

Curso Livre

OS MUSEUS E O TURISMO

Período de funcionamento

6, 13 e 20 de março de 2017

10:00 às 13:00 e das 14:00 às 17:00

Duração

18 Horas

Destinatários

Licenciados em Turismo; colaboradores de museus e de equipamentos culturais; profissionais do setor do turismo; estudantes do ensino superior que tenham como objetivo trabalhar no setor cultural e/ou turístico.

Local

Museu do Douro

Número de participantes

Mínimo: 15 | Máximo: 30

Investimento

Membros MuD – rede de museus do Douro: **50€** por participante;

Público Geral: **75€** por participante.

(IBAN – PT50 0036 0396 99106007430 25 | ASTAC – Astronauta A Cultural)

Inscrições [até 01 de março]

Enviar nome, contacto, instituição e comprovativo de pagamento para

rededemuseus@museudodouro.pt ou helenaampereira@gmail.com

Formadora

[Helena AM Pereira](#)

Licenciada em História da Arte (FLUP); frequentou o mestrado em Museologia (FLUP) e a pós-graduação em Gestão das Artes (UCP-Porto); mestre em Comunicação, Arte e Cultura (ICS, Universidade do Minho) e é doutoranda em Ciências da Comunicação para o triénio 2015-2018 (ICS, Universidade do Minho), com um projeto de investigação “Arte e Artistas em Portugal após o 25 de abril de 1974: o mercado como rede de comunicação.”

Exerce atividade profissional no setor cultural e artístico desde 2007 do qual se destaca a colaboração regular com o Museu e Bienal de Arte de Vila Nova de Cerveira, a direção executiva do Tempos Cruzados, área de programação de *Guimarães 2012 – Capital Europeia da Cultura* e a criação da empresa *Intelectus D’ouro*, ligada à comunicação, gestão cultural e de eventos, além da extensa atividade como formadora e das publicações que vem assinando, sobre arte e cultura, em vários órgãos de comunicação social genéricos ou da especialidade, bem como de catálogos e livros ligados a projetos aos quais está relacionada.

Foi, entre dezembro de 2013 e dezembro de 2016, museóloga e coordenadora do serviço educativo do World of Discoveries, Museu Interativo e Parque Temático dedicado aos Descobrimentos (Porto).

É coordenadora do núcleo de ação cultural da Fundação AMI – Assistência Médica Internacional; docente da Universidade Sénior Eugénio de Andrade e membro ativo da Astronauta – Associação Cultural. Tem, ainda em mãos, o projeto de investigação e divulgação da vida e obra de Miguel d’Alte (1954-2007), tendo já coordenado a publicação do catálogo *raisonné* deste pintor e tendo a cargo o comissariado das várias exposições retrospectivas que lhe estão associadas. Coordenou o projeto de comemoração do centenário de nascimento do pintor António Sampaio (1916-1994) e as exposições que lhe estiveram associadas. Assina regularmente um artigo na publicação quinzenal *As Artes entre as Letras*.

Histórico do Curso Livre “Os Museus e o Turismo”

O Curso Livre “Os Museus e o Turismo” já realizou três edições. A primeira foi a convite da *Parques de Sintra – Monte da Lua, S.A.*, empresa que gere um conjunto de 10 equipamentos culturais - palácios e parques nacionais em Sintra e Queluz. Foi uma edição direcionada para o público e contexto-alvo. A segunda teve lugar no ISLA, em Vila Nova de Gaia, para um público mais abrangente que se inscreveu de forma voluntária. Para o ISLA, aliás, está prevista nova edição com arranque para 7 de fevereiro de 2017. A terceira realizou-se a convite da Fundação Bienal de Cerveira para os seus colaboradores, bem como para os da autarquia e teve os seus conteúdos também direcionados para o público e contexto-alvo. A quarta edição terá lugar em Belmonte.

O curso parte da seguinte premissa:

Que estratégias poderão adotar os museus e outros equipamentos culturais, enquadrados em territórios de elevado fluxo turístico, para proporcionarem experiências, igualmente valorosas, a uma multiplicidade de públicos que vão dos nacionais aos internacionais, dos grupos aos individuais?

Enquadramento

Os Museus, bem como outros equipamentos culturais, enquadrados em territórios com alta densidade populacional e que são, ao mesmo tempo, focos de atração turística internacional, atravessam hoje o difícil desafio, em termos da sua programação e atividades de serviço educativo, de se tornarem espaços, por um lado, cada vez mais cúmplices da Escola e, por outro, atrativos para o público turista.

