes fases, de maneira a obter-se um rendimento por planta de aproximadamente 1,2 kg. A vindima é feita para caixas de 12,5 kg, as quais são deixadas 24 horas numa câmara frigorífica a temperaturas baixas.

As principais castas tintas são as seguintes: Touriga Nacional; Aragonês; Syrah; Merlot; Cabernet; Alicante Bouschet; Petit Verdot e as principais castas brancas são: Arinto; Viosinho; Verdelho; Alvarinho; Viognier; Sauvignon Blanc; Chardonnay.

Para transformar as uvas, foi construído em 2004, como já referido, um moderno centro de vinificação com sofisticado equipamento e meios para controlo de temperatura como as câmaras de frio que permitem arrefecer as uvas para esmagamento a 0º e assim preservar as características das castas. A adega tem uma capacidade para fermentar cerca de 400 toneladas, equivalente a cerca 350.000gr/s/ano.

A Adega resulta de recuperação de um edifício antigo existente, que tinha a mesma função, tendo-se procedido à sua remodelação completa, apenas foi preservada fachada do edifício existente. Em termos de tecnologia foi feito um investimento considerável adquirindo-se equipamentos de ponta.

Em 2003, com o desenvolvimento do W Shopping em Santarém pelo grupo IMOCOM surgiu a oportunidade de exploração de 2 Quiosques de Café, sendo que a Quatro Âncoras, era na altura a empresa do grupo com maior ligações a este tipo de negócio e com know how específico para a sua gestão. Esta actividade é a que até à data possui maior representatividade em termos de volume de negócios.

O desenvolvimento e consolidação da produção vinícola, foi uma das apostas da empresa, e para garantir a sua sustentabilidade foram identificados os seguintes factores críticos de sucesso:

- Produzir vinho de excelência: elegantes, equilibrados e intensos;
- Criar uma Gama de excelência, com posicionamento Premium e Super Premium:
 - Respondendo aos diferentes gostos/necessidades dos consumidores;
 - Apostando numa Gama Premium, com um elevado padrão de qualidade, a completar com uma gama Super Premium para clientes mais exigentes e conhecedores;
 - A longo prazo pretende-se evoluir na cadeia de valor, através da produção de um vinho para o segmento Icon. Este patamar de excelência permitirá solidificar o projecto Vale de Algarves;
- O mercado em todos os níveis da qualidade do produto é muito sensível à relação preço/qualidade;
- Uma aposta efectiva e forte na promoção e marketing, onde a criação de marcas fortes é fundamental.

- Escolha criteriosa dos pontos de comercialização – o domínio dos canais de distribuição é crucial, nomeadamente ao nível da mensagem aos intermediários e ao Cliente Final;
- Obter prémios e certificados nacionais e internacionais de qualidade e distinção.

Desta forma, foi desenvolvida uma estratégia de entrada no mercado centrada na diferenciação de produto, através da construção de marcas apelativas, atacando determinados nichos de mercado com uma oferta bem segmentada e com o controlo dos canais de distribuição.

Depois de um estudo de adequação de Marca, optou-se pela Marca "Umbrella" Vale d'Algarves para todo o projecto de forma integrada e criaram-se as seguintes gamas de produto para o vinho:

- Guarda Rios – Gama Premium;
- Vale d'Algarves – Gama Super Premium;

Actualmente e na estratégia de diversificação da empresa, através de produtos sinérgicos entre si, a Quatro Âncoras está a terminar a plantação do Olival, na Quinta da Ventosa. O objectivo final é a produção de um Azeite Premium e Super Premium, maioritariamente para comercialização no estrangeiro. Este produto de elevada qualidade tem um alinhamento perfeito com a proposta de valor e missão do projecto Vale d'Algarves.

A decisão da diversificação do negócio da Quatro Âncoras, para o mercado turístico, resultou de uma análise estratégica do projecto vinícola de Vale d'Algarves, do mercado da região turística do Ribatejo e de valores associados ao destino Portugal.

Os principais pontos fortes foram identificados:

- Existência de métodos de produção muito exigentes, onde a excelência e a diferenciação é a meta;
- Gama Completa de Vinhos, orientada por uma estratégia de criação de valor;
- Equipa experiente e com elevado nível de especialização na área;
- Implementação de um Plano de Marketing ambicioso;
- Investimento num "package" de excelência – uma garrafa distinta e apelativa, com rótulo atractivo e "package" especial para a Gama Premium e Super Premium;
- Elevada qualidade arquitectónica dos edifícios existentes.

E os seguintes pontos fracos foram identificados:

- Adega nova sem imagem no mercado;
- A Região Ribatejo historicamente conhecida pela Produção de quantidade e não qualidade;
- Elevadas barreiras à entrada, com um elevado número de "players" nacionais e internacionais;
- Mensagens difusas com inúmeros produtores a comunicar "Vinho de Qualidade";
- Idade das Vinhas Vale d'Algarves – muito novas;

- Imóveis de elevado interesse arquitectónico sem aproveitamento;
- Necessidade de espaços de maior dimensão para formação e realização de eventos relacionados com o vinho ou alavancados no mesmo;
- Inexistência de alojamento no projecto e na região, quer em termos quantitativos, quer em termos qualitativos.
- Necessidade de espaços, como o restaurante e a enoteca, que permitissem integrar nas “The Luxury Food & Wine Tours Specialits”, que se consideram de especial relevância no âmbito deste projecto.

Das lacunas identificadas ao nível da capacidade de atractividade do mercado turístico do Ribatejo e das infra-estruturas existentes resultou a aposta na criação de um projecto alargado, diversificando a actividade da Quatro Âncoras para a Hotelaria e Animação Turística - o projecto Vale d'Algarves:

- 1) A componente de enoturismo e bem-estar, suportada em várias infra-estruturas já existentes, a vinha (produção de uva), a adega, a cave vinícola, recuperando-se um edifício de relevante interesse arquitectónico para salão de eventos, cujas obras já se encontram concluídas e o desenvolvimento de um projecto de um hotel temático, com um restaurante dedicado ao revivalismo da gastronomia portuguesa, uma enoteca, sala de provas de vinho, loja, salas de conferências/auditório, área de cozinha de suporte à realização de eventos, um Spa vinícola e um ginásio.
- 2) A componente de animação turística, consubstanciada num centro equestre (turismo equestre), com as seguintes infra-estruturas: campo de obstáculos, pista de "cross/country", picadeiro coberto/pavilhão multiusos, área de boxes e zonas de estacionamento, também em projecto. Que se considera fundamental no apoio à criação de motivações para a visita e estadia no projecto Hotel que se apresenta para efeitos de candidatura a incentivos financeiros no âmbito do QREN. O enoturismo terá também impacto significativo na componente de animação turística, pelos movimentos e actividades lúdicas, de negócios e de formação que gera.

8. Áreas de Negócio

As áreas de negócio da Quatro Âncoras são as seguintes: Pavilhão Multiusos e centro equestre, hotel, salão de eventos, vinho e olival.

- **Pavilhão Multiusos e Centro Equestre** – o próprio pavilhão apresenta-se como um dos investimentos críticos para o sucesso do projecto, quer pela actividade normal, como pela realização de concursos internacionais, nomeadamente nas épocas baixas da unidade hoteleira. Esta estrutura é crucial para a manutenção de elevados níveis de ocupação nas diversas áreas do projecto, nomeadamente nos bares, restaurante,

unidade hoteleira, entre outros. Este empreendimento, e como já apresentado, foi projectado de forma a corresponder às necessidades das melhores práticas internacionais, existindo já conversações com a Federação Equestre Portuguesa e com associações internacionais, para a realização de actividades de competição e formação de nível internacional. Desta forma, a Quatro âncoras tem definido um conjunto diverso de actividades e acções promocionais com vista à projecção internacional desta área de negócio. Adicionalmente e pela capacidade em termos da realização de eventos culturais, musicais e outros está prevista a promoção do pavilhão multiusos para a realização deste tipo de actividades.

- **Vinho** – é crucial para todo o projecto a manutenção de elevados padrões de qualidade das diversas gamas a produzir em Vale d'Algarves, uma vez que o Centro Equestre e o Hotel aparecem como complementares ao Vinho, utilizando o mesmo nome. Desta forma, o Vinho é essencial para a manutenção dos níveis elevados de ocupação da capacidade a instalar, assim como a projecção de qualidade associada a prémios, a concursos e à promoção específica da unidade em Portugal e em particular no estrangeiro, se reflectem na Marca e na percepção que os clientes terão dos produtos e serviços das restantes áreas. A Quatro Âncoras possui uma equipa altamente especializada nos métodos produtivos do Vinho, procedendo a um controlo elevado sobre a qualidade do produto a ser comercializado, estando definido que em maus anos de produção de Vinho não haverá lançamento da marca Super Premium "Vale d'Algarves". Adicionalmente o Vinho participa com regularidade em concursos e feiras internacionais específicas de forma a projectar uma imagem de elevada qualidade.
- **Hotel** – O hotel será temático e foi pensado de raiz como um todo, permitindo uma perfeita integração e sinergias entre todas as componentes a desenvolver em Vale d'Algarves, num posicionamento de elevada qualidade. O hotel temático do Vinho permitirá promover inovação na empresa e na região, pela via da produção de novos bens e serviços, permitindo uma progressão significativa na cadeia de valor nas áreas de produção vinícola já instalada, nomeadamente no factor crucial conhecimento e comercialização directa ao cliente final. A empresa através deste projecto verá a sua capacidade de internacionalização desenvolver-se de forma exponencial, quer pela comercialização directa da capacidade hoteleira, a promover junto de mercados internacionais, quer pelo aumento da capacidade de expansão e projecção da Marca. A unidade hoteleira a desenvolver responderá a uma necessidade latente na região do Ribatejo, que apresenta quer quantitativamente, como qualitativamente uma fraca oferta em termos de número de camas instaladas. Consequentemente, e dadas as valências do projecto, contribuirá de forma decisiva, para a diminuição da sazonalidade

na região, assim como para o aumento do gasto médio do turista na região. Ao posicionar-se em mercados com maior poder de compra, contribui para a implementação da estratégia de destino de excelência desenhada para Portugal no Plano Estratégico Nacional do Turismo.

- **Salão de Eventos** – esta unidade de negócio é fundamental no que concerne às receitas oriundas da realização de eventos, pois será um dos principais clientes da capacidade de alimentação e bebidas (catering) a instalar na unidade hoteleira. Terá uma actividade de promoção e marketing específica, com participações em feiras dedicadas, sendo disponibilizado um serviço global de apoio à realização de eventos e um catering de elevada qualidade gastronómica.
- **Olival** – componente de olivicultura tem como objectivo final a criação de uma marca de excelência no sector olivícola, com a produção de um Azeite Premium e Super Premium, para comercialização no estrangeiro e mercado nacional. Este produto de elevada qualidade tem um alinhamento perfeito com a proposta de valor e missão do projecto Vale d'Algarves. A componente agronómica é baseada numa mistura de variedades Portuguesas, com vista a produzir um produto único, mas com um carácter enquadrado nas tendências de produção internacionais. No ano de 2008 foram plantados 3,9ha da variedade Cordovil, 27,4ha de Cobrançosa e em 2009 prevê-se plantar mais 16,2ha da variedade Galega, num total de 47,5ha de olival. Para transformar as azeitonas, será construído um moderno lagar com sofisticado equipamento e meios produtivos, com uma área bruta de 2.995,10 m², a ser edificado na Quinta da Faia, em Vale Figueira.

9. Serviços e Produtos

A Quatro Âncoras encontra-se numa fase de forte investimento em activos e recursos humanos, com uma actividade comercial ainda numa fase de arranque. Desta forma, os actuais produtos e serviços da empresa são os seguintes:

- Serviços de cafetaria, que em 2007 representaram 78,8% do volume total de negócios, e permitem criar uma almofada de fundo de maneio de elevada relevância para a sustentabilidade do negócio; Estas receitas são oriundas da exploração de dois quiosques de café posicionados no mercado de Santarém alavacando a sua actividade nos movimentos atractivos que o W Shopping tem na Cidade.
- A comercialização do Vinho, que se iniciou em 2007 representou logo no primeiro ano 21,2% do volume de negócios. Os principais mercados são Portugal, Angola, Brasil, EUA, Canadá, Ásia, Alemanha e Reino Unido.

- Venda de cortiça, cujo rendimento se realiza de 9 em 9 anos, com a colheita ano de 2007.

Foi desenvolvido, durante 2007, um estudo sobre qual a marca, símbolos, nomes e mensagens, a adoptar para o projecto como um todo assim como para os produtos do Vinho. Definiu-se que Vale d'Algarves será a marca "umbrella" para todos os produtos, criando-se gamas de produto para os Vinhos com denominações distintas, mas com correspondências inequívocas à Marca global.

Com um posicionamento "Super Premium" a gama de Vinhos Vale d'Algarves assume os valores da excelência do rigor e da diferenciação tendo como missão principal ser sinónimo da qualidade e exemplo do Ribatejo a nível nacional e exemplo de Portugal a nível internacional. O posicionamento desta marca está direccionado para clientes exigentes e conhecedores e só estará disponível quando o ano vinícola for considerado excepcional.

O mercado alvo desta gama de produto é o seguinte:

- 70% Masculino / 30% Feminino;
- Idade: 35-65 anos;
- Rendimento elevado;
- Cultos, c/ hábitos de leitura, apreciam ópera, ballet, teatro, cinema;
- Vida social activa, jantam nos melhores restaurantes com regularidade ou em casa de amigos;
- Apreciam um bom vinho;
- Ocasão de consumo: partilha com alguns amigos;
- Fiéis (elegem regularmente entre 2 a 3 marcas de vinho) / Aspiracionais (procuram notoriedade, experimentação);
- Vale d'Algarves terá que ser sinónimo de qualidade e prestígio;
- Vestem Boss / Channel, possuem Mont Blanc, Louis Vitton;
- São apreciadores de bebidas espirituosas premium e exclusivas, de charutos e do conceito gourmet;
- Valorizam a tradição e os produtos portugueses de qualidade;
- Alguns elegem desportos elitistas;
- Viajam com regularidade;
- Possuem uma casa de fim-de-semana.

A gama de vinhos Premium Guarda Rios, Tinto Branco e Rose, assumem o papel de mensageiro de um projecto inovador na região onde se encontra, o Ribatejo. Com um elevado padrão de qualidade é uma marca com uma personalidade bem vincada e com valores bem definidos.

O mercado alvo desta gama de produto é o seguinte:

- 65% Masculino / 35% Feminino

- Idade: 35-65 anos;
- Rendimento elevado / médio alto;
- Têm hábitos de leitura e procuram estar informados;
- Vida social activa, jantam em restaurantes e em casa de amigos com alguma regularidade;
- Apreciam um bom vinho e têm conhecimentos específicos que adquirem fruto de inúmeros contactos sociais;
- Ocasão de consumo: partilha com amigos / conhecidos;
- Experimentadores, ostentadores gostam de ser sentir conhecedores e surpreender;
- Guarda Rios, enquanto marca de Vale d'Algarves terá que transmitir confiança, exclusividade e domínio;
- Procuram dominar os produtos portugueses de qualidade.

Em termos de comercialização em 2007 a representatividade em termos de marcas, no que concerne ao Volume de Negócios da componente do Vinho foi a seguinte:

- Guarda Rios – representando 80,25%;
- Vale d'Algarves – representando 19,75%.

Na estratégia de comercialização do produto foram criados pacotes especiais, quer para datas especiais, como o Natal, quer para acontecimentos ou canais de distribuição distintos, como as garrafeiras especializadas. São exemplo o Estojo Viagem dos sentidos, o Estojo Gourmet e os Sacos especiais para oferta.

O carácter sofisticado da marca, nasce com o intuito de construir relações fortes e duradouras sendo que esta será igualmente a marca a estar presente em todos o empreendimento turístico (Hotel de Charme, Restaurante Gourmet, SPA, Centro de Eventos, Centro Equestre e Pavilhão Multiusos).

Para além destes produtos a Quatro Âncoras pretende também posicionar-se no sector do azeite. Assim adquiriu a Quinta da Ventosa, em Vale de Figueira, onde plantou olival. A Quatro Âncoras tem como objectivo desenvolver um produto de elevada qualidade, essencialmente posicionado em duas gamas distintas.

Desta forma, a Quatro Âncoras, optou pela aposta numa estratégia de entrada no mercado centrada na criação de um produto de qualidade, diferenciado, através da construção de marcas apelativas, atacando determinados nichos de mercado com uma oferta bem segmentada e com o controlo dos canais de distribuição.

Este projecto é desenvolvido numa área de expansão e procura mundial de azeite de qualidade. A valorização de uma alimentação saudável como estilo de vida, faz com que o azeite pertença ao grupo de produtos saudáveis, conduzindo a uma segmentação de mercado baseada na segurança alimentar.

Aos actuais produtos de Vale d'Algarves e em resultado do projecto turístico apresentado irão juntar-se um conjunto diversificado de serviços e produtos, que aumentarão significativamente a competitividade e a complexidade de gestão da empresa. Em ano cruzeiro (2013) a Quatro Âncoras possuirá assim os seguintes produtos e serviços:

- **Serviços de hotelaria** – que corresponderão à comercialização da capacidade instalada em termos de alojamento no hotel, estimando-se em 30% do volume total de negócios;
- **Serviços de alimentação, bebidas e catering** – que responderão às receitas oriundas da actividade do restaurante, do bar, dos eventos e outras actividades a realizar nos diversos espaços existentes para esse fim, que se estimam em 25% do total do volume de negócios;
- **Produtos de enologia e “merchandising”** – venda de produtos através da loja a criar no hotel, que representarão 2% do total do volume de negócios;
- **Serviços formativos** – receita de workshops e cursos de formação a realizar pela unidade hoteleira para aficionados e profissionais, nas temáticas do Vinho e dos Cavalos, em 0,5% do total do volume de negócios.
- **Aluguer de espaços para eventos** – receitas oriundas do aluguer das diversas áreas já existentes como a sala vip na cave e o salão de eventos, ou em projecto como a sala de provas, as salas de conferências/auditório, o pavilhão multiusos na propriedade Vale d'Algarves e o Lagar de Azeite na Quinta da Ventosa, estimando-se em 3% do volume total de negócios;
- **Venda de Animais** – receitas de venda dos Cavalos a criar e treinar na Coudelaria de Vale d'Algarves, que representarão 1% do total do volume de negócios;
- **Serviços de ensino de equitação** – no centro equestre serão disponibilizadas aulas de sela para principiantes e avançados, assim como cursos específicos para profissionais, que se estimam em 1% do total do volume de negócios;
- **Aluguer de boxes e tratamento de Cavalos** – comercialização de serviços de pensos a cavalos, assim como cursos específicos para profissionais, que se estimam em 4% do total do volume de negócios;
- **Actividades de diversão e outras** – receitas oriundas da realização de espectáculos, actividades culturais, desportivas, como os concursos internacionais equestres, musicais e outras, num total de 3% do volume de negócios;
- **Produtos de equitação e “merchandising”** – venda de produtos através da loja do Centro Equestre, representando 0,5% do volume de negócios;
- **Serviços de alimentação, bebidas** – que responderão às receitas oriundas da actividade do Bar no Centro Equestre, estimando-se em 2% do volume de negócios;

- **Serviços de cafetaria** – os serviços já existentes, que passarão a representar 5% do volume de negócios;
- **Comercialização de Vinho** – será uma das áreas core da empresa, gerando 23% do volume de negócios.
- **Concursos Internacionais Equestre** – receitas oriundas na participação neste tipo de eventos, reconhecidos como proveitos suplementares;
- **Rendas** – receita de aluguer mensal do Spa e do ginásio, que correspondem a proveitos suplementares.

