

## **Turismo Cultural e Atividade(s) Museológica(s)**

Eunice R. Lopes<sup>1234</sup>  
João T. Simões<sup>1</sup>

### **Resumo**

O turismo cultural tem vindo a consolidar-se como uma atividade económica importante na valorização de territórios onde o setor produtivo tradicional se encontra cada vez mais enfraquecido. Os museus têm-se transformado em ativos de salvaguarda do património através do desenvolvimento de atividades que promovem dinâmicas turístico-culturais de intercâmbio cultural, social e ambiental, projetando a promoção patrimonial e museológica dos territórios. O presente trabalho pretende explorar as dinâmicas do turismo e do património cultural e realçar as relações entre estes dois domínios no contexto da atividade museológica. É imperativo que o turismo conheça os espaços museológicos no sentido de enriquecer e valorizar a(s) atividade(s) museológica(s), e os museus se integrem no processo de oferta turística estruturada e diferenciada no mercado e serviços turísticos para atratividade cultural e turística. Nos últimos anos, a região centro de Portugal tem apresentado um aumento significativo de visitantes, todavia o número total de visitantes não apresenta uniformidade entre visitação a museus, monumentos e palácios tutelados pela Direção Geral do Património Cultural (DGPC). Segundo os dados emitidos pela PORDATA, o mesmo se repercute no número total de visitantes do Médio Tejo (nacional e estrangeiros). Este trabalho pretende trazer à consideração estas duas linhas de reflexão, configurando o estudo na relação do turismo cultural com as atividades museológicas, enquanto domínios de atuação âncora no desenvolvimento do(s) território(s).

**Palavras-chave:** turismo, património cultural, museologia, desenvolvimento

## **Cultural Tourism and Museum Activity(s)**

### **Abstract**

Cultural tourism has been consolidated as an important economic activity in the enhancement of territories where the traditional productive sector is increasingly weakened. Museums have become assets for safeguarding heritage through the development of activities that promote cultural-tourism dynamics of cultural, social and environmental exchange, projecting the territories by promoting our heritage and museums. This paper aims to explore the dynamics of tourism and cultural heritage and to highlight the relationship between these two domains in the context of museological activity. It is imperative that tourism knows the museological spaces in order to enrich

---

<sup>1</sup> TECHN&ART-IPT (Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes, Instituto Politécnico de Tomar. eunicelopes@ipt.pt; jpsimoes@ipt.pt)

<sup>2</sup> GOVCOPP-UA (Governança, Competitividade e Políticas Públicas, Universidade de Aveiro).

<sup>3</sup> CRIA-FCSH-UNL (Centro em Rede de Investigação em Antropologia, Universidade Nova de Lisboa).

<sup>4</sup> CiTUR-IPL (Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo, Instituto Politécnico de Leiria).

and value the museological activity(s), and that museums could integrate into the process of structured and differentiated tourism offers in the market and tourist services for cultural and tourism attractiveness. In recent years, the central region of Portugal has shown a significant increase in visitors, however the total number of visitors does not show uniformity between visitation to museums, monuments and palaces under the Directorate General of Cultural Heritage (DGPC). According to data issued by PORDATA, the same is reflected in the total number of visitors from the Tagus (national and foreign). This paper intends to bring into consideration these two lines of reflection, configuring the study in the relation of cultural tourism with the museological activities, as anchor domains of action in the development of the territory(s).

**Keywords:** tourism, cultural heritage, museology, development

## 1. INTRODUÇÃO

Um dos desafios da dinâmica museológica no contexto dos recursos patrimoniais para fins turísticos, é a “a mundialização das relações políticas, económicas e culturais e os processos de regionalização (Gonçalves, 2007: 12). A reinvenção dos recursos patrimoniais, sobretudo das suas funções tradicionais, identitárias, onde se encontram incluídos os museus, trouxeram uma provocação profunda para a mediação cultural e turística, já que o turista da contemporaneidade “pretende experimentar o património cultural”. Este facto é positivo pela transformação de espaços museológicos passivos em espaços museológicos ativos no sentido de agentes de atratividade cultural e turística.

Segundo Silva (2013), a atratividade turística, baseia-se na atração de visitantes a uma cidade, existindo quatro tipos de atrações para visitantes: 1) Atrações naturais (ex. parques, praias, lagos ou montanhas); 2) Edifícios construídos sem ter como finalidade a atração turística (ex. igrejas, ou mesmo edifícios industriais ou ruínas); 3) Edifícios projetados com o primórdio de atrair visitantes para o entretenimento e educação (parques temáticos e salas de espetáculo; museus e centros de ciência; e, 4) Eventos e ou festivais (ex. concertos, finais de campeonatos, festivais gastronómicos, feiras medievais, mega eventos ou eventos mais direcionados a segmentos específicos como conferências, reuniões, entre outros).

