

JANINE DO CARMO MORGADO

**A SEMANA SANTA E O TURISMO CULTURAL E RELIGIOSO
EM TAVIRA – ESTUDO DE CASO**

RELATÓRIO DE ESTÁGIO



Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Faro, 2020

JANINE DO CARMO MORGADO

**A SEMANA SANTA E O TURISMO CULTURAL E RELIGIOSO
EM TAVIRA – ESTUDO DE CASO**

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Mestrado em Turismo

(Especialização Cultura, Património e Turismo)

Relatório de estágio orientado pela Prof^ª. Doutora Maria Alexandra Patrocínio

Rodrigues Gonçalves

Estágio supervisionado pelo Padre Miguel Neto



Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Faro, 2020

A SEMANA SANTA E O TURISMO CULTURAL E RELIGIOSO EM TAVIRA -ESTUDO DE CASO

Declaração de autoria de trabalho

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluídas.

Janine do Carmo Morgado

Copyright: Janine do Carmo Morgado

A Universidade do Algarve reserva para si o direito, em conformidade com o disposto no Código do Direito de Autor e dos direitos Conexos, de arquivar, reproduzir e publicar a obra, independentemente do meio utilizado, bem como de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição para fins meramente educacionais ou de investigação e não comerciais, conquanto seja dado o devido crédito ao autor e editor respetivos.

Agradecimentos

É com apreço que finalizo esta etapa na vida académica, onde fui muito bem acolhida pelos docentes e conheci colegas extraordinários que me ajudaram a crescer como pessoa e como estudante.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à minha orientadora, a Professora Alexandra Gonçalves, pela sua disponibilidade em guiar-me nesta última fase, pelos conselhos e, sobretudo, pela persistência e ajuda fundamental.

Em segundo lugar, à entidade acolhedora, a empresa Artgilão de Tavira, ao Padre Miguel Neto com quem estabeleci um primeiro contacto e pela pronta disponibilidade em receber-me. Também a Dr.^a Alexandra Rufino, Técnica de Património Cultural da Santa Casa da Misericórdia de Tavira foi de uma enorme disponibilidade e excelente acolhimento, pelo aconselhamento prestado, em particular na partilha de conhecimento sobre as igrejas e a realidade histórica de Tavira. Obrigada aos colegas que tive o prazer de conhecer e que sempre me apoiaram.

Aos meus amigos mais chegados, abrigada pela vossa amizade e disponibilidade neste período.

Por último, à minha família, sobretudo aos meus pais e irmã, por me terem incentivado a seguir os meus sonhos e pelo amor incondicional que têm por mim. Aos meus sobrinhos, a quem dedico este meu relatório, para que nunca desistam dos vossos sonhos e do que vos faz feliz.

Resumo

No presente relatório são descritas as atividades e o estudo de caso desenvolvidos durante o estágio na empresa Artgilão de Tavira, que decorreu entre outubro de 2019 e julho de 2020.

A entidade propôs a concretização de um estudo relacionado com o turismo na Semana Santa em Tavira, cujo objetivo principal foi identificar os impactos positivos e negativos do Turismo associados à Semana Santa em Tavira, na perspetiva da sua Comissão Organizadora.

Como objetivos específicos determinaram-se: conhecer o papel da Comissão Organizadora; determinar os impactos económicos, sociais, culturais e religiosos da Semana Santa em Tavira; descrever o seu contributo para a construção de uma imagem positiva de Tavira; conhecer o grau de envolvimento das comunidades neste evento; conhecer as perceções sobre as motivações para os turistas visitarem Tavira das pessoas envolvidas na organização da Semana Santa; e as opiniões que os entrevistados têm sobre o turismo e os turistas.

Este estudo de caso – a Semana Santa em Tavira – é uma investigação de natureza qualitativa, utilizando como método principal de suporte à investigação a realização de entrevistas exploratórias, semiestruturadas, aos membros da Comissão Organizadora da Semana Santa em Tavira.

Os resultados evidenciam perceções muito positivas sobre o turismo na Semana Santa e perspetivam como vantajoso o desenvolvimento turístico associado.

De forma geral, os entrevistados partilham de uma visão positiva sobre os benefícios económicos, sociais e culturais gerados pela Semana Santa em Tavira. A análise revela também que é difícil perceber e identificar as mudanças económicas provocadas pela atividade turística na Semana Santa, pela ausência de dados concretos disponíveis.

Palavras-chave: Estágio na empresa Artgilão; Tavira; Impactos económicos, sociais, culturais e religiosos; Turismo; Semana Santa em Tavira.

Abstract

The following report describes the activities and the case study developed during the internship at the company Artgilão Tavira, which took place between October 2019 and July 2020.

The entity proposed to carry out a study related to tourism in Holy Week in Tavira, whose main objective was to identify the positive and negative impacts of Tourism associated with the Holy Week in Tavira, from the perspective of its Organizing Committee.

The specific objectives were: to know the role of the Organizing Committee; determine the economic, social, cultural and religious impacts of the Holy Week in Tavira; describe their contribution to the construction of a positive image of Tavira; know the degree of involvement of the communities in this events; get to know the perceptions about the motivations for tourists to visit Tavira by the people involved in the organization of the Holy Week; and the opinions the interviewees have about tourism and tourists.

This case study – Holy Week in Tavira – is an investigation of a qualitative nature, using exploratory, semi-structured interviews with members of the Organizing Committee of Holy Week in Tavira, as the main method to support the investigation.

The results show very positive perceptions about tourism in Holy Week and see the associated tourism development as an advantage.

In general, respondents share a positive view of the economic, social and cultural benefits generated by Semana Santa in Tavira. The analysis also reveals that it is difficult to understand and identify the economic changes caused by tourist activity during Holy Week, due to the lack of concrete data available.

Keywords: Internship in the company Artgilão; Tavira; Economic, social, cultural and religious Impacts; Tourism; Holy Week in Tavira.

Índice geral

Índice de Figuras	viii
Índice de tabelas	ix
Lista de Abreviaturas	x
Introdução	1
Capítulo 1 – Caracterização da Região do Algarve	4
1.1. Caracterização histórica, cultural e religiosa	5
1.2. Caracterização demográfica e económica	7
1.3. Evolução do turismo e perfil do turista no Algarve.....	9
Capítulo 2 – A Artgilão e estágio curricular	13
2.1. Caracterização histórica.....	13
2.2. Caracterização demográfica e económica.....	16
2.3. Caracterização do desenvolvimento turístico e religioso de Tavira.....	18
2.3.1. A Artgilão no contexto do desenvolvimento turístico, cultural e religioso em Tavira	21
2.3.1.1. Descrição da empresa e a sua evolução.....	21
Capítulo 3 – Enquadramento teórico	30
3.1. Património cultural.....	31
3.2. Turismo:	35
3.2.1. Turismo cultural	35
3.2.2. Turismo religioso	37
3.2.2.1. Os eventos e os impactos	40
3.3. Comunidades locais	45
Capítulo 4 – Análise dos Impactos do Turismo na Semana Santa em Tavira – Perspetiva dos Organizadores	48
4.1. A Semana Santa em Tavira.....	48
4.2. Metodologia	50
4.2.1. Entrevista à empresa Artgilão.....	51
4.2.2. Entrevista à Comissão Organizadora da Semana Santa de Tavira... 53	
4.2.2.1. Objetivos específicos sobre o tema: “A Semana Santa e o Turismo Cultural e Religioso em Tavira”	53
4.2.2.2. Desenho do guião de entrevista.....	56
4.3. Análise e discussão dos resultados obtidos	58

4.3.1. Análise da Artgilão para o desenvolvimento turístico e cultural do concelho e da Paróquia	58
4.3.2. Análise dos Impactos do Turismo na Semana Santa em Tavira – Perspetiva dos Organizadores	62
4.4. Análise sumária da investigação.....	70
4.5. Propostas de desenvolvimento para o futuro	75
Conclusão	77
Referências bibliográficas.....	80
Apêndice	91

Índice de Figuras

Figura 1.1 e Figura 1.2 – Enquadramento geográfico da região do Algarve	4
Figura 1.3 – Consumo dos eventos culturais dos turistas no Algarve.....	6
Figura 1.4 – Consumo de produtos de carácter cultural por parte dos turistas	6
Figura 1.5 – Motivo de visita dos turistas tradicionais e dos turistas residenciais.....	12
Figura 2.1 – Promoção da Igreja de Santiago.....	23
Figura 2.2 – Promoção dos vinhos <i>Os Sete Cavaleiros do Castelo</i> no Facebook.....	24
Figura 2.3 – Visita guiada à Igreja de Santa Maria do Castelo.	25
Figura 2.4 – Guião sobre a Igreja de Santa Maria do Castelo.....	26
Figura 2.5 – Guião sobre a Igreja da Misericórdia.	27
Figura 2.6 – Visita guiada à Igreja da Misericórdia.	27
Figura 2.7 – Cartaz de Exposição de Presépios.....	29
Figura 4.1 – Etapas para a realização do estudo.....	50

Índice de tabelas

Tabela 1.1 – População residente em Portugal e no Algarve entre 2001, 2011 e 2018 ...	8
Tabela 1.2 – Indicadores de Portugal, Algarve e Tavira no período de 2001 a 2011	8
Tabela 2.1 – População residente no Algarve e no concelho de Tavira no período entre 2001, 2011 e 2018.	16
Tabela 2.2 – População residente por freguesia do Concelho de Tavira.....	17
Tabela 2.3 – Indicadores do Turismo no Município de Tavira	18
Tabela 2.4 – Atrações turísticas de Tavira	20
Tabela 3.1 – Possíveis impactos resultantes dos eventos sobre as comunidades locais.	44
Tabela 4.1 – Relação entre os objetivos da empresa Artgilão e as questões no guião de entrevista.....	52
Tabela 4.2 – Relação entre os objetivos, as questões e as fontes bibliográficas	55

Lista de Abreviaturas

DLPCI – Decreto-Lei do Património Cultural Imaterial;

INE – Instituição Nacional de Estatística;

IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional;

PCI – Património Cultural Imaterial;

PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo;

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura;

UNWTO – Organização Mundial de Turismo.

Introdução

O presente relatório de estágio resulta do plano curricular do Mestrado em Turismo, da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve.

O estágio decorreu na empresa Artgilão de Tavira situada na zona histórica na Igreja de Santa Maria do Castelo, entre 1 de outubro e 29 de julho, cumprindo um total de 1260 horas. Face à pandemia pelo corona vírus COVID - 19, o total de horas foi ajustado, de maneira semelhante ao regime de teletrabalho, ou seja, finalizado em modo não presencial. O estágio foi supervisionado pelo Pároco Miguel Neto, responsável pela Paróquia e a empresa turística-cultural Artgilão. Numa primeira fase, foram desenvolvidas várias tarefas de modo a aplicar os conhecimentos adquiridos no primeiro ano de mestrado em Turismo.

O desenvolvimento de conteúdos culturais e produtos locais nas redes sociais, principalmente Facebook e Instagram, a realização de visitas guiadas na Igreja de Santa Maria do Castelo e na Igreja da Misericórdia e o apoio em eventos organizados pela entidade, foram tarefas elaboradas nesta fase do estágio.