No reforço da componente de Enoturismo, será assegurado que o Spa esteja direccionado para a vinoterapia, aproveitando as virtudes dos extractos de vinha e das uvas no combate ao envelhecimento da pele.

A partir de diversos produtos da videira obtém-se uma larga variedade de princípios activos para excitantes e originais fórmulas de tratamentos específicos de beleza, nomeadamente o concentrado de sumo virgem de uva tinta é rico em antocianos e polifenóis com efeito antioxidante, sais minerais e vitaminas, é usado em cataplasmas e hidromassagem.

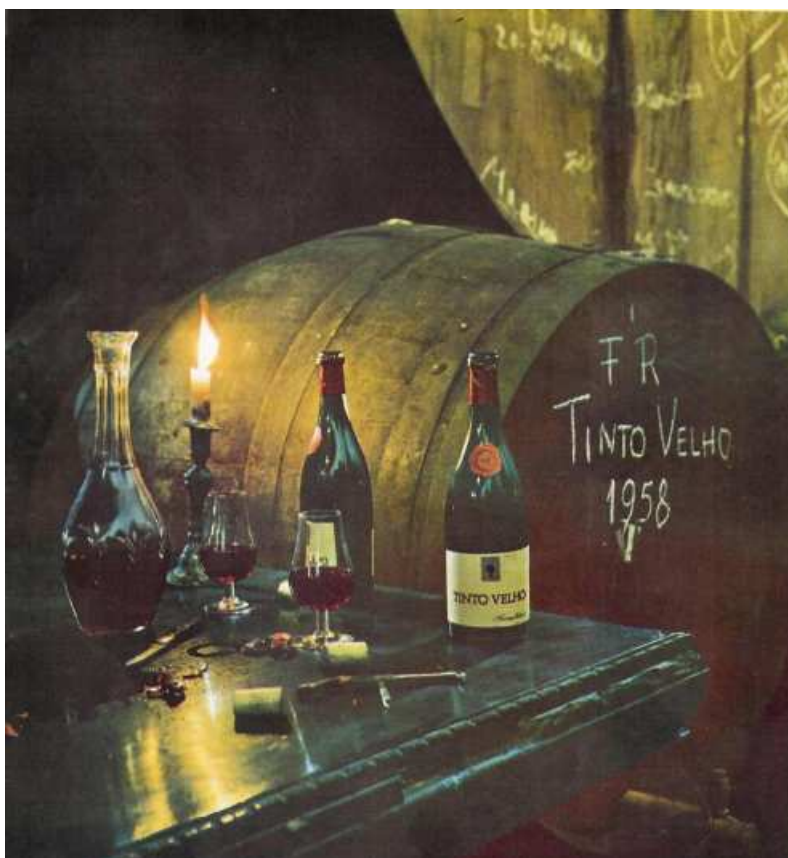
Outros óleos extraídos são usados em massagem, com um efeitos extremamente suavizantes e hidratantes, ricos em ácidos gordos polinsaturados (Vitamina F), que funcionam como remédio natural contra o envelhecimento cutâneo. Também as folhas de videira tinta, serão utilizadas para infusões, máscaras e emplastos.

Desta forma, o Cliente poderá tomar um relaxante banho em "Vinho" ou receber uma massagem utilizando por base os extractos a retirar da Uva e da videira. Esta unidade propiciará uma experiência única, ainda com pouca representatividade em Portugal, num ambiente criado em volta de um elemento unificador, o Vinho.

De salientar que não existe, actualmente, na região do Ribatejo, qualquer hotel de charme. Em estreito alinhamento com o Plano Estratégico Nacional do Turismo, o projecto Vale d'Algares, para além da sofisticação das condições de alojamento, dispõe de equipamentos e valências complementares de animação turística, que têm como denominadores comuns o vinho, o cavalo e a natureza, conferindo-lhe um posicionamento estratégico distintivo e de diferenciação.

10. Parceiros

- VinPortugal
- SPEA



MOUSEION RIBA-TEJO

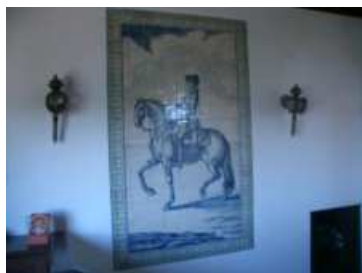
MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

QUINTA DA BOAVISTA

História

A Quinta da Boavista foi adquirida há cerca de 25 anos e foi logo vocacionada para a criação de cavalos Puro Sangue Lusitano e posteriormente para a prática de atrelagem, tendo contribuído fortemente para a afirmação desta modalidade em Portugal. Em duas décadas a Coudelaria obteve vários prémios nacionais e internacionais mas sempre com a participação directa em prova dos proprietários.

Actualmente, a Coudelaria mantém a sua orientação funcional e dedica-se também ao turismo relacionado com a indústria do cavalo, pela promoção da prática de atrelagem na sua vertente de competição e lazer.



O que fazemos

A Quinta da Boavista dedica-se a proporcionar passeios em atrelagem no Ribatejo, aproveitando a excelência da paisagem muito variada e sempre surpreendente, quer através dos espaços de charneca através de florestas entre pinhal, montado e eucalipto, quer através da lezíria, onde predominam os extensos campos agrícolas e o rio Tejo, que marca pelo seu vasto lençol de água.

Também nos dedicamos a promover a atrelagem através de estágios, mantendo-nos assim próximos da modalidade e ainda com a possibilidade de contribuir para o surgimento de novos praticantes.



MOUSEION RIBA-TEJO

MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

QUINTA DA MARCHANTA - TURISMO NO ESPAÇO RURAL

IDENTIFICAÇÃO

QUINTA DA MARCHANTA- TURISMO NO ESPAÇO RURAL

DESCRIÇÃO

A Quinta da Marchanta é uma quintinha de turismo rural com cerca de 3 hectares de sossego, paz e bem-estar, mesmo junto ao rio Tejo, em Porto de Muge, concelho do Cartaxo.

Os cavalos, em especial os Lusitanos, são uma constante e uma mais-valia para a quinta. Neste sentido, a Coudelaria Sousa Vinagre que integra o complexo, tem um papel fundamental a desenvolver o apuramento desta raça para toureio e lazer.

Concebida para proporcionar aos visitantes uma bela estadia e uma agradável experiência, a Quinta da Marchanta leva-o a descobrir o Ribatejo, a sua cultura e um pouco de Portugal.

No nosso espaço temos várias soluções de alojamento.

A primorosa adaptação das adegas do séc. XIX, tornou possível a criação de casinhas espaçosas e cómodas, ao mesmo tempo que a casa mãe apresenta soluções para grupos mais pequenos ou individuais.

Integrada no espaço, temos também uma sala de estar para os hóspedes, com bar, snooker, dvd e uma agradável lareira para os dias mais frios.

Na nossa quinta temos ainda espaço para uma quintinha pedagógica.

Aqui, os mais pequenos podem aprender a conviver com a criação de animais domésticos, tais como ovelhas, cabras, galinhas, patos, porcos e um pônei.

Receber os hóspedes de maneira a que se sintam em casa de amigos, e não num lugar estranho, conviver e mostrar como é o dia a dia de uma quinta ribatejana, com os cavalos lusitanos e os outros animais de quinta, introduzir a equitação a pessoas que nunca tiveram contacto com cavalos e acima de tudo dar a conhecer o que é na realidade o nosso Ribatejo, é o nosso lema e a razão de existir da Quinta da Marchanta – de maneira a que tenham sempre vontade de regressar à sua CASA NO RIBATEJO.

SERVIÇOS E PRODUTOS

- Turismo Rural
- Criação, ensino e venda de cavalos Lusitanos
- Aulas de introdução à equitação e ao cavalo, a hóspedes que fiquem na quinta

Website: www.quintadamarchanta.pt









Mouseion riba-Tejo

MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

Quinta do Gaio de Baixo – Sociedade de Turismo no Espaço Rural, Lda



1. IDENTIFICAÇÃO

Quinta do Gaio de Baixo – Sociedade de Turismo no Espaço Rural, Lda

2. MISSÃO

Dar a conhecer a Portugal e ao mundo toda a Vida, fauna e flora do nosso Ribatejo.

3. VISÃO

A divulgação e apresentação do Ribatejo ao Mundo é sem duvida uma das prioridades da Quinta do Gaio. Aumentando a oferta de serviços e produtos conseguiremos chegar mais perto de todos e desta maneira chegarmos a todos os mercados de modo a que estes venham conhecer o Ribatejo por alguma maneira.

4. VALORES

Divino, profano e caseiro são os valores que tentamos orientar sempre em qualquer evento que fazemos.

Rigor: para que melhoremos sempre dia após dia.

Qualidade: exigimos sempre a máxima qualidade de modo assegurar o sucesso de cada evento e do nosso trabalho.

5. ESTRATÉGIA/ TEMAS ESTRATÉGICOS

Dentro do conceito que estamos inseridos; espaço para animação, TER, animação turística, etc., tentaremos dinamizar ao máximo todos os espaços que envolvem esta antiga Quinta Agrícola Ribatejana de modo a podermos aumentar a oferta em todos os níveis; alojamento, actividades lúdicas, etc.

Divulgação/Promoção:

Tentaremos chegar ao máximo de agencias de incoming, organização de eventos, associações de turismo, ou seja, ao máximo de intermediários possível de modo a que estes que disponibilizam de muitos mais meios de comunicação nos vendam através destes seus meios e que desta maneira mesmo indirectamente vendam o Ribatejo como um destino turístico com bastante potencialidade.

Alargamento de serviços:

Tentaremos enquadrar o Gaio com um TER de modo a oferecer alojamento ao que nos visitam pois são raras as pessoas que vem à quinta do Gaio e que não perguntam se temos turismo de habitação.

A Quinta do Gaio também num futuro próximo irá estar disponível para construção de um complexo turístico de Golf e desta maneira também tentaremos enquadrar os nossos serviços e produtos para este mercado que se avizinha.

Quanto aos produtos esperamos criar um espaço de venda ao público de produtos regionais pois também temos alguma procura da pessoas que nos visitam para este fim.

6. OBJECTIVOS

Conquistar o mercado internacional através de agências de incoming.

Chegar a 90% dos intermediários de mercado nacional.

Subir a taxa de ocupação da Quinta do Gaio para 70%

7. HISTORIAL

A Quinta do Gaio situada no Coração do Ribatejo, a 50 KM, sempre exerceu actividade agrícola, possuindo uma afamada ganaderia Brava.

Em 1991 surge, como complemento actividade agrícola, a actividade turística.

Formação Outdoor, “Team Buiding”, Actividades com Gado Bravo (Safaris fotográficos, Corridas de Toiros, Vacadas, jogos vários, etc.), Paintball, Desportos Radicais, Vários tipos de tiro, Casamentos, Baptizados e Festas de Empresa são apenas algumas das actividades e eventos que temos capacidade de realizar.

Apresentamos nas páginas seguintes algumas imagens de actividades, eventos e festas que se fazem na Quinta do Gaio.

Tentamos através dos exemplos anexos dar uma ideia daquilo que é possível fazer na Quinta do Gaio. São infinitas as possibilidades de diferentes programas. Estamos cá para o ajudar a criar o seu programa ideal.

Somos um espaço de elite na Região pois somos pioneiros nesta actividade.

8. ÁREAS DE NEGÓCIOS

Agro turismo e ecoturismo

Agências de turismo, incoming, organização de eventos e/ou qualquer tipo de intermediário.

9. SERVIÇOS E PRODUTOS

Actividades turísticas
Serviço de caetering.





MOUSEION RIBA-TEJO

MUSEU RURAL E DO VINHO CARTAXO

A Sociedade Agrícola Vale de Fornos situa-se na Quinta de Vale de Fornos no concelho de Azambuja em pleno coração do Ribatejo.

Esta propriedade foi oferecida por D^a Antónia Ferreira à sua filha por altura do casamento desta com o 3^o Conde de Azambuja. Dispondo de uma imponente casa senhorial datada do século XVIII, cuja traça e cor características das paredes sempre foram mantidas, a propriedade goza de uma forte tradição, tanto pela antiguidade e pelo património, como pela ligação a ilustres famílias da Nobreza Portuguesa.

A Quinta de Vale de Fornos foi adquirida pelos presentes proprietários em 1972 a D. Pedro de Bragança. Nesta propriedade estiveram alojadas as tropas de Napoleão durante as invasões Francesas e, pelos seus vinhedos terá também passado Cristóvão Colombo a caminho de casa de D. João II em Vale do Paraíso, para comunicar ao Rei a descoberta do continente Americano.

Desde o século XIX que a Quinta de Vale de Fornos produz vinhos de distinta qualidade, reconhecidos e afamados, e que nos nossos dias podem ser encontrados tanto no mercado Nacional como nos principais mercados de exportação.

A Quinta de Vale de Fornos está inserida na região do Ribatejo, com 200Ha de área, sendo 70Ha de vinha. A Quinta apresenta características únicas que garantem uma produção limitada e distinta.

Os actuais proprietários de tudo têm feito para manter e actualizar todas as infra-estruturas da propriedade, a Quinta Vale de Fornos tem para vos oferecer uma zona para reuniões e festas toda equipada, com ar condicionado cozinha zona de jardins e todo o espaço necessário para actividades de lazer ao ar livre.



Apêndices

MUSEOLOGIA - HISTÓRIA

Museologia e património cultural em Portugal	Museologia e património cultural universal
	O termo moderno <i>museu</i> tem origem no grego <i>mouseion</i> , nome de um templo de Atenas dedicado às musas.
	Séc. V a.C. - Os Propileus da Acrópole de Atenas construídos por Péricles, que têm um <i>pinakothéke</i> numa das alas.
	Séc. III a. C. - Ptolomeu Filadelfo utilizou o termo grego <i>mouseion</i> para designar o seu centro cultural de Alexandria, que compreendia uma biblioteca, um anfiteatro, um observatório, salas de trabalho e de estudo, um jardim botânico e uma colecção zoológica
	212 a. C. e 146 a. C. - Os romanos desenvolvem o costume de coleccionar obras de arte, sobretudo, a partir dos saques de Siracusa e de Corinto, com o produto dos quais encheram os templos de Roma de objectos de arte grega. Pompeu, Cícero e Júlio César orgulham-se das suas colecções.
1377 – 1461 – Colecção de «antiguidades» de D. Afonso, 1.º Duque de Bragança, que «muitas trouxe quando andou por fora do Reyno, formando assim uma Casa de Couzas raras, a que hoje chamão Museo».	
	Séculos XV e XVI - Desenvolve-se o coleccionismo
	Séc. XV - Cosme o Velho de Médicis, em Florença, inicia as suas colecções, designando-as de <i>museu</i> . A colecção foi desenvolvida pelos seus descendentes até à sua doação ao Estado em 1743 para ser acessível ao público da Toscana e de todo o mundo.
	Durante os séculos XVI e XVII, na Europa, reis, aristocratas, as altas figuras da Igreja e da burguesia constituem grandes colecções que estiveram na origem dos futuros museus nacionais.
- 1716, Rafael Bluteau, no seu Dicionário, apresentava “Museo. Nos contornos do monte Olympo na Macedónia, é um lugar consagrado às Musas. Na vida de Apollonio Thianco, escreve Philostrato, que Museo era hum lugar onde os antigos consultavam as Musas, e delas davam as respostas. Destes lugares chamados Museos, derão o nome de Museo a todo o lugar destinado ao estudo das letras	

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>humanas, como também a casas de curiosidades científicas, como o Museo do P. Athanasio Kircher em Roma; e a livros como o Museo de Moscardo, impresso em Padua, e o Museo Historico e Fisico de João Imperial, em que o dito author dá notícias da ciência e vida de varões ilustres”.</p>	
<p>1721 - Por indicação da Academia Real da História Portuguesa, D. João V assina em 20 de Agosto, um Alvará que tinha como objectivos inventariar e conservar os monumentos nacionais. O monarca encarrega a Academia «de examinar os monumentos antigos que havia e se podiam descobrir no reino dos tempos em que n’elle dominaram os Phenices, Gregos, Persas, Romanos, Godos e Arábios [...] achava-se que muitos edificios, estátuas, mármores, cippos, laminas, chapas, medalhas, moedas, e outros artefactos, por incúria e ignorância do vulgo se tinham consumido, perdendo-se por este modo um meio mais próprio e adequado para verificar muitas noticias da venerável antiguidade assim Sagrada como Política . . .». O mesmo Alvará dá normas para evitar a destruição do património.</p> <p style="text-align: center;">DECRETO, QUE S. MAGESTADE QUE DEOS GUARDE, Foy servido mandar à Academia em 13. de Agosto de 1721.</p> <p><i>D</i>A Cópia inclusa do Decreto, que baixou à Mesa do Desembargo do Paço, terá estendido a Academia Real da Historia Portuguesa Ecclesiastica, e Secular a providencia, que mando dar para se conservarem os monumentos antigos, que podem servir para illustrar, e testificar a veridade da mesma Historia. Libros Occidentales a 13. de Agosto de 1721. Com a Rubrica de S. Magestade.</p> <p><i>Cópia do Decreto, que baixou à Mesa do Desembargo do Paço em 14. de Agosto de 1721.</i></p> <p><i>P</i>Or me representarem o Director, e Consores da Academia Real da Historia Portuguesa Ecclesiastica, e Secular, que procurando examinar por si, e pelos Academicos, os monumentos antigos, que havia, e se podia descobrir no Reyno dos tempos, em que nelle dominaram os Phenices, Gregos, Persas, Romanos, Godos, e Arabios, se achava que muitos, que poderao existir nos Edificios, Estatuas, Marmores, Cippos, Laminas, Chapas, Medalhas, Moedas, e outros artefactos, por incuria, e ignoran-</p>	
	<p>1753 - É fundado o British Museum de Londres que abre ao público em 1759.</p>
<p>1772 - É criado O Museu de História Natural, em Coimbra.</p>	
<p>1791 - Frei Manuel do Cenáculo cria, em Beja, o Museu Sesinando Cenáculo Pacense.</p>	
	<p>1793 - O Museu do Louvre, em Paris, abre ao público</p>
	<p>1808 - É fundado por Luís Bonaparte o Museu Real dos Países Baixos - Rijksmuseum - instalado em Amsterdam.</p>
<p>1833 - É criado o Museu Soares dos Reis, com o objectivo de preservar o património artístico proveniente sobretudo dos conventos extintos e, ao mesmo tempo, promover a sua utilização para fins</p>	