A atratividade turística, proporcionada através da transformação dos espaços museológicos em espaços culturais-turísticos favorecem as dinâmicas territoriais, tanto no setor cultural/patrimonial, como no setor turístico. A questão prevalecte é relacionar o património cultural e o turismo no espaço museológico como palco de atração cultural e turística sem deixar que os objetivos e funções museológicas se esvançam. O renovar da atividade turística passa por diversas transformações relacionadas com a procura e a oferta no âmbito do mercado turístico. Segundo Richards (2002), novas tendências surgem consequentes destas transformações, podendo ser agrupadas em cinco vertentes: económica, social, política, tecnológica e sustentável. A responsabilidade do planeamento na gestão é grande, requerendo iniciativas turísticas e culturais enquadradas num tipo de

planeamento estratégico, focado na procura e na oferta do desenvolvimento de um turismo sustentável (Lopes & *et all*, 2018).

A ligação entre o património e o turismo, é sem dúvida importante, no que diz respeito à valorização e promoção da cultura de um determinado território, podendo inclusive contribuir para a sustentabilidade dos recursos patrimoniais. Como referido por Silva (2000: 218), o património cultural é uma construção social e o reflexo construído de uma dada época da história, capaz de representar uma identidade, uma cultura, uma sociedade, promovendo a estabilidade e a coesão coletiva. As novas tendências turísticas, exigem um conjunto de movimentos comportamentais que se manifestam quer na procura, quer na oferta turística, implicando uma adaptação turística e cultural no contexto museológico.

## **2. AS DINÂMICAS DO TURISMO E DO PATRIMÓNIO CULTURAL NO CONTEXTO DA ATIVIDADE MUSEOLÓGICA**

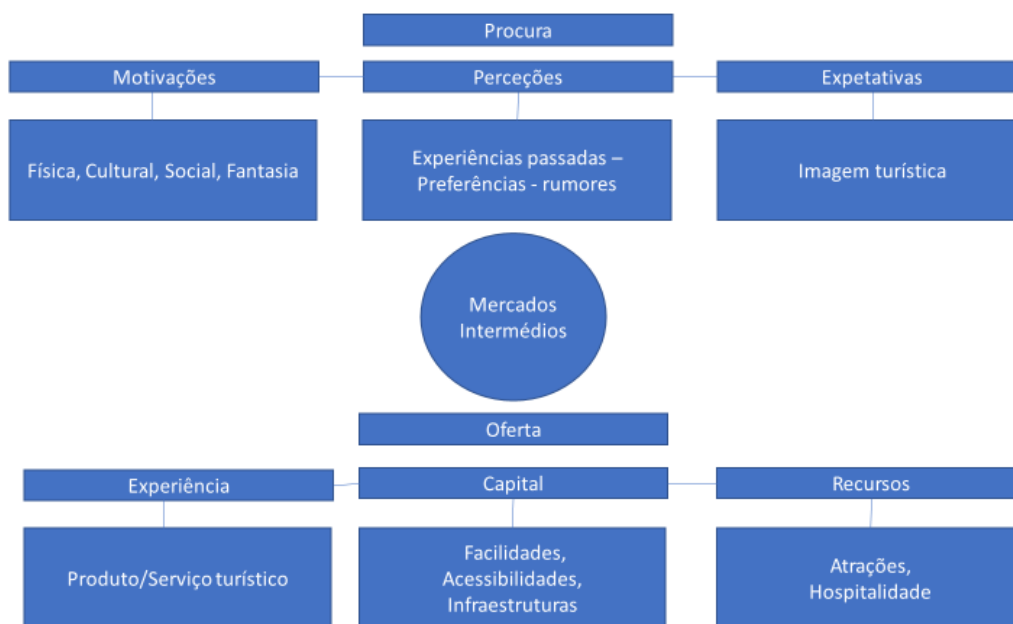
A Organização Mundial do Turismo (OMT), prevê na atualidade que a procura do turismo internacional cresça para um número de cerca de 1,6 mil milhões de visitantes. Os produtos estratégicos, ao nível nacional, passam pelo património e o turismo cultural. Henriques (2011: 598), refere que a dinâmica que o património e o turismo estabelece, provoca um aumento no fluxo de movimentos de pessoas para atrações culturais cuja intenção é a de absorver novas informações e novas experiências para satisfazer as suas necessidades culturais.

