



Vol 6, Nº 14 (Junio/junho 2013)

MUSEUS E TURISMO: DOIS CASOS DE ESTUDO NA SERRA DA ESTRELA (PORTUGAL)

Vítor Hugo Mendes¹

FLUC – Universidade de Coimbra (Portugal)
vitorhugo777@hotmail.com

Paulo Carvalho²

CEGOT – Universidade de Coimbra (Portugal)
paulo.carvalho@fl.uc.pt

RESUMO

Na atualidade discute-se, entre outras questões, a relação entre os museus e a atividade turística bem como a relevância destes para o desenvolvimento local.

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

A presente reflexão, tendo como suporte uma investigação realizada no curso de mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento da Universidade de Coimbra, aparece centrada em dois casos de estudo na Serra da Estrela (Cordilheira Central Portuguesa): o Museu do Pão (Seia) e o Museu de Lanifícios (Covilhã). Para além de realizar uma revisão de literatura científica sobre a temática museológica e a sua ligação ao turismo, permite conhecer o perfil do visitante de museus nesta região, as suas motivações, opiniões, consumos e percursos em torno dos espaços museológicos e dos seus quadros geográficos de relação.

PALAVRAS-CHAVE: Museus, Turismo, Serra da Estrela, Portugal.

ABSTRACT

¹ Mestre em Lazer, Património e Desenvolvimento (Universidade de Coimbra).

² Doutor em Geografia (Universidade de Coimbra).

Today we discuss, among other issues, the relationship between museums and tourism activities as well as the relevance of these to local development.

The growth of tourism and recreation in response to new trends in demand, with diverse needs and motivations, museological spaces includes diverse geographical backgrounds.

This reflection, having as support an research held in master course of Leisure, Heritage and Development of the University of Coimbra, appears centered on two case studies in the Serra da Estrela (Portuguese Central Range): the Bread Museum (Seia) and the Wool Museum (Covilhã). In addition to conducting a review of the scientific literature on museological issues and their connection to tourism, allows to know the museum visitor profile in this region, its motivations, opinions, consumption and walking around the Museum spaces and their geographic relationship tables.

KEY-WORDS: Museums, Tourism, Serra da Estrela, Portugal.

1. MUSEUS: DIVERSIDADE E CRESCIMENTO

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

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

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

De acordo com o artigo 3º deste quadro normativo, o “Museu é uma instituição de carácter permanente, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite: a) garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objetivos científicos, educativos e lúdicos; b) facultar acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade”.

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

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

Estes dois conceitos (museu e coleção), com diferente amplitude na escala das funções museológicas, configuram situações recorrentes do panorama museológico e decorrem da dificuldade de aplicar em Portugal o conceito de museu adotado pelo ICOM. Neste domínio, importa sublinhar as funções de maior diferenciação entre as entidades que podem ser consideradas museus e as que configuram apenas coleções visitáveis, como é o estudo e investigação (“o museu promove e desenvolve atividades científicas, através do estudo e da investigação dos bens culturais nele incorporados ou incorporáveis”; o inventário (“visa a identificação e individualização de cada bem cultural” e compreende “um número de registo de inventário e uma ficha de inventário museológico”); e a educação (uma vez que o “museu desenvolve de forma sistemática programas de mediação cultural [que são articulados com as políticas públicas sectoriais respeitantes à família, juventude, apoio às pessoas com deficiência, turismo e combate à exclusão social] e atividades educativas que contribuam para o acesso ao património cultural e às manifestações culturais”, “promove a função educativa no respeito pela diversidade cultural tendo em vista a educação permanente, a participação da comunidade, o aumento e a diversificação dos públicos” e “estabelece formas regulares de colaboração e de articulação institucional com o sistema de ensino”) (Lei nº 47/2004).

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

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

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

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

2. MUSEUS E TURISMO

A inclusão dos museus na esfera do turismo é indissociável da necessidade de redefinir a estrutura de gestão dos museus. A gestão museológica não tem referências ou protocolos com o pragmatismo necessário para a criação de sinergias e cooperação com agentes de âmbito turísticos. Se por um lado (por exemplo, PENT, 2006) existem recomendações para o consumo deste tipo de oferta turística (turismo cultural e touring cultural e paisagístico), por outro lado, os museus não estão preparados para lidar com este fenómeno (Mendes, 2011).