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

culturais e pedagógicos.	
1836 - Abre no Porto o Museu Allen - É criado o Conservatório de Artes e Ofícios por Passos Manuel, em Lisboa, por Decreto de 18 de Novembro.	
1837 - É criado o Conservatório de Artes e Ofícios por Passos Manuel, no Porto, por Decreto de 5 de Janeiro.	
1840 - É aberto o Museu Portuense ou Ateneu D. Pedro ou Ateneu Portuense	
1851 -	1851 - Exposição Internacional de Londres
1855 -	1855 - Primeira Exposição Universal de Paris
1857 – Museu dos Serviços Geológicos de Lisboa	
1858 -	1858 - Exposição Universal de Paris
1864 – Museu Arqueológico do Carmo	
1865 - Primeira Exposição Internacional Portuguesa (Porto)	
1866 – Criação do Museu da Real Associação dos Arquitectos Cívicos e Arqueólogos Portugueses, no Convento do Carmo, em Lisboa	
1875 - Publicação <i>Observações sobre o Actual Estado do Ensino das Artes em Portugal. A Organização dos Museus e o Serviço dos Monumentos Históricos e da Archeologia.</i>	
1876 – É criado um museu distrital em Santarém na igreja de S. João de Alporão.	
1880 – Museu Arqueológico de Elvas	
1883 – O Decreto de 24 de Dezembro de 1883 cria o Museu Industrial e Comercial de Lisboa e o Museu Industrial e Comercial do Porto	
1892 Museu Municipal de Beja	
1893 - É fundado o Museu Etnográfico Português (actualmente Museu Nacional de Arqueologia)	
1894 – Museu Municipal de Álcacer do Sal	
1895 - Inicia-se a publicação d’ <i>O Arqueólogo Português</i> , da iniciativa de José Leite Vasconcelos, fundador do Museu Etnográfico Português.	
1897 – Museu Municipal de Bragança	
1898 -	1898 - Exposição Universal de Paris (Torre Eiffel)
1901 - Portaria de 10.4..	

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p><u>Escavações / Objectos Arqueológicos / Ruínas / Monumentos</u></p> <p>"Sendo de toda a conveniência aproveitar e recolher cuidadosamente todos os elementos que possam contribuir para o conhecimento da nossa história antiga" quando, em escavações empreendidas pelo Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria apareçam objectos arqueológicos de fácil transporte, ruínas de edifícios antigos e monumentos ou ossadas, deve ser tal facto comunicado à Direcção Geral das Obras Públicas e Minas.</p> <p>.</p> <p>1901-Decreto de 24.10.</p> <p><u>Classificação / Monumentos Nacionais.</u></p> <p>Reorganiza o Conselho dos Monumentos Nacionais (Direcção Geral das Obras Públicas e Minas). As suas funções são: consultiva e de fiscalização. Classifica os Monumentos Nacionais, de propriedade do Estado ou particular, segundo regras próprias e mediante aprovação do Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria. Não podem ser feitas obras, nos Monumentos Nacionais classificados, sem aprovação do Conselho dos Monumentos Nacionais. A classificação dos Monumentos Nacionais é determinada por Decreto publicado no Diário do Governo.</p> <p>1901- Decreto de 30.12.</p> <p><u>Classificação / Imóveis / móveis / obras / monumento nacional.</u></p> <p>Aprova as bases para classificação dos imóveis que devam ser considerados Monumentos Nacionais (de propriedade pública ou particular) e dos objectos mobiliários de reconhecido valor (de propriedade pública). Monumento Nacional é o imóvel cuja conservação represente interesse nacional pelo seu valor histórico, arqueológico ou artístico. As obras em monumentos classificados devem ser efectuadas com aprovação do Conselho dos Monumentos Nacionais.</p>	
<p>1905 - Alfredo Keil escreve <i>Colecções e Museus de Arte em Lisboa</i>.</p>	
<p>1910 - Museu Francisco Tavares Proença Júnior. Decreto-Lei nº 16.579, de 6 de Março de 1929.</p>	

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

1911- É criado o Museu Nacional de Machado de Castro - Decreto nº 1 de 29 de 1911

- Museu Nacional de Soares dos Reis: Dec. Lei nº 1, de 29 de Maio de 1911

- Museu Nacional dos Coches:
Lei nº 1, de 29 de Maio de 1911

- Museu Nacional de Arte Contemporânea
Lei nº 1, 29 de Maio de 1911

- Museu Nacional de Arte Antiga
Lei nº 1, 29. Maio. 1911

Decreto de 26.5.1911

Classificação / monumentos nacionais / conservação / restauro / imóveis / expropriação / museus / obras

Divide o país em três circunscrições - com sede em Lisboa, Porto e Coimbra - para defesa dos interesses artísticos e arqueológicos.

Em cada sede funciona um Conselho de Arte e Arqueologia que deve, nomeadamente, "classificar os monumentos da circunscrição, velar pela sua conservação e propor ou apreciar os respectivos projectos de reparação e restauro" (art.º 2.º, n.º 4). Este órgão propõe a classificação de imóveis cuja conservação represente interesse nacional como Monumento Nacional, devendo ser feita por decreto (art.º 42.º).

Os imóveis de propriedade particular podem também ser classificados, podendo proceder-se a expropriação por utilidade pública quando o proprietário se oponha à classificação (art.º 43.º).

Os edifícios não classificados como Monumentos Nacionais, mas que tenham algum interesse (histórico ou artístico) serão descritos em cadastro especial (art.º 45.º).

Nos imóveis classificados como Monumentos Nacionais, de propriedade de particulares, o Governo poderá realizar à sua custa as obras de conservação, desde que se prove que o proprietário não dispõe dos meios necessários (art.º 48).

Os museus ficam subordinados aos Conselhos de Arte e Arqueologia de cada circunscrição (arts. 25º e 41.º).

As funções que, pelo Decreto de 19.11.1910, eram das Academias de Belas Artes de Lisboa e Porto atribuídas aos Conselhos de Arte e Arqueologia (arts. 12.º e 13.º).

No Art.º 25 do Capítulo IV - Dos Museus, diz "Os museus ficam subordinados aos Conselhos de arte e arqueologia das respectivas circunscrições, sob a

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>superintendência da Direção-Geral da Instrução Secundária, Superior e Especial.”</p> <p>Foram criadas 3 Circunscrições: em Lisboa, Porto e Coimbra.</p> <p>No Art.º 39, Cap. IV, “Com a designação de Museu Machado de Castro, é criado na 2.ª Circunscrição um Museu de Arte Geral, organizado principalmente no intuito de oferecer ao estudo público colecções e exemplares de evolução da história do trabalho nacional; e que será ampliado com uma secção de artefactos modernos, destinada à educação do gosto público e à aprendizagem das classes operárias”.</p>	
<p>1912 Museu de Aveiro - Portaria de 7 de Junho de 1912</p>	
<p>1913 - Decreto n.º 193, de 29.10.1913</p> <p><u>Museus / Monumentos Nacionais</u></p> <p>Regulamento do Ministério da Instrução Pública. Uma das repartições é a Repartição da Instrução Artística (R.I.A.). Competem-lhe, entre outros, os assuntos referentes a Museus e Monumentos Nacionais (art.º 10).</p>	
<p>1915 - É criado na cidade de Évora o museu regional de obras de arte e peças arqueológicas, que se encontra instalado no paço arquiépiscopal, edifício seiscentista que apresenta ao público um acervo notável.</p> <p>- Museu do Abade de Baçal Dec. Lei nº 2.119, de 13 de Nov., 1915</p>	
<p>1916 - Museu de Grão Vasco Decreto-Lei nº 2284-C, de 16 de Março de 1916</p>	
<p>1917 - Museu de Lamego - Decreto-Lei nº 3.074, de 5 de Abril de 1917</p> <p>Fundado em 1917, encontra-se instalado num edifício do século XVIII, que foi Paço dos Bispos de Lamego.</p> <p>COLECÇÕES: As espécies mais notáveis são as célebres tapeçarias flamengas do séc. XVI: Tapeçarias da História de Édipo, "A Música", "O Templo de Latona", e os cinco quadros quinhentistas de Vasco Fernandes: "A Criação dos Animais", "A Anunciação", "A Visitação", "A Apresentação no Templo" e a "Circuncisão".</p> <p>Apresenta também colecções de pintura nomeadamente de Grão Vasco, escultura, tapeçaria, mobiliário, cerâmica, obras de talha, arqueologia e paramentaria.</p> <p>- Museu de Leiria – Dec. 3553 de 15/11/1917. Museu regional de obras de arte, arqueologia e numismática.</p>	

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>1918 - Museu D. Diogo de Sousa: Dec. Lei n.º 4.011, de 28 de Março de 1918.</p> <p>- É criado o Museu Comercial de Lisboa junto ao Instituto Superior de Comércio de Lisboa (Decreto de 23 de Setembro de 1918. O Decreto n.º 5.102, de 11.01.1919, regulamenta o Museu Comercial..</p>	
<p>1921 – Lei 1175 de 1/6/1921 – Dec. 7970 de 14/12/1921 Museu Regional de D. Lopo de Almeida, em Abrantes</p>	
<p>1924 - Decreto n.º 1.700, de 19.12</p> <p><u>Direcção Geral de Belas Artes / Conselho Superior de Belas Artes</u></p> <p>A Direcção Geral de Belas Artes coordena as entidades que têm a seu cargo os serviços artísticos e arqueológicos do país e as suas relações com o Governo.</p> <p>Junto do Ministério de Instrução Pública funciona um Conselho Superior de Belas Artes que tem, entre outras funções, a de completar o inventário da riqueza artística e arqueológica nacional (art.º 5.º).</p> <p>O país é dividido em três circunscrições, com sede em Lisboa, Porto e Coimbra.</p> <p>(v. Decreto de 26.5.1911).</p> <p>Em cada sede existe um Conselho de Arte e Arqueologia.</p> <p>V. Decreto-Lei n.º 11.445, de 13.2.1926 que regulamenta o presente diploma.</p> <p>O preâmbulo do Decreto-Lei n.º 20.985 de 7.3.32 refere-se a este diploma como contendo a "organização dos serviços de Belas Artes".</p>	
<p>1925 - Decreto n.º 10.426, de 2.1.</p> <p>Suspende a Lei n.º 1.700, de 18.12.1924, considerando que a execução plena dessa Lei se traduz num <i>"novo aumento de despesas públicas para a cobertura das quais nem sequer foram criadas receitas compensadoras"</i>.</p> <p>1925 - Decreto n.º 10.600, de 7.3.</p> <p>Anula o Decreto n.º 10.426, de 2.1.1925 que suspendeu a execução da Lei n.º 1.700, de 19.12.1924.</p> <p>As despesas que derivarem da execução da Lei n.º 1.700 serão custeadas por verbas já criadas (arts. 77.º a 79.º da referida Lei).</p>	
<p>1926 - Decreto n.º 11.445, de 13.2. (Regulamento da Lei n.º 1.700, de 19.12.1924).</p>	<p>1926 – A Sociedade das Nações publica regularmente através do “Office</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p><u>Inventariação / conservação / património artístico nacional / museus / móveis / imóveis / penalidades / inventário geral dos imóveis classificados / zona de protecção / monumento nacional / imóveis de interesse público.</u></p> <p>A Direcção Geral de Belas Artes coordena as entidades que procedem à inventariação, conservação e enriquecimento do património artístico nacional. O Conselho Superior de Belas Artes funciona junto ao Ministério da Instrução Pública e é o organismo técnico principal de consulta, reunindo trimestralmente. Os Conselhos de Arte e Arqueologia funcionam em cada uma das sedes das três circunscrições - Lisboa, Porto e Coimbra (arts.º 10.º a 32.º). A Direcção Geral de Belas Artes e os Conselhos de Arte e Arqueologia organizarão o inventário dos móveis e imóveis que possuam valor histórico, arqueológico, numismático ou artístico digno de inventariação (art.º 46.º). O artigo 47.º define obras de arte e objectos arqueológicos. Este inventário abrangerá duas partes: uma referente a móveis e imóveis na posse de particulares de que o Estado tenha conhecimento. Quanto aos imóveis e móveis de propriedade pública, inventariados nos termos do art.º 46.º, não podem ser alienados sem consentimento do Ministério da Instrução Pública. Sendo de propriedade particular não poderão ser alienados sem participação ao mesmo Ministério (art.º 54.º). O Estado tem direito de preferência caso permita a alienação de imóveis ou móveis inventariados nos termos do art.º 46.º. As penalidades pelo não cumprimento são, respectivamente, multa e nulidade de transacção e multa. É a 3.ª Repartição da Direcção Geral de Belas Artes que dirige os serviços de inspecção, conservação, reparação ou restauro de Monumentos Nacionais. Deve, nomeadamente, manter actualizado o inventário geral dos imóveis classificados e fixar uma zona de protecção, para cada monumento classificado, não inferior a 50 metros. Para quaisquer alterações dentro dessa zona é necessária autorização do Ministério de Instrução Pública (art.º 96.º). O título de "Monumento Nacional" (art.º 109) será dado aos imóveis cuja conservação e defesa represente interesse nacional, pelo seu valor artístico, histórico ou arqueológico, sendo concedido por Decreto do Ministério da Instrução Pública, sob proposta da Direcção Geral de Belas Artes, por iniciativa dos Conselhos de Arte e Arqueologia. Os imóveis que ofereçam considerável interesse público, mas que não mereçam a classificação de Monumento Nacional, podem ser descritos em cadastro especial (art.º 115).</p>	<p>international des Musées “ a revista ‘Mouseion’ até 1946.</p>
<p>1928 - Museu de Alberto Sampaio</p>	

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>Dec. Lei n.º 15.209, de 17. Março. 1928</p> <p>1928 - Decreto n.º 15.216, de 14.3.</p> <p><u>Acesso a museus / Classificação / Monumentos nacionais / Imóveis de Interesse Público</u></p> <p>Reorganização dos serviços artísticos e arqueológicos. Completa e efectiva o Conselho Superior de Belas Artes, criado pela Lei n.º 1.700 de 19.12.1924. Estabelece o princípio da não gratuidade completa dos museus (art.º 47). O Conselho Superior de Belas Artes deve ser ouvido nomeadamente quanto às propostas respeitantes à classificação de Monumentos Nacionais (art.º 6.º, n.º 3). A comissão executiva de cada um dos Conselhos de Arte e Arqueologia das três circunscções (Lisboa, Porto e Coimbra) deve propor superiormente a classificação de Imóvel de Interesse Público (art.º 6.º, n.º 2).</p> <p>V. preâmbulo do Decreto-Lei n.º 27.633, de 3.4.1937. No parágrafo 14.º afirma-se a "protecção do património de arte, da história e da natureza" como princípio constitucional.</p>	
<p>1929 - Decreto n.º 16.481, de 8.2.</p> <p>Extingue a Direcção Geral de Belas Artes (art.º 19.º). A Direcção Geral do Ensino Superior, Secundário e Artístico compreende, entre outras, as seguintes repartições: Repartição do Ensino Artístico e Repartição dos Monumentos Nacionais.</p>	
<p>1930 - Decreto n.º 18.082, de 8.3.</p> <p><u>Direcção Geral do Ensino Superior e Belas Artes.</u></p> <p>A reorganização do Ministério da Instrução Pública de 1929 concentrou uma única Direcção Geral os serviços de Ensino Superior, Secundário e Artístico, tendo deixado de existir a Direcção Geral de Belas Artes. A partir de agora, desligam-se os serviços de Ensino Secundário pelo que a Direcção Geral passa a ter a designação de Direcção Geral do Ensino Superior e Belas Artes.</p>	
<p>1931 - Decreto n.º 20.586, de 27.11.</p>	<p>1931 - Carta de Atenas sobre o restauro de monumentos. Serviço Internacional de Museus,</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p><u>Alienação da propriedade / obra de arte / objectos arqueológicos / exportação de obras de arte / inventariação.</u></p> <p>Os diplomas:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Lei n.º 1.700, de 18.12.1924 . Decreto n.º 11.445, de 13.2.1926 . Decreto n.º 15.216, de 14.3.1928, <p>tornaram as medidas de protecção do património artístico e arqueológico nacional, neles decretadas, dependentes de um inventário geral prévio, operações estas naturalmente lentas, dispendiosas e difíceis, pelo que o presente Decreto impõe medidas de protecção imediatas que obstem à saída para o estrangeiro deste património.</p> <p>Assim, estabelece-se que as medidas previstas nesses diplomas não ficam dependentes de quaisquer operações de inventário por agentes do Estado. Os detentores das espécies aí referidas, tenham ou não sido inventariadas, não podem fazê-las sair do país, seja a que título for, sem prévia comunicação ao Ministério da Instrução Pública, que mandará examinar a peça e dará ou não autorização.</p> <p>V. preâmbulo do Decreto-Lei n.º 27.633, de 3.4.1937 (parág. 15.º)</p>	<p>Atenas, 21 a 30 de Outubro de 1931</p>
<p>1932 - Decreto n.º 20.985, de 7.3.</p> <p><u>Conservação do património artístico e arqueológico / penalidades / classificação / monumentos nacionais / imóveis de interesse público / valor artístico / valor histórico / valor arqueológico / valor numismático / Inventariação / Obras / Comissões Municipais de Arte e Arqueologia / grupos de amigos dos museus ou monumentos.</u></p> <p>É à Direcção Geral do Ensino Superior e Belas Artes que compete, entre outras funções, a guarda e conservação do património artístico e arqueológico do país (art.º 1.º).</p> <p>Fará inventário de móveis ou imóveis com valor artístico, histórico, arqueológico ou numismático.</p> <p>Inventário que abrange duas partes: móveis ou imóveis na posse do Estado ou outras entidades públicas, ou na posse de particulares (arts. 2.º e 3.º).</p> <p>Terá a cooperação de Academia Nacional de Belas Artes e do Conselho Superior de Belas Artes.</p> <p>Estabelece-se o prazo de seis meses para as diversas entidades referidas no art.4º enviarem à Direcção Geral do Ensino Superior e Belas Artes uma relação descritiva dos móveis.</p>	<p>Surge a ciência museográfica:</p> <p>«La Museographie – Ce mot de formation savante et récente se définit sans doute : science de l’organisation des musées. En y incorporant l’histoire de ceux-ci, leur législation, l’art de présenter les collections, de les inventorier e cataloguer, les techniques nécessaires à l’étude et à l’entretien des objets, on aura énuméré à peu près les éléments d’une véritable science professionnelle encore en formation, et que rendent sans plus parfaite l’application de nouvelles méthodes ». - «1882-1932» <i>L’École du Louvre</i> - Bibliothèque de l’École du Louvre – Paris, 1932.</p>
<p>1933 – Inauguração do Museu de José Malhoa, nas Caldas da Rainha.</p>	
<p>1934 – Inicia publicação da revista “Museu” em Vila Nova de Gaia dirigida por Aarão de Lacerda, Armado</p>	<p>1934 - A Sociedade das Nações publica regularmente através do “Office international des Musées “ a</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>de Matos e Vasco Valente.</p> <p>“Museu, neste momento de febril inquietação, de fremência criadora, pedirá ao Passado a sua razão de ordem, mas fá-lo sem a neofobia tão peculiar, em geral, àqueles que só encontram a perfeição nas idades que findaram. E o que Museu vai demandar nesse Passado são valores permanentes através das idades, que não são velhos nem novos, mas que vivem acima do tempo, são eternos, e representam para os homens de hoje uma vivência impulsionante.” (Lacerda, Aarão de. (1934). Museu, in «Museu», n.º 1. Gaia: Edições Pátria, p. 6)</p>	<p>revista ‘Mouseion’, de 1926 até 1946.</p> <p>É organizada em Madrid uma conferência internacional de museologia pelo Office international des Musées de la Société des Nations (antecessor do ICOM) sobre ‘l’architecture et l’aménagement des musées’</p> <p>Publicaram-se dois volumes de ‘<i>Muséographie. Architecture et aménagement des musées d’art</i>’. Foi a primeira publicação internacional sobre este tema, que resultou de uma conferência de estudos organizada pela Sociedade das Nações e realizada em Madrid em 1934.</p>
<p>1936 – O Código Administrativo de 1936 concede às Juntas de Província atribuições de fomento e coordenação económica, de cultura e assistência.</p>	
<p>1940 – Museu da Guarda - Fundado em 1940 e transferido para o IPPC pelo Decreto-Lei nº 207/85, de 26 de Junho</p>	
<p>1942 – É inaugurado o Museu da Cidade de Lisboa</p>	
	<p>1945 - A ONU cria a UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), com sede em Paris, a qual tem por missão “<i>contribuir para a manutenção da paz e da segurança ao estreitar, pela educação, pela ciência e pela cultura, a colaboração entre as Nações, a fim de assegurar o respeito universal pela justiça, pela lei, pelos direitos do homem e pelas liberdades fundamentais</i>”. (O que é a UNESCO. (1980). Lisboa, Comissão Nacional da UNESCO)</p>
<p>1944 - Museu de Arte Popular - Decreto-Lei nº 33.820, de 28 de Julho de 1944</p>	
<p>1947 – Museu de Etnografia e História da Província do Douro – Litoral, no Porto</p>	<p>1947 - É criado o ICOM (International Council of Museums - Conselho Internacional dos Museus. Organização Internacional não Governamental, dos museus e dos profissionais do museu, criada para promover os interesses da Museologia e das outras disciplinas relacionadas com a Gestão e as actividades dos Museus, que pertence à UNESCO, tendo como objectivos: encorajar e apoiar a criação, o desenvolvimento e a gestão profissional dos museus e de todas as categorias; dar melhor a conhecer e a compreender a natureza, as funções e o papel dos museus ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento; organizar a cooperação e a entajuda entre os museus e os membros da profissão de museologia nos diferentes países; representar, defender e promover os interesses de todos os profissionais de museu sem excepção; fazer progredir e difundir o conhecimento no âmbito da</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