Neste sentido, o património cultural e o turismo através de processos interdisciplinares podem ser benéficos no campo atual da sustentabilidade, onde os museus se apresentam como espaços privilegiados de “apropriação cultural e turística”, já que propiciam mobilidade e heterogeneidade de visitantes. Consequente deste espaço de atração cultural e turístico, conforme afirmado por Gonçalves (2007:17), “os recursos patrimoniais possuem uma forte ligação com o território que emerge como o espaço em que se desenvolveu a atividade humana ao longo dos tempos”. Entende-se, neste caso, que a crescente valorização por parte dos visitantes pelos produtos culturais do(s) território(s) que visitam beneficia a sustentabilidade pela relação da experiência - produto/recurso local – residente – território.

Atualmente, a compra do produto turístico é a compra de expectativas e do desejo do turista em satisfazer essas mesmas expectativas. Desta forma, a oferta turística dispõe de um conjunto de características que lhe são peculiares, sendo estas: perecibilidade, inseparabilidade, simultaneidade, imobilidade, heterogeneidade e intangibilidade (Cunha, 2009).

O modelo de sistema turístico de Murphy (Figura 1), ilustra a diversidade de produtos e serviços disponíveis numa localidade com a capacidade de atrair visitantes, oferecendo-lhes uma “experiência integrada” (Buahalis, 2000).

**Figura 1.** Modelo de Sistema Turístico de Murphy.



Fonte: Murphy & *at all* (2000).

Na dinâmica patrimonial e turística, quer o crescimento do setor turístico, quer a potencialidade que o património cultural (material e imaterial) representa, apontam benefícios em relação à atratividade turística. Os resultados de uma amostra de 839 inquiridos de 28 Estados Membros da UE sobre as potencialidades do património cultural (material e imaterial), revelam algumas dessas potencialidades (Quadro 1).

**Quadro 1.** Potencialidades do Património Cultural

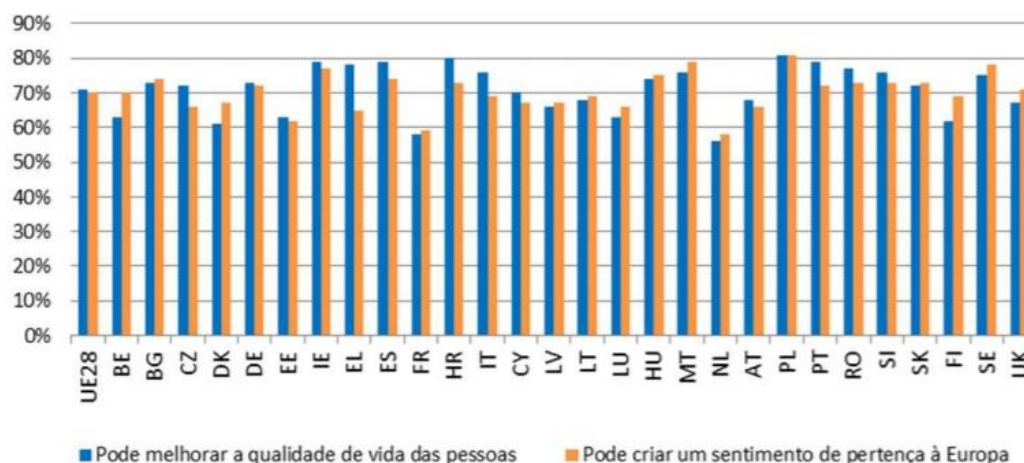
➡ 79% considera que viver próximo do património cultural pode aumentar a qualidade de vida e sentir orgulho no património;
➡ 84% dos inquiridos considera que o património cultural e as atividades relacionadas com o mesmo contribuem para a criação de empregos;
➡ 84% considera que a diversidade da cultura europeia a distingue e lhe confere valor, desempenhando um papel importante para a compreensão e tolerância no mundo, mesmo quando existem situações de conflito;

Fonte: Lopes, E., (2020). Adaptado de Eurobarómetro Especial 466- Património Cultural (outubro 2017).

Tomando como referencia os 28 Estados Membros da UE, verifica-se que sete em cada dez pessoas concorda que viver próximo de locais relacionados com o património cultural pode melhorar a qualidade de vida das pessoas (71%) e contribuir para criar um sentimento de pertença relativamente à europa (70%).

O país onde essas perceções são mais elevadas é a Polónia, onde oito em cada dez pessoas consideram que viver próximo de património cultural pode melhorar a qualidade de vida assim como aumentar o sentimento de pertença relativamente à europa (Gráfico 1).

**Gráfico 1.** Património Cultural como fator de melhoria da qualidade de vida das pessoas e criação de sentimento de pertença.

