

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| Prefácio .....  | 11 |
| <i>Nancy Duxbury - Coordenadora geral do projeto CREATOUR</i> |    |
| Introdução .....  | 15 |
| <i>Noémi Marujo, Maria do Rosário Borges e Jaime Serra</i>    |    |

### CAPÍTULO I

|  |    |
|--|----|
| O PROJETO CREATOUR .....   | 17 |
| <i>Noémi Marujo - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                              |    |
| <i>Maria do Rosário Borges - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                   |    |
| <i>Jaime Serra - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                               |    |
| 1. Introdução .....  | 17 |
| 2. Caracterização do projeto CREATOUR .....                                      | 17 |
| 2.1. Objetivos .....   | 17 |
| 2.2. Equipa de investigação e organizações piloto .....                          | 19 |
| 2.3. Atividades – chave .....  | 21 |
| 3. O projeto CREATOUR no Alentejo .....  | 24 |
| 3.1. Integração dos pilotos do Alentejo no projeto CREATOUR.....                 | 25 |
| 3.2. Caracterização das organizações e iniciativas piloto do Alentejo .....      | 26 |
| 4. Breve caracterização da região Alentejo: turismo e atividades culturais ..... | 34 |
| 4.1. Turismo no Alentejo .....   | 35 |
| 4.2. Atividades culturais e criativas no Alentejo .....                          | 36 |
| 5. Considerações finais .....  | 37 |
| 6. Referências bibliográficas .....  | 38 |

### CAPÍTULO II

|   |    |
|---|----|
| EMPRESAS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA E TURISMO CRIATIVO: O CASO DA 'GENUINE ALENTEJO' E DA 'VAGAR WALKINGTOURS' ..... | 39 |
| <i>Noémi Marujo - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>   |    |
| <i>Maria do Rosário Borges - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>  |    |
| <i>Jaime Serra - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>  |    |
| <i>Jorge Martins - Genuine Alentejo/CIDEHUS</i>   |    |
| <i>Melanie Wolfram - VAGAR Walkingtours</i>   |    |
| 1. Introdução .....   | 39 |
| 2. Animação turística .....   | 40 |

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Atividades de animação turística em Portugal: Breves notas sobre o enquadramento legal .....     | 41 |
| 3. A empresa de animação turística ‘Genuine Alentejo-Portugal’s Remarkable Tourist Experiences’ ..... | 42 |
| 3.1. A oferta em turismo criativo .....   | 44 |
| 4. A empresa de animação turística ‘VAGAR Walkingtours’ e o projeto ‘Play Évora’ .....                | 48 |
| 4.1. A oferta em turismo criativo: o projeto ‘Play Évora’ .....                                       | 48 |
| 5. Considerações finais .....   | 52 |
| 6. Referências bibliográficas .....   | 54 |

### CAPÍTULO III

|  |    |
|--|----|
| MUNICÍPIOS E TURISMO CRIATIVO: O CASO DE REGUENGOS DE MONSARAZ, BEJA E MÉRTOLA.....                        | 57 |
| <i>Noémi Marujo – Universidade de Évora/CIDEHUS</i>  |    |
| <i>Jaime Serra – Universidade de Évora/CIDEHUS</i>   |    |
| <i>Maria do Rosário Borges – Universidade de Évora/CIDEHUS</i>   |    |
| <i>Maria João Macedo – Município de Beja</i>   |    |
| <i>André Tomé - Município de Beja</i>  |    |
| <i>João Rolha – Município de Mértola</i>   |    |
| <i>João Paulo – Município de Reguengos de Monsaraz</i>   |    |
| 1. Introdução .....  | 57 |
| 2. Município de Reguengos de Monsaraz: o Projeto ‘Casa do Barro’ .....                                     | 58 |
| 2.1. A ‘Casa do Barro – Centro Interpretativo da Olaria de São Pedro do Corval’ e o Projeto CREATOUR ..... | 60 |
| 2.1.1. Projeto ‘Oleiro por um Dia’ .....   | 62 |
| 3. Município de Mértola: O Projeto ‘Caminhadas Criativas’ .....  | 63 |
| 3.1. A oferta em turismo criativo .....  | 65 |
| 4. Município de Beja: O Projeto ‘Beja Experience’ .....  | 67 |
| 4.1. A oferta em turismo criativo .....  | 68 |
| 4.1.1. As oficinas em turismo criativo .....   | 69 |
| 4.1.1.1. Oficina de cozinha tradicional .....  | 70 |
| 4.1.1.2. Oficina de Buinho .....   | 71 |
| 4.1.1.3. Oficina de música tradicional .....   | 72 |
| 4.1.1.4. Serões do Cante .....   | 72 |
| 5. Considerações Finais .....  | 73 |
| 6. Referências bibliográficas .....  | 74 |