	museologia e outras disciplinas relacionadas com a gestão e a actividade do museu.
1948 – (15 de JUL) Inauguração do Museu de Arte Popular.	1948 - Inicia-se a publicação da revista <i>Museum</i> , que sucede à <i>Mouseion</i> pela UNESCO. Revista trimestral, “é ao mesmo tempo um periódico de informação e um instrumento de investigação no domínio da museografia” (<i>Museum</i> , vol.1, n.º 1-2, 1948)
	1949 - É criado o Conselho da Europa com sede em Estrasburgo (França) para propor a adopção de acções conjuntas nos sectores social, económico, cultural, científico, jurídico e administrativo, de forma a contribuir para a União Europeia estreitar a democracia parlamentar e os direitos dos (as) Cidadãos (ãs) e, para a melhoria das condições de vida, no respeito pelos valores Humanos
	1954 - Convenção da Haia para a protecção dos bens culturais em caso de conflito armado (UNESCO). UNESCO, Haia, 14 de Maio de 1954. - Convenção Cultural Europeia. Conselho da Europa, Paris, 19 de Dezembro de 1954.
	1956 - Recomendação sobre os princípios internacionais aplicáveis a escavações arqueológicas. UNESCO, Nova Deli (Índia), 5 de Dezembro de 1965.
1959 -	1959 - É criado o ICCROM (International Centre for the Study of the Preservation and the Restoration of Cultural Property - Centro Internacional de Estudos para a Conservação e o Restauro de Bens Culturais) (UNESCO).
1960 - Museu de José Malhoa Dec. Lei n.º 42938 de 22/4/1960	
	1961 - Aprovam-se os primeiros estatutos do ICOM (vigentes até 1968)
1962 - Museu Monográfico de Conimbriga - De. Lei n.º 44349 de 14/5/1962	1962 - Recomendação sobre a salvaguarda da beleza e do carácter das paisagens e sítios. UNESCO, Paris, 11 de Dezembro de 1962. 1964 – Carta de Veneza sobre a Conservação e o Restauro de Monumentos e Sítios. ICOMOS, Veneza, 25 a 31 de Maio de 1964
1965 - Museu Nacional de Etnologia Decreto-Lei n.º 46.254, de 19 de Março de 1965. - Decreto-Lei n.º 46.349, de 22.5.1965	1965 - Criação do ICOMOS (International Council on Monuments and Sites - Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios) (UNESCO)

Classificação / monumentos nacionais / imóveis de interesse público / valores concelhios / conjuntos e elementos / valor arqueológico / valor artístico / valor histórico / valor paisagístico.

Promulga o Regimento da Junta Nacional da Educação (JNE).

2.^a secção - Antiguidades e Belas Artes (art.º 2.º parágr. 1.º, art.º 6.º, art.º 19.º).

São atribuições das suas subsecções (art.º 19.º, parágr. 1.º, n.º 1) propor a classificação ou emitir parecer sobre as propostas de classificação como monumento nacional, imóvel de interesse público e valor concelhio, de elementos ou conjuntos de considerável valor artístico, histórico, arqueológico ou paisagístico.

A 2.^a secção poderá ter delegados permanentes nos concelhos (art.º 34.º).

Decreto-Lei n.º 46.758, de 18.12.65

Museus / curso de conservadores / organização e funcionamento dos museus / direcção dos museus / conservadores de museus / curso de conservador de museu / Instituto de José de Figueiredo.

Promulga o Regulamento Geral dos Museus de Arte, História e Arqueologia.

Regulamenta a organização e funcionamento dos museus, a direcção dos museus, o curso de conservador de museu e a inspecção dos museus.

Art.º 5.º, do Título I, Cap. I do Decreto-lei n.º 46.758, “*Os museus têm a seguinte finalidade geral:*

- 1) *Conservar e ampliar as colecções de objectos com valor artístico, histórico e arqueológico;*
- 2) *Expor ao público as espécies que melhor possam contribuir para a formação do seu espírito e para educação da sua sensibilidade;*
- 3) *Realizar trabalhos da indagação artística, histórica e arqueológica e facultar elementos de estudo aos investigadores;*
- 4) *Constituírem-se em centros activos de divulgação cultural, solicitando constantemente o público e esclarecendo-o.”*

No Art.º 7.º do mesmo Decreto-Lei, apresentam-se os museus como “*órgãos de cooperação escolar, com a função de coadjuvar as Universidades e as escolas superiores de belas-artes nos estudos de arte, história e*

Organização internacional envolvida com a promoção da conservação, protecção, reabilitação e melhoria de monumentos, grupos de edifícios e sítios, a nível internacional, que pertence à UNESCO, tendo como objectivos: promover mecanismos de ligação entre autoridades públicas, instituições e indivíduos preocupados com a conservação de monumentos, grupos de edificações e sítios, e assegurar sua representação junto a organizações internacionais; recolher, estudar e difundir a informação referente a princípios, técnicas e programas para a conservação, protecção, reabilitação e melhoria de monumentos, grupos de edificações e sítios; cooperar a níveis nacional e internacional na criação e desenvolvimento de centros de documentação ligados à conservação e protecção de monumentos, grupos de edificações e sítios, e com o estudo e prática de técnicas de construção tradicional; estabelecer e manter estrita cooperação com a UNESCO, o ICCROM, com centros regionais de conservação patrocinados pela UNESCO, e outras instituições e organizações internacionais ou regionais com objectivos equivalentes; encorajar e instigar outras actividades consistentes com estes Estatutos.

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p style="text-align: center;"><i>arqueologia”</i></p> <p>Estabelece as funções do Instituto de José de Figueiredo</p> <p>- É fundada a APOM (Associação Portuguesa de Museologia)</p>	
<p>1969 – (2 de Out.) É inaugurado o Museu Gulbenkian</p>	<p>- 1969- Convenção Europeia para a Protecção do Património Arqueológico. Conselho da Europa, Londres, 6 de Maio de 1969.</p>
	<p>1970 - Convenção relativa às medidas a adoptar, para proibir e impedir à importação e exportação e a transferência ilícitas da propriedade de bens culturais. UNESCO, Paris, 14 de Novembro de 1970</p>
<p>1971 – É criado o Museu Etnográfico e Arqueológico Dr. Joaquim Manso: Dec. Lei 547/70 de 12/11</p> <p>Decreto-Lei n.º 408/71, de 27.9.</p> <p><u>Bens móveis / bens imóveis / valor histórico / valor artístico / valor arqueológico / museus.</u></p> <p>Lei orgânica do Ministério da Educação Nacional. É criada a Direcção Geral dos Assuntos Culturais (preâmbulo B) 2), para a qual transitam as funções de natureza cultural até aqui integradas na Direcção Geral do Ensino Superior e Belas Artes, tais como as relativas a bens de valor histórico, artístico, arqueológico, museus ...</p> <p>Como serviço executivo (art.º 4.º, n.º 2 b), à Direcção Geral dos Assuntos Culturais incumbe, entre outras funções, a organização do cadastro dos bens móveis e imóveis, inventariados e classificados ... (art.º 10.º).</p> <p>A Lei orgânica da Direcção Geral dos Assuntos Culturais é o Decreto-Lei n.º 582/73, de 5.11..</p>	
<p>1972 -</p>	<p>1972 - Convenção para a protecção do património mundial, cultural e natural. UNESCO, Paris, 16 de Novembro de 1972.</p> <p>- Recomendação sobre a protecção, no âmbito nacional, do património cultural e natural. UNESCO, Paris, 16 de Novembro de 1972.</p>
<p>1973 - Decreto-Lei n.º 582/73, de 5.11.</p>	

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p><u>Classificação / conservação / património cultural / bens móveis / bens imóveis / valor histórico / valor artístico / valor arqueológico / valor etnográfico / valor paisagístico / inventariação / propriedade pública / propriedade privada.</u></p> <p>Organiza a Direcção Geral dos Assuntos Culturais, criada pelo Decreto-Lei n.º 408/71, de 27.9.</p> <p>Cabe-lhe promover (...) a classificação, conservação e defesa do Património Cultural da Nação (art.º 1.º a); dos bens móveis e imóveis que pelo seu valor histórico, artístico, arqueológico (...) etnográfico ou paisagístico constituam elementos do Património Cultural da Nação (art.º 2.º b).</p> <p>Um dos serviços é a Divisão do Património Cultural (art.º 3.º b), a quem compete promover, organizar e manter actualizado o inventário e classificação das espécies artísticas, arqueológicas, etnográficas (...), quer em poder do Estado, quer das autarquias ou de particulares (...) (art.º 5.º).</p>	
<p>1975 - Decreto-Lei n.º 409/75, de 2.8.</p> <p>Introduz alterações no Ministério da Comunicação Social.</p> <p>Integra a Secretaria de Estado da Cultura no Ministério da Comunicação Social.</p> <p>Cria a Direcção Geral do Património Cultural, que será extinta pelo Decreto-Lei n.º 59/80, de 3.4..</p>	<p>1975 - Carta Europeia do Património Arquitectónico. Conselho da Europa, Estrasburgo, 26 de Setembro de 1975.</p> <p>- Declaração de Amesterdão. Conclusões do Congresso sobre o património arquitectónico europeu. Conselho da Europa, Amesterdão, 21 a 25 de Outubro de 1975.</p> <p>- Carta sobre o Turismo Cultural. ICOMOS, Bruxelas, 8 a 9 de Novembro de 1976.</p>
<p>1976 – Museu Nacional do Traje Dec. Lei n.º 863/76, de 23 de Dezembro</p> <p>Decreto n.º 89/76, de 29.1.</p> <p>Extingue a Direcção Geral dos Assuntos Culturais sendo os seus serviços transferidos para a Secretaria de Estado da Cultura.</p> <p>- Decreto-Lei n.º 116-B/76, de 9.2.</p> <p><u>Imóveis classificados / Monumentos Nacionais / conservação / obras.</u></p> <p>Dá nova redacção ao art.º 44.º do Decreto n.º 20.985, de 7.3.32.</p> <p>Art.º 44.º A fim de salvaguardar o valor cultural do imóvel classificado, os proprietários e usufrutuários a que se refere o artigo 32.º são obrigados a proceder à execução das obras de conservação que lhes sejam</p>	<p>1976 - Recomendação sobre a salvaguarda dos conjuntos históricos e da sua função na vida contemporânea, UNESCO, Nairobi - Quénia, 26.11.1976.</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>ordenadas pelas instâncias competentes, de modo a obstar à sua destruição ou diminuição.</p> <p>Parágr. 1.º Caso essas obras não tenham sido iniciadas ou concluídas dentro dos prazos fixados pelas autoridades competentes, serão as mesmas executadas pelo Estado, correndo o seu custeio, acrescido das respectivas despesas de administração, por conta dos proprietários ou usufrutuários.</p> <p>Parágr. 2.º Quando os referidos proprietários ou usufrutuários comprovarem não possuir meios para o pagamento integral daquelas obras, será o seu custo suportado, total ou parcialmente, pelo Estado, consoante o que for apurado em face das circunstâncias de cada caso.</p>	
<p>1977 -</p>	<p>1977 - Apelo de Granada sobre a arquitectura rural e o ordenamento do território. Conselho da Europa, Granada, 2.11.77.</p>
<p>1980 - Museu Nacional do Azulejo - Dec. Lei nº 404/80, de 26 de Setembro</p> <p>- Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves Dec. Lei nº 228/80, 12 de Julho</p> <p>- Decreto-Lei n.º 59/80, de 3.4. Reestrutura a Secretaria de Estado da Cultura, criando o IPPC (Instituto Português do Património Cultural).</p> <p>- Decreto-Lei n.º 244/80, de 22.7 Cria o Comissariado para a XVII Exposição Europeia de Arte, do Conselho da Europa, a realizar em Lisboa.</p> <p>- Decreto Regulamentar n.º 34/80, de 1.8. Aprova a Lei Orgânica do Instituto Português do Património Cultural.</p>	<p>1980 Assembleia-geral do ICOM Décima segunda Conferência Geral do ICOM. O Património Cultural – A responsabilidade do Museu. México</p>
	<p>1981 - Carta de Florença sobre a salvaguarda de jardins históricos, ICOMOS, Florença, 21.05.81.</p>
<p>1982 - Museu da Terra de Miranda: Dec. Lei nº 136/82, 23. Abril.</p> <p>- Inauguração do Ecomuseu Municipal do Seixal.</p>	<p>1982- MNES (Muséologie nouvelle et Expérimentation Sociale), em França.</p>
<p>1983 - Inicia a publicação da revista do IPPC <i>Património Cultural</i></p> <p>- Museu de Cerâmica: Dec. Lei nº 200/83, de 19/5</p>	<p>1983 - Assembleia-geral do ICOM. Décima terceira Conferência Geral do ICOM. Museus para o Desenvolvimento Mundial. Londres – Inglaterra</p> <p>1983 - Resolução 813 (1983) da Assembleia Parlamentar sobre a arquitectura contemporânea. Conselho da Europa, Estrasburgo, 23.11.83.</p>
<p>1984 -</p>	<p>1984 - Realização em Montreal (Canadá) do I Atelier Internacional da Nova Museologia.</p> <p>- Declaração de Oaxtepec. Encontro Internacional</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

	Museus e Comunidade. Oaxtepec – México, 1984.
<p>1985 - Património cultural Segundo a legislação portuguesa, “todos os bens materiais e imateriais que, pelo seu reconhecido valor próprio, devam ser considerados como de interesse relevante para a permanência e identidade da cultura portuguesa através do tempo” (artº 1º da Lei do Património Cultural, Lei nº 13/85, de 6 Julho, já revogado),</p> <p>- II Atelier Internacional da Nova Museologia, em Lisboa, Novembro: Museus Locais.</p> <p>- Museu da Guarda: Fundado em 1940 e transferido para o IPPC pelo Decreto-Lei nº 207/85, de 26 de Junho.</p> <p>- Inauguração do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo</p>	<p>1985 - Convenção para a Salvaguarda do Património Arquitectónico da Europa. Conselho da Europa, Granada, 3.10.85.</p> <p>- É criado o MINOM (Movimento Internacional para a Nova Museologia), em Lisboa</p>
	1986 - Assembleia-geral do ICOM. Décima quarta Conferência Geral do ICOM. Museus e o futuro do nosso património: Chamada de Emergência. Buenos Aires - Argentina
<p>1987 - Lei de Bases do Ambiente (Lei nº 11/87, de 7 de Abril);</p> <p>- Museu dos Biscainhos: Dec. Lei nº 133/87</p>	1987 - Carta Internacional sobre a salvaguarda das cidades históricas. ICOMOS, Washington D.C., 7 a 15 de Outubro de 1987.
<p>1988 - Responsabilidade Técnica dos Arquitectos nos Projectos em Imóveis Classificados, Vias de Classificação e Zonas de Protecção (Decreto-Lei nº 205/88, de 16 de Julho).</p> <p>- Inauguração do Museu Municipal de Alcochete.</p>	
1989 - Museu de Etnografia e História da Província do Douro – Litoral, no Porto (criado em 1947) transita da Assembleia Distrital do Porto para o IPPC.	1989 - Recomendação n.º R (89) 6 sobre a protecção e a valorização do património arquitectónico rural. Conselho da Europa, Estrasburgo, 13.04.89.
	1990 - Carta Internacional sobre a protecção e a gestão do património arqueológico. ICOMOS, Lausanne, Suíça, 6 a 11 de Outubro de 1990.
<p>1991 - Decreto-Lei n.º 278/91, de 9.8.</p> <p><u>Museus / Património Móvel e Imaterial</u></p> <p>É criado o Instituto Português de Museus (IPM). O IPM é um serviço público dotado de personalidade jurídica (...) com o objectivo de superintender,</p>	1991 – Recomendação n.º R (91) 13 sobre a protecção do património arquitectónico do século XX. Conselho da Europa, Estrasburgo, 9 de Setembro de 1991.