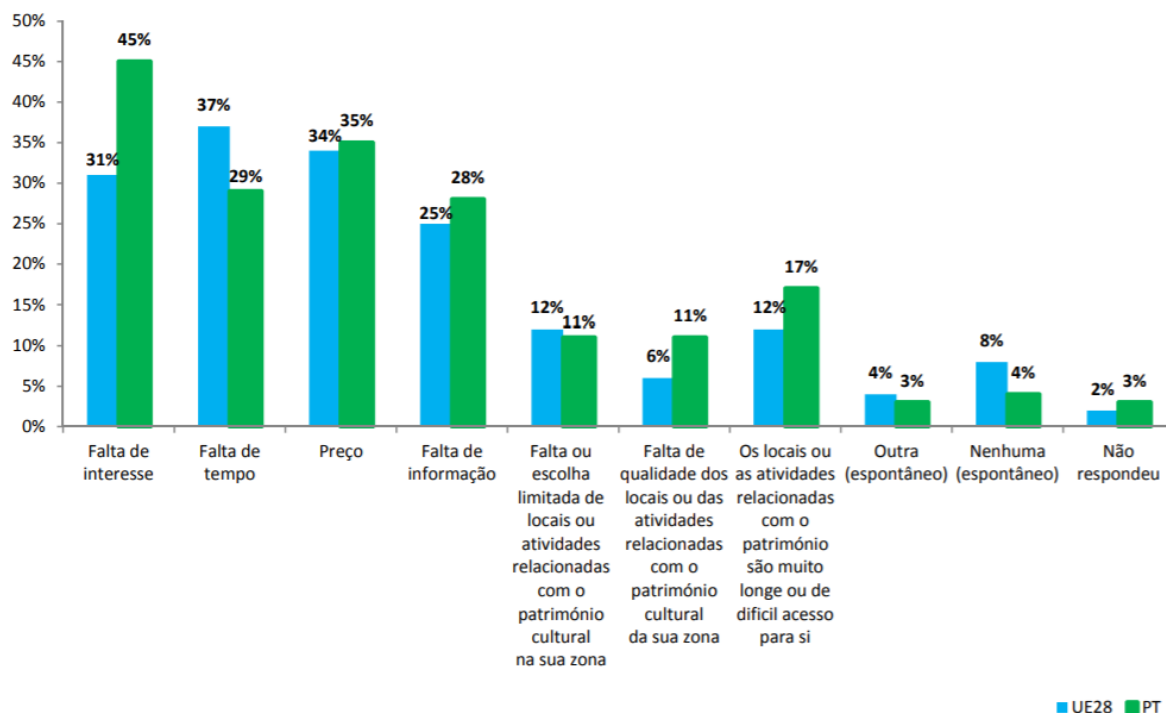


Fonte: Eurobarómetro Especial 466- Património Cultural (outubro 2017).

A Holanda e a França são os dois países onde a percentagem de pessoas que considera que o património pode melhorar a qualidade de vida e aumentar o sentimento de pertença relativamente à europa é mais baixa, com menos de 60%. Em Portugal a percepção de que viver próximo do património cultural pode aumentar a qualidade de vida é superior, em oito pontos percentuais, à média dos 28 Estados Membros, (79%). No que respeita à percepção de que o património cultural aumenta o sentimento de pertença, 72% da população inquirida concorda com a afirmação o que corresponde a mais de 2% que a média dos estados membros.

De acordo com o Gráfico 2, a falta de tempo é o principal obstáculo invocado pelos inquiridos dos 28 Estados Membros para o acesso à participação cultural (37%). Um pouco mais de um terço (34%) refere o preço e 31% a falta de interesse. A falta ou escolha limitada de locais ou atividades relacionadas com o património cultural na sua zona é referida por 12% dos inquiridos, enquanto 11% indica o facto dos locais ou as atividades relacionadas com o património serem muito longe ou de difícil acesso na sua zona.

**Gráfico 2.** Principais barreiras de acesso ao património cultural.



Fonte: Eurobarómetro Especial 466- Património Cultural (outubro 2017).

Em Portugal, 45% dos inquiridos identificam como principal obstáculo para acesso à participação cultural a falta de interesse (+14% acima da UE), seguindo-se o preço (35%), a falta de informação (28%) e os locais ou as atividades relacionados com o património serem longe ou de difícil acesso (17%) são outros dos motivos referidos pelos inquiridos nacionais.

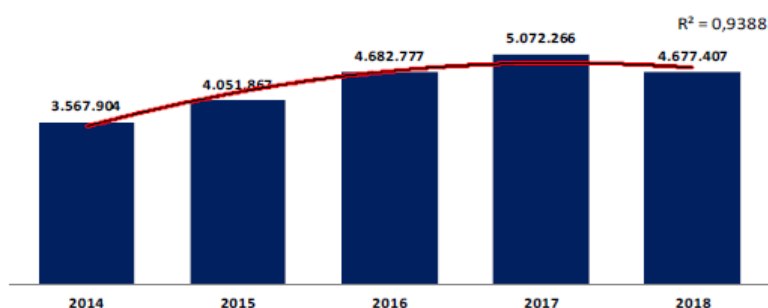
Os resultados obtidos evidenciam a existência de diversos fatores que se interligam na conceção do património cultural com a sociedade através da atividade turística, os quais podem na maioria das vezes ser ultrapassados para maximizar o acesso ao património cultural pela dinâmica turística. De acordo com Camargo (2002), na maioria das vezes o que está em pauta são “imaginações simbólicas”. É a importância que se atribui ao visitado e ao experienciado que motiva a atividade turística e cultural com o propósito não só de conhecer o património cultural como desvendar o seu significado, enquanto marco histórico-cultural-social.