O Museu e a Escola estão entre as instituições mais antigas e correntes da História. A relação entre elas não é nova e, atualmente, aos museus exige-se uma dimensão educativa mais ampla, incluindo a conceção e o desenvolvimento de programações diversificadas e transversais que intensifiquem a relação com os públicos.

Os Museus do século XXI devem adotar um pensamento estratégico que contribua para a sua aproximação e resposta a diferentes públicos, mas também a uma cooperação entre os museus e o turismo. A discussão sobre os museus e o turismo parte de uma clarificação do conceito atual de museu e da emergência de novos paradigmas na sociedade, aos quais o museu do futuro não poderá ficar indiferente, sobretudo como forma de potenciar a sua atração junto do público turista, mas também pretende afirmar-se como equipamento de lazer ao serviço de uma comunidade alargada.

Objetivo

O objetivo deste curso livre é refletir sobre a adequação dos museus, e de outros equipamentos culturais, à nova realidade, cada vez mais múltipla, dos territórios e desenvolver políticas e práticas de comunicação e atuação que permitam a resposta a todos os tipos de públicos.

A abordagem passará por um equilíbrio entre a teoria e a prática, com vários estudos de caso, como, por exemplo, os do World of Discoveries, Museu Interativo e Parque Temático (Porto, Portugal); Rede Museística Provincial de Lugo (Galiza, Espanha); Museo Thyssen-Bornemisza (Madrid, Barcelona); Museu Marítimo de Barcelona (Espanha); Museu da Inocência (Istambul, Turquia); Museu Gulbenkian e Centro de Arte Moderna José de Azeredo Perdigão (Lisboa, Portugal); Departamento de Educação e Cultura da *Ciudad* Autónoma de Ceuta (Espanha); Museu Van Gogh (Amesterdão, Holanda); Bienal de São Paulo (Brasil); Museu de Serralves (Porto, Portugal); Museu da Chapelaria (São João da Madeira, Portugal); Tate Modern (Londres, Reino Unido), entre outros.

Conteúdos

- Conceito de Museu: do mecenado renascentista aos “templos do ócio” do século XXI.
 - Referência:
<http://www.economist.com/news/special-report/21591707-museums-world-over-are-doing-amazingly-well-says-fiammetta-rocco-can-they-keep>

- As viagens e o perfil do Turista: da *grand tour* ao *low cost*
 - O “turista” local e a importância do lazer nas cidades líquidas
 - Referência:
<http://gerireliderar.com/o-turismo-mudou-e-vai-mudar-o-mundo/>

- Organismo de regulação e proteção dos Museus e do Turismo
 - O Comité de Turismo da OCDE e outros organismos, nacionais e internacionais associados ao Turismo (Turismo de Portugal);
 - O ICOM, a APOM e outras organizações de regulação da atividade em museus;
 - A criação e o papel da UNESCO para a proteção regulação e classificação do património material e imaterial da humanidade.

- Pensar o Turismo e os Museus em números...
 - Avaliação quantitativa da atividade turística e análise de resultados, impactos e previsões;
 - Sustentabilidade em Museus: como?
 - Preços de bilheteira em Portugal e no mundo;
 - Lojas;
 - Restaurante;
 - Programação paralela, eventos;
 - Aluguer de espaços;
 - Mecenato e patrocínios;
 - Projetos e fundos comunitários;
 - A economia da cultura VS a cultura da economia.
 - Modelos de gestão e enquadramentos jurídicos e fiscais.

- **Serviço Educativo & Área Comercial** em Museus: enquadramentos, objetivos, estratégias e obrigatórias cumplicidades.