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>planear e estabelecer um Sistema Nacional de Museus, visando a coordenação e execução de uma política museológica integrada.</p> <p>- Criação do Museu de Arte Sacra e Etnologia, do Instituto Missionário da Consolata, em Fátima.</p>	
<p>1992- Decreto-Lei n.º 106-A/92, de 1.6.</p> <p>É extinto o Instituto Português do Património Cultural (IPPC)</p> <p>Decreto-Lei n.º 106-F/92, de 1.6.</p> <p><u>Património cultural arquitectónico e arqueológico / inventário / classificação / desclassificação / bens culturais móveis arqueológicos / conservação / restauro.</u></p> <p>É criado o Instituto Português do Património Arquitectónico e Arqueológico (IPPAR), sendo suas atribuições a salvaguarda e a valorização de bens que, pelo seu interesse histórico, artístico ou paisagístico, integrem o património cultural arquitectónico e arqueológico do País (art.º 2, n.º 1).</p>	<p>1992 - Convenção Europeia para a Protecção do Património Arqueológico. Conselho da Europa, La Valetta, Malta, 16 Janeiro de 1992.</p> <p>- Direito Comunitário (originário) A Comunidade: Contribuirá para o desenvolvimento das culturas dos Estados-membros, respeitando a diversidade nacional e regional, e pondo em evidência o património cultural comum; apoiará a conservação e salvaguarda do património cultural de importância europeia (artº 151º do Tratado da União Europeia).</p> <p>Direito Comunitário (derivado) Regulamento (CEE) Nº 3911/92, do Conselho, de 9 de Dezembro, relativo à exportação de bens culturais.</p>
<p>1993 - Regime Jurídico da Rede Nacional de Áreas Protegidas (Decreto-Lei nº 19/93, de 23 de Janeiro);</p>	<p>1993 - Directiva 93/7/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 5 de Junho, sobre restituição de bens culturais que tenham saído ilicitamente do território de um Estado-membro.</p>
<p>1994 -</p>	<p>1994 - Carta de Villa Vigoni sobre a protecção dos bens culturais da Igreja (Secretariado da Conferência Episcopal Alemã e Comissão Pontifícia para os Bens Culturais da Igreja. Villa Vigoni (Itália), 1 de Março de 1994.</p> <p>- Documento de Nara sobre a autenticidade do património cultural. UNESCO, ICCROM e ICOMOS, Nara (Japão), 1 a 6 de Novembro de 1994).</p>
<p>1995 - Carta de Lisboa sobre a reabilitação urbana integrada (1.º Encontro Luso-brasileiro de Reabilitação Urbana; Lisboa, 21 a 27 de Outubro de 1995)</p>	<p>1995 - Convenção do UNIDROIT (Instituto Internacional para a Unificação do Direito Privado) sobre Bens Culturais Roubados ou Ilicitamente Exportados. UNIDROIT, Roma, 24 de Junho de 1995.</p> <p>- Carta de Lisboa sobre a reabilitação urbana integrada. 1.º Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana. Lisboa, 21 a 27 de Outubro de 1995.</p>
	<p>1996 - Carta Internacional sobre a protecção e a gestão do património cultural subaquático. ICOMOS, Sófia, Bulgária, 5 a 9 de Outubro de 1996.</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

<p>1997 - Património Cultural Subaquático (Decreto-Lei nº 164/97, de 27 de Junho);</p>	
<p>1998 - Lei de Bases da Política do Ordenamento do Território e do Urbanismo (Lei nº 48/98, de 11 de Agosto);</p> <p>- EXPO'98, em Lisboa</p>	<p>1998 - Assembleia-geral do ICOM Décima oitava Conferência Geral do ICOM. Museus e Diversidade Cultural: antigas culturas, novos mundos. Melbourne – Austrália</p> <p>- Pedagogia do Património – Conselho da Europa. Recomendação relativa a pedagogia do Património. Estrasburgo – França, 1998.</p>
<p>1999 - Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão Territorial (Decreto-Lei nº 380/99, de 22 de Setembro)</p>	<p>1999 - Carta Internacional sobre turismo (ICOMOS, cidade do México, 17 a 23 de Outubro de 1999).</p> <p>- Carta sobre o património construído vernáculo (ICOMOS, cidade do México, 17 a 23 de Outubro de 1999).</p>
	<p>2000 - Carta de Cracóvia 2000. Princípios para a conservação e o restauro do património construído. Cracóvia, Polónia, 26 de Outubro de 2000.</p>
<p>2001 -</p> <p>Património cultural: “integram o património cultural todos os bens que, sendo testemunhos com valor de civilização ou de cultura portadores de interesse cultural relevante, devam ser objecto de especial protecção e valorização.” (Lei de Bases da Política e do Regime de Protecção e Valorização do Património Cultural, Lei nº 107/2001, de 8 de Setembro, nº 1 do artigo 2º).</p> <p>- Regime Jurídico da Urbanização e da Edificação, aprovado pelo (DL nº 177/2001, de 4 de Junho);</p>	<p>2001- Assembleia-geral do ICOM Décima nona Conferência Geral do ICOM Mudanças na gestão dos museus face aos desafios económicos e sociais. Barcelona – Espanha</p> <p>- Resolução do Conselho de 12 de Fevereiro de 2001, CE, relativa à qualidade arquitectónica no meio urbano e rural.</p> <p>- Convenção para a protecção e a gestão do património cultural subaquático (UNESCO, Paris, 2 de Novembro, de 2001).</p>
<p>2002 - Criação e Gestão de Parques Arqueológicos (Decreto-Lei nº 131/2002, de 11 de Maio);</p>	
<p>2003 -</p>	<p>2003 - Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, UNESCO, Paris 17 de Outubro de 2003).</p> <p>Património Cultural Imaterial: “Práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões – bem como os instrumentos, objectos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, os grupos e, sendo o caso, os indivíduos reconheçam como fazendo parte</p>

ANA SOFIA FERNANDES DE LEMOS PAIS ANTUNES
MUSEALIZAÇÃO DO CONCELHO DO CARTAXO

	<p>integrante do seu património cultural. Esse património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interação com a natureza e da sua história, inculcando-lhes um sentimento de identidade e de continuidade, contribuindo, desse modo, para a promoção do respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana.” (Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, UNESCO, artº 2º, nº 1, Paris 17 de Outubro de 2003).</p>
<p>2004 - Lei Quadro dos Museus Portugueses (Lei nº 47/2004, de 19 de Agosto)</p>	<p>2004 - Assembleia-geral do ICOM Vigésima Conferência Geral do ICOM Museus e Património Imaterial. Seoul – Coreia</p>
<p>2006 - Ministério da Cultura (DL nº 215/2006, de 27 de Outubro); BNP (Biblioteca Nacional); DGARQ (ex-Torre do Tombo e Centro Português de Fotografia); IGESPAR, I.P. (ex-IPPatrimónio Arquitectónico e IPArqueologia); IMC, I.P. (ex-IPConservação e Restauro, IPMuseus, Rede P Museus) Cinenateca, I.P. ; Conselho Nacional da Cultura; DGARTES DGLB (IPLivro e Bibliotecas); Direcções Regionais Cultura; ICA, I.P. (Cinema e Audiovisual)</p>	

Apêndice

Apêndice I

O projecto de um museu nunca está concluído.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo insere-se num projecto museológico que pela sua prática museológica e museográfica contribuiu para a formação do Movimento da Nova Museologia (1985). Foi um Movimento que muitos intelectuais souberam teorizar a partir de práticas museológicas deste tipo que foram desenvolvidas em vários países, sobretudo europeus e americanos. Foi um Museu onde o poder autárquico, a comunidade e os profissionais de museologia desempenharam um trabalho em harmonia. Nada estava formalizado nas múltiplas relações entre o museu e a comunidade. Havia um diálogo em sintonia entre o Museu e a comunidade. Bastava um simples pedido para haver uma resposta imediata de ambas as partes.

Apesar de se terem feito muitas exposições temporárias, incorporações de objectos, múltiplas acções culturais, estudos e restauros, o percurso de vida do Museu ainda não tinha chegado ao fim, nem nunca chegará, porque uma instituição museológica está sempre em construção.

Como qualquer instituição humana, também na sua história teve momentos baixos, com reflexos na continuidade das suas funções. Foi no período em que a autarquia teve na sua chefia um Presidente que não entendeu o que era um museu e o papel que o MRVCC estava a desempenhar junto da comunidade cartaxense. Foi um hiato, um vazio museológico, que fez estragos na sua dinâmica, no seu acervo, nos seus espaços e na equipa de profissionais.

Com uma nova gestão autárquica o MRVCC voltou a tomar um novo rumo, erguendo-se de entre os destroços provocados por um Presidente da Câmara que veio a ser Secretário de Estado da Cultura e que deixou no seu curriculum a destruição de um museu, reduzindo-o apenas a uma parte da exposição permanente.

A nova etapa começou, voltando a ter uma equipa de profissionais que assegurasse a dinâmica inicial.

O MRVCC ainda não cumpriu totalmente o que prometeu na fase inicial: a descentralização através da preservação do património ‘in situ’ e de um maior envolvimento da comunidade.

Com uma equipa de profissionais rejuvenescida, o MRVCC entrou noutra corrida, porque a imagem e a relação com a comunidade que construíra, antes da desclassificação, tinha-lhe dado muita consistência e afirmação perante o público local e o do exterior ao

concelho. A recuperação passou, numa primeira fase, por repor os serviços convencionais de um museu – incorporação e registo, conservação e restauro, pesquisa, reformulação do percurso expositivo, exposições temporárias e actividades de extensão cultural - para depois ir ao encontro das necessidades reais do município. Perante uma nova situação, a equipa renovada, nomeadamente com a integração na equipa científica de Sofia Antunes, cartaxense, com experiência na área da educação e de um olhar atento e de rigor para o património cultural, vai descobrir soluções para responder às necessidades da comunidade, e, ao mesmo tempo, preservar os seus valores culturais.

Perante esta nova realidade, o MRVCC organiza a sua gestão de modo a garantir uma maior operacionalidade, ao criar os seguintes órgãos: Direcção Operacional, Comissão Científica e Conselho Consultivo. A articulação entre estes três órgãos veio trazer uma nova dinâmica e permitir uma ligação formal com a comunidade, representada no Conselho Consultivo.

Surge a necessidade de dar uma nova imagem e dimensão aos espaços museológicos, não só com o objectivo de restituir as áreas retiradas ao Museu por uma gestão municipal que não conhecia as funções de uma instituição museológica, mas também de expandir para dar resposta a novos serviços e a novos interesses da comunidade, tais como: Centro de Documentação do Vinho e da Cultura Rural, Biblioteca associada aos conteúdos do Museu e a outras áreas procuradas pelos munícipes, reservas visitáveis (o Museu abriu com umas reservas visitáveis, porque era uma forma da comunidade ver os seus objectos permanentemente), gabinetes e equipamentos para associações com dimensão concelhia (VITICARTAXO) ou nacional (Associação de Municípios Portugueses do Vinho, com sede no Cartaxo, no MRVCC). Desta forma foi elaborado um projecto com a designação “Centro Tecnológico e de Documentação do Vinho e do Desenvolvimento Rural” onde se enquadram todos os serviços referidos e os especificamente museológicos.

Quase simultaneamente surge a vontade de ser fazer um museu do Rio Tejo, em Valada. É um projecto da ARH. IP (Associação Regional Hidrográfica do Tejo) que ofereceu à Câmara Municipal do Cartaxo para que os museólogos do MRVCC elaborassem o programa museográfico e acompanhassem os projectos de arquitectura e de expografia.

A comunidade cada vez mais se aproximou do Museu, porque vê nele um suporte para a preservação do seu património ainda vivo e em uso, como as quintas com cavalos (coudelarias) e touros, as adegas, os lagares de azeite, os restaurantes, a navegabilidade no Tejo (embarcações de turismo) e o turismo de habitação rural. Os proprietários destes

patrimónios quiseram associar-se ao Museu para encontrar soluções de comunicação e fruição dos seus produtos. A primeira etapa consistiu em criar uma parceria através de protocolo entre todas as instituições. Numa segunda fase, como solução museológica entendeu-se utilizar a metodologia da economuseologia para preservar o património 'in situ', usando os instrumentos da preservação e da comunicação para que o turismo aproveite este recurso de natureza ambiental e cultural.

E o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo ainda não chegou ao fim. Continua a iniciar a sua construção sempre inacabada.

Cartaxo, Maio de 2010

António Nabais

Apêndice II

Entrevista ao Arq. Álvaro Siza Vieira:

O projecto museológico é de uma importância vital. Nenhum arquitecto deve iniciar o seu trabalho sem ter em seu poder um projecto museológico. Será a sequência de um conjunto de informação que vem de todo o lado. Depois a avaliação dos projectos, usando sempre como metodologia o diálogo. O diálogo é fundamental. Quer dizer, sem comunicação não há nada, nem relações amorosas. Nada se consegue sem diálogo. É uma actividade multidisciplinar: museólogos, engenheiros, funcionários da Câmara... A comunicação, o diálogo, a simplicidade: uma abertura. Um conjunto de informação. Nada subsiste sem o diálogo., nada resiste sem diálogo, sem comunicação. Na Ignorância e na falta de diálogo... muitas vezes nada se consegue fazer e sozinhos também não conseguimos fazer nada. Portanto, vivemos em sociedade e o nosso trabalho fundamenta-se numa actividade multidisciplinar e interdisciplinar, e, portanto, essa comunicação e com tanta gente de áreas tão distintas: são pessoas eruditas, são museólogos, mas depois há operários também, engenheiros, presidentes da Câmara, funcionários públicos... Portanto é preciso ter esta capacidade de conseguir, de nos conseguirmos entender e sobretudo que é a questão mais difícil é a de conseguirmos compreendermo-nos uns aos outros, de entendermo-nos uns aos outros e para isso é a comunicação, é o diálogo. E é essa abertura. Portanto é a simplicidade: é adquirir uma simplicidade que nos interioriza uma abertura, ou que nos favoreça a ter uma abertura não só eu ou Dr. Nabais e todas as pessoas da equipa devem estar num estado de graça por assim dizer e de simplicidade que permita uma pureza, uma abertura muito positiva de forma a que o diálogo seja construtivo e saudável. Quando há pessoas a querer marcar território e a querer protagonismo estraga-se tudo. Portanto todas as peças são importantes, Claro há sempre umas mais importantes do que outras, mas o que é um facto é que eu, por exemplo, sem colaboradores não conseguia fazer um conjunto de coisas, impressões e tal... não conseguia fazer tudo sozinho.

Considero que a elaboração de um programa arquitectónico efectuada por museólogo é limitadora à criação de um projecto Arquitectónico? É exactamente ao contrário. Portanto é exactamente ao contrário. Portanto, quanto mais definido, claro e objectivo for o programa muito mais material que gera criatividade é dado ao criador.

Quando que é que sente que termina o seu projecto arquitectónico?

Nunca. Nunca terminou. Podia ir sempre mais longe. Podia sempre desenvolver. Há sempre um momento de consumação. De consumação de toda esta informação que nos trazem e há um momento que se sente e está consumado. Depois é uma questão de afinação. A afinação é que não tem fim. É como se a matéria estivesse sempre fresca, não estivesse cozida depende do tempo, mas, claro, que chegamos a um momento que temos que pôr um fim, mas há um momento de consumação. Esta pergunta pode-se ler de outra maneira. Quando é que sente que terminou o seu trabalho? Há um momento em que todos os dados organizados de uma forma tão coerente em que a gente sente consumou-se, criou-se. Agora não é uma consumação definitiva. Quer dizer: se tivesse mais tempo, se me apetecesse poderia ir sempre mais longe; as afinações, as coisas poderiam ser sempre melhorar ou não. É preciso um bocado de cuidado neste aspecto. Depois se uma pessoa tiver para isto chega ao ponto que é preciso saber terminar e entrar no massacre do projecto, mas agora o projecto nunca termina. Eu acho que o nosso percurso arquitectónico não se pode analisar por uma obra: o percurso arquitectónico e o lado artístico da profissão e da criação artística também é uma coisa que tem a ver com a nossa vida, com a nossa vivência, nossa experiência. Portanto muitas vezes um projecto de arquitectura termina no seguinte; as ideias de um projecto de arquitectura termina e depois outras ideias surgem e acabam por se concretizar no posterior. Portanto a obra arquitectónica tem muito interesse em ser analisada em matéria de percurso e a apreciação e a crítica individual de cada obra. E há sempre momentos mais importantes, há obras que são mais significativas e que marcam momentos mais importantes...

Apêndice III

Entrevista ao Eng. Tiago Abecassis:

Olá, Sofia.