Neste contexto contemporâneo do património cultural e sua relação com a atividade turística e museológica existe um constante processo de construção e reconstrução de conhecimentos representativos de um tempo, conferindo a quem procura visitar os espaços museológicos uma “experiência identitária” pelo cunho representativo do património cultural existente nesses espaços.

### 3. MUSEUS, MONUMENTOS E PALÁCIOS TUTELADOS PELA DIREÇÃO GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL (DGPC)

Nos últimos anos, a região centro de Portugal tem apresentado um aumento significativo de visitantes, contudo, o número total de visitantes não apresenta uniformidade entre as visitas a museus, monumentos e palácios tutelados pela Direção Geral do Património Cultural (DGPC). Segundo os dados emitidos pela PORDATA, o mesmo se repercute no número total de visitantes (Gráfico 3) do Médio Tejo (nacional e estrangeiros).

**Gráfico 3.** Evolução do número de entradas em museus, palácios e monumentos.



\* A figura 1 mostra um crescimento sustentável, de 2014 a 2018, do número de entradas nos equipamentos culturais da DGPC. Regista-se, no mesmo período, a taxa de crescimento de 31,0% com a taxa média de crescimento de 7,7%, cujo bom ajustamento da linha de tendência polinomial de ordem 2 vai também neste sentido.

Fonte: DGPC (2019).

Entre os anos de 2014 a 2018 (Figura2), verifica-se um crescimento significativo do número de entradas em museus, palácios e monumentos. No ano de 2018 notou-se um ligeiro declive em relação ao ano de 2017, sendo que o ano de 2017 bateu o recorde, pois foi a primeira vez, que os museus/monumentos tutelados pela Direção-Geral do Património Cultural alcançou os cinco milhões de entradas.

**Figura 2.** Visitas de estrangeiros a museus por localização geográfica.

Localização geográfica (NUTS - 2013) (1)	Visitantes estrangeiros (N.º) de museus por Localização geográfica (NUTS - 2013): Anual	
	Período de referência dos dados	
	2018	
	N.º	
Portugal	9 287 559	
Continente	9 042 381	
Região Autónoma dos Açores	111 730	
Região Autónoma da Madeira	133 448	

Visitantes estrangeiros (N.º) de museus por Localização geográfica (NUTS - 2013): Anual - INE, Inquérito aos museus  
Nota(s):  
(1) A partir de 1 de janeiro de 2015 entrou em vigor uma nova versão das NUTS (NUTS 2013). Ao nível da NUTS II ocorreu apenas uma alteração de designação em "Lisboa" que passou a ser designada por "Área Metropolitana de Lisboa".

Fonte: INE (2018).



Observa-se também que no ano de 2018, as entradas rondam os cerca de 9.287.559 de visitantes estrangeiros em Portugal e que existe um maior número de entradas no Continente do que nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira. As duas ilhas em relação aos visitantes estrangeiros estão bastante equilibradas, mas a Região Autónoma da Madeira sobressai.

Os monumentos, museus e palácios sob tutela da Direção-Geral do Património Cultural registaram (em 2018), uma queda de 7,8% no número de visitantes (Figura 3), representando uma descida de quase 400 mil visitantes.

**Figura 3.** Evolução do número total de visitantes por tipo de equipamento cultural (2014-2018).

	2014		2015		2016		2017		2018		Variação positiva/negativa	Taxa de crescimento	Taxa média anual de crescimento
	Total de visitantes	% por tipo de EC no nº total de entradas	Total de visitantes	% por tipo de EC no nº total de entradas	Total de visitantes	% por tipo de EC no nº total de entradas	Total de visitantes	% por tipo de EC no nº total de entradas	Total de visitantes	% por tipo de EC no nº total de entradas			
Monumentos	2.125.735	59,6%	2.435.151	60,1%	2.806.074	59,9%	3.011.645	59,4%	2.673.199	57,2%	-11,24%	25,7%	6,4%
Museus	1.114.380	31,2%	1.247.610	30,8%	1.479.227	31,6%	1.556.420	30,7%	1.556.594	33,3%	0,01%	39,6%	9,9%
Palácios	327.789	9,2%	369.106	9,1%	397.476	8,5%	504.201	9,9%	447.614	9,6%	-11,22%	36,5%	9,1%
TOTAL M-M-P	3.567.904	100,0%	4.051.867	100,0%	4.682.777	100,0%	5.072.266	100,0%	4.677.407	100,0%	-7,78%	31,0%	7,7%