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

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

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

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

Por outro lado, a questão do turismo cultural, está ainda muito indefinida (Serra, 2007). Poder-se-á ir ainda mais longe na sua crítica. A preocupação com a atividade turística e de profissionais da área é completamente nula. Os museus continuam sem ter a mínima sensibilidade para com os seus visitantes/turistas e reflete-se pela ausência de profissionais da área do turismo, rececionistas (onde os melhores se encontram em unidades hoteleiras de renome), de guias (técnicos de informação e animação turística, onde existem Licenciaturas que permitem desenvolver potencial humano idóneo para guiar e informar visitantes em bens patrimoniais classificados, e de outras categorias de técnicos de turismo (por exemplo, pós-graduados em Turismo Cultural, Gestão Turística ou em Planeamento e Desenvolvimento Turístico), com competências para conseguir integrar os museus na “rota” do sistema e da distribuição turística que conseqüentemente proporcionará uma produção turística que “vá mais facilmente ao encontro” das necessidades da procura, especialmente para o segmento do turismo cultural (Serra, 2007).

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

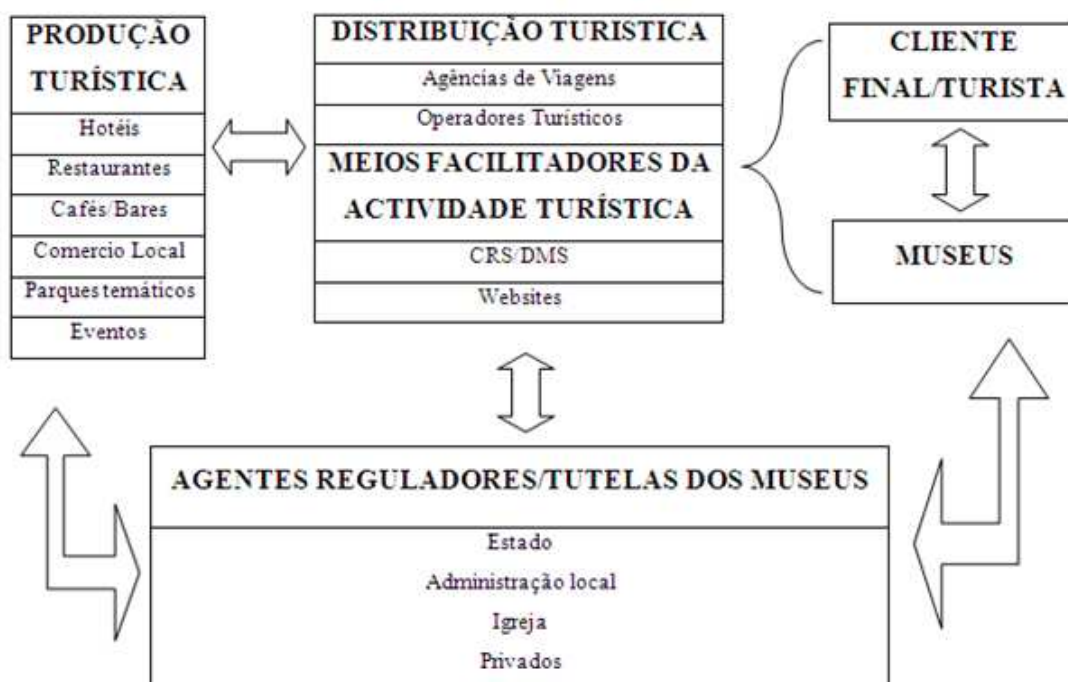


Figura 1. Relação dos museus com a cadeia de valor do turismo

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

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

Em conclusão, um museu que opte pela abordagem de desenvolvimento e crescimento por meio da atividade turística deve o seu diretor, para além das competências técnicas já conhecidas da museologia tradicional, ter as competências de um autêntico gestor de uma atração turística. Os recursos turísticos podem ser naturais ou humanos/culturais, no caso dos museus, o âmbito também pode ser diversificado, melhorando o seu potencial.