- Públicos em Museus: identificação de tipologias, expectativas de experiências e perfis de consumo:
 - GRUPOS PRÉ-MARCADOS (escolas, públicas e privadas, do pré-escolar à formação profissional; grupos seniores; grupos corporate, associações culturais, recreativas e desportivas; ensino superior, entre outros).
 - Discussão do conceito de Escola ao longo da vida;
 - Compreensão das diferenças de perfis de públicos neste segmento;
 - Valorização da atividade docente;
 - Pensar o tempo de lazer: as férias e os fins-de-semana em contexto de grupo.
 - INDIVIDUAIS (internacionais, nacionais ou locais).
 - Promoção de atividades para famílias;
 - Construção de uma rede de parcerias com os pontos de contato do turista no destino: como?
 - Parcerias comerciais e experiências combinadas.
 - Definir perfis com perguntas chave e passos simples:
 - De onde vem?
 - Como teve conhecimento do nosso espaço?
 - Onde adquiriu o seu bilhete?
 - Qual o seu feedback da experiência?
 - *Spend* médio por transação e por visitante.
 - Top 5 de produtos e serviços.
 - A importância e o poder da recomendação.
 - *Upselling*: o que é e como se implementa?
 - Criação de bases de dados: estratégias e pressupostos.
- Cultura(s) em Contexto | Museus e Territórios
 - Guia técnico de visita a museus;
 - Análise comparativa de volume de visitantes;
 - Caracterização do contexto territorial de interesse dos formandos;
- O modelo **edutainment** e os **4 E's da experiência museológica**: Educação, Entretenimento, Emoção e Experimentação.
 - Fidelizar públicos e/ou atrair novos públicos;
 - O fim da “museologia preguiçosa”;
 - Mudança do paradigma “Please, don’t touch” para “Please touch”;
 - Pedagogia informativa na gestão de riscos;
 - O tempo dos políglotas!
 - Interativo mas humanizado;

- A teatralização da experiência e da visita aos museus;
 - Viajar no tempo: como?
 - Modelos de visita guiada, visita orientada e visita exploratória;
 - A trans e multidisciplinaridade na interpretação de objetos e conteúdos;
 - Museus de História com histórias dentro;
 - As novas tecnologias e a reinvenção do espaço museológico;
 - As vantagens e os constrangimentos do recurso às novas tecnologias e à multimédia;
 - Viver os museus: como proporcionar experiências personalizadas, valorosas e únicas;
 - Comunicar com públicos: o equilíbrio entre o rigor de conteúdos e comunicação efetiva e apelativa.
 - Museus para todos: acessibilidades físicas e de conteúdos.
 - Visitas e experiências temáticas.
 - Conceito '*hands-on minds-on hearts-on*' com três níveis de interatividade: aprender fazendo (hands); aprender pensando (minds) e aprender através da emoção (hearts).
 - As novas tecnologias na dinamização da experiência: o visitante como autor.
 - O museu como espaço de lazer: os eventos *after hours*, os *cyber spots*, programas "À Noite no Museu", serviços *babysitting*, etc.
 - Referências:
 - MINTZ, A. – "That's Edutainment" In Museum News, Novembro/Dezembro, 1994, páginas 32 a 35.
 - GONÇALVES, Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues – A Cultura Material, a Musealização e o Turismo: a valorização da experiência nos museus nacionais. Évora: Instituto de Investigação e Formação Avançada, Junho de 2012.
 - "A Modest Manifesto for Museums" de ORHAN PAMUK, autor de "Museu da Inocência".
 - <http://www.latimes.com/entertainment/arts/la-ca-cm-digital-museums-20151025-story.html>
- **Marketing:** comunicar os Museus, promover destinos turísticos.
 - Redes e parcerias comerciais;
 - Importância da recomendação *online* e *offline*;
 - Tirar partido do *Facebook*, do *instagram*, do *Tripadvisor* e outras redes sociais;
 - Conselhos de fundadores, embaixadores, associação de amigos do museu, círculos temáticos, núcleos de investigação, entre outros;

- Ações de ativação de marca;
- O museu fora de portas: comunicá-lo, promovê-lo, vendê-lo.
- Trabalhar a imprensa ou com a imprensa?
- Materiais de comunicação em formato tradicional: o poder (ou não) do papel.
- As Feiras de Turismo e/ou os eventos científicos?
 - Referências:
 - <http://www.atlasobscura.com/articles/turning-museums-inside-out-with-beautiful-visible-storage>
 - <http://theartnewspaper.com/comment/the-21st-century-tate-is-a-commonwealth-of-ideas/>
- **Gestão de Equipas:**
 - Modelos possíveis num novo contexto laboral;
 - A importância do envolvimento e da disponibilidade do colaborador VS questões operacionais;
 - Rotatividade funcional em museus;
 - Partilhar objetivos, partilhar resultados, definir estratégias em conjunto;
 - Gerir expectativas, gerir sonhos.
- Exercício final a partir d' "*O Museu Imaginário*" de André Malraux.