Tenho imenso gosto em estar aqui em contar-te como foi o percurso da Coudelaria e o envolvimento da Coudelaria neste projecto do economuseu e desta parceria que nós temos com a Câmara Municipal do Cartaxo e com outros parceiros que são agentes locais e que têm ofertas, no meu entender, válidas para toda a gente que queira visitar o Ribatejo e que ao mesmo tempo são ofertas culturais e que mantêm as pessoas entretidas e no fundo isso também é muito importante para atrair as pessoas. O projecto, o nosso projecto, o projecto da Coudelaria Abecassis é um projecto que de há dois anos a esta parte tem feito um grande investimento em melhorar-se a si próprio e em crescer noutras actividades, nomeadamente no turismo e por isso quando surgiu esta oportunidade por convite da CMC por via de um dos parceiros que também é muito nosso amigo que é o Manuel Santos Lima que também tem a oferta dele para participar com a Câmara nós ficamos todos contentes. E neste momento estamos profundamente envolvidos neste projecto. Para nós este projecto passa por ser um projecto de promoção da nossa nova actividade que é o turismo equestre passa por ser um projecto de montra da Coudelaria que serve de montra da Coudelaria que para nós é uma coisa muito importante e passa por projecto de grande envolvência com outros parceiros e que promove a colaboração entre agentes económicos a envolvência com outros parceiros locais para nós é muito importante. Aliás já nós há anos antes aparecemos neste projecto, porque nós já estávamos a promover várias parcerias antes deste projecto nos ter apresentado e verdade seja dita como a própria Câmara do Cartaxo há-de reconhecer e a Sofia há-de também reconhecer que muitos dos grandes parceiros deste projecto estão envolvidos por nossa... , porque também nos envolvemos muito, nós Coudelaria H. Abecassis fizemos muito para que força para que eles se envolvessem porque nós acreditamos neste projecto. Para mim este projecto significa o quê no panorama de todos os parceiros, uma grande oportunidade para todos trabalharmos em conjunto cada um com a sua oferta e de fazer com que as ofertas se tornem no fundo fazer com que se potenciem os negócios de cada um através de uma parceria conjunta, porque quantas mais ofertas houverem aqui no Ribatejo válidas e com visibilidade para quem está à procura de uma coisa para fazer... no fundo com um valor acrescentado, com uma oferta de valor acrescentado que é o que eu acho que o Ribatejo nesta oferta tem e que não é conhecido. Portanto nós temos as ofertas, temos a vontade de várias pessoas

trabalharem em conjunto não tínhamos uma montra agora temos uma possível montra o que no fundo une mais as pessoas num objectivo comum que é o sucesso deste projecto. Parece-me que assim neste formato o projecto tem pernas para andar e pode ser um projecto de sucesso.

Anexos

Todos os anexos utilizados para este trabalho de investigação encontram-se em suporte digital.

“Organizar um museu local é uma tarefa muito vasta, longa no tempo, difícil, e que por isso só o será se for obra de todos.

Mas é também uma tarefa apaixonante onde se ganha o prazer do trabalho numa obra colectiva.

Nós, os outros e a nossa história.

Imagens que se confundem, misturam, por vezes mesmo se opõem – tal qual como o nosso olhar”.¹

¹ MOUTINHO, Mário. (1986). *A Organização de um Museu Local de Etnografia*. Lisboa, Departamento de Etnologia do Instituto Português do Património Cultural, p. 18

INTRODUÇÃO

Depois de 25 de Abril de 1974, nasce um novo ambiente cultural, onde as autarquias irão ter um papel importante em matéria de património. Pretende-se dar voz ao povo e ao seu respectivo património.

O processo de crescente descentralização cultural, dando competências ao poder local, irá reflectir-se também na organização e renovação dos museus municipais, denominados a partir de agora de museus locais. Até aqui o Museu Municipal reduzia-se a um espaço com objectos antigos e a um guarda para abrir e fechar a porta, podendo ter colecções estranhas ao território do município. O edifício/museu funcionava apenas como um espaço de prestígio e, portanto, não existiam preocupações com a identidade, o património e a comunidade local.

A Constituição da República, veio, ao mesmo tempo, dar força e corpo a estes movimentos locais.

Neste contexto político abriram-se os horizontes aos profissionais dos museus que começaram a olhar para estas instituições como prestadoras de serviços à comunidade, como propõe a definição de museu do ICOM “ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento”, a partir de 1975, como resultado das experiências de museus locais, ecomuseus, museus comunitários e museus de território.

De facto, também em Portugal, os museus locais vieram dar um contributo importante para a criação de novos conceitos e de novas práticas museológicas, devendo-se a vários factores, nomeadamente a uma articulação entre especialistas de museologia, comunidades e eleitos e, como diz Judite Primo

“O alargamento da noção de património, e a conseqüente redefinição de "objecto museológico", a ideia de participação da comunidade na definição e gestão das práticas museológicas, a museologia como factor de desenvolvimento, as questões de interdisciplinaridade, a utilização das "novas tecnologias" de informação e a museografia como meio autónomo de comunicação, são exemplos das questões decorrentes das práticas museológicas contemporâneas”.²

² Moutinho, Mário, Cadernos de Museologia, nº 1 - ULHT, Lisboa, 1993 Retirado www.minom-icom.org/.

MUSEU RURAL E DO VINHO DO CONCELHO DO CARTAXO

O primeiro documento escrito existente no Centro de Documentação do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo que refere o Museu é um texto do jornal local “O Povo do Cartaxo”, de 2.04.1981 ao relatar a visita, no dia 26 de Março de 1981, do Eng.º Guimarães Lobato, Administrador da Fundação Calouste Gulbenkian, a pedido da Câmara Municipal do Cartaxo, visita a Quinta das Pratas para analisar e obter informações para a criação de um museu do vinho e de poder a vir a dar apoio técnico-financeiro. Este convite inseria-se na política de valorização do património cultural do Concelho definida no plano de actividades camarárias desse ano.³

Em Março de 1982, a Câmara Municipal adquire por 1.100 contos os objectos do museu particular pertencente à família Duarte de Oliveira:

“coleção reunida pacientemente e com conhecimento inteiro do que fazia pelo lavrador e ganadeiro Duarte de Oliveira. Desde as grades e espalhadouras aos arados de madeira, com sua relha de ferro, até àqueles mesmos que nos apresentam uma enfiada de relhas e decruam a terra que levaria uma semana a preparar em meio-dia, até às cabeçadas mais bizarras para o gado, às peias, machados, enxadas, tesouras de podar, e outras, são milhares de peças que se conservam bem arrecadadas e iriam figurar dignamente no Museu do Vinho”.⁴

O mesmo jornalista conclui o artigo, reflectindo que o Museu Rural e do Vinho é um Centro de Cultura dirigido a todos.

Em 1982, o jornalista Raul Rego, num artigo de opinião do jornal *Diário de Notícias* (16.07.1982), afirma que o Museu do Vinho será

“Um museu vivo que testemunhe todo o processo vinícola, desde a preparação da terra até à rotulagem das garrafas, é aspiração da Câmara do Cartaxo e introduziria uma grata novidade na museologia portuguesa”.

É preciso notar que se vive um forte movimento nacional em defesa e valorização do património cultural que, na época, tiveram eco na comunicação social e conduziram muitos autarcas à consciencialização para as memórias locais: desde o Congresso Internacional para a Investigação e Defesa do Património, realizado em 1978, em Alcobça, a criação de uma

³ Jornal *Povo do Cartaxo*, de 2.4.1981. O recurso à Fundação era uma prática, não só por questões financeiras como também museográficas (em Portugal, faziam-se unidades museológicas à imagem e semelhança do Museu da F. C. Gulbenkian).

⁴ Jornal *O Povo do Cartaxo*, 21.10.1982

grande movimento associativo ligado ao património por todo o país, a realização em Santarém, em 1980, do I Encontro das Associações de Defesa do Património⁵ até à criação pela Secretaria de Estado da Cultura da Comissão Organizadora da Campanha Nacional para a Defesa do Património, a criação do IPPC (Instituto Português do Património Cultural), a Lei do Património de 1985...

Descobrem-se novos patrimónios. De entre os textos divulgados sobre o património, merecem destaque os de Jorge Henrique da Pais da Silva, *Pretérito Presente*, apresentados num curso da Faculdade de Letras em 1974/75, e editados em 1980 pela Comissão Organizadora da Campanha Nacional para a Defesa do Património.⁶ Também, agora, se começaram a divulgar os textos de organismos supra - nacionais (UNESCO) e de associações internacionais (ICOMOS).

Em Portugal, só depois deste movimento de sensibilização para o património, é que foram feitas propostas para candidaturas ao Património da Humanidade:

“Desde 1983 e até ao virar do milénio, treze monumentos e sítios em Portugal, abrangendo mais de 200 séculos de História da Humanidade, foram considerados de valor universal excepcional, e por isso dignos de figurar nesse restrito catálogo”⁷

Durante o ano de 1983, não foram encontrados registos sobre o Museu do Vinho. A justificação sobre este silêncio é dada pelo presidente da Câmara Municipal na entrevista que deu ao jornal *O Povo do Cartaxo*, de 5 de Janeiro de 1984:

“De facto, malgrado um certo alheamento da imprensa regional, há já algum tempo que se iniciaram, na Quinta das Pratas, as obras para a instalação de um Museu Rural que, neste momento, se encontra já em fase de acabamentos. “Numa primeira fase este Museu Rural e do Vinho abarcará também a temática do vinho já que, este no nosso concelho, está intimamente associado à vida rural.”

Verificou-se que o projecto arquitectónico de reabilitação dos edifícios para fins museais não teve antecipadamente um programa museológico. Só mais tarde veio a intervenção de um profissional de museologia. Este procedimento de contactar primeiro o arquitecto e depois o museólogo trouxe dificuldades para a organização de um percurso expositivo, para além de ter levado à destruição do património rural, característico de uma quinta agrícola.

⁵ Seguiram-se outros em Braga, Setúbal e Torres Vedras.

⁶ PAIS DA SILVA, Jorge Henrique. (1980). *Pretérito Presente (Para uma teoria da preservação do Património Histórico-Artístico)*. Lisboa, Comissão Organizadora da Campanha Nacional para a Defesa do Património.

⁷ SACADURA, João Paulo. (2006). *Um Convite...* in *Património da Humanidade*, vol.I. Lisboa, Verbo, p. 9.

É uma cartaxense, residente em Lisboa, que se apercebe da necessidade de alguém especializado em museologia para iniciar o processo museológico, tomando a iniciativa de participar ao Presidente da Câmara do Cartaxo o nome de um museólogo.⁸ No mês seguinte, é feito o contacto com o museólogo para iniciar o projecto museológico.

Em 24 de Fevereiro de 1984 a Câmara decide convidar o museólogo, dando conhecimento a Cecília Pereira.⁹ E no mesmo dia dirige um ofício ao profissional de museologia.¹⁰ No mês seguinte a Câmara Municipal coloca um Aviso para admitir um Bacharel em Antropologia ou em História ‘para colaborar na montagem do Museu Rural e Vinícola’.¹¹

Em 18 de Abril de 1984 foi apresentado um pré-programa museológico para os espaços existentes e um pré-guião para a narrativa museológica:

“O presente Guião do Museu Rural do Cartaxo foi organizado a partir do acervo que a Câmara Municipal adquiriu e de elementos já investigados sobre a História do concelho do Cartaxo”.“(…)

“O Museu Rural do Cartaxo, dadas as características dos materiais existentes e da história local, será, numa primeira fase, constituído por duas secções: 1. GEOGRAFIA E HISTÓRIA DO CARTAXO; 2. A VIDA RURAL NO CONCELHO DO CARTAXO.”¹²

A colecção do lavrador e ganadeiro Manuel Duarte de Oliveira (Quinta do Rio Pote) adquirida pela autarquia deu, assim, origem ao arranque do Museu.

Foi, de imediato, traçada a vocação do Museu:

“O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo não se reduz a uma colecção ou a um espaço, mas engloba todos os testemunhos materiais e espirituais que ajudem a compreender a organização e evolução da vida rural no Concelho do Cartaxo e estende-se a todo o território do Município. É um Ecomuseu com Núcleos e itinerários que permitirão a descoberta do ‘habitat’ ribatejano, da paisagem e das actividades económicas antigas e actuais do Concelho, e, ao mesmo tempo, fornecerão elementos para a interpretação.”¹³

Desde o início, o Museu manifestou a intenção de preocupar-se com o património tangível (sobretudo este), intangível, com o património natural e a cultura científica. No texto de divulgação da criação do Museu, com a participação de um museólogo e de um antropólogo, definia com clareza a vocação e funções do Museu:

⁸ Carta de 20 de Janeiro de 1984 dirigida ao Presidente da Câmara Municipal a sugerir nome de museólogo, Centro de Documentação do MRVCC. O museólogo tinha a experiência da organização do Ecomuseu Municipal do Seixal,

⁹ Carta da CMC dirigida a Cecília Pereira, 24.02.1984. In Centro de Documentação do MRVCC, 1984

¹⁰ Carta da CMC dirigida a António Nabais, 24.02.1984. In Centro de Documentação do MRVCC, 1984

¹¹ Centro de Documentação do MRVCC, 28.03.2004

¹² Centro de Documentação do MRVCC, 1984

¹³ Centro de Documentação do MRVCC, 1984

“O museu colocará à disposição da população local e dos visitantes instrumentos para a descoberta duma cultura rural muita viva nestas terras ribatejanas, onde a viticultura aparece como actividade económica primordial, desde os alvares da nacionalidade. (...). A exposição permanente, numa primeira fase, ocupará só um espaço (...), onde se exhibirão materiais que representam o concelho na multiplicidade dos seus aspectos: geológico, botânico, zoológico, geográfico, económico, histórico, social, político, religioso, cultural, tecnológico”¹⁴.

No entanto, verificou-se que os objectos existentes não eram suficientes para um discurso expositivo completo sobre o património rural do concelho, e, ao mesmo tempo, era necessário envolver a comunidade do município. Para atingir este objectivo a Câmara Municipal dirigiu uma carta¹⁵ aos agricultores para contribuírem com instrumentos e alfaias agrícolas (32). Igualmente o Presidente da Câmara dirigiu uma carta à população do Concelho, solicitando apoio através de oferta ou depósito de objectos: Ao dar as suas ofertas, ao Museu da nossa terra, estará a contribuir para que os nossos usos e costumes não fiquem no anonimato nem no esquecimento das gerações vindouras”¹⁶.

De 25 de Novembro a 23 de Dezembro de 1984, apresentou-se uma **I Exposição Mostra**, na Sala Pintor José Tagarro:

“A presente exposição, que constitui uma antevisão do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, serve-se dos trabalhos de investigação já realizados, da colecção do lavrador e ganadeiro António Duarte de Oliveira que a Câmara comprou, bem como de objectos e instrumentos de trabalho que a população local tem oferecido»¹⁷

O conceito de ecomuseu é utilizado neste texto, porque existia uma intenção de estender a actividade museológica a todo o território e à participação da população

“O Ecomuseu desenvolver-se-á com a participação da população local, que poderá participar de várias formas, desde a oferta de instrumentos de trabalho, fotografia antigas e outros objectos até ao fornecimento de informações sobre as técnicas agrícolas tradicionais”¹⁸

Como se pode concluir deste texto, havia a intenção de envolver a comunidade, mas na prática, não passou de uma participação limitada à oferta de objectos. Pelos dados existentes não se passou à prática ecomuseológica:

Esta exposição tentou aproximar a comunidade local, sobretudo, a rural, que manifestou o seu apoio à criação do Museu, através da oferta ou empréstimo temporário de

¹⁴ Centro de Documentação do MRVCC, 1984

¹⁵ Centro de Documentação do MRVCC, 23.07.1984.

¹⁶ Jornal *Povo do Cartaxo*, 6.9.1984.

¹⁷ Centro de Documentação do MRVCC, 1984. Texto distribuído durante a Exposição.

¹⁸ Centro de Documentação do MRVCC, 1984. Texto distribuído durante a Exposição.

objectos, sobretudo da adega, durante o período do ano que não eram utilizados nas tarefas agrícolas.

No âmbito da descentralização do Museu, e da valorização e da fruição do património 'in situ' foi criada uma Rota do Vinho, que garantia a visita ao território do concelho, a partir do Museu, visitando o território, quintas e adegas emblemáticas.¹⁹ Esta, porém, não passou de poucas visitas. Morreu à nascença, porque a comunidade não se sentiu envolvida, nem o Museu foi capaz de mostrar aos munícipes que era prestador de serviços.

A autarquia, para além de querer envolver a comunidade local neste projecto, também quis comprometer o Ministério da Cultura e o Instituto Português do Português do Património Cultural, convidando os respectivos responsáveis a visitar a **I Exposição Mostra do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo**, o que sucedeu no dia 12 de Dezembro de 1984.²⁰

A partir dos espaços existentes (alguns já recuperados sem qualquer programa museológico), foram definidas as funções de cada um e ainda a previsão da criação de Núcleos Museológicos:

«O programa do Museu prevê ainda a criação de núcleos distribuídos pelo território do concelho, de forma a salvaguardar e valorizar o património cultural sempre que possível 'in situ'. Estes núcleos serão ao mesmo tempo centros de estudo e de reflexão, que levarão a analisar as vantagens de reutilização dos recursos naturais e de técnicas tradicionais, como por exemplo o Canal da Azambuja e o rio Tejo como vias de comunicação...»²¹

Em 28 de Janeiro de 1985, a Câmara Municipal deliberou, por unanimidade, designar para Presidente da Comissão Instaladora do Museu Rural e do Vinho a Vereadora Dr.^a Maria José Campos²². Como se pode observar a equipa do Museu foi-se constituindo por políticos, técnicos (museólogo, antropólogo, 2 técnicos auxiliares de museografia e apoio logístico de vários serviços da Autarquia).

Nas vésperas da inauguração do Museu Rural e do Vinho realiza-se em Lisboa, de 3 a 8 Novembro de 1985, o II Atelier Internacional da Nova Museologia - Museus Locais. É neste contexto que se concebe esta nova instituição.²³

Antes da inauguração do Museu, a Câmara Municipal do Cartaxo divulga o acto junto dos munícipes através de um texto onde agradece a colaboração da população:

¹⁹ Acta da Câmara Municipal do Cartaxo, n.º 50/84, de 28.12.1984

²⁰ Jornal *O Povo do Cartaxo*, 20.12.1984.

²¹ Centro de Documentação do MRVCC, 18 de Julho de 1984

²² Acta da Câmara, n.º 4/85, de 28.01.1985

²³ *Actas do II Atelier Internacional - Museus Locais - Nova Museologia*. Lisboa, MINOM, 1985.

“A Câmara Municipal do Cartaxo tem o prazer de informar a população que irá ser inaugurado no próximo sábado, dia 23 de Novembro pelas 15 horas, o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, situado na Quinta das Pratas.

(...)

“Acredita a Câmara Municipal que a população do Concelho, habituada há séculos a esbravar os campos e a criar a riqueza que constitui hoje o seu progresso, também irá tomar como “seu” o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo contribuindo assim para o seu constante enriquecimento e renovação”.²⁴

Apesar da confiança que a Câmara Municipal depositava nos munícipes, a participação não passou de intervenções pontuais, sobretudo no âmbito da doação ou empréstimo de objectos.