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

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

3. MUSEUS E TURISMO NA SERRA DA ESTRELA

3.1 Potencialidades e produtos de um destino turístico de montanha

A Serra da Estrela é o mais importante destino turístico no interior de Portugal, principalmente durante os meses mais frios, embora a sua taxa de ocupação hoteleira seja mais forte nos meses de julho, agosto, setembro e outubro (demonstrando duas realidades na ocupação hoteleira entre os fins de semana e os dias úteis), como se pode verificar no “Relatório Anual (Ocupação-Quarto) das Áreas Regionais de Turismo e Polos de Desenvolvimento Turístico” (Turismo de Portugal, 2009, citado em Mendes, 2011: 53). Esta dicotomia está também evidenciada no “Estudo de Avaliação da Atratividade dos Destinos Turísticos de Portugal Continental para o Mercado Interno 2009” (Turismo de Portugal, 2009: 21-23), que estuda a Marca/Destino Serra da Estrela (tal como todas as outras regiões turísticas de Portugal) e destaca o clima como uma das variáveis em estudo. Aqui conclui-se que a utilização da neve no inverno, e as paisagens verdejantes e fauna no verão, como os mais importantes fatores de atratividade, embora a perceção dos indivíduos ao associar a Serra da Estrela ao verão seja de 7% (idem). Deste modo o clima é fator essencial para a perceção da atratividade do destino Serra da Estrela por parte dos consumidores/turistas. O facto de ter um clima específico em Portugal é uma vantagem competitiva, mas também revela alguma volatilidade pela dependência de fenómenos climáticos. Em outra das variáveis, a da oferta social e cultural, a Serra da Estrela, ficou abaixo da média (idem, ibidem). Embora se possa destacar já uma das conclusões do estudo, de que a Serra da Estrela está demasiadamente marcada pela neve, visita à Torre e à estância de esqui, o que revela que as outras áreas ou variáveis não estão devidamente desenvolvidas e comunicadas, sendo que a Torre e a neve representam muito pouco daquilo que a Serra da Estrela tem como potencial (nomeadamente a cultura).

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

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

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

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

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

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

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

“Para além dos Museus existem também vários espaços de interpretação, exposição e visitação a monumentos ao ar livre (por exemplo, o Centro de Interpretação da Serra da Estrela, o Centro de Interpretação de Arte Rupestre de Vide, o Centro Interpretativo de Belmonte), salas de exposição de pintura e escultura pertencentes às edificações e os monumentos megalíticos, lusitanos (castros), romanos e de outras temporalidades e estilos existentes na Serra da Estrela, o que desde logo garante uma grande e variada oferta cultural” (Mendes, 2011: 62).

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

A importância em conhecer os visitantes de museus e sua relação com o turismo esteve na génese da investigação realizada na Serra da Estrela, através de inquéritos por questionário, com o Museu do Pão em Seia, o Museu de Lanifícios na Covilhã e o Museu Judaico em Belmonte. Este

último, por dificuldades ao nível da realização dos inquéritos, acabou por ser excluído da fase de tratamento e análise de resultados (Mendes, 2011).

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

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

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

A dimensão da amostra (em cada um dos museus), 118 inquéritos, tem uma probabilidade de erro de 9%, para o Museu do Pão, com valores de visitação em 2007 de 117551, em 2008 de 109436 e em 2009 de 92562, perfazendo um total de 319544 (que garante uma média de visitantes por ano de 106514 visitantes). No Museu de Lanifícios, os valores de registados na visitação são substancialmente inferiores. Em 2007 foram registados 7338 visitantes, em 2008, foram contabilizados 9813 visitantes, e em 2009 foram registadas 6151 visitas ao museu. O total de visitantes nos 3 anos é de 23302 (o que perfaz a média de 7767 visitas anuais).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

