

Índice conteúdos

Agradecimentos	5
Resumo.....	6
Abstract.....	7
1. Introdução:	10
1.1. Âmbito e relevância da temática	10
1.2. Questões de partida e objetivos.....	13
1.3. Área de incidência e metodologia	14
2. Pontes entre cultura, turismo e museus.....	17
2.2. Expansão do turismo cultural	17
2.1. Cultura, turismo e turismo cultural	17
2.3. Sistema cultura-turismo	23
2.4. Sistema cultura-criatividade-turismo.....	26
2.5. Motivações do turista cultural-criativo	31
3. Museus: lugares de cultura, criatividade e turismo	35
3.1. Museus: o que são?	35
3.2. Museus: como potenciam o turismo cultural e criativo?.....	41
3.3. Museus: como atraem turistas-visitantes?	44
3.4. Museus lugares criativos-culturais-turísticos: fatores-chave	48
4. Museus da região Oeste e turismo cultural e criativo	51
4.1. Enquadramento do Oeste vs Centro vs Portugal	52
4.2. Funcionamento	55
Caraterísticas gerais dos museus.....	55
Acervo	58
Relação com o público.....	59
Recursos humanos	61
4.3. Visitantes	64
4.4. Programação e comunicação	68
Comunicação	72
5. Conclusões.....	74
Bibliografia.....	80
Anexos.....	83
Anexo 1	83
Inquérito	83
Anexo 2	93
Tabelas.....	93

Índice de tabelas

Tabela 1 - Museus inquiridos nos concelhos do Oeste: localização, ano de abertura ao público e pessoa/entidade percussora da sua criação.....	14
Tabela 2 – matriz de definições de turismo cultural.....	23
Tabela 3 - especificidades do turismo criativo	27
Tabela 4 - Exemplos de promoção do turismo criativo	30
Tabela 5 - tipologia de turistas culturais.....	34
Tabela 6 - Definições de museus.....	35
Tabela 7 – tipologia de museus de acordo com o seu conteúdo e síntese da sua missão	38
Tabela 8 – indicadores de contexto sobre o Oeste face ao centro e a Portugal	53
Tabela 9 - Fórmulas de criação, ano de abertura ao público	55
Tabela 10 – Tutela dos museus e fontes de financiamento	57
Tabela 11 – Categorias principal, complementar e outras, dos acervos.....	58
Tabela 12 – serviços complementares	60
Tabela 13- recursos humanos dos museus	62
Tabela 14 – Nível e área de formação dos diretores dos museus	63
Tabela 15 - valor cobrado pelas entradas.....	64
Tabela 16 – número de visitantes em 2013, 2014 e 2015.....	65
Tabela 17 -segmentação de grupos específicos de visitantes (em 2013/2014/2015) e peso relativo face ao total de visitantes nos 3 anos considerados.....	67
Tabela 18 – Nacionalidades mais representativas dos visitantes	68
Tabela 19 – Dinâmica de programação (atividades) dos museus.....	69
Tabela 20 – horários de funcionamento.....	93
Tabela 21 – Desagregação dos visitantes inseridos em grupos específicos	94

Índice de figuras

Figura 1 - atrações que influenciam a escolha dos destinos (UE27).....	31
Figura 2 - representatividade do património cultural no quadro das motivações que influenciam a escolha do destino	32
Figura 3 - quais as maiores expectativas que os turistas têm quando escolhem destinos não-tradicionais	33
Figura 4 - tipos de turista cultural, tendo em conta a principal a forma como toma a decisão de fazer férias.....	33
Figura 5 - conjunto de elementos a considerar na gestão dos museus com vista à atração de visitantes.....	47

Índice de gráficos

Gráfico 1 – Indicadores de contexto relativizados (%) sobre o Oeste face ao Centro e a Portugal	54
Gráfico 2 - aspetos referentes à gestão do acervo dos museus	59
Gráfico 3 - horas semanais de abertura ao público e funcionamento ou não, durante o fim de semana (FdS).....	60
Gráfico 4 - Valor relativo de tipologias específicas de visitantes (valor agregado de 2013, 2014 e 2015) face ao total de visitantes nesses anos	66
Gráfico 5 - distribuição das atividades incluídas na programação dos museus (excetuando as visitas orientadas)	70
Gráfico 6 – representatividade das atividades orientadas para turistas, comunidade local e escolar, na programação dos museus.....	71
Gráfico 7 – presença dos museus nas redes sociais.....	72
Gráfico 8 - idiomas dos utilizados nos suportes de comunicação	73