Na segunda fase de estágio, o objetivo geral foi **identificar os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva da Comissão Organizadora**, mediante a realização de um estudo qualitativo. Este estudo teve os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os dinamizadores da Semana Santa e conhecer as funções dos elementos que integram a sua organização;
- Perceber como a atividade turística na Semana Santa pode provocar mudanças económicas;
- Entender se o turismo na Semana Santa está na origem de impactos negativos e quais;
- Analisar os impactos negativos associados ao turismo na Semana Santa;
- Identificar os efeitos culturais negativos do turismo na Semana Santa;
- Identificar quais os aspetos positivos e os aspetos negativos que o turismo pode originar na Semana Santa;

- Verificar os impactos sociais gerados pela atividade turística associados à Semana Santa;
- Analisar o contributo do evento para a construção de uma imagem positiva do destino Tavira;
- Identificar o grau de interesse e o envolvimento das comunidades locais na organização da Semana Santa pela perspetiva da Comissão Organizadora;
- Identificar o contributo da Semana Santa para as relações que se estabelecem entre a comunidade anfitriã e os visitantes, nomeadamente em relação às tradições e valores religiosos;
- Identificar os impactos culturais associados ao turismo na Semana Santa;
- Verificar quais principais motivações que os organizadores atribuem aos turistas na Semana Santa;
- Identificar as perceções da Comissão Organizadora sobre o turista que visita Tavira na Semana Santa;
- Conhecer a perceção da Comissão Organizadora sobre a dimensão da procura turística na Semana Santa e o seu potencial de atração futura.

Tendo em vista atingir estes objetivos específicos foi promovida uma revisão de literatura, com o propósito de determinar os conceitos base a utilizar, conhecer os modelos teóricos e definir as questões a serem incluídas nas entrevistas. A metodologia utilizada integrou o desenvolvimento de várias entrevistas exploratórias e semiestruturadas à Comissão Organizadora da Semana Santa em Tavira e à Dr.^a Cristina Pereira Neto, Chefe de Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus da Câmara Municipal de Tavira.

O relatório é composto por quatro capítulos. Na introdução, é feito um enquadramento inicial da temática do relatório de estágio, são identificados os objetivos gerais e específicos e a estrutura do trabalho.

No Capítulo 1 é feito um enquadramento da Região do Algarve, a nível histórico, cultural e religioso e a nível demográfico e económico. Ainda neste capítulo é realizada uma contextualização da evolução do turismo e do perfil do turista na região.

No Capítulo 2 é realizado um enquadramento do concelho de Tavira, a nível histórico, demográfico e económico, e uma contextualização do desenvolvimento turístico e

religioso de Tavira. Neste capítulo também se apresenta a entidade acolhedora, a Artgilão de Tavira, e são descritas as várias funções propostas no âmbito de estágio, os objetivos e o modo de preparação para a realização de tarefas.

O Capítulo 3 consiste no enquadramento teórico, onde se efetua uma revisão de literatura sobre o tema, respetivamente, o património cultural, os conceitos de turismo, principalmente, o turismo cultural e o turismo religioso, a importância do turismo em eventos religiosos como a Semana Santa, os impactos positivos e negativos que se podem criar e a relevância que as comunidades locais podem ter em projetos ou eventos culturais e religiosos.

O Capítulo 4 constitui a análise dos impactos do turismo na Semana Santa em Tavira, onde também se descreve a festividade religiosa, a metodologia utilizada nas entrevistas, a análise dos resultados obtidos e as propostas de desenvolvimento para o futuro da entidade acolhedora.

A conclusão é dedicada ao objetivo geral, às contribuições do estudo de caso para o futuro, às limitações da metodologia e às recomendações propostas à entidade acolhedora.

Para melhor contextualização da região apresenta-se de seguida algumas referências à história, à cultura e à dimensão religiosa, na medida em que se constituem como tópicos relacionados com o enquadramento do estágio desenvolvido.

1.1. Caracterização histórica, cultural e religiosa

O Algarve tem um peso muito relevante na História de Portugal com vários vestígios de época romana e islâmica distribuídos ao longo da região, sendo Sagres e Tavira relevantes para os Descobrimentos Portugueses. Brito (2013) realça que as influências muçulmanas são bem visíveis nesta região, sendo o próprio topónimo “Algarve” proveniente do termo de origem muçulmana “al-Gharb” que significa oeste.

A região do Algarve situa-se no extremo sul de Portugal Continental e é constituída por 16 concelhos: Faro, Albufeira, Alcoutim, Aljezur, Castro Marim, Lagoa, Lagos, Loulé, Monchique, Olhão, Portimão, São Brás de Alportel, Silves, Tavira, Vila do Bispo e Vila Real de Santo António.

O Algarve é caracterizado por três sub-regiões principais que incluem o litoral, o barrocal e a serra. Nesse sentido, Brito (2013) distingue o litoral pelos seus solos húmidos e férteis, pela grande concentração de população residente e turística e pelas infraestruturas, equipamentos e atividades económicas. Em contrapartida, o barrocal é a área intermédia entre o litoral e a serra, onde prosperam pomares de árvores de sequeiro específicos ao carácter mediterrâneo da região (Carmo & Santos, 2011). Neste seguimento, a serra ocupa 50% do território e é definida pelo baixo dinamismo em relação ao nível socioeconómico, ao baixo índice populacional e à falta de acessibilidade (Brito, 2013).

No contexto cultural, a região do Algarve é visitada pelas suas magníficas praias e gastronomia e pelo seu rico património cultural definido pelos seus monumentos, igrejas, sítios arqueológicos, museus, exposições e muitos outros (Carrega, 2014). A este propósito, o Plano Estratégico Nacional do Turismo (2006-2015) reforça o interesse pelo Algarve através do desenvolvimento de produtos turísticos com base nos recursos naturais e culturais (Henriques, 2014). De acordo com Guerreiro, Henriques e Mendes (2019), 64% dos turistas consideram as ofertas culturais determinantes para a escolha do Algarve como destino turístico, porém 48% dos visitantes considera a experiência turística moderada para o seu enriquecimento cultural. Como se pode verificar na Figura 1.3, os turistas visitam com mais frequência as festas tradicionais (57%), as atividades

desportivas (45,6%) e os espetáculos de música moderna e dança, no entanto visitam com menor assiduidade as touradas (32%) e as festas religiosas (31%) (Henriques, 2014).

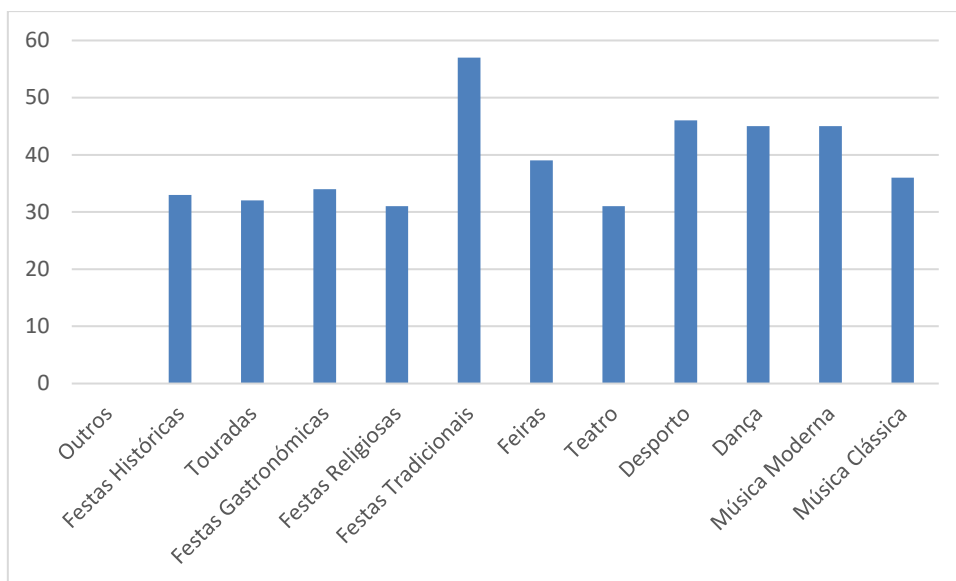
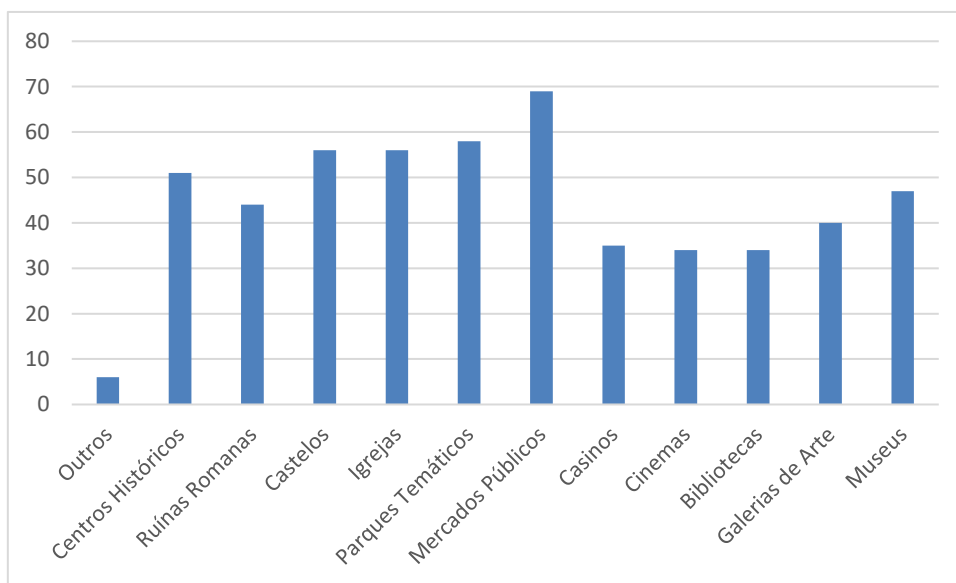


Figura 1.3 – Consumo dos eventos culturais dos turistas no Algarve. Fonte: Henriques (2014: 76).

O PENT permite atribuir um papel relevante ao Turismo Religioso no sentido de valorizar as visitas ao património cultural (Turismo de Portugal, 2013). Neste sentido, a Figura 1.4 indica que 69% dos turistas frequentam os mercados públicos, 58% visitam parques temáticos e 56% visitam castelos e igrejas, porém os cinemas, bibliotecas e casinos são os produtos culturais menos consumidos pelos turistas (Henriques, 2014).



Fira 1.4 – Consumo de produtos de carácter cultural por parte dos turistas. Fonte: Henriques (2014: 75).

Por sua vez, o Gabinete do Turismo Religioso da Região do Turismo do Algarve reconhece através de um relatório a importância do Património Religioso do Algarve para colocar a região a par dos seus concorrentes. No entanto, o Património Religioso não tem sido incluído nas estratégias de promoção turística do Algarve, pelo que, é alertado para o facto do material promocional existente referir igrejas e ermidas sem interesse histórico e artístico significativo, mas também se encontrarem em estado degradado e fechado ao público (Gonçalves, 2001). Nesta linha de pensamento, o Algarve deve desenvolver propostas e iniciativas diferenciadoras para que a região seja economicamente sustentável.

No contexto religioso, a religião católica é a religião maioritária (263 529) e a religião judaica é a religião minoritária (345) na região do Algarve (INE, 2012). No caso da religião ortodoxa os municípios com mais crentes são Loulé (4%), Portimão (3,6%), Albufeira (3%) e Faro (2,6%) (Observatório das Migrações, s.d.). Em contrapartida, os indivíduos sem religião atingem o seu valor máximo em municípios do sul de Portugal (42 035), como Sines e Aljezur (INE, 2012). Em relação às religiões minoritárias estas assumem uma importância relativa em municípios como Lagos (18%), Albufeira (16%), Aljezur (14%), Portimão (14%), São Brás de Alportel (12%), Loulé (12%), Silves (11%), Faro (11%) e Olhão (11%).

1.2. Caracterização demográfica e económica

No contexto demográfico de Portugal continental, a população residente no Algarve foi a que mais cresceu entre o período de 2001 e 2011 (Tabela 1.1), com respetivamente 395 218 habitantes em 2001 e 451 006 habitantes em 2011. No entanto, há um ligeiro decréscimo em 2018 (438 864) em comparação com 2011.

Por sua vez, a população residente na região do Algarve representa 4,3% da população do país e regista um aumento de 14,1% face a 2001 (RTA, 2015). Os concelhos que apresentam um maior número de população residente são os concelhos de Loulé (70 622), Faro (64 560) e Portimão (55 614). No entanto, os concelhos que apresentam um menor número de população residente são os concelhos de Alcoutim (2 917), Vila do Bispo (5 258) e Aljezur (5 884).