## CAPÍTULO IV

|   |    |
|---|----|
| TURISMO INDUSTRIAL CRIATIVO - A ROTA DO MÁRMORE DO ANTICLINAL DE ESTREMOZ DO CECHAP ..... | 77 |
| <i>Noémi Marujo - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                                       |    |
| <i>Armando Quintas - Rota do Mármore do AE / Centro de Estudos CECHAP/CIDEHUS</i>         |    |
| <i>Carlos Filipe - Rota do Mármore do AE / Centro de Estudos CECHAP/CIDEHUS</i>           |    |
| <i>Maria do Rosário Borges - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                            |    |
| <i>Jaime Serra - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>  |    |
| 1. Introdução .....   | 77 |
| 2. O CECHAP - Centro de Estudos de Cultura, História, Artes e Património .....            | 79 |
| 3. A Rota do Mármore do Anticlinal de Estremoz .....                                      | 79 |
| 3.1. A RMAE e o turismo industrial.....   | 81 |
| 3.1.1. A RMAE e a oferta em turismo criativo industrial .....                             | 82 |
| 3.1.1.1. Actividades criativas em património industrial .....                             | 83 |
| 4. Considerações finais .....   | 85 |
| 5. Referências bibliográficas .....   | 87 |

## CAPÍTULO V

|   |     |
|---|-----|
| ASSOCIAÇÕES DE DESENVOLVIMENTO LOCAL E TURISMO CRIATIVO: A MARCA-ADL .....  | 89  |
| <i>Maria do Rosário Borges - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>              |     |
| <i>Noémi Marujo - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                         |     |
| <i>Jaime Serra - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                          |     |
| <i>Rosa Coelho - Marca-ADL</i>  |     |
| <i>Susana Marques - Marca-ADL</i>   |     |
| 1. Introdução .....   | 89  |
| 2. Apresentação da Marca-ADL .....  | 90  |
| 2.1. Missão, visão, valores e objetivos .....                               | 90  |
| 2.2. Iniciativas e rede de parceiros .....                                  | 91  |
| 2.3. Breve caracterização do território de atuação da Marca-ADL .....       | 96  |
| 3. O envolvimento da Marca-ADL no CREATOUR: razões e benefícios .....       | 100 |
| 4. A oferta de turismo criativo da Marca-ADL: 'Saídas de Mestre' .....      | 101 |
| 5. A procura de turismo criativo oferecido pela Marca-ADL .....             | 105 |
| 6. O processo de desenvolvimento das atividades .....                       | 107 |
| 7. Impactes do projeto-piloto na Marca, no território e na comunidade ..... | 109 |
| 8. Considerações finais .....   | 112 |
| 9. Referências bibliográficas .....   | 113 |

## CAPÍTULO VI

|  |     |
|--|-----|
| TURISMO CRIATIVO E ARTESANATO: A EXPERIÊNCIA DO PROJETO 'MÃOS DE CÁ' ..... | 115 |
| <i>Noémi Marujo - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                        |     |
| <i>Maria do Rosário Borges - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>             |     |
| <i>Jaime Serra - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>                         |     |
| <i>Paula Lourenço - CACO</i>   |     |
| 1. Introdução .....  | 115 |
| 2. Turismo criativo e artesanato .....                                     | 116 |
| 3. A CACO e o CRIAR .....  | 117 |
| 3.1. O Projeto 'Mãos de Cá' .....  | 120 |
| 3.1.1. Oferta em turismo criativo .....                                    | 121 |
| 3.1.1.1. Oficina 'Ser Tecelã' .....  | 122 |
| 3.1.1.2. Oficina 'Ser Joalheira e Ser Escultor' .....                      | 123 |
| 3.1.1.3. Oficina 'Pintura em Seda' .....                                   | 123 |
| 4. Considerações finais .....  | 124 |
| 5. Referências bibliográficas .....  | 125 |

## CAPÍTULO VII

|  |     |
|--|-----|
| PERFIL DO TURISTA CRIATIVO NA REGIÃO ALENTEJO: ANÁLISE EXPLORATÓRIA ÀS SUAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS E MOTIVACIONAIS..... | 127 |
| <i>Jaime Serra - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>   |     |
| <i>Maria do Rosário Borges - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>   |     |
| <i>Noémi Marujo - Universidade de Évora/CIDEHUS</i>  |     |
| 1. Introdução .....  | 127 |
| 2. A experiência turística no contexto de atividade do turismo criativo: abordagem sumária .....                                   | 128 |
| 2.1. Conceito de turismo criativo .....  | 128 |
| 2.2. Relação entre a cultura e o turismo criativo .....  | 129 |
| 2.3. O perfil do turista criativo .....  | 131 |
| 3. Metodologia .....   | 133 |
| 3.1. Recolha e análise de dados .....  | 133 |
| 3.2. Resultados e discussão .....  | 135 |
| 3.2.1. Perfil sociodemográfico .....   | 135 |
| 3.2.2. Comportamento de viagem .....   | 137 |
| 4. Considerações finais .....  | 147 |
| 5. Referências bibliográficas .....  | 149 |