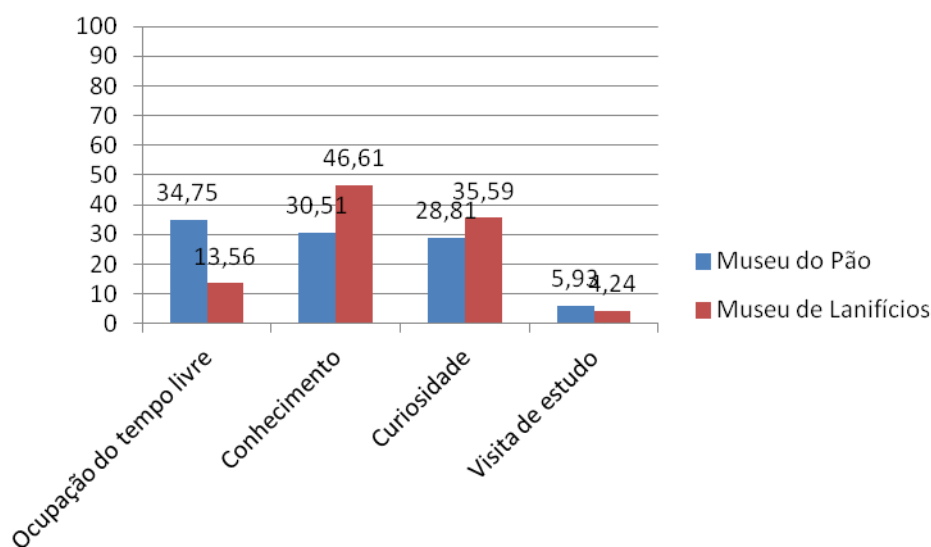


Figura 2. Motivo da visita ao Museu do Pão e Museu de Lanifícios (em %)

– O grau de atratividade dos museus (ou seja, que importância dá o visitante ao museu durante a sua estada na Serra da Estrela) revela respostas conclusivas o suficiente para permitir afirmar que os museus são efetivamente atrações turísticas ou espaços de lazer por excelência. No Museu do Pão, 90,7% dos inquiridos considera o museu uma atração fundamental e no Museu de Lanifícios os valores são ligeiramente superiores (93,2%).

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

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

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

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

O Museu de Lanifícios, com um público com um nível académico mais elevado, o que eventualmente pode indicar que os indivíduos têm maior interesse em matérias culturais e patrimoniais, obteve mais 12 respostas de visitas a outros museus do que os inquiridos no Museu do

Pão. O número de indivíduos que não sabiam o nome do espaço museológico que visitaram ou iriam visitar é mais reduzido, apenas 4. No total são referidos nove museus da área da Serra da Estrela ou da sua proximidade, com destaque para o Museu do Pão, o Museu do Queijo, o Museu dos Descobrimentos e o Museu do Azeite.

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

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

Já o Museu de Lanifícios obtém apenas 11,9% de respostas como principal fator de atratividade/motivação para os visitantes realizarem a deslocação e conseqüente visita ao museu, podendo-se concluir desta forma que, ou existem outras atrações concorrentes ao Museu de Lanifícios, ou o público que apesar de mais interessado com as questões da cultura e do conhecimento, não tem neste âmbito a sua verdadeira motivação para a realização da viagem/visita pois 88,1% dos inquiridos respondeu que não tem como motivação principal a visita ao Museu de Lanifícios (Mendes, 2011).

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

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

Dos inquiridos que estão a dormir fora da sua residência e a fazer visita ao Museu do Pão, 43 (36,4%) dormem dentro do território do Pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela e 10

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

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

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

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

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

Fonte: Mendes (2011: 84)

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

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

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

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

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

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

– A quase totalidade dos inquiridos (97,5% no Museu do Pão e 98,3% no Museu de Lanifícios) manifesta vontade em regressar ao destino Serra da Estrela, o que permite concluir que a qualidade da visita ao destino e ao museu é suficiente para fidelizar os visitantes.