Também é possível verificar, entre período de 2001 e 2011, que o género feminino (231 075) cresceu em relação ao género masculino (219 931) na região do Algarve

(Tabela 1.1). Apesar de existir uma ligeira diminuição, a população residente do género feminino (228 977) continua a ser superior ao género masculino (209 887).

Tabela 1.1 – População residente em Portugal e no Algarve entre 2001, 2011 e 2018

População residente	2001			2011		
	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Portugal	10 356 117	5 000 141	5 355 976	10 562 178	5 046 600	5 515 578
Algarve	395 218	195 725	199 493	451 006	219 931	231 075

Fonte: INE (2012: 18) e INE (2020: 14).

Tabela 2.1 – População residente em Portugal e no Algarve entre 2001, 2011 e 2018

População residente	2018		
	Total	Masculino	Feminino
Portugal	10 276 617	4 852 366	5 424 251
Algarve	438 864	209 887	228 977

Fonte: INE (2012: 18) e INE (2020: 14).

Como se pode verificar na Tabela 1.2, a região do Algarve regista uma descida ligeira nos valores da taxa de natalidade e na taxa de mortalidade. Ou seja, a região do Algarve, e o resto do país, registou um desequilíbrio demográfico típico da estrutura etária da população, verificado pela diminuição da população mais jovem e pelo aumento da população com idades mais elevadas. Também, o índice de envelhecimento piorou em grande parte nos municípios do Algarve, com a exceção do município de São Brás de Alportel, Tavira e Silves que obtiveram um recuo.

Tabela 1.3 – Indicadores de Portugal, Algarve e Tavira no período de 2001 a 2011

		Taxa de natalidade	Taxa de Mortalidade	Índice de envelhecimento
2001	Portugal	10.9	10.1	102.23
	Algarve	10.99	11.59	127.51
	Tavira	8.2	14.9	187.3
2011	Portugal	9.2	9.7	127.84
	Algarve	10.2	10.3	131.05
	Tavira	8.0	13.2	177.4

Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados da Pordata dos anos 2001 e 2011.

A população estrangeira residente no Algarve representa 11.6% da população residente, o que faz da região do Algarve a região em Portugal com maior percentagem de cidadãos estrangeiros. Sobre esta temática, este acréscimo é sentido com mais intensidade nos municípios de Aljezur, Albufeira e Lagos (INE, 2012).

Na região do Algarve, o setor do turismo é de extrema importância e representa grande parte do tecido empresarial e do emprego gerado. Neste sentido, o Algarve contribui em

2014 com cerca de 4,2% do emprego total do país e com cerca de 7,5 mil milhões de euros para o PIB nacional, representando 4,2% do total nacional (RTA, 2015).

De acordo com o INE (2012), a taxa de emprego da população com idade ativa representa 48,5%, valor semelhante para o total do país e sobre este tema, o Algarve revela uma taxa superior no género masculino (51,8%) em relação ao género feminino (45,3%). De todos os municípios da região do Algarve, o município de Albufeira apresenta a taxa de emprego mais elevada com 54,5%, depois Faro com 51,8% e por último Loulé com 49,6%. Por sua vez, os Censos 2011 indicam que o ramo do “Comércio, alojamento, transportes e comunicações” (39,6%) emprega mais população na Região do Algarve, seguido por “outras atividades e serviços” (28,2%), e as “Atividades financeiras, imobiliárias e serviços às empresas” (12,7%) (INE, 2012). Os três concelhos que apresentam taxas de emprego mais elevadas são Albufeira (54,5%), Faro (51,8%) e Loulé (49,6%). No entanto, os três concelhos que apresentam taxas de emprego mais baixas são Aljezur (38,6%), Monchique (38,2%) e Alcoutim (32,2%) (RTA, 2015).

Com a informação mensal do mercado de trabalho do IEFP (2017) é possível averiguar, em comparação com o ano de 2016, que o desemprego diminuiu em todas as regiões do país, em destaque o Algarve com uma descida percentual de -27,9%. Havia à data uma recuperação económica muito associada ao crescimento do turismo.

No 4º trimestre do ano de 2018, o Algarve tinha uma taxa de desemprego superior à média nacional com 7,8%, no entanto as taxas de desemprego mais elevadas ou superiores à média nacional foram a Região da Madeira (8,8%), a Área Metropolitana de Lisboa (7,4%), o Norte (7,3%) e o Alentejo (7,2%) (INE, 2019).

Contudo, o Algarve é a região do país com mais contratos de trabalho a termo, representando 21,1% da população empregada. No final do ano de 2018 estavam inscritos nos Serviços de Emprego 19 718 desempregados, aproximadamente 6% da média nacional.

1.3. Evolução do turismo e perfil do turista no Algarve

O estudo do perfil do turista permite distinguir a nacionalidade, as preferências e os comportamentos de forma a apoiar a competitividade dos produtos, negócios ou áreas do destino turístico. A atividade turística na Região do Algarve inicia-se nos anos 1920 e intensifica-se com a construção do Aeroporto Internacional de Faro em 1965. Também

através da evolução da construção dos alojamentos turísticos verifica-se o aparecimento de unidades de alojamento de 4 ou 5 estrelas, como também de aldeamentos turísticos de luxo (Gonçalves, 2001).

Não tivemos acesso aos dados mais recentes, mas no Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve, a Região do Algarve, como principal região turística de Portugal, regista em 2013 cerca de 14,8 milhões de dormidas na hotelaria classificada e 3,15 milhões de hóspedes, que correspondem a 35,5% das dormidas na hotelaria nacional e 21,9% do total nacional de hóspedes. A estada média nesse ano foi 4,7 noites, influenciados por ser um destino de sol e mar, e uma taxa de ocupação anual de 44,6%, ligeiramente superior aos 43,7% registados em Portugal (RTA, 2015). Também Correias e Águas (2016) afirmam que o Algarve é a principal região recetora do país, representando no ano de 2015 um fluxo de 17 milhões de dormidas ou 34% das dormidas registadas no país. Nesta linha de pensamento, o Plano Estratégico Nacional do Turismo esclarece que o Algarve, entre o período de 2002 e 2005, foi a região com maior número de dormidas de estrangeiros e apresentou maior grau de dependência (82%) em relação aos principais mercados emissores (Turismo de Portugal, 2007).

Segundo a RTA (2015), os turistas que visitam a região do Algarve são provenientes do Reino Unido, Alemanha, Irlanda, Holanda, Espanha e França e representavam em 2013 mais de 85% de total de dormidas de estrangeiros. É possível verificar na região do Algarve 451 006 habitantes, sendo 224 518 naturais do município e 226 488 a indicarem naturalidade de outro município ou do estrangeiro (Moreira & Maias, 2011).

Em relação aos alojamentos, a Região do Algarve apresenta em 2013 cerca de 425 unidades de alojamento com 107 339 camas. Das várias tipologias de unidade de alojamento, destacam-se aquelas com um número elevado em 2013 que são os apartamentos turísticos (138), os hotéis (120) e os aparthotéis (71). Os concelhos que apresentam maior capacidade de oferta e maior oferta de hotéis de 4 e 5 estrelas são Albufeira, Loulé e Portimão (RTA, 2015).

A este propósito, o turista pode ser classificado por turista tradicional ou por turista residencial que se pode alojar em casa própria, casa de familiares ou amigos e que se aproveita do arrendamento privado (47%) com reservas a serem realizadas na sua maior parte online (61%), no Booking.com (23%) e no AirBnb (28%) (Correias & Águas, 2016).

Como refere Correias e Águas, o perfil dos turistas caracteriza-se da seguinte forma:

Os turistas tradicionais são jovens (menos de 30 anos – 18%), ou entre os 30 e os 44 anos 34%, ou mais seniores 45-54 anos (24%). Solteiros (23%) ou casados (74%) possuem um nível de educação que varia entre o secundário completo (31%) ou o superior (66%), trabalham por conta de outrem (65%) ou por conta própria (16%) com rendimentos inferiores a 3000 euros/mês (56%), ou superior a 3000 €/mês (34%), outros ainda preferiram não referir o seu rendimento (10%) sugerindo uma capacidade financeira que não pretendem declarar por ser superior à média. Os turistas residenciais são adultos (30-44 anos – 38%, 45-54, 23%), próximos da idade da reforma (55-64 anos – 13%). Solteiros (22%) ou casados (74%) possuem um nível de educação que varia entre o secundário completo (34%) ou o superior (61%), trabalham por conta de outrem (63%) ou por conta própria (15%), outros são reformados (13%). Com rendimentos inferiores a 3000 euros/mês (58%), ou superior a 3000 euros/mês (28%), outros ainda preferiram não referir o seu rendimento (14%) sugerindo uma capacidade financeira que não pretendem declarar por ser superior à média (2016, p.59).

De acordo com Correia e Águas (2016), os turistas tradicionais (70%) estão mais presentes no Barlavento do que os turistas residenciais (57%), sendo Albufeira, Loulé e Portimão os municípios mais visitados, contudo a situação muda totalmente no Centro e no Sotavento, onde o turista residencial dispersa-se mais e gosta de visitar Faro, Lagos, Silves e Tavira.

Como referido na Figura 1.5, o maior motivo de visita para os turistas tradicionais são as férias e lazer (86%) e a saúde e bem-estar (11%), enquanto os negócios (1%) e as visitas a familiares e amigos (2%) são mais raras. No entanto, os turistas residenciais distribuem-se e visitam mais a região do Algarve por motivos de férias e lazer (80%), família e amigos (10%), por questões de saúde e bem-estar (9%) e só em raras ocasiões em negócios (1%). Por sua vez, o turista tradicional viaja com o conjugue, a família ou com amigos, porém o turista residencial viaja mais em família e só depois com o conjugue e com os amigos (Correia & Águas, 2016).

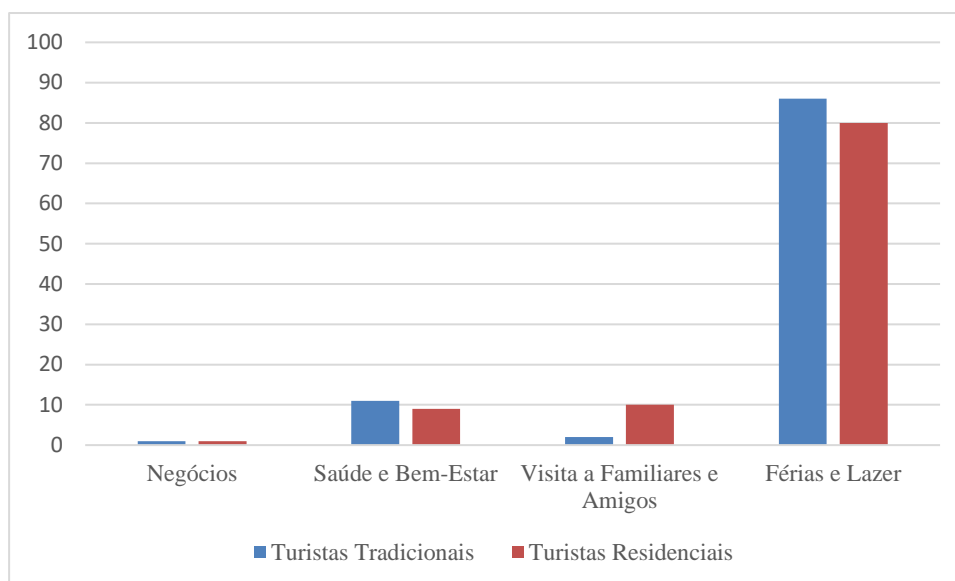


Figura 1.5 – Motivo de visita dos turistas tradicionais e dos turistas residenciais. Fonte: Correia e Águas (2016: 25).