\*Da observação do Quadro 1 verificamos que os três tipos de equipamentos culturais da DGPC (Monumentos, Museus e Palácios), apresentam crescimento sustentável do número de entradas: taxas de crescimento de 25,7%, 39,6% e 36,5%, respetivamente, com taxas médias de crescimento de 6,4%, 9,9% e 9,1%.  
Os turistas estrangeiros em Portugal em 2018 face a 2017 registaram o crescimento de 0,4% contra 12% em 2017 face a 2016 que deve ser tomado em linha de conta relativamente à diminuição de visitantes estrangeiros nos monumentos (mais de 82% dos visitantes são de nacionalidade estrangeira).

Fonte: Monumentos, museus e palácios DGPC (2018).

Verifica-se que em 2018, os monumentos, museus e palácios registaram 4.677.407 de entradas, menos 394.859 que no ano anterior (2017). Os números totais de visitantes contrariaram assim a tendência de subida que se fazia sentir desde, pelo menos o ano 2014. Das entidades tuteladas pela DGPC, mais de metade registou descida em 2018.

Os números apresentados refletem que os espaços culturais e museológicos podem angariar novas dinâmicas com a atividade turística. Pereira (2005: 30), refere que novas dinâmicas são possíveis porque o turismo “tem uma característica ainda maior, que é o desenvolvimento do local que está sendo visitado, através de geração de renda por parte dos turistas com contrapartida de investimentos do setor público e privado, e, por consequência, a melhoria dos serviços e dos produtos oferecidos no local”. É também nesta mesma linha de pensamento que Fernandes & Carvalho (2003: 199), refere que o turismo representa uma “estratégia para garantir a valorização e preservação do património, na medida em que através dele se poderiam incentivar na população atitudes a favor do seu conhecimento e preservação”. Pode entender-se que as atividades turísticas contribuem para o conhecimento, salvaguarda e valorização do património cultural (material e imaterial).



#### 4. MÉDIO TEJO: VISITAS E CONTEXTO MUSEOLÓGICO

A região do Médio Tejo apresenta um vasto campo museológico (Quadro2). Os 3.344km<sup>2</sup> que constituem a área do Médio Tejo distribuem-se por treze municípios, cujos territórios apresentam uma dimensão variável entre os 13,72km<sup>2</sup> do Entroncamento e os 714,69km<sup>2</sup> de Abrantes.

**Quadro 2.** Museus e Núcleos Museológicos do Médio Tejo.

Município	Museu Núcleo Museológico
<b>Abrantes</b>	Museu Municipal D. Lopo de Almeida; Memorial da Forja; Núcleo Museológico do Grupo Folclórico de Casais de Revelhos; Ecomuseu de Bemposta; Núcleo Museológico da Quinta das Sentineiras; Museu Metalúrgica Duarte Ferreira; Coleção Visitável da Cavalaria Portuguesa; Núcleo Museológico do Rossio ao Sul do Tejo; Museu Ibérico de Arqueologia e Arte; Núcleo Museológico Barbisco-Alvega; Núcleo Museológico do Souto; Núcleo Museológico “O Quotidiano do Povo”-Mouriscas; Sede do Grupo Etnográfico “Os Esparteiros”-Mouriscas; Parque Tejo.
<b>Alcanena</b>	Museu da Boneca; Museu da Agurela Roque Gameiro; Museu Rural e Etnográfico de Espinheiro.
<b>Constância</b>	Museu dos Rios e Artes Marítimas; Casa-Museu Vasco de Lima Couto; Casa-Memória Camões; Jardim-Horto Camoniano; Borboletário Tropical; Parque Ambiental de Santa Margarida da Coutada; Centro de Ciência Viva de Constância; Museu Quintas do Tejo/Quinta Dona Maria.
<b>Entroncamento</b>	Museu Nacional Ferroviário.
<b>Ferreira do Zêzere</b>	Museu Etnográfico de Chãos.
<b>Mação</b>	Museu de Arte Pré-Histórica e do Sagrado no Vale do Tejo.
<b>Ourém</b>	Museu Municipal de Ourém; Museu das Aparições de 1917; Casa Museu Aljustrel; Museu da Cera; Museu do Santuário de Fátima; Museu Interativo “O Milagre de Fátima”; Consolata Museu Arte Sacra e Etnologia; Museu do Azeite; Núcleo Museológico Casa das Candeias; Museu da Vida de Cristo; Museu Etnográfico de Atouguia; Ecomuseu do Olival.
<b>Sardoal</b>	Centro Museológico Artelinho; Núcleo Moinhos Entrevinhas.
<b>Sertã</b>	Museu Clube da Sertã; Núcleo Museológico e Oficina de Artesanato de Sertã.
<b>Tomar</b>	Museu dos Fósforos-Aquiles da Mota Lima; Museu Municipal-Núcleo de Arte Contemporânea; Museu Luso-Hebraico Abraão Zacuto (Sinagoga); Casa Memória Lopes Graça; Museu da Latoaria; Museu do Caniçal; Museu Etnográfico de Carregueiros; Museu Etnográfico da Pedreira; Museu Rural e Etnográfico de Alviobeira.
<b>Torres Novas</b>	Museu Municipal Carlos Reis; Casa Memorial Humberto Delgado; Museu Agrícola dos Riachos.
<b>Vila Nova da Barquinha</b>	Museu da Atalaia; Parque de Escultura Contemporânea Almourol; Centro Integrado Educação e Ciência; Centro de Interpretação Templário Almourol.
<b>Vila de Rei</b>	Museu de Aventura e Viagem; Museu da Geodesia; Museu das Aldeias; Museu Municipal de Vila de Rei; Museu do Fogo e da Resina; Museu da Escola da Fundada; Núcleo Museológico Antiga Cadeia.