A inauguração realizou-se no dia 23 de Novembro de 1985, acontecimento que foi notícia nos principais jornais diários e regionais²⁵: “Hoje pelas 15 horas, a Câmara Municipal do Cartaxo vai inaugurar o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo”.²⁶

No dia da inauguração foi apresentada uma publicação em forma de cronologia intitulada “Museu Rural e do Vinho do Concelho onde a Vereadora da Cultura definia a missão do Museu:

“Este Museu pretende assim constituir um espaço próprio, em que de forma organizada e sistematizada se promova o encontro entre o passado e o presente perspectivando, em simultâneo, o futuro. Ao mesmo tempo, poderá e deverá ser ainda um “pólo de desenvolvimento cultural e social”, ao alcance de todos, traduzindo-se num instrumento dinâmico de aproximação das populações, no contexto da cultura nacional”.²⁷

Na mesma publicação, o museólogo coordenador numa breve “Nota Histórica” afirma que “ A inauguração do Museu marca só uma primeira fase da sua criação e desenvolvimento”.²⁸

O jornal *O Ribatejo*, de 29 de Novembro, noticia a uma página, 5 colunas “Um sonho chamado Museu Rural e do Vinho, destacando em subtítulos: “Uma experiência entre nós”, Um museu que é o dia a dia de cada um”.

O jornal *O Primeiro de Janeiro*, de 3 de Dezembro de 1985, fez uma reportagem intitulada “O Concelho do Cartaxo vai transformar-se em ecomuseu”:

²⁴ Texto em folha volante distribuído aos munícipes. Centro de Documentação do MRVCC, 19.11.1985

²⁵ Revista *O Cartaxo*, ano XXV, série IV, Novembro, 1987

²⁶ Jornal *Correio da Manhã*, 23.11.1985

²⁷ CAMPOS, Maria José. (1985). *Introdução*, in “Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo”. Cartaxo, Câmara Municipal do Cartaxo, p.3

²⁸ NABAIS, António. *Nota Histórica*, in “Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo”. Cartaxo, Câmara Municipal do Cartaxo, p.4

“O Museu do Cartaxo será dentro de alguns anos um ecomuseu de características e concepções museológicas semelhantes às aplicadas noutros países com objectivos pedagógicos e culturais...”²⁹

A *Rádio Renascença*, no dia 6 de Janeiro de 1986, no programa “Homens da Terra, com a nossa gente”, transmite uma entrevista com a Directora do Museu, Dr.^a Maria José Campos.³⁰ Ainda no mesmo mês, no dia 18, a *R.D.P. – Antena 1*, no programa “A Sesta de Sábado” dedicou duas horas de transmissão inteiramente dedicadas ao Museu Rural e do Vinho.³¹

O Museu rapidamente passou as fronteiras do território nacional através da sua difusão no estrangeiro em revistas da especialidade, nomeadamente na «Museum», revista do ICOM (Conselho Internacional de Museus), número dedicado à memória de Georges Henri Rivière:

“Au début des années 80, la municipalité de Cartaxo a engagé le processus de création de son musée local. (...)

En 1984, le conseil municipal de Cartaxo a organisé des réunions entre agriculteurs, élus et spécialistes pour débattre du type de musée qui donnerait l’image la plus fidèle de la vie locale et répondrait mieux aux préoccupations réelles de la population”.³²

De facto, constatou-se que o Museu era mais procurado pelo público de fora (estabelecimentos de ensino e turistas), do que pelos habitantes e escolas do concelho.

Em 1986 (25 de Abril) é criado o Núcleo Museológico da Ereira do Museu Rural e do Vinho do Cartaxo. Com esta iniciativa cultural pretensiosamente descentralizadora o Município do Cartaxo e a Junta de Freguesia da Ereira pretenderam preservar o património deste território, com a participação activa da população local. Os moradores da freguesia aderiram a esta iniciativa e ao projecto, oferecendo e emprestando objectos de uso quotidiano e das diferentes actividades agrícolas praticadas na freguesia. A partir da colecção recolhida e dos estudos históricos e etnográficos, então existentes e realizados com os cidadãos da aldeia, organizou-se uma exposição no sótão do edifício da Junta de Freguesia, como ponto de partida para novos estudos e recolhas sobre o património cultural da Ereira.³³ Na documentação do Museu e deste Núcleo Museológico não existem sinais de novas pesquisas e de novos trabalhos com a comunidade local. Tudo acabou com a inauguração da exposição.

²⁹ Jornal *O Primeiro de Janeiro*, de 3.12.1985

³⁰ Revista *O Cartaxo*, ano XXV, série IV, Novembro, 1987. Não foi possível obter a gravação.

³¹ Revista *O Cartaxo*, ano XXV, série IV, Novembro, 1987. Não foi possível obter a gravação.

³² NABAIS, António José. (1985). *Le développement des écomusées au Portugal*. In “Museum”, n.º 148. , Paris, UNESCO, p. 31.

³³ Centro de Documentação do MRVCC, 16.04.1985. Estes objectivos não tiveram continuidade. A actividade museológica não passou da exposição que tem perdurado sem qualquer intervenção cultural e social. Está em fase de estudo para uma renovação através de uma nova intervenção activa da comunidade.

Aconteceu, porém, que a recolha apenas se limitou aos objectos, sem apoio na investigação e na recolha oral, como se pode constatar pela ausência de documentação e de registos.

Estava nos planos do Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo a criação de vários núcleos museológicos: “O Núcleo da Ereira do Museu Rural e do Vinho constitui ainda um primeiro passo para a criação de outros núcleos que hão-de surgir no Concelho do Cartaxo”.³⁴

De facto, não passou de um primeiro passo falhado, porque o Núcleo não trouxe mais-valias para a comunidade da Ereira.³⁵

Em 1986, o Museu adquire uma nova dimensão europeia com a admissão ao Prémio do Conselho da Europa e ao Prémio Europeu do Museu do Ano.

O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo foi admitido como candidato ao Prémio Europeu do Museu do Ano, referente a 1985, conjuntamente com o Museu do Teatro, de Lisboa e o Museu dos Coches, de Vila Viçosa, por proposta do Instituto Português do Património Cultural³⁶:

“Com o objectivo de conhecer o Museu do Vinho, deslocam-se ao Cartaxo, no próximo domingo, dia 19 de Outubro, dois importantes museólogos: o dr Richard Hoggart, chefe do Comité do EMYA e formalmente Director-Geral Assistente da UNESCO e o Friedrich Waldacher, director do Steirmar- Kisches Landesmuseum Joanneum, de Graz, na Austria”.³⁷

De facto

“A visita decorreu em tom agradável, tendo o júri tomado notas dos motivos mais salientes que se reflectiram nas palavras finais de administração e estímulo pelo rigor de preservação de um património cultural que mergulha as suas raízes no sentir da vida colectiva, realçando o halo que transporta o passado, no evoluir das técnicas artesanais até à construção do presente”.³⁸

A imprensa deu bastante relevo a esta visita:

“ Há um ano foi inaugurado, no Cartaxo, o Museu Rural e do Vinho, no lugar da Quinta das Pratas, e numa iniciativa da Câmara Municipal local. O museu, de grande valor etnográfico, já foi visitado por vários milhares de pessoas, de tal modo que, pelo interesse que originou, acabaram os interessados por se habilitarem a um prémio instituído pela Comunidade Europeia”.³⁹

³⁴ CAMPOS, Maria José. (1986). Introdução de “*Ereira no século XVIII*”- *Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo*. Cartaxo, Câmara Municipal do Cartaxo, p.3

³⁵ Actualmente a Presidente da Junta de Freguesia pretende retomar o processo de modo a criar uma unidade museológica para fruição da comunidade local.

³⁶ Jornal *O Povo do Cartaxo*, 16.09. 1986

³⁷ *Id.*. *Landesmuseum Joanneum – Graz* (1986). Jahresbericht.

³⁸ Jornal *O Povo do Cartaxo*, 6.11. 1986

³⁹ *O Primeiro de Janeiro*, 19.07.1986: jornal *O Século*, 17-07.1986); MONTEJUNTO, Luís de (1986). *O Museu Rural e do Vinho Proposto para o Prémio Museu do Ano*. In *O Povo do Cartaxo*, de 21 de Agosto; *Jornal de Notícias*, 20.12.1986. O Prémio não foi instituído pela Comunidade Europeia. *O Povo do Cartaxo*, 14.12.1986. *Correio do Ribatejo*, 24.10.1986. *Jornal A Guarda*, 24.10. 1986.

A proposta a candidatura do Museu ao Prémio Europeu do Museu do Ano deu uma nova visibilidade ao Museu:

“A escolha do Museu Rural e do Vinho do Cartaxo pelo Instituto Português do Património Cultural para estar presente com 71 museus de 13 países da Europa, no concurso promovido pelo Conselho da Europa, em Junho último, representou a consagração internacional da instituição quase acabada de nascer e que, apesar da divulgação já feita, está longe ainda de merecer as atenções devidas, especialmente por parte dos agentes que lidam com turistas estrangeiros”.⁴⁰

A internacionalização do Museu deu-se, de facto, com esta candidatura ao Prémio Europeu do Museu do Ano:

“ O Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo foi recentemente eleito, por uma comissão da CEE, como um dos melhores da Europa, figurando numa lista internacional de museus, entre algumas de algumas dezenas de outros museus similares. O museu engloba os testemunhos materiais e espirituais que ajudam a compreender a organização e evolução da vida rural do concelho”.⁴¹

O Museu sentiu necessidade de fazer um desdobrável em língua estrangeira, porque o universo dos públicos alargou-se para fora do país:

“ Editado pela Câmara Municipal do Cartaxo, saiu recentemente um desdobrável ilustrado, com versão em língua inglesa, traçando, muito bem elaborada síntese, o retrato do Museu”.⁴²

O Museu não reduzia as suas actividades apenas às exposições, também participava noutros eventos, nomeadamente em jornadas gastronómicas, como aconteceu com as primeiras que se realizaram no próprio Museu, em 1987.⁴³

Em Maio, a *Rádio Televisão Portuguesa*, no *Jornal da Tarde*, durante três dias o Museu é divulgado com bastante impacto junto dos telespectadores⁴⁴.

A revista “Atlantis”, publicação da TAP, intitula o artigo de uma forma original ‘Um Museu de Boa Casta’ (A ‘Vintage’ Museum):

“O museu é o primeiro passo do que se pretende que seja – com a mesma intenção de mostrar o quotidiano vivido – a Rota do Vinho. Um itinerário com visitas guiadas a quintas, casas rurais, adegas, lagares e campos de cultivo da região”.⁴⁵

⁴⁰ Jornal *Capital*, 13.08.1987. *European Museum of the Year Award 1987*.

⁴¹ Jornal *O Primeiro de Janeiro*, 19.07.1986; jornal *Diário Popular*, 17.10.1986

⁴² Jornal *O Povo do Cartaxo*, 04.09.1986

⁴³ Jornal *Correio da Manhã*, Fevereiro de 1987.

⁴⁴ Revista *O Cartaxo*, ano XXV, série IV, Novembro, 1987

⁴⁵ Fernandes, J. Ferreira, (1987). *Um Museu de Boa Casta*, in revista *Atlantis*, n.º 4, Julho/Agosto, págs.. 52, 54

O Museu aparece como uma vitrina do concelho. É esta a imagem que a imprensa nacional dá do Museu Rural e do Vinho. Veja-se um título do jornal *Diário de Lisboa*, em 1987: “Cartaxo visto por um...Museu! A vida rural de um concelho onde o vinho á a maior atracção” Este mesmo jornal dá a notícia da compra da Quinta das Pratas, onde está instalado o Museu, por deliberação do município de 21 de Maio de 1979 aos herdeiros do banqueiro Francisco Vieira Machado.

Igualmente, no mesmo ano, outro jornal nacional, a *Capital*, põe em evidência o Museu Rural e do vinho:

“Numa quinta de 22 hectares à saída do Cartaxo na estrada para Rio Maior, situa-se uma instituição cultural em que se guardam alguns dos mais importantes valores materiais e espirituais da história antiga das populações da vila. Mas é daqui, da Quinta das Pratas, que foi propriedade de um banqueiro, comprada pela Câmara local em 1979, que irradia também o presente e se pretende agarrar o próprio futuro, através do Museu Rural e do Vinho”.⁴⁶

Para este jornal é um Ecomuseu do Cartaxo que retrata vida da região e destaca ainda o carácter pedagógico das exposições.

Revista *O Cartaxo*, de Novembro de 1987, para além de incluir um anúncio que faz um convite para visitar o Museu, tem duas páginas dedicadas ao Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo nos órgãos da comunicação social:

“ Ao longo deste curto período da sua existência, foi visitado por cerca de 16.000 pessoas e tem andado nas bocas do mundo, como é costume dizer-se!“Referido e enaltecido pelos principais órgãos da Comunicação Social, nacionais e regionais, foi notícia nos jornais, uma presença viva na rádio e até deslumbramento, em pelo menos três emissões que a R.T.P. lhe dedicou”⁴⁷.

A própria comunicação social reconhece o Museu como instituição “ao serviço da comunidade e do seu desenvolvimento”:

“Veiculo assim, por excelência, da promoção da nossa terra e das nossas gentes, o Museu Rural e do Vinho tem prestado um bom serviço ao Cartaxo”.⁴⁸

“**Tabernas de Lisboa**” foi a temática escolhida para uma exposição que este aberta ao público no Museu, de 25 de Novembro até 31 de Dezembro de 1987. Teve 743 visitantes: 165 com menos de 18 anos e 578 adultos⁴⁹. Foi uma exposição do fotógrafo de Luís Pavão.

⁴⁶ Jornal *Capital*, 13.08.1987

⁴⁷ Revista *O Cartaxo*, ano XXV, série IV, Novembro, 1987

⁴⁸ Revista *O Cartaxo*, ano XXV, série IV, Novembro, 1987

⁴⁹ Centro de Documentação do MRVCC, 1987

Estas fotografias vieram testemunhar o papel que o vinho do Cartaxo teve na vida dos bairros típicos de Lisboa, sobretudo em Alfama.

Em 7 de Janeiro de 1988 foi inaugurada a exposição **A História do Concelho do Cartaxo (A História... O Homem... O Território)** que esteve aberta ao público até ao dia 17 de Maio, tendo sido visitada por 4.456: 1.874 menores de 18 anos e 2.682 adultos.⁵⁰ No dia 18 de Maio, Dia Internacional dos Museus, foi aberta a exposição **Mostra Bibliográfica sobre o Vinho** (livros, fotografias, garrafa, cabaça, prato, jarro) até ao dia 13 de Setembro, tendo sido visitada por 2.973 pessoas: 1.267 menores de 18 anos e 1.706 com mais idade. Esta exposição apresentou, sobretudo os livros sobre a temática do vinho oferecidos à biblioteca do Museu pelo agricultor Alberto Empis⁵¹. Logo após o encerramento desta exposição abriu outra sobre os **Barcos do Tejo** (fotografias, livros, textos, gravuras) do dia 14 de Setembro até 25 de Outubro de 1988. Recebeu 1.442 visitantes: 344 menores de 18 anos e 1.098 com idade superior.⁵²

Ainda em 1988 foi inaugurada uma nova exposição temporária (de 26 de Outubro a 7 de Março de 1989) sobre o **Artesanato do Concelho do Cartaxo** (trabalhos em cerâmica, em verga, bunho e madeira) que teve 2.417: 975 menores de 18 anos e 1.442 com mais idade⁵³.

A importância do Museu na vida económica da região é veiculada em vários órgãos da comunicação, em jornais e revistas:

“A Câmara Municipal do Cartaxo, decididamente, não tem deixado por mãos alheias o crédito devido à vitivinicultura no seu concelho. “A atestá-lo, de imediato, aí está o Museu Rural e do Vinho”.⁵⁴

Durante os dias 25, 26 e 27 de Novembro de 1988, o Museu Rural e do Vinho do Cartaxo e o Centro Cultural Regional de Santarém promoveram o 1.º Encontro sobre os Museus Locais do Distrito de Santarém que teve como objectivos:

“Definir os instrumentos de trabalho para a organização de um museu local; descobrir as soluções adequadas para a organização e funcionamento dos museus locais do Distrito de Santarém; definir o Museu como instrumento de desenvolvimento de comunidade local e/ou regional”.⁵⁵

⁵⁰ Centro de Documentação do MRVCC, 1987

⁵¹ Centro de Documentação do MRVCC, 1988

⁵² Centro de Documentação do MRVCC, 1988

⁵³ Centro de Documentação do MRVCC, 1988

⁵⁴ Festa do Vinho do Cartaxo. *O Escanção*, n.º 9, Maio/Junho/Julho, 1988

²⁷ *Jornal 07*, 16.03.1988

⁵⁵ *Programa do 1.º Encontro Museus Locais do Distrito de Santarém* (1988). Centro de Documentação do MRVCC; jornal *Europeu*, 24.11.1988; jornal *O Ribatejo*, 24.11.1988; jornal *Correia da Manhã*, 25.11.1988; jornal *Correio do Ribatejo*; jornal *Diário de Notícias*, *Jornal Diário Popular*, 22.11.1988.

O Programa compreendia três temas: **O museu local como instrumento de reabilitação do património cultural e das actividades económicas e tradicionais; Organização de um museu local: recolha e registo, investigação, conservação e divulgação; Divulgação e animação de museus.** Tinha como destinatários: autarcas, responsáveis e técnicos, e membros de associações de defesa do património do Distrito de Santarém.⁵⁶

De entre as conclusões destaca-se

“O reconhecimento da importância crescente que as autarquias e agentes culturais vão dispensando à criação de museus locais, como suportes da memória colectiva associados a políticas de defesa e valorização do património das comunidades onde se inserem; e ainda o reconhecimento do museu enquanto instrumento privilegiado da difusão da cultura e da política de desenvolvimento local e regional”⁵⁷

Em 11 de Março de 1989 inaugura-se a exposição temporária **O Cavalo a Alma Terra** que esteve aberta ao público até 17 de Novembro do mesmo ano, atingindo 6.765 visitantes: 1.396 com menos de 18 anos e 5.369 com idade superior.

A comunicação social interessou-se pelo Museu e com frequência ouvia os responsáveis do projecto, nomeadamente a sua Directora Dr.^a Maria José Campos, Vereadora do pelouro da Cultura:

“O museu está intimamente ligado à vida quotidiana da comunidade local, procurando levar aos visitantes a sua principal mensagem, que é transmitir a história presente do futuro que queremos construir”.⁵⁸

Renato Campos, Presidente da Câmara Municipal do Cartaxo, a propósito do Museu Rural e do Vinho afirmava

“é com acções como esta, de um Museu de características regionais, que se poderá acreditar que as Regiões terão um dia o peso que merecem, potencializando as suas riquezas naturais, valorizando enfim a produção quotidiana do trabalho das populações locais”⁵⁹

⁵⁶ Programa do 1.º Encontro Museus Locais do Distrito de Santarém (1988). Centro de Documentação do MRVCC.