Esta região é visitada por muitos turistas de diferentes nacionalidades ao longo do ano. Para além do turista português, os turistas mais frequentes são os britânicos, irlandeses, alemães e os espanhóis. É de salientar, em 2015, a crescente procura do Algarve por parte dos mercados francês e irlandês, representando 5,6% e 7% dos hóspedes estrangeiros (CCDRA Algarve, 2020a).

Os turistas tradicionais gostam de ficar em primeiro lugar alojados em hotéis e pousadas, em resorts e por último em parques de campismo. Os residenciais normalmente preferem ficar em arrendamentos privados, em casas próprias ou em casas de familiares ou amigos.

A propósito da receita média por quarto, o Algarve evolui de 26,4€ em 2013 para 27,5€ em 2014, correspondendo ao aumento de 4,2% (CCDRA Algarve, 2020b). No entanto em 2015 a receita média por quarto voltou a crescer mais 8,3€ na região do Algarve (CCDRA Algarve, 2020b). Deste modo é possível referir que os municípios de Albufeira, Faro, Lagoa e Loulé têm maior gasto médio diário, contudo os municípios de Aljezur, Castro Marim e Olhão têm menor gasto médio diário e as dormidas não ultrapassam os 4% (Moreira & Maias, 2011).

Do trabalho e análise efetuadas pelos autores referidos existe pouca evidência sobre os eventos e o seu impacto na região e não encontramos nada referente ao impacto dos eventos religiosos.

Capítulo 2 – A Artgilão e estágio curricular

Este capítulo começa por contextualizar o concelho de Tavira na região do Algarve, enfatizando as características históricas, demográficas e económicas. Destaca-se os atributos marcantes do concelho, relacionados com os seus elementos naturais, culturais, sociais e religiosas no que respeita ao desenvolvimento turístico. Nesta vertente, faz-se referência a elementos culturais, naturais, sociais e religiosos diferenciadores no concelho de Tavira. Para além disso, é apresentada a entidade acolhedora do estágio, Artgilão, e é apresentada a Semana Santa em Tavira, objeto de estudo deste trabalho.

O concelho de Tavira fica localizado no sotavento algarvio e possui uma área de 607 km² com 24 750 habitantes e é constituído por nove freguesias: Cabanas de Tavira; Cachopo; Conceição; Luz de Tavira; Santa Catarina da Fonte do Bispo; Santa Luzia; União de Tavira (Santa Maria e Santiago); e Santo Estevão. Os dados da população residente do concelho de Tavira sugerem um total próximo dos 25 000 residentes (26 167 em 2011 e 24 750 em 2018) (INE, 2019).

Este concelho é caracterizado pelas três sub-regiões algarvias: a serra, o barrocal e o litoral, podendo afirmar-se que as paisagens do barrocal e da serra são caracterizadas pelas alfarrobeiras, amendoeiras, medronheiros e pomares de citrinos e também por casas de traça tradicional, palheiros, fornos e moinhos (Fernandes, 2015).

O concelho de Tavira é constituído por vários cursos de água como o rio Gilão, a ribeira Almargem e o rio Vascão e pelo clima mediterrâneo, com temperaturas entre os 7° e os 16° graus no Inverno, e com temperaturas entre os 19° e os 30° graus no Verão. O concelho de Tavira engloba parte do Parque Natural da Ria Formosa, onde se pode visitar a Praia de Cabanas, a Ilha de Tavira e a Praia do Barril (Valente, 2013).

Tavira é detentora de uma vasta herança cultural, onde a influência mediterrânica é visível no clima, na economia, na cultura e no estilo de vida característico da Dieta Mediterrânica, Património Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO desde 2003, que Tavira integrou como comunidade representativa nacional em 2013.

2.1. Caracterização histórica

Ao longo dos séculos, Tavira foi território ocupado pelos Fenícios, Gregos, Celtas Cartagineses, Romanos e Muçulmanos, dando origem a uma área estratégica na Península

Ibérica (Valente, 2013). Muitos historiadores afirmam que a povoação de Tavira ou “Tabira” provem do antropónimo árabe “Talábriga” atribuído pelo povo galo-celta, em meados do século IV a.C., pela sua situação geográfica e estratégica (Blanc, 2014).

Tavira detém um conjunto de arquitetura religiosa e civil muito interessante e rica devido ao destaque que esta cidade teve na região do Algarve, desde o período da Reconquista Cristã em 1242 até à implantação do Liberalismo em 1834 (Santana, 2010). Em 1239, D. Paio Peres Correia reconquista a cidade aos mouros e cinco anos mais tarde D. Sancho II oferece o castelo à Ordem de Santiago pelos serviços prestados na reconquista cristã (Valente, 2013). A consolidação civil, militar e religiosa reaproveitou as antigas mesquitas árabes na construção das novas igrejas e neste caso a Igreja de Santa Maria do Castelo é exemplo disto. No entanto, atualmente a cidade de Tavira possui poucos vestígios desta época e os vestígios que existem sobreviveram às catástrofes naturais, às transformações arquitetónicas e ao passar do tempo.

De acordo com Santana (2010), o período na história de Tavira que proporcionou melhores condições para o desenvolvimento arquitetónico religioso foram os séculos XV e XVI, ligados aos Descobrimentos e à Expansão Portuguesa. Nesse sentido, a cidade foi também marcante para a defesa da fronteira portuguesa, como para a riqueza estabelecida na exploração marítima e nos campos férteis, que permitiram o crescimento da população e atraíram a atenção dos monarcas.

Cruz (2006) afirma que Tavira passa a ser uma das primeiras cidades portuguesas em representação política, a ter um porto com um relevante papel económico e estratégico e a ser a terceira cidade costeira, após Lisboa e Porto. Ainda nesta linha de pensamento, Tavira foi de tal modo marcante que em 1520 é elevada a cidade por D. Manuel I pelos serviços prestados nas guerras contra Castela e na ajuda da defesa das praças no Norte de África, constituído o maior centro populacional do Algarve na época (Chagas, 2015). O abastecimento das tropas portuguesas no Norte de África obrigou consequentemente a desenvolver a pesca, a exploração de sal, a farinação dos cereais, as hortaliças e a produção de frutas (Anica, 1993).

No decurso deste desenvolvimento, passa a existir um imenso envolvimento da Igreja através das paróquias, ordens religiosas, irmandades e confrarias na vida local (Santana, 2010). No final do século XV é fundada a Irmandade da Santa Casa da Misericórdia de Tavira, que ocupa instalações provisórias no convento de São Francisco e no hospital do

Espírito Santo, contudo, em 1541, o arquiteto local André Pilarte orienta a construção do novo templo (Câmara Municipal de Tavira, 2019a). A este propósito, Marado (2010) salienta que o Convento de Nossa Senhora da Piedade ou Convento das Bernardas foi a segunda casa monástica-conventual a ser fundada como promessa de D. João II, porém o Mosteiro de Nossa Senhora da Piedade é entregue à Ordem Cister em 1530.

Como refere Santana (2010, p.19), a origem de algumas igrejas esteve relacionado com a importância de Tavira no domínio do Norte de África:

Por exemplo, o convento de N. Sra. da Piedade (ou das Bernardas) é fundado por D. Manuel I em 1509 em ação de graças pela libertação de um cerco mouro a Arzila; o convento de No. Sra. da Graça, fundado em 1542, resulta da trasladação de um outro convento que teve vida efémera na cidade africana de Azamor; sendo ainda de assinalar nesta relação o importante papel do Hospital do Espírito Santo e da sua igreja, construídos em meados do século XV, para recuperação médica e espiritual dos enfermos das expedições ultramarinas.

Na segunda metade do século XVI é possível contemplar o declínio económico e estratégico da cidade, agravado pelo abandono de algumas posições no Norte de África, pelo domínio espanhol e pelo assoreamento do rio Gilão que impossibilitou o movimento comercial do porto (Câmara Municipal de Tavira, 2019b). No entanto, Tavira continua a ter condições para construir novas igrejas e para criar novas Ordens Terceiras, confrarias e irmandades. Por exemplo, os Frades Paulistas mudam-se do sítio de S. Marcos, atualmente conhecido por Nossa Senhora da Saúde, a três quilómetros a norte da cidade para se instalarem na Igreja de Nossa Senhora da Ajuda em 1606 (Anica, 1993). De acordo com Marado (2010), os Capuchos da Província da Piedade mudam-se para Tavira e ocupam inicialmente a Ermida de Nossa Senhora do Espinheiro na Atalaia, contudo só em 1612 se inicia a construção do Convento de Santo António.

Ainda no século XVIII, são fundadas: a Ordem da Nossa Senhora do Carmo e a Ordem Terceira de São Francisco (Chagas, 2015). No seguimento deste século, o terramoto de 1755 é sentido em Tavira, destruindo a rua Nova Pequena, conhecida atualmente por Alexandre Herculano, o convento de São Francisco, o Hospital do Espírito Santo e a igreja de Santa Maria do Castelo (Vasconcelos, 1999). Também, o Convento da Ordem dos Carmelitas Descalços foi o último a ser fundado neste século em Tavira, passando em 1834 para a alçada do Estado liberal (Franco, 1992).

Os séculos XIX e XX ficam marcados pelo desaparecimento das ordens religiosas e consequentemente pela transformação e desaparecimento de algumas igrejas. É o caso do Decreto de 30 de maio de 1834 que extingue todas as casas religiosas masculinas da região e atribui novos usos aos edifícios religiosos (Marado, 2009). Ou seja, a igreja é apresentada como outro prédio urbano ao qual é atribuído um valor próprio.

No século XIX, é eleito o primeiro Presidente da Câmara: Sebastião Martins Mestre e com o desenvolvimento piscatório é construído o primeiro Mercado Municipal em 1887. No século XX, o desenvolvimento urbano e rural é evidenciado na construção de escolas primárias, serviços, fábricas de conservas, bairros sociais e o acesso aos comboios. Ou seja, cria-se a Escola Técnica em 1960 e a Escola Primária em 1968 e surge, pela primeira vez, o comboio em Tavira (Valente, 2013).

Atualmente, a cidade de Tavira é visitada pelos turistas que mostram interesse, tanto nas praias como também, na cultura e história, evidenciadas nas ruas, nos edifícios religiosos e civis, nas comunidades locais e nas vivências. Assim sendo, Tavira teve um papel marcante na história da região do Algarve desde muito cedo e ainda hoje é possível contemplar essa influência na arquitetura religiosa e civil local.

2.2. Caracterização demográfica e económica

A população residente do concelho de Tavira, à semelhança do resto da região do Algarve, cresceu entre o período de 2001 e 2011. De acordo com o INE (2012), em 2011 o concelho de Tavira tinha 26 167 habitantes, mais 1 170 habitantes do que em 2001, sendo dos concelhos que mais cresceu na última década no Algarve (Tabela 2.1). Porém, os dados atualizados do INE (2019) indicam que o concelho de Tavira tem 24 750 habitantes, o que sugere um decréscimo na população residente.

Tabela 2.1 – População residente no Algarve e no concelho de Tavira no período entre 2001, 2011 e 2018

	População residente					
	2001			2011		
	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Algarve	395 218	195 725	199 493	451 006	219 931	231 075
Tavira	24 997	12 480	12 517	26 167	12 814	13 353

Fonte: INE (2012: 18/96/97), INE (2019: 1) e INE (2020:14).

Tabela 2.2 – População residente no Algarve e no concelho de Tavira no período entre 2001, 2011 e 2018

	População residente		
	2018		
	Total	Masculino	Feminino
Algarve	438 864	209 887	228 977
Tavira	24 750	11 704	13 046

Fonte: INE (2012: 18/96/97), INE (2019: 1) e INE (2020:14).

De acordo com a Tabela 2.2, os residentes do género feminino são superiores aos residentes do género masculino na maior parte das freguesias do concelho de Tavira. As únicas freguesias com mais residentes do género masculino são Cachopo (359), Santa Catarina da Fonte do Bispo (911) e Santo Estevão (594). A União de Freguesia de Santa Maria (8 836) e Santiago (6 297) têm mais população residente em relação às outras freguesias. Por sua vez, as freguesias de Cachopo (716) e Cabanas de Tavira (1081) têm menos população residente em relação às restantes freguesias.

Tabela 2.3 – População residente por freguesia do Concelho de Tavira

	População residente por freguesia de Tavira		
	Total	Masculino	Feminino
Cachopo	716	359	357
Conceição	1 438	718	720
Luz de Tavira	3 355	1 645	1 710
Santa Catarina da Fonte do Bispo	1 809	911	898
Santa Maria	8 836	4 266	4 570
Santiago	6 297	3 054	3 243
Santo Estevão	1 180	594	586
Santa Luzia	1 455	727	728
Cabanas de Tavira	1 081	540	541
Tavira	26 167	12 814	13 353

Fontes: INE (2012: 96).

Conforme mencionado anteriormente, existe uma descida ligeira nos valores da taxa de natalidade e na taxa de mortalidade em Portugal, porém isto não ocorre no concelho de Tavira (INE, 2012). Ou seja, entre o período de 2001 e 2011, aumentou o desequilíbrio demográfico, verificado pela diminuição da população mais jovem e pelo aumento da população com idades mais elevadas na região do Algarve. Os únicos municípios a obter um recuo relacionado ao índice de envelhecimento da população são o município de Tavira, São Brás de Alportel e Silves.

O turismo é o setor que mais contributos e rendimentos tem proporcionado à região do Algarve e aos seus municípios. Segundo Fernandes (2015), o município de Tavira tem

apostado no produto sol e mar, nos produtos históricos e culturais, gastronómicos e no património natural para mostrar a sua diversidade aos turistas.

Como se pode verificar na Tabela 2.3, a capacidade de alojamento do município de Tavira em 2018 é de 5 407 camas e a estada média nos estabelecimentos hoteleiros é de 3,9 noites. Para além disso, em 2018 os turistas gastaram em média 32 560 euros e os estabelecimentos hoteleiros hospedaram 190 894 pessoas. Através do Registo Nacional de Turismo (2020) é possível verificar que o Município de Tavira, para além dos estabelecimentos hoteleiros, tem 2329 alojamentos locais.

Tabela 2.4 – Indicadores do Turismo no Município de Tavira

	Município	NUTS III	NUTS II	Portugal	Peso do Município NUTS III (%)
Estabelecimentos hoteleiros (Nº)	38	817	817	6 868	4,7
Hotéis	12	403	403	1 865	3,0
Capacidade de alojamento (Nº)	5 407	131 243	131 243	423 152	4,1
Hóspedes (Nº)	190 894	4 732 165	4 732 165	25 249 904	4,0
Dormidas (Nº)	747 528	20 443 247	20 443 247	67 662 103	3,7
Estada média	3,9	4,3	4,3	2,7	-
Proveitos (milhares)	32 560	1 144 530	1 144 530	3 986 553	2,8

Fonte: INE (2019: 2)

2.3. Caracterização do desenvolvimento turístico e religioso de Tavira

O concelho de Tavira possui recursos naturais em todo o seu espaço concelhio, nomeadamente o Parque da Ria Formosa, o rio Gilão, salinas e várias paisagens e praias.

Os recursos patrimoniais de Tavira contam a história religiosa desta cidade, o que pode não ocorrer noutras cidades algarvias. Em relação ao património cultural, de acordo com Swarbrooke (2002) são os edifícios e estruturas construídas pelo homem sem a finalidade de atrair visitantes. Neste caso, verifica-se no concelho a existência de património arquitetónico religioso e de património arqueológico classificado de âmbito nacional, destacando-se a Igreja de Santa Maria do Castelo, a Igreja da Santa Casa da Misericórdia e o Núcleo Islâmico. É ainda de salientar que nem todos os recursos expostos na Tabela 2.4 se encontram abertos ao visitante e aos residentes de Tavira.

Os recursos turísticos dos destinos incluem um nível adequado de instalações e serviços de forma a atender a procura, as necessidades e os interesses dos visitantes (Swarbrooke, 2002). A Tabela 2.4 é constituída pela tipologia de atrações, onde se encontram os recursos naturais, os edifícios e estruturas construídas pelo homem sem a finalidade de atrair visitantes, obras construídas pelo homem com a finalidade de atrair visitantes, eventos especiais, serviços de suporte e *facilities*.

Nos recursos naturais, a cidade de Tavira, possui o Parque Natural da Ria Formosa, Ilha de Tavira, salinas e Parque de Lazer. Nos edifícios e estruturas construídas pelo homem sem a finalidade de atrair visitantes englobam-se igrejas (Igreja Matriz de Santa Maria do Castelo; Igreja Matriz de Santiago; Igreja do antigo Convento de S. Francisco; Igreja do Hospital do Espírito Santo; Igreja da Misericórdia; Igreja da Nossa Senhora das Ondas; Igreja de S. Paulo; Igreja e Convento de Santo António dos Capuchos; Igreja da Ordem Terceira de Nossa Senhora do Carmo), ermidas (Ermida Santa Ana; Ermida de S. Sebastião; Ermida da Nossa Senhora do Livramento; Ermida de S. Brás; Capela da Nossa Senhora da Piedade) e conventos (Antigo Mosteiro de Nossa Senhora da Piedade; Antigo Convento da Nossa Senhora da Graça Igreja; Convento de Santo António dos Capuchos). Tavira é amplamente referida como a Cidade das Igrejas.

No campo dos sítios arqueológicos e monumentos estão Poços Rituais Fenícios¹, Muralha Fenícia, Núcleo Islâmico, Bairro Almóada, Castelo de Tavira, Anta das Pedras Altas e Anta das Masmorras; e no campo das casas nobres encontram-se Palácio da Galeria, Casa André Pilarte² e a Casa Irene Rolo³.

Em relação às obras efetuadas pelo homem com a finalidade de atrair visitantes, a cidade de Tavira possui como referências principais: a Casa Fotografia Andrade⁴, o Centro Interpretativo do Abastecimento de Água, o Centro de Ciência Viva de Tavira, o Núcleo Museológico da Pesca do Atum, o Núcleo Expositivo da Cooperativa de Santa Catarina da Fonte do Bispo e o Núcleo Museológico de Capucho.

¹ Poços Rituais Fenícios – Escavações arqueológicas realizadas no Palácio da Galeria permitiram identificar vários poços escavados na rocha dos séculos VII – VI a.C., dedicados ao culto do deus das tempestades, Baal.

² Casa André Pilarte (1520 1540) – Casa quinhentista provavelmente construída pelo arquiteto André Pilarte, responsável pela construção da Igreja da Misericórdia. É possível ver no piso térreo um vão manuelino com cantarias que formavam um arco contracurvado.

³ Casa Irene Rolo (1530 – 1550) – No terceiro piso do edifício encontra-se uma antiga janela renascentista.

⁴ Casa Fotografia Andrade – É um núcleo museológico, onde é possível encontrar ampliadores, câmaras fotográficas, guilhotinas, caixas de arquivo, negativos em vidro e cenários de estúdio desde o início do século XX.

A cidade de Tavira, no campo dos eventos especiais têm eventos de carácter religioso e de cariz cultural, como a Semana Santa e a Feira da Dieta Mediterrânica (desde 2013). No campo dos mercados estão o Mercado da Ribeira e o Mercado Municipal de Tavira; e no campo das feiras mensais incluem-se a Feira das antiguidades, a Feira das Endoenças, a Feira da Boa Morte e a Feira de São Francisco. Também se decidiu acrescentar os serviços de suporte com o alojamento e restauração e as *facilities* com o posto de turismo, os serviços de transportes, os transportes urbanos e os transportes fluviais para a Ilha de Tavira (Tabela 2.4).

Tabela 2.5 – Atrações turísticas de Tavira

Tipologia de atrações		Atrações turísticas existentes em Tavira
Recursos naturais		Parque Natural da Ria Formosa; Ilha de Tavira; Salinas;
Edifícios e estruturas construídas pelo homem sem a finalidade de atrair visitantes	Igrejas, Ermidas e conventos	Igreja Matriz de Santa Maria do Castelo (Artgilão); Igreja Matriz de Santiago; Ermida Santa Ana; Igreja do antigo Convento de S. Francisco; Igreja do Hospital do Espírito Santo; Ermida de S. Sebastião; Ermida da Nossa Senhora do Livramento; Ermida de S. Brás; Antigo Mosteiro de Nossa Senhora da Piedade; Igreja da Misericórdia; Igreja da Nossa Senhora das Ondas; Antigo Convento da Nossa Senhora da Graça; Igreja de S. Paulo; Igreja e Convento de Santo António dos Capuchos; Igreja da Ordem Terceira de Nossa Senhora do Carmo; Capela da Nossa Senhora da Piedade.
	Sítios arqueológicos e monumentos	Poços Rituais Fenícios; Muralha Fenícia; Núcleo Islâmico; Bairro Almóada; Castelo de Tavira; Anta das Pedras Altas; Anta das Masmorras.
	Casas nobres	Palácio da Galeria; Casa André Pilarte; Casa Irene Rolo.
Obras contruídas pelo homem com a finalidade de atrair visitantes		Casa Fotografia Andrade; Centro Interpretativo do Abastecimento de Água; Centro de Ciência Viva de Tavira; Núcleo Museológico da Pesca do Atum; Núcleo Expositivo da Cooperativa de Santa Catarina da Fonte do Bispo; Núcleo Museológico de Capucho;
Eventos especiais		Semana Santa de Tavira; Feira da Dieta Mediterrânica;
Mercados		Mercado da Ribeira de Tavira; Mercado Municipal de Tavira;
Feiras mensais		Feira das antiguidades; Feiras das Endoenças; Feira da Boa Morte; Feira de São Francisco;

Serviços de suporte	Alojamento	2329 alojamentos locais e 36 empreendimentos turísticos. Fonte: Registo Nacional de Turismo (2020).
	Restauração	Existem 72 estabelecimentos de restauração e bebidas (AIHSA, 2014).
<i>Facilities</i>	Postos de turismo	Região de Turismo do Algarve.
	Serviços de transporte	EVA- Transportes e táxis RNE – Rede Nacional de Expressos RENEX – Rede Nacional de Transportes CP- Comboios de Portugal
	Transportes urbanos	Sobe e Desce
	Transportes fluviais para a Ilha de Tavira	Silnido Mar táxis

Fonte: Elaboração própria, com base no modelo de recursos turísticos de Swarbrooke (2002).

2.3.1. A Artgilão no contexto do desenvolvimento turístico, cultural e religioso em Tavira

Neste sub-ponto do capítulo procedemos à caracterização da empresa desde a sua origem, mas também se descreve em síntese o seu processo evolutivo até à atualidade.

2.3.1.1. Descrição da empresa e a sua evolução

A empresa Artgilão situa-se na zona histórica de Tavira, especificamente na Igreja de Santa Maria do Castelo, onde há uma grande circulação de turistas e residentes. A Artgilão resulta de uma visita do Padre Miguel Neto à Igreja de Santa Maria do Castelo, onde toma consciência da falta de uma entidade externa que possibilite a dinamização e exploração turística do património religioso das paróquias de Tavira.

Em relação ao nome, inicialmente era para se designar TavirArt ou ARTavira, contudo aquando da constituição legal da empresa não foi possível estabelecer nenhuma destas hipóteses. Neste seguimento, o advogado da Diocese do Algarve, Diácono Luís Galante, criou uma terceira hipótese, a Artgilão, que foi aprovada pelas Finanças. A criação da empresa paroquial possibilitou a cobrança de entradas no museu e a venda de produtos locais e regionais.

Para a formação da empresa paroquial foi realizada um trabalho de pesquisa, respetivamente na Europa, nomeadamente em Itália e nos países de influência germânica.

Portanto procurou-se, através do marketing, chegar a soluções e ideias exequíveis, eficientes e eficazes, para depois as implementar sempre que o projeto o permitisse.

De facto, como já foi mencionado, o primeiro objetivo foi criar uma empresa paroquial que possibilitasse com a devida legalidade a cobrança de entradas no museu e a venda de produtos locais e regionais. Enquanto o segundo objetivo seria canalizar os lucros obtidos das entradas dos turistas ou nas receitas dos produtos vendidos, para o restauro e conservação de todas as Igrejas e peças de arte pertencentes às paróquias da cidade de Tavira.

Nestes dois anos de atividade a empresa paroquial viu a sua atividade muito condicionada pela pandemia.

2.3.1.2. Funções Desempenhadas no âmbito do estágio

O estágio realizado no âmbito do Mestrado em Turismo da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve e no âmbito da Artgilão decorreu nas três igrejas: Santiago, Santa Maria do Castelo e São Paulo. Em seguida são anunciadas as tarefas propostas pela empresa:

- Desenvolvimento de conteúdos culturais e produtos locais nas redes sociais, principalmente no Facebook e no Instagram;
- Realização de visitas guiadas na Igreja de Santa Maria do Castelo e na Igreja da Misericórdia;
- Apoio em eventos organizados pela Artgilão;

Em seguida são anunciadas as tarefas propostas pela empresa e que foram desenvolvidas no âmbito do estágio.

a) Desenvolvimento de conteúdos culturais e produtos locais nas redes sociais, Facebook e Instagram

Uma das propostas da Artgilão foi a divulgação das Igrejas da Paróquia (Igreja de Santa Maria do Castelo, Igreja de Santiago, Igreja de São Paulo) nas redes sociais, Facebook e Instagram, com o intuito de dar a conhecer aos turistas e aos residentes o património cultural religioso. Nesta fase do trabalho promoveram-se as visitas guiadas recorrendo à análise de livros e artigos sobre as igrejas e ordens religiosas de Tavira. A colaboração com a historiadora, Dr.^a Alexandra Rufino, nesta primeira fase permitiu aferir a relevância que as ordens religiosas tiveram em Tavira desde o século

XIII até ao século XIX. Em suma, o desafio desta tarefa foi oferecer informação essencial para os visitantes e os residentes de modo a compreenderem a história de Tavira e a ligação que a religião católica teve nesta zona.

Esta tarefa teve o objetivo de obter mais visualizações nas redes sociais e obter um maior reconhecimento da comunidade local. A comunidade local tem um papel muito relevante nas atividades realizadas pela Artgilão, onde ajudam voluntariamente em exposições ou na venda de bilhetes para se visitar as igrejas.



Figura 2.1 – Promoção da Igreja de Santiago. Fonte: Elaboração própria.

Outra proposta da Artgilão foi a divulgação de produtos locais e regionais nas redes sociais, Facebook e Instagram, com intuito de dar informação sobre estes produtos junto dos residentes e visitantes. Nesta fase do trabalho foi possível distinguir os produtos locais que se vende na loja da Artgilão, localizada na Igreja de Santa Maria do Castelo. A loja Artgilão vende produtos locais, como t-shirts, chapéus, chávenas, sal, flor de sal, frutos secos, terços, brincos e colares. Também se pode encontrar na loja os vinhos regionais, de que é exemplo, *Os Sete Cavaleiros Do Castelo*. No fundamento desta iniciativa esteve o objetivo de reverter as receitas a favor da conservação e restauro do património cultural religioso pertencente à Paróquia (Figura 2.2).

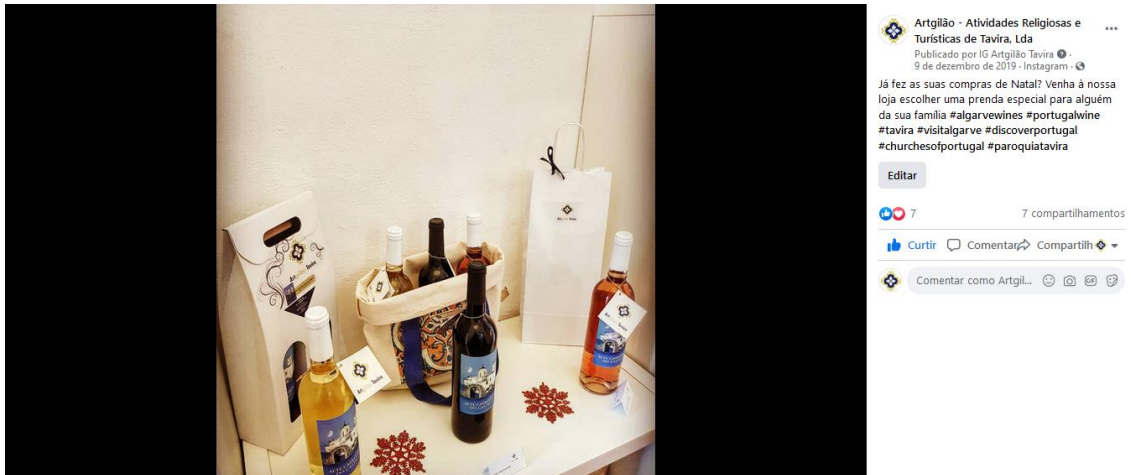


Figura 2.2 – Promoção dos vinhos *Os Sete Cavaleiros do Castelo* no Facebook. Fonte: Elaboração própria.

b) Realização de visitas guiadas na Igreja de Santa Maria do Castelo e na Igreja da Misericórdia

Em relação às visitas guiadas, foi estudado o tema relacionado com o património cultural tangível, principalmente a Igreja de Santa Maria do Castelo e a Igreja da Misericórdia.

A preparação das visitas guiadas iniciou-se primeiro com a recolha de informação sobre a Igreja de Santa Maria do Castelo e a Igreja da Misericórdia. Na fase seguinte consolidou-se a informação, de modo simples, claro e perceptível, e em conjunto com a Dr.^a Alexandra Rufino definiram-se os espaços a visitar dentro das igrejas.



Figura 2.3 – Visita guiada à Igreja de Santa Maria do Castelo. Fonte: Elaboração própria.

Na visita guiada à Igreja de Santa Maria do Castelo salientou-se a reconquista de Tavira aos mouros por parte da Ordem de Santiago e a importância de D. Paio Peres Correia na fundação da igreja no local da antiga mesquita. Também se evidenciou os inúmeros estilos artísticos que a igreja materializa e que a moldaram ao longo dos séculos (Figura 2.4).

Sant Maria do Castelo Church is believed to be an old mosque from the time of the Muslim Occupation. When Tavira was reconquered in 1242 by the Grand Master of the Order of St. James of the Sword, D. Paio Peres Correia it was decided to found in the same place as the mosque.

On the Epistle side, there is an engraved stone with the remains of the 7 martyred knights of Tavira. The legend says that these knights were killed in a brutally way before Tavira was conquered. On the opposite side we have the tombstone of D. Paio.

After the earthquake of 1755, Bishop D. Francisco Gomes de Avelar asked the Italian architect Francisco Xavier Fabri to rebuild the church.

The main retablo was made by Joaquim Rasquinho and it is a good and one of the few trompe l'oeil (optical illusion) paintings in Algarve from the late 18th century and early 19th century. The niche is neoclassic with the image of Our Lady of Assunção from 18th century. The author was Machado de Castro. It is possible to see 2 martyrs, S. Marcos and S. Barnabé, the saint of the city.

This next retablo is called the Retablo of the Souls and it is from 1721 but the author is unknown. It is the final Judgement with Christ flanked by a group of chosen ones: Virgin Mary and João Batista.

The Holy Chapel survived the earthquake of 1755 and reflects the richness of the Baroque period special tiles on the walls. These tiles were made in Lisbon by Bartolomeu Antunes and Nicolau de Freitas workshop. Charity, Hope and Faith are all images used in another retablo.

In 16th century, Lançarote de Melo asked to build a new chapel with the name of Senhor dos Passos and it is a good example of the Manueline style. Today the only elements that we can see from that style is the dome and the glass. The tiles are from the 17th century and they are yellow and blue.

The BAPTISMAL CHAPEL has a neoclassical retablo from the 18th century believed to be crafted by José Romeira.

São Bartolomeu retablo was made in 1721 by the carver João Tomás known by the moço. The Gothic side chapel (13 to 14 century) has a retablo of the Passion possibly from the old Convento de Nossa Senhora da Graça.

Figura 2.4 – Guião sobre a Igreja de Santa Maria do Castelo. Fonte: Elaboração própria.

Na visita guiada à Igreja da Misericórdia salientou-se a relevância que a Santa Casa da Misericórdia de Tavira tinha junto da população local com as suas obras de caridade. Também se evidenciou os 14 painéis de estilo rococó que a igreja materializa, produzidos em Lisboa no ano de 1760 (Figura 2.5).

Good morning, my name is Janine and I will be your guide for today. We are next to Misericórdia church that it was built in 1541 by André Pilarde.

The main facade is from the Renaissance and has 3 main carved figures: Our Lady of Misericórdia and 2 apostles: S.Peter and S.Paul. Our Lady has na open cloak with believers. At the button we can see the comum people.

The main retabule was made in 1723 and its about the visit that Saint Isabel did to Our Lady when she was pregnant. Saint Isabel has her head covered and had robes in golden tones. Meanwild, Our Lady doesn` t have her head covered and its dressed in blue tones.

Tile panels were made in Lisbon in 1760 and when they were made by one of the workshops responsible for the production of tiles in the Johannine period. When they arrived in Tavira they were put in the walls like a puzzle because they have numbers at the back and they fit piece by piece.The 14 panels features the Misericórdia`s work and 4 panels personilzye Christs Life.

Figura 2.5 – Guião sobre a Igreja da Misericórdia. Fonte: Elaboração própria.

A visita iniciava-se na fachada das duas igrejas, seguia-se para o interior e finalizava-se na torre-sineira (Figura 2.3). No seguimento da visita, os visitantes questionavam-se sobre as igrejas e os estilos artísticos e ficavam encantadas com a vista da torre-sineira (Figura 2.6).



Figura 2.6 – Visita guiada à Igreja da Misericórdia. Fonte: Elaboração própria.

Foram realizados dois guiões para utilizar nas visitas, um em português e outro em inglês. As visitas guiadas na Igreja de Santa Maria do Castelo e na Igreja da Misericórdia foram realizadas para alunos de Erasmus e alunos do ensino básico. Estas visitas guiadas viram-se depois condicionadas com o *Lock-down*⁵ e a Pandemia do Covid-19.

c) Apoio em eventos organizados pela Artgilão

A Artgilão, em parceria com a Santa Casa da Misericórdia de Tavira, organizou uma exposição de Presépios de Natal que contou com a participação da estagiária. A exposição a que prestámos apoio, foi a Exposição de Presépios de Natal, que decorreu entre dia 7 de dezembro de 2019 a 6 de janeiro de 2020 na Igreja de São Paulo em Tavira. Esta participação, com o apoio de 17 instituições religiosas e organizações civis, permitiu sensibilizar as pessoas para a importância dos presépios de Natal e da mensagem do Papa Francisco. A mensagem do Papa Francisco é dirigida a todo o povo de Deus, sobretudo ao núcleo familiar, como uma forma de valorizar a transmissão da fé entre avós, pais, filhos e netos que preparam o Presépio, nos dias que antecedem o Natal, e também o costume de o armarem nos lugares de trabalho, nas escolas, nos hospitais, nas praças, e noutros edifícios públicos.

Outra função foi a divulgação de imagens dos presépios e das instituições que auxiliaram na organização da exposição nas redes sociais e a elaboração de cartazes (Figura 2.7) para promover o evento. A exposição foi divulgada no jornal *Algarve Resident* e na *Folha do Domingo*.

É neste âmbito dos eventos que surge a ideia de desenvolver o estudo de caso relativo à Semana Santa em Tavira, cuja realização ficou condicionada pela pandemia e assim optou-se por estudar os impactos da mesma associada ao turismo, na perspetiva da sua Comissão Organizadora.

⁵ Lock-down – confinamento ou acesso restrito, usados como medidas de segurança.



Figura 2.7 – Cartaz de Exposição de Presépios. Fonte: Elaboração própria.

Capítulo 3 – Enquadramento teórico

A revisão de literatura do presente estudo de caso assenta principalmente em publicações e artigos científicos, assim como em obras nas áreas do turismo, da cultura, do património cultural e das comunidades locais. É dada particular atenção a questões relacionadas com as motivações dos turistas para visitarem um destino turístico e com a perceção dos impactos económicos, sociais e culturais associados a eventos ou festividades religiosas junto dos organizadores.

Este capítulo inicia-se com uma contextualização sobre o conceito o património cultural procurando realizar uma breve evolução do conhecimento nesta área. Em seguida, identificam-se as primeiras demonstrações de proteção, salvaguarda e valorização legal do património cultural material e imaterial a nível nacional. Continua-se a fazer referências a autores, leis e decretos fundamentais nesta área que, evidenciam o património como uma herança cultural transmitida de geração em geração, que está diretamente associada à memória e à identidade humana.

O subcapítulo seguinte apresenta a definição do conceito turismo, respetivamente o conceito de turismo cultural e o turismo religioso. Enfatizam-se os estudos que mencionam a evolução do turismo cultural, o surgimento e as motivações para os turistas visitarem os destinos, e os benefícios económicos e sociais gerados pelo turismo para as comunidades locais. O sub-ponto 3.2.2 inicia-se com a breve descrição do contexto sobre o turismo religioso para em seguida se identificar as motivações para os turistas visitarem os santuários de peregrinação ou o património cultural religioso. Da revisão de literatura resulta que o turismo religioso integra festas, sítios religiosos, santuários e peregrinações, e os seus participantes são motivados em parte ou exclusivamente por razões religiosas. No seu seguimento é discutida a importância que esta manifestação integra como património cultural imaterial e como reflexo da identidade da comunidade. Os impactos económicos, sociais e culturais que os eventos e festividades possam ter nos destinos turísticos são também outras das questões analisadas.

O subcapítulo 3.3 avalia o papel do turismo na reativação da comunidade que em consequência pode motivar à união e ao orgulho na sua identidade local. Faz-se referência a autores que destacam a relevância que o turismo pode ter na comunidade e os impactos podem provocar, tais como: o intercâmbio cultural, o aumento da qualidade de vida, a melhoria das infraestruturas e a melhoria da imagem da comunidade.

3.1. Património cultural

O conceito património tem origem no latim *patrimonium*, (resulta do *pater* -pai) e integra um conjunto de bens relativos a uma pessoa jurídica, indivíduo, casa ou instituição (Mendes, 2012). Esta ideia de herança está vinculada conseqüentemente ao património cultural no sentido de ser uma herança cultural transmitida de geração em geração. Ou seja, as comunidades têm de ter consciência histórica e tem de ser reflexo da identidade e memória da herança deixadas pelas gerações anteriores, através das tradições e práticas locais. Neste caso, esta herança cultural inclui histórias, estórias, tradições e práticas locais que estão associadas aos testemunhos orais e às memórias dos povos, civilizações ou sociedades (Flores, 1998).

Almeida (1993) menciona que atualmente o significado e o sentido do património cultural engloba um conjunto de bens culturais que uma geração considera relevantes transmitir às seguintes gerações. O património cultural associado ao valor material é muito antigo e pode-se confundir com o sentimento de posse sobre um bem concreto.

De acordo com Choay (1999) surgem no século XV, três valores associados ao património cultural: valor económico; valor artístico ou estético, e valor cognitivo ou de memória. Assim atualmente, a evolução do património cultural fica marcado pelo modo como as sociedades ocidentais constroem a sua identidade e querem ser recordadas pelas gerações seguintes. Esta alteração no pensamento humanista permite que um determinado grupo ou comunidade possa conceder valor ao património cultural e lhe possa atribuir um novo estatuto na esfera da sociedade (Viera, 2008).

Em Portugal, as primeiras demonstrações de proteção e salvaguarda legal do património histórico e cultural, são expostas no Alvará de 20 de agosto de 1721 publicado a mando de D. João V e engloba: “*edifícios, estatuas, mármore, cippos, laminas, chapas, medalhas, moedas e outros artefactos*”; concedendo poderes locais para a salvaguarda e conservação do património imóvel e móvel (Ramos, 2005).

A Constituição da República Portuguesa de 1976 menciona a importância do Património Cultural na parte dos “Direitos e deveres culturais” no qual todos os cidadãos têm direito à fruição e criação cultural (Artigo 73.º), bem como, o dever do Estado em “(...) *preservar, defender e valorizar o património cultural do povo português*” (Artigo 78.º) (Constituição da República Portuguesa de 10 de Abril de 1976). Pela primeira vez na

Constituição Portuguesa, os cidadãos podem usufruir da cultura portuguesa e o Estado tem a obrigação de defender e salvaguardar o património cultural para as gerações presentes e futuras.

No entanto, em 2001 é composta pela primeira vez a Lei de Bases do Património Cultural - Lei n.º 107/2001 de 8 de setembro - que institui políticas e regimes de proteção e valorização do património cultural (Vieira, 2008).

O conceito de Património Cultural compreende todos os bens que sejam:

testemunhos com valor de civilização ou de cultura portadores de interesse cultural relevante, devam ser objeto de especial proteção e valorização. O interesse cultural relevante, designadamente histórico, paleontológico, arqueológico, arquitetónico, linguístico, documental, artístico, etnográfico, científico, social, industrial ou técnico, dos bens que integram o património cultural refletirá valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, singularidade ou exemplaridade”. De igual modo são considerados os bens imateriais que constituam parcelas estruturantes da identidade e da memória coletiva portuguesas (Artigo 2.º - Lei n.º107/2001, de Setembro da Assembleia da República).

Os bens culturais passam a ser identificados por bens móveis e imóveis que “(...) *representam testemunho material com valor de civilização ou de cultura*” (Artigo 14.º, n.º1 - Lei n.º107/2001, de Setembro da Assembleia da República). Por outro lado, os bens imóveis integram as categorias de monumento, conjunto ou sítio que se encontram definidas no direito internacional, respetivamente a Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural de Paris em 1972 (Artigo 15.º, n.º1 - Lei n.º107/2001, de Setembro da Assembleia da República).

Em relação ao património cultural imaterial, a Lei n.º 107/2001 faz uma pequena referência à identidade e memória coletiva dos portugueses, porém o Decreto-Lei 139/2009 explora com mais profundidade esta vertente imaterial. Estas leis públicas têm o objetivo de defender os bens culturais nas vertentes da conservação, valorização económica e cultural e da preservação.

Em 2003, a UNESCO participa da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (UNESCO, 2003). E segundo Qiu, Zheng, Xiang e Zhang (2020) esta convenção foi de extrema importância para definir e defender o património imaterial pelas suas tradições orais, representações cénicas, práticas sociais, rituais e eventos, conhecimentos e competências herdadas pelos seus ancestrais. Esfehani e Albrecht (2019) reconhecem a importância desta convenção pelo vínculo formado entre património material e o património imaterial. Na mesma linha de pensamento, todas as práticas,

representações, expressões, conhecimentos e habilidades subjacentes estão associados a objetos, artefactos, instrumentos espaços culturais de uma cultura e por isso devem ser preservados e protegidos.

O Estado Português implementa novos instrumentos normativos com base na Convenção de Paris em 2003, ou seja, o Decreto-Lei n.º 139/2009 estabelece o regime jurídico para a salvaguarda do património cultural imaterial. Em 2015, este decreto-lei foi atualizado com o Decreto-Lei n.º 149/2015. Carvalho (2020) refere que o Decreto-Lei n.º 139/2009 fortalece a Lei n.º 107/2001, alertando para as várias especificidades do Património Cultural Imaterial, criando uma base de ação pública e estabelecendo mudanças de modo a seguir as diretrizes internacionais. Alvarenga (2019), reconhece a importância deste decreto-lei por reconhecer o património cultural imaterial na consolidação das identidades coletivas, no âmbito local e nacional; por proporcionar um espaço para o diálogo, conhecimento e compreensão mútuos entre diferentes tradições e por permitir a participação das comunidades, dos grupos ou dos indivíduos na defesa e valorização do PCI.

O Decreto-Lei n.º 139/2009 salienta a relevância deste património para a identidade e memória coletiva e introduz o papel das comunidades, grupos e indivíduos na salvaguarda e gestão do Património Cultural Imaterial (Artigo 1.º, n.º 2 e Artigo 2.º, c - Decreto-Lei n.º 139/2009 de 15 de Junho do Ministério da Cultura). Igualmente, fica evidenciado neste decreto-lei que o património cultural imaterial não pode ser avaliado do mesmo modo que os bens móveis e imóveis. O património cultural imaterial manifesta-se através de tradições e expressões orais, incluindo a língua; expressões artísticas e manifestações de carácter performativos; práticas sociais, rituais e eventos festivos; conhecimentos e práticas relacionados com a natureza e o universo e competências no âmbito de processos e técnicas tradicionais (Artigo 1.º, n.º 3 - Decreto-Lei n.º 139/2009 de 15 de Junho do Ministério da Cultura). Tudo isto corresponde às diretrizes da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial de 2003 organizada pela UNESCO.

Em conformidade com a Convenção de 2003, o DLPCI considera património cultural imaterial o património que, se manifeste compatível com as disposições nacionais e internacionais que vinculem o Estado Português em matéria de direitos humanos, bem como, com a exigência de respeito mútuo entre comunidades, grupos e indivíduos (Artigo 1.º, n.º 4 - Decreto-Lei n.º 139/2009 de 15 de Junho do Ministério da Cultura). A legislação

sugere mesmo a existência de projetos, a nível do ordenamento do território, do ambiente, da educação e formação e do turismo, relacionados ao património cultural imaterial de modo a consolidar as identidades coletivas e distintas de cada comunidade local, a permitir a participação na gestão da defesa e valorização deste património e a proporcionar um espaço para o diálogo e compreensão mútuos entre culturas diferentes (Artigo 20.º, n.º 1 - Decreto-Lei 139/2009 de 15 de Junho do Ministério da Cultura). Para Carvalho (2020), a única mudança visível no Decreto-Lei 149/2015 é a introdução do Inventário Nacional como única base de dados na qual é indispensável para a sua eventual candidatura às listas da Unesco.

Na mesma linha de pensamento, Chhabra (2019) refere que o património cultural imaterial possui um lugar de destaque no turismo cultural por ser um ativo para as comunidades locais e por ser um criador de experiências para os turistas. Ou seja, para que ocorra uma relação de desenvolvimento sustentável entre o património cultural imaterial e o turismo cultural é necessário salvaguardar a autenticidade e aumentar o valor socioeconómico deste património e é indispensável a cooperação entre os governos e as comunidades. Esfehiani e Albrecht (2019) mencionam que o turismo baseado no património cultural imaterial deve ser planeado com a cooperação dos *stakeholders* (isto é, em articulação com as entidades e os agentes locais), principalmente das comunidades locais por forma a recolherem as opiniões sobre os melhores produtos, da disponibilidade dos mercados-alvo e os impactos.

Portanto, o setor do turismo, em conjunto com as comunidades locais, contribui para a identificação, proteção e salvaguarda do património imaterial e para o surgimento de novos empregos, para aliviar a pobreza e reduzir a migração dos membros mais jovens (UNWTO, 2012).

Por sua vez, o património cultural religioso é uma herança imaterial, composto por rituais, cultos e eventos religiosos, que manifesta a devoção de um povo a um determinado elemento ou espaço e dos rituais praticados nestes locais (Aulet & Vidal, 2018). Os autores defendem que os visitantes devem-se comportar de maneira adequada, tanto para preservar a natureza e o espírito do local como para conservá-lo e para que isto aconteça é necessário realizar propostas que permitam enriquecer as visitas que os peregrinos e os visitantes realizam aos espaços sagrados. Assiste-se assim a dinâmicas com

particularidades relativas ao turismo religioso que resultam da especificidade das motivações dos turistas que o praticam.

3.2. Turismo:

O turismo é um fenómeno social, cultural e económico que abrange a movimentação de indivíduos para países ou locais fora da sua zona de residência para fins pessoais ou profissionais. Estes indivíduos podem se chamar visitantes ou turistas e o turismo está relacionado com as suas atividades, algumas das quais envolvem despesas turísticas (UNWTO, s.d.).

O turismo é composto por vários tipos de turismo: turismo cultural, turismo religioso, ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo de saúde, turismo médico, turismo de negócios, turismo gastronómico, turismo de praia, turismo urbano e turismo desportivo. Nos subcapítulos seguintes, dá-se particular atenção ao turismo cultural e turismo religioso e às motivações dos turistas para visitarem um destino turístico (UNWTO, 2019).

3.2.1. Turismo cultural

A cultura e o turismo sempre tiveram uma inter-relação muito forte (Richards, 2018), porém a evolução e a continua ambiguidade do termo “cultura” permitiu várias definições do conceito turismo cultural (Barbieri & Mahoney, 2010). A cultura é algo que não tem uma definição estrita. De acordo com Guerreiro *et al* (2019), em 1992 a Associação Europeia para o Turismo, Educação e Lazer define o turismo cultural como um movimento, onde os visitantes percorrem atrações culturais específicas, como os museus, exposições artísticas e culturais, artes e teatro fora do seu local de residência.

Richards (2000) define o turismo cultural como um movimento de pessoas para atrações culturais longe do seu local de residência, com a intenção de reunir novas informações e experiências para satisfazer as suas necessidades culturais. Assim, o turismo cultural é um fenómeno marcado pela movimentação e motivação dos indivíduos em visitar atrações culturais, como monumentos e museus, e têm o intuito de reunir novas experiências que possam satisfazer as necessidades culturais.

Por outro lado, Silberberg (1995) pondera a existência de diferentes níveis de motivações no turismo cultural, dando como exemplo os turistas que visitam uma comunidade anfitriã motivados total ou parcialmente pelas ofertas históricas, artísticas, científicas ou pelo interesse no estilo de vida e herança cultural de uma comunidade, região ou grupo. Atualmente, o turismo cultural envolve “(...) um tipo de atividade em que a motivação essencial do visitante é aprender, descobrir, experimentar e consumir as atrações/produtos culturais tangíveis e imateriais de um destino turístico” (UNWTO, 2019). Nesta linha de pensamento, o turismo cultural é visto por muitos autores como um turismo motivado pelo consumo da cultura em todas as suas vertentes.

Richards, (1999) comenta que o turismo cultural estava inicialmente associado a uma elite cultural, mas o acesso à educação e a globalização permitiu democratizar as viagens e o consumo cultural à população em geral. Neste seguimento, Richards (2007) afirma que a cultura e o turismo foram duas das principais indústrias em crescimento do século XX e destes dois setores surge o turismo cultural. Ou seja, o turismo cultural torna-se uma atividade económica de extrema importância para o desenvolvimento económico e social dos inúmeros países e das várias regiões.

Portanto, segundo Richards (2007), os destinos turísticos passam a reconhecer o valor da cultura como um meio de gerar turismo e receitas e as instituições, como a UNESCO, promovem este conceito como um meio para preservar o património cultural e auxiliar economicamente atividades locais.

Andries van der Ark e Richards (2006) comentam a importância de fatores como crescente mercado relacionado ao turismo cultural, o envelhecimento de população e o crescente interesse pela cultura favorece o desenvolvimento de novos produtos em áreas urbanas. Neste caso, o interesse pela cultura e eventos culturais podem gerar uma quantidade de turismo e oferecer benefícios relevantes a qualquer cidade, ao mesmo tempo podem exigir a utilização de vários recursos o que pode ter um risco elevado (Ferreira, Martins, Gonçalves, Perdigão, Torkington, Pereira, & Martins, 2007).

Para distinguir os vários tipos de turistas culturais são necessários mais estudos sobre o mercado para não se formar falsos indicadores sobre o turismo cultural que pode atrair turistas para um destino turístico (McKercher, Ho, Cros, & So-Ming, 2002).

No relatório da UNWTO (2018) grande parte dos países envolvidos identificam o património cultural material e imaterial como parte do turismo cultural e 34% dos países incluem outros elementos como o turismo desportivo, línguas, festivais religiosos, gastronomia, tradições, costumes e praticas religiosas como parte do turismo cultural. Os países medem o turismo cultural através dos dados de participação (32%), das motivações culturais (30%) ou de outras medidas (25%). O grupo de países (35%) que não medem o turismo cultural tende a ter poucas políticas específicas em relação a este turismo e a classificar o património tangível e imaterial com menos importância do que os países que introduzem medidas sobre esta matéria (UNWTO, 2018).

Assim, o turismo cultural pode incentivar mudanças, designadamente na economia (Slusariuc & Nedelea, 2013), bem como, pode ser motivo de orgulho local e criar um vínculo cultural entre comunidades locais e visitantes (Sudipta & Sarat, 2010).

3.2.2. Turismo religioso

O turismo religioso é um conceito que integra festas e sítios religiosos, peregrinações ou espiritualidade (Richards & Fernandes, 2007) e em que os participantes são motivados em parte ou exclusivamente por razões religiosas (Rinschede, 1992). De acordo com Santos (2000) a motivação dos turistas é determinante para desenvolver a noção de turismo religioso. Neste contexto, avaliar a motivação religiosa da deslocação de cada indivíduo é assim possível diferenciar o turismo religioso de outras formas tradicionais de peregrinação.

Nesta linha de raciocínio, as peregrinações são fluxos de indivíduos que por motivações exclusivas ou predominantemente religiosas que se distanciam de práticas e relações do quotidiano para outro lugar (santuários, centros religiosos, locais de festividades religiosas), na procura de um local apropriado à prática de atos de devoção religiosa (Santos, 2019).

De igual modo, Smith (1992) afirma que a motivação dos peregrinos para visitarem os locais são parcial ou estritamente religiosas, enquanto a motivação dos turistas está relacionada com o desejo de conhecer e experimentar novos prazeres, emoções e divertimentos através de eventos, de gastronomia e de atividades e atrações criativas e culturais. Segundo Santos (2000) as festas religiosas tradicionais com maior

projeção etnográfica ou histórica geram fluxos turísticos, tanto por motivação religiosa como por outras razões, podendo-se realizar em recintos religiosos ou em espaços públicos.

Em contrapartida, Liutikas (2018) defende que a noção de peregrinação perde o seu sentido religioso e é utilizado em contexto secular, onde os valores da cultura atual, como a globalização e a virtualização têm impacto direto na peregrinação. Também Santos (2019) propõe que as peregrinações católicas são influenciadas pelas dinâmicas sociais da modernidade, em que padrões antigos e novos podem coexistir, recaindo certas características que exercem preponderância sobre o comportamento religioso. Neste sentido, pode existir um sentimento identitário nos turistas não religiosos que visitam os santuários ou igrejas, aumentando os níveis de autoestima, pertença, propósito e sentido para a vida.

No entanto, Dignance (2006) menciona que a participação na peregrinação tradicional só é possível se existir algum conhecimento religioso das crenças ou tradições e a experiência for acompanhada por um sacerdote. Esta definição mais específica pretende expor a importância do conhecimento religioso de crenças e tradições que os turistas devem ter para que a experiência se torne a mais genuína e menos frustrante.

Richards e Fernandes (2007) realçam que o maior desafio que o turismo religioso enfrenta é o declínio das religiões. Assiste-se, todavia, em simultâneo um aumento de interesse pelas viagens religiosas devido à incerteza e à insatisfação que existe na vida quotidiana. A esse respeito, Tala e Padutean (2008) alegam que os turistas motivados parcialmente pela fé religiosa podem descobrir novos significados de vida e podem acumular energia positiva ao visitarem sítios religiosos. Ainda sobre o tema, Bond, Packer e Ballantyne (2015) afirmam que o turismo religioso proporciona uma oportunidade para escapar do quotidiano e reconectar os indivíduos com eles próprios, a sua família e o seu património cultural ou religioso. Conforme relatado, a vida quotidiana, a divisão da cidade em zonas históricas e zonas periféricas, o aumento da pressão laboral associada às grandes cargas horárias pode originar nos indivíduos infelicidade, doenças e depressões. Assim, os turistas viajam para escapar do quotidiano e para descobrirem novos significados de vida.

Em contrapartida, Smith (2003) assegura que os peregrinos/turistas modernos dão mais relevância à espiritualidade do que à religião e que essa mudança na forma de encarar as atividades religiosas faz com que tenham uma visão muito mais ampla dos destinos

religiosos a visitar. Conforme referido por Richards e Fernandes (2007) os turistas procuram narrativas ou explicações que ofereçam uma estrutura holística ou espiritual de modo a entender a natureza cada vez mais fragmentada da existência humana. Neste sentido, os turistas acabam por procurar nestas viagens espirituais e holísticas, um encontro com o seu “eu” interior.

Os santuários de peregrinação são um exemplo pois podem ser visitados por peregrinos “puros” cuja motivação é de carácter estritamente religiosa, assim como pode existir outro tipo de visitantes que conjuguem a participação em atos de culto ou celebrações religiosas num itinerário que pode incluir a deslocação a outros locais de interesse (Santos, 2000). No entanto, Smith (1992) afirma que é difícil distinguir o turismo da peregrinação, pois são caracterizadas pelos mesmos elementos: o rendimento, o tempo de lazer e as sanções sociais, ou seja, o que a comunidade considera um comportamento correto e apropriado que influencia fortemente a maneira como o tempo de lazer e as férias são gastos.

O respeito que a Igreja Católica tem por crenças de outras religiões, pelos novos modos de viver a fé e pelo acolhimento de todos os visitantes tem contribuído para um aumento do turismo religioso (Prazeres & Carvalho, 2015). Para Smith (1992) a crença individual ou visão do mundo é, no entanto, o critério mais importante para distinguir os peregrinos dos turistas. Ou seja, a distinção entre peregrinos e turistas acaba por estar relacionada com a crença pessoal ou a maneira como estes visualizam o mundo. Vukonic (2002) afirma para se ser um turista religioso tem de existir uma combinação harmoniosa entre os dois tipos de viajantes referidos anteriormente, onde os motivos de lazer e recreação são iguais ou semelhantes aos motivos religiosos.

Muitos autores, como Bond *et al* (2015) associam o turismo religioso ao turismo cultural ao indicarem que estes locais são representações culturais e religiosas que instigam um sentimento e uma conexão emocional nos seus visitantes. Também Rinschede (1992) afirma que o turismo religioso está relacionado com o turismo cultural e com as férias, uma vez que os turistas religiosos ou peregrinos podem visitar os locais religiosos e a zona circundante.

De acordo com Nolan e Nolan (1992) as atrações de turismo religioso podem ser definidas por santuários de peregrinação; atrações turísticas religiosas, na forma de estruturas ou locais de importância religiosa e histórica, e festas com conotações religiosas. Vukonic (2006) diferencia o turismo religioso nas seguintes formas: peregrinação, em grupo ou

em visitas individuais a santuários religiosos; encontros em grande escala, por ocasião de datas religiosas significativas; e passeios e visitas a locais e edifícios religiosos importantes no âmbito de um itinerário.

Segundo Prazeres e Carvalho (2015) a abertura religiosa proveniente da religião católica permite acolher novos indivíduos com crenças diferentes que têm a necessidade de conhecer esta realidade. A esse respeito, Vukonic (2006) afirma que o turista não precisa ser cristão para visitar igrejas, observar rituais e aprender algo da religião.

No caso específico, Fátima é uma cidade que foi criada por resultado de um facto religioso e como suporte a este, ou seja, a função religiosa está na origem e no desenvolvimento