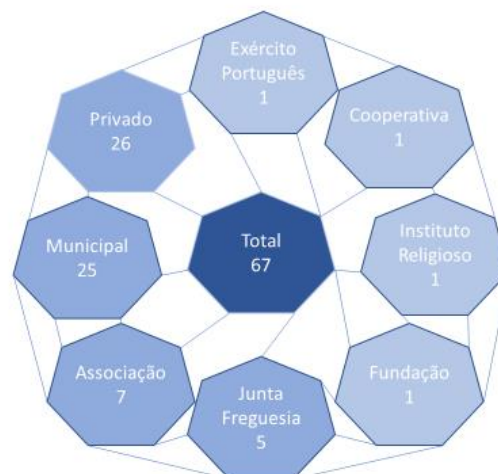
Fonte: Lopes, E; Abreu, C. (2019).

Nos restantes concelhos, as maiores superfícies pertencem à Sertã, com cerca de 450km<sup>2</sup>, a par de Ourém e Mação, ambos a rondar os 400km<sup>2</sup>. No extremo oposto, destacam-se Vila Nova da Barquinha, com cerca de 50km<sup>2</sup>, assim como Constância e Sardoal, próximos dos 100km<sup>2</sup>. O Médio Tejo usufrui de uma posição geográfica privilegiada no território de Portugal Continental pela sua localização central e proximidade à capital administrativa do país, Lisboa. Nas imediações da região encontram-se, igualmente, o Oceano Atlântico, a fronteira espanhola e a segunda cidade mais importante do país, o Porto (<https://mediotejo.pt>).

Conforme apresentado no Quadro 2, os museus e núcleos museológicos existentes nos treze municípios do Médio Tejo são diversificados representando um recurso fundamental para visitas turísticas e culturais a estes espaços museológicos. O turismo, o património cultural onde se inserem os museus, são espaços de aprendizagem, encontro, e de lazer benéficos para quem os visita. Neste sentido, os museus devem alcançar um grau de qualificação tanto ao nível técnico como ao nível de infraestruturas propícias à atratividade.

A diversificação e a qualidade dos atrativos turísticos, podem ancorar o setor cultural, social, económico, ambiental com repercussões favoráveis para os territórios onde se inscrevem. Mas para que o turismo possa constituir-se um instrumento de desenvolvimento territorial, é imperativo a criação de produtos e serviços turísticos diversificados e inovadores, assim como um sólido campo de atuação sustentável onde a valorização dos museus e dos núcleos museológicos existentes possam ser valorizados, neste caso em particular na região do Médio Tejo (Figura 4).

**Figura 4.** Total de museus e núcleos museológicos existentes no Médio Tejo (tutelas).



Fonte: Lopes, E., (2019).

O turismo na perspetiva da sustentabilidade é um modelo que apela a uma lógica de busca de autenticidade, porque integrador de sentidos múltiplos e de agentes vários (Peres, 2008). Assim, se um território pretende minimizar alguns problemas económicos, sociais e ambientais que possam existir consequentes do desenvolvimento da atividade turística, deve tomar medidas de gestão e planeamento turístico sustentável.

Desse modo “a relação entre turismo e cultura é mutuamente benéfica e vital para o desenvolvimento sustentável da cultura e do turismo e assim, para a sobrevivência de ambos” (Henriques, 2007: 10). O que significa planear o desenvolvimento turístico de um qualquer território tendo presente que a experiência turística vai muito para além do “olhar do(s) visitante(s).