– Por último, a pergunta “que outro local vai visitar ou já visitou no período de permanência na Serra da Estrela?”, teve como principal resposta a Torre na Serra da Estrela (Museu do Pão – 61 respostas e Museu de Lanifícios – 25 respostas). Contudo, verifica-se que as deslocações dos visitantes são feitas por proximidade. As respostas dos inquiridos que visitaram o Museu do Pão, revelam destinos como o Sabugueiro (15), cidade de Seia (18), Manteigas (15), Lagoa Comprida (12), cidade de Gouveia (11), Penhas Douradas (7) e Covilhã (6). Os inquiridos que visitaram o Museu de Lanifícios, parecem preferir destinos diferentes da subida da montanha, pois para além das 25

respostas de visita à Torre, registaram-se, ainda, 22 a Belmonte, 15 à cidade da Covilhã, 11 a Manteigas, 8 a Seia e 7 a Sortelha. De salientar que Manteigas e Belmonte (embora este último com maior preferência dos inquiridos no Museu de Lanifícios) parecem demonstrar uma procura interessante na escolha dos locais a visitar na Serra da Estrela com 26 e 25 respostas respetivamente no conjunto dos visitantes dos dois museus estudados, só superados pela Torre (Mendes, 2011).

4. CONCLUSÃO

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

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

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

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

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

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

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

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amado, M. e Carvalho, P. (2012): "Museus e desenvolvimento rural. O caso do Museu do Pão (Seia/Serra da Estrela)". In *Atas do 9º Congresso Ibérico de Estudos Rurais*. Lisboa, IGOT/SPER/AEEA, 20 pp.
- Anico, M. (2008): "Museu e Pós-Modernidade". Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Carvalho, P. (2002): "El Patrimonio y el Paisaje Rural en la (Re)construcción de las Memorias e Identidades. Reflexión en torno de algunas iniciativas e propuestas ecomuseológicas en la Cordillera Central Portuguesa". In *Atas del XI Coloquio de Geografía Rural (Los espacios rurales entre el hoy y el mañana)*. Santander, Universidad de Cantabria, Servicio de Publicaciones, pp. 89-100.
- Carvalho, P. (2003): "Património Cultural e Iniciativas de Desenvolvimento Local no Espaço Rural". In: Caetano, L. (Coord.): *Território, do Global ao Local e Trajetórias de Desenvolvimento*. Coimbra, Centro de Estudos Geográficos, pp. 199-227.
- Carvalho, P. (2012): "Património e museus em contexto rural: dos lugares de memória aos territórios de lazer e de turismo". In *Atas Oficiais del 6º Congreso Internacional Virtual sobre Turismo y Desarrollo*. Málaga, Grupo EUMED (Universidade de Málaga), 13 pp.
- Carvalho, P. (s/d): *Museus, Território e Sociedade* (texto inédito).
- Gonçalves, A. (2009): "O Museu como pólo de atração turística". Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo.
- Gonçalves, A. R. (2010): "Museus, comunidade local e turismo". In: Santos, M. G. (Org.): *Turismo Cultural, Territórios e Identidades*. Lisboa, Edições Afrontamento e Instituto Politécnico de Leiria, pp. 81-102.
- INE (2007): "Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio". Lisboa, Instituto Nacional de Estatística (INE).
- INE (2010): "Anuário Estatístico do Região Centro, 2009". Lisboa, Instituto Nacional de Estatística (INE).
- INE (2011): "Estatísticas da Cultura 2010". Lisboa, Instituto Nacional de Estatística (INE).
- Mendes, V. (2011): "Museus e turismo na Serra da Estrela". Dissertação de Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Pimentel, C. (2005): "O sistema museológico português (1833-1991) Em direção a um novo modelo teórico para o seu estudo". Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e a Tecnologia.
- Prentice, R. (1993): "Tourism and Heritage Attractions". New York, Routledge.
- TP (2009): "Estudo de Avaliação da Atratividade dos Destinos Turísticos de Portugal Continental para o mercado interno 2009". Lisboa, Turismo de Portugal (TP).
- Santos, C. (2006): "Cultura, Turismo e Património - Um Caminho para a Educação Ambiental - O Museu Viriato". Tese de Mestrado. Universidade de Coimbra.

Serra, F. (2007): "Práticas de Gestão nos Museus Portugueses". Lisboa, Universidade Católica Editora.

Tocquer, G. e Zins, M. (2004): "Marketing do Turismo". Lisboa, Instituto Piaget.