Programa do 1.º Encontro Museus Locais do Distrito de Santarém (1988). Centro de Documentação do MRVCC.

⁵⁷ Centro de Documentação do MRVCC, 1988. Jornal *O Ribatejo*; jornal *O Século*, 01,12,1988; Jornal *Correio do Ribatejo*, 09.12.1988; jornal *O Povo do Cartaxo*, 15.12.1988; revista *Ribatejo Agrícola e Pecuário*, Out., Nov., Dez., 1988.

⁵⁸ Almeida, Rui Solano de, (1988). Museu Rural e do Vinho do Cartaxo, in Cadernos Municipais, Revista de Acção Regional e Local, ano 7, n.º 37. Lisboa, p. 15

⁵⁹ Almeida, Rui Solano de, (1988). Museu Rural e do Vinho do Cartaxo, in Cadernos Municipais, Revista de Acção Regional e Local, ano 7, n.º 37. Lisboa, p. 15

Em 1989, no desempenho do seu papel de agente de divulgação do património cultural, edita o número 2 dos **Cadernos Históricos – Concelho do Cartaxo**, intitulado a *Indústria Vitivinícola do Séc. XIX, no Concelho Cartaxo*.

Em 25 de Novembro de 1989, celebra-se o 4.º Aniversário do Museu com a abertura da exposição sobre **O Traje no final do séc. XIX no Concelho do Cartaxo** que veio a encerrar em 15 de Março de 1990: “A exposição que integra diferentes tipos de traje e acessórios, desde os mais populares aos mais mundanos”⁶⁰. A divulgação deste evento foi feita para todos os órgãos de comunicação social: imprensa e rádios locais e regionais, e imprensa nacional.

Teve 2.163 visitantes: 697 com menos de 18 anos e 1.466 com idade superior. Foi uma exposição organizada com participação activa da população local:

“De facto, só com a colaboração empenhada e entusiasta de várias pessoas e famílias do concelho do Cartaxo, foi possível concretizar esta exposição, ponto de partida para uma investigação a que agora o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo deve dar continuidade”.⁶¹

Durante o ano de 1990 realizaram-se duas exposições temporárias. De 16 de Março a 27 de Novembro, realizou-se a exposição subordinada ao tema **A HISTÓRIA DO CONCELHO DO CARTAXO** (documentação: textos, livros, fotografias, reproduções dos forais), visitado por 4.427 pessoas⁶². No dia 25 de Novembro de 1990, assinalando o aniversário do Museu, foi inaugurada a exposição temporária sobre **O Cartaxo de Outros Tempos... “Tipografias e Retratos”**, que perdurou até 25 de Julho de 1991, tendo sido registados 3.860 visitantes. Segundo os registos dos visitantes a estas exposições, verifica-se foram mais procuradas por adultos do que por jovens da idade escolar. Assim, na primeira, com menos de 18 anos somou-se 868 visitantes e com mais de 18 totalizou o número de 3.559; enquanto que na segunda exposição houve um diferença menor, mas ainda foram os adultos que mais a visitaram: 1.174 e 2.090, respectivamente.⁶³

A exposição **O Cartaxo de Outros Tempos... “Tipografias e Retratos”** deveu-se à participação de uma tipografia e a um fotógrafo local. A participação da comunidade nas actividades do Museu era uma preocupação constante, como reflecte o texto de divulgação desta exposição:

⁶⁰ Texto do Gabinete de Imprensa da Câmara Municipal do Cartaxo. Centro de Documentação do MRVCC, 27.11.1989

⁶¹ Desdobrável da Exposição. Centro de Documentação do MRVCC, 1989

⁶² Centro de Documentação do MRVCC, 1990

⁶³ Centro de Documentação do MRVCC, 1990

“O Museu é um espaço vivo onde se colocam à disposição da comunidade os múltiplos aspectos da obra cultural de um povo, dando resposta à necessidade legítima de informação, ao mesmo tempo que suscita a curiosidade e incita à descoberta e ao desenvolvimento.

E ainda

“Estamos certos que a partir desta exposição outras informações e outros testemunhos serão conseguidos com a participação dos cidadãos do município, É este um dos principais objectivos desta iniciativa, porque confiamos na museologia participativa. Um museu local é obra de toda a comunidade e para toda a comunidade”.⁶⁴

Em Outubro de 1991 iniciou-se um programa inter-museus entre o Palácio Nacional de Queluz e o Museu Rural e do Vinho do Cartaxo que tinha como objectivos gerais:

- “ - Estimular o contacto entre grupos escolares de áreas e realidades diferentes:
 - . Meio Rural
 - . Meio Urbano de periferia
- Permutar conhecimentos e experiências de Serviços Educativos.”⁶⁵ Os destinatários eram a “população escolar das zonas de Queluz e Cartaxo (1.º ciclo)”⁶⁶.

O programa previa no Cartaxo – “Um dia no Campo”, com visita à Quinta do Açude do Cavaleiro Tauromáquico Manuel Jorge de Oliveira, onde se explorava o tema: o cavalo e o touro nas tradições ribatejanas; visita ao Museu onde se abordava o tema: vivência quotidiana no mundo rural; ‘pic-nic’ no jardim do Museu; visita à Quinta Agrícola Madrevinhos, onde se explorava a temática: a importância de vinha e do vinho na economia do Cartaxo.⁶⁷

De 5 de Dezembro de 1992 a 12 de Novembro de 1993, o Museu apresentou a exposição “Vasilhame vinário: do tonel ao copo” que teve 4.553 visitantes.

A 28 de Novembro de 1993 é reforçada a importância que este Museu atribui à vitivinicultura com a inauguração do Núcleo da Vinha e do Vinho. Este núcleo conta ainda com o Auditório Municipal e com o Centro de Promoção Vitivinícola. Esta nova área resultou da utilização do edifício onde se situavam as adegas.⁶⁸ Esta intervenção arquitectónica não respeitou as regras que devem ser seguidas na recuperação do património. Só foram preservados os lagares e uma cuba num espaço descaracterizado pela arquitectura.

A partir de 1994 o Museu sofreu uma profunda alteração, quer nos serviços e espaços museológicos, porque o novo Presidente da Câmara eleito não deu continuidade à dinâmica

⁶⁴ Centro de Documentação do MRVCC, 1990

⁶⁵ Centro de Documentação do MRVCC, 1991

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Manuscritos para o novo Roteiro do Museu. Centro de Documentação do MRVCC.

que tinha adquirido, desde a sua organização: afasta a directora, dispensa a colaboração do museólogo, retirou o edifício sede com os serviços técnicos, sala de conferências, sala de exposições temporárias, reservas visitáveis, centro de documentação e destruiu espaços de exposição de alfaías agrícolas. Enfim, reduziu o Museu às salas de exposições permanentes e a duas funcionárias que garantiam a sua abertura.⁶⁹

De 27 de Fevereiro a 31 Setembro de 1999, realizou-se a exposição “A Tanoaria no Concelho do Cartaxo: o falar das mãos”. No mesmo ano, de 20 de Novembro a 3 de Dezembro esteve uma exposição de pintura, e de 30 de Novembro a 7 de Dezembro IX Exposição Colectiva de Artesanato e Pintura e de 4 a 12 de Dezembro uma exposição sobre Azulejaria.⁷⁰

Em 2000, de 27 a 2 de Abril, realizou-se a exposição “Peixes de Água Doce”.⁷¹

Integrado no 17.º Aniversário do Museu Rural e do Vinho do Cartaxo inaugura-se no dia 23 de Novembro de 2002 a exposição temporária “*Cartaxo de outros tempos... Hábitos e Costumes*”.⁷² Esta exposição foi organizada com a participação da população do concelho:

“Para montar a exposição, integrada no 17.º aniversário do Museu Rural e do Vinho, a organização contou com a ajuda de municípios de todas as freguesias do concelho”⁷³

No dia 18 de Maio, Dia Internacional dos Museus, foi inaugurada a exposição “O Tejo e os Avieiros”, que esteve aberta até 31 de Agosto de 2003.⁷⁴

Verifica-se que a principal actividade do Museu se reflecte em exposições temporárias. Ainda em 2003, “A Escola” foi o tema da exposição temporária que decorreu de 23 de Novembro a 29 de Fevereiro de 2004.⁷⁵

O impacto internacional reflecte-se também nos roteiros de grande divulgação como é o guia ‘Michelin’, que, de entre os poucos museus referidos, aconselha o Museu do Cartaxo:

“Este interessante museu ocupa uma quinta rural do séc. XIX. Expõe de uma forma instrutiva uma grande quantidade de instrumentos e alfaías que permitem seguir a evolução das técnicas da vinificação”⁷⁶

⁶⁹ Este Presidente da Câmara (1994- 2000) foi de seguida Secretário de Estado da Cultura.

⁷⁰ Centro de Documentação do MRVCC, 1999

⁷¹ Centro de Documentação do MRVCC, 1999

⁷² Centro de Documentação do MRVCC, 2002

⁷³ SANTIAGO, Ana. (2002). “*Exposição do Museu Rural e do Vinho evoca memórias de outros tempos. O Cartaxo dos anos cinquenta*”. In jornal *OMirante*, 5 de Dezembro; Jornal *A Voz de Pontével*; jornal *O Povo do Cartaxo*, 19 de Dezembro de 2002

⁷⁴ Centro de Documentação do MRVCC, 2003

⁷⁵ Centro de Documentação do MRVCC, 2003

⁷⁶ *Portugal*. (2002). O Guia Verde. Prior Velho, Michelin - Edições Viagem p.262

A 8 de Dezembro de 2004, o Museu Rural e do Vinho cumpre mais uma etapa da sua existência com a requalificação do percurso expositivo do núcleo que a partir desta data se dedica ao **Homem, ao Touro e ao Cavalo**. O Presidente da Câmara no texto destinado ao Roteiro define, assim, o papel do Museu:

“O Museu Rural e do Vinho é uma referência para os munícipes do concelho o Cartaxo e para todos aqueles que nos visitam: para os primeiros pela importância que o património cultural tem nos processos identitários da população, para os segundos pelo cartão de visita que este constitui. Este museu não se limita ao espaço fechado dedicado à exposição permanente, ele tem o seu prolongamento em todo o território municipal, concretizado através da definição de itinerários que levem os cidadãos a visitar o património ‘*in situ*’. A título exemplificativo, a partir do Museu Rural e do Vinho é fácil traçar dois itinerários naturais - a visita ao campo (Sul do concelho) e a visita ao Bairro (Norte do Concelho) – para compreender a diversidade patrimonial do Território e as diferentes formas de ocupação pelo Homem. O Museu Rural e do Vinho é um equipamento cultural municipal que, em defesa da identidade do território, permite valorizar a ruralidade deste concelho como uma mais-valia no desenvolvimento económico ao longo dos séculos, muito em especial dando o devido destaque ao Vinho e à Vinha que faz do município a Capital do Vinho, um sinal claro da sua afirmação na região e no País.”⁷⁷

O responsável científico dos conteúdos e da museologia do Museu revela que esta nova exposição já dá sinais de mudanças política, como já são materializadas nas palavras do Presidente da autarquia, como se verificou no texto anterior:

“Como todas as instituições humanas também teve momentos altos e momentos baixos. Igualmente, como se passa em muitos museus, dependentes de vontades políticas, sensibilidades e entendimentos do valor do património cultural, esteve sujeito a condicionalismos (temporalidade política dos presidentes das autarquias: ciclos de 4 anos). A actual vontade política é favorável a uma mudança, a uma actualização e a uma maior

⁷⁷ CALDAS, Paulo (2004). Manuscritos para o novo Roteiro do Museu. Centro de Documentação do MRVCC.

aproximação do Museu da comunidade municipal, como se pode ver com a obra que se inaugura agora, resultado de uma actualização de parte do percurso museológico. A presente renovação não alterou nem o conceito nem os conteúdos iniciais o Museu. Reflecte, porém, mais investigação sobre o património cultural do concelho e uma museografia actualizada, criando uma narrativa expositiva mais eficaz e, esteticamente, mais adequada à apresentação dos objectos. Portanto, o conceito de **uma colecção, um território e uma população** continua, embora com um novo discurso expositivo”.⁷⁸

Esta mudança também teve eco na imprensa regional:

“Com a abertura de um novo módulo, o Museu Rural e do Vinho, se houvesse competição de museus, ia ganhar por certo, uma medalha de ouro. Magníficas instalações devidamente apetrechadas convidam à descoberta do mundo rural e do vinho”⁷⁹

Este mesmo jornal refere que Manuel Oleiro, Director do Instituto Português de Museus, que esteve presente na inauguração deste espaço museológico, “salientou quanto os museus deste tipo e desta qualidade são essenciais para uma comunidade e são agentes de uma forte dinâmica cultural e alicerces da formação do cidadão.”⁸⁰

A APOM (Associação Portuguesa de Museologia) escolhe o Museu Rural e do Vinho do Concelho do Cartaxo, para celebrar o seu 40º. Aniversário (1965-2005), o qual durante o corrente ano celebra o seu 20º aniversário. No dia 11 de Novembro de 2005 realizou-se uma mesa redonda para recordar o percurso histórico da Associação e um jantar comemorativo com o objectivo de festejar a vida e história da APOM.

Numa monografia sobre o Concelho do Cartaxo, publicada em 2004, mostra como o Museu foi útil como fonte para a elaboração deste tipo de obras, como igualmente dedica algumas páginas a caracterizá-lo:

“Este Museu tem a oportunidade de oferecer aos visitantes, os testemunhos materiais e espirituais que ajudam a compreender a organização e acima de tudo, a evolução da vida rural no Concelho do Cartaxo. Ao percorrermos este espaço, mergulhamos no ritmo do labor da terra, inscrito no mundo rural e na própria história económica, social e cultural da região”⁸¹

De facto, o Museu Rural e do Vinho entrou numa nova etapa que se têm concretizado de várias formas e práticas nestes últimos anos: desde a constituição de equipas

⁷⁸ NABAIS, António. (2004). Manuscritos para o novo Roteiro do Museu. Centro de Documentação do MRVCC.

⁷⁹ VASCONCELOS, Humberto. (2004). *Museu do Cartaxo aumenta em tamanho e qualidade*. In jornal *Terra Viva*, 15 de Dezembro.

⁸⁰ Id. Ibid.

⁸¹ *O Concelho do Cartaxo. O Vinho, a Terra e o Tejo*. (2004). Mem Martins, Edição Ferraz & Azevedo, Lda, págs. 67 e 68.

de trabalho (Direcção Operacional, Comissão Científica e Conselho Consultivo), elaboração de um novo programa museológico para um novo projecto arquitectónico com várias valências: museu, centro de documentação e biblioteca.

A dimensão cultural e pedagógica do Museu é um marco importante na história do vinho, como vários autores e especialistas sobre esta temática afirmam:

“A principal mostra relacionada com o vinho está patente na antiga adega recuperada para este objectivo museológico. Aí se pode tomar conhecimento da actividade vitivinícola desde a plantação do Bacelo, ao tratamento e amanho da vinha e à feitura e conservação do vinho. É um espaço agradável e pedagógico”⁸²

A participação activa da população do Cartaxo passa também pela oferta de objectos que testemunham, de várias formas, a história desta comunidade. Assim aconteceu com o equipamento de laboratório de um antigo colégio da cidade, que, como acto de agradecimento, efectuou-se uma exposição:

“O Museu Rural e do Vinho do Cartaxo completou 21 anos no dia 23 de Novembro de 2006 e recebeu como prenda, o antigo Laboratório de Físico-Química que se encontrava no Colégio Marcelino Mesquita. A doação surgiu pela mão de Fernando Ribeiro”.⁸³

Para a celebração do 22.º Aniversário foi inaugurada uma exposição sobre o “Vinho e a Música”. Com esta exposição, pretendeu-se iniciar uma nova mudança para os conteúdos museológicos:

“Esta exposição (...) é um passo importante para o desenvolvimento da pesquisa e estudo do património intangível do concelho de região ribatejana. Queremos ir para além do objecto, indo ao encontro de quem o fez e utilizou, quer seja a alfaia agrícola, quer seja o instrumento musical e a canção que animava e cadenciava todo o trabalho dos diferentes ciclos da vinha e do vinho”.⁸⁴

⁸² SALVADOR, José A.. (2006). *Portugal – Vinhos – Cultura e Tradição. As rotas dos vinhos da Bairrada, da Estremadura e do Ribatejo*. Lisboa, Círculo dos Leitores, págs. 172 e 173.

⁸³ *O Museu do Vinho celebra 21.º Aniversário*, in *InfoCartaxo*, Boletim Municipal, Março de 2007, p. 27.

⁸⁴ ANTUNES, Sofia Lemos e NABAIS, António J. C. Maia. (2007). In Introdução *O Vinho e a Música*. Cartaxo, Museu e Rural e do Concelho do Cartaxo, p 2.

CONCLUSÃO

O Museu Rural e do Vinho do Cartaxo, embora tenha sido organizado segundo uma perspectiva inovadora para a época, marcando uma ruptura com a prática museológica dos museus municipais convencionais criados até ao início da década de oitenta do Século XX, e usando uma nova linguagem, não conquistou a comunidade local, nem desenvolveu o campo de acção museológica de uma forma sistemática e coerente com as mensagens que eram transmitidas para a comunicação social. Esta prática museológica deve-se a vários factores, tais como:

- ausência da comunidade nas decisões intimamente ligadas ao Museu;
- preponderância da vontade política em todos os actos museológicos: requalificação e adaptação dos edifícios, aquisição de colecção particular, exposições, rota, núcleos museológicos;
- não se concretizou uma descentralização com a preservação do património ‘in situ’ embora se anunciasse em todos os meios de comunicação social;
- baixa participação da comunidade cartaxense, nomeadamente os estabelecimentos de ensino da comunidade local no uso dos serviços do Museu (a Escola Secundária está junto ao Museu e não o utiliza);
- falta de um quadro de pessoal permanente especializado no domínio da museologia (recurso pontual a um museólogo);
- falta de investigação sobre o património (o antropólogo apenas este cerca de um ano);

Apesar de tudo verificou-se que a comunicação social deu, sobretudo na fase inicial, uma grande projecção, não só devido à temática e ao acervo do Museu, como também à candidatura ao Prémio Europeu do Museu do Ano.

Cartaxo, 6 de Novembro de 2008

Ana Sofia Fernandes de Lemos Pais Antunes