## **5. CONCLUSÕES**

Os museus têm-se transformado em ativos de salvaguarda do património cultural através do desenvolvimento de atividades que promovem dinâmicas culturais e museológicas dos territórios. O turismo tem um papel preponderante na promoção dos espaços museológicos no sentido de enriquecer e valorizar a(s) atividade(s) museológica(s), pela via de uma oferta turística estruturada e diferenciada no mercado e serviços turísticos para atratividade cultural e turística.

O turismo fundamentado no património cultural e nos espaços museológicos só tem a retirar benefícios através da atratividade que pode incentivar para o território. Algumas atividades turísticas desenvolvidas, tais como roteiros e visitas aos principais museus e núcleos museológicos de um determinado território são fundamentais para a promoção, valorização e captação de visitantes a esses territórios. Destaque-se que o turismo e o património cultural agregam valor mútuo, podendo converter-se em instrumentos de desenvolvimento territorial (nas suas vertentes culturais, sociais, económicas e políticas).

As dinâmicas do desenvolvimento territorial encontram-se relacionadas com as transformações verificadas sobretudo ao nível das práticas de captação de visitantes no contexto do turismo e da museologia. Os espaços museológicos num quadro de procura turística e, baseando-se esta interpretação nos museus e núcleos museológicos existentes no Médio Tejo, conforme se mostrou neste trabalho, apesar da sua diversidade, apresentam estruturas passivas perante a motorização de um turismo que apela a experiências mais diversificadas e qualificadas, imbuídas de especificidades culturais locais. É neste sentido que as atividades turísticas desenvolvidas nos espaços museológicos são um recurso importante para o desenvolvimento territorial.

## REFERENCIAS

- Buhalis, D. (2000). *Marketing the Competitive Destination of the Future*. Tourism Management, vol. 21, n. 1, (97–116).
- Camargo, H. (2002). *Património Histórico e Cultural*. São Paulo: ALEPH.
- Comissão Europeia (2018). *Direção-Geral da Educação, Juventude, Desporto e Cultura*. Eurobarómetro Especial 466- outubro 2017- Património Cultural. Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais n.2.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao Turismo*. Lisboa - São Paulo: editorial verbo.
- Fernandes, J. L. J.; Carvalho, P. (2003). *Património, memória e identidade: repensar o desenvolvimento*. In: Caetano, L. Território, ambiente e trajetórias de desenvolvimento. Coimbra: Imprensa de Coimbra, (194-217).
- Gonçalves, A. (2005). *O desenvolvimento sustentado da relação entre os museus e o turista*, Congresso Internacional Turismo da região de Leiria e Oeste, Instituto Politécnico de Leiria.
- Gonçalves, A. (2007). *O Desenvolvimento sustentado da relação entre os museus e o turista*. VIII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Baía, Brasil.
- Henriques, C. (2007). *Turismo Cultural e Desenvolvimento Local: uma relação criativa?*”, 13º Congresso da APDR – Actas do Congresso (cd-rom). Ilha Terceira, Açores, (24).
- Henriques, C. (2011). *O turismo literário. Olhão sob a perspectiva de João Lúcio*, Book of Proceedings vol.I , Conferencia Internacional de Turismo e Estudos de Gestão, Universidade do Algarve.
- Lopes, E. R., *at all*. (2018). *Cultural Tourism and Sustainable Development*. Journal of Tourism Research, 19 (286).
- Lopes, E. R; Abreu, C. (2019). *Panorama dos Museus do Médio Tejo* (Portugal). I Encontro de Museus do Médio Tejo. Comunicação Oral, 11 de novembro de 2019.
- Murphy, P.; *at all* (2000). *The distinction product and its impact on traveler perceptions*, Tourism Management, vol. 21, (43–52).
- Pereira, K. (2005). *Turismo: modelagem de serviços através do desenho operacional estratégico do cartão do turista*. Estudo de caso na cidade de Florianópolis. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

Peres, A., (2008). *Cultura, turismo e comunidades locais*, Congresso Internacional – Turismo cultural e religioso – oportunidades e desafios para o século XXI. Actas do Congresso, TUREL/TCR, (146-147).

Richards, G. & Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development*, Routledge.

Silva, E. (2000). *Património e identidade. os desafios do turismo cultural*, Antropológicas, nº 4. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Universidade Técnica de Lisboa.

Silva, S. (2013). *Os factores de atracção de visitantes a uma cidade*, Universidade Católica do Porto. (Disponível em <<http://www.hipersuper.pt/2013/11/20/os-factores-de-atraccao-de-visitantes-a-uma-cidade-por-susana-costa-e-silva-catolica-porto/>>consultado em 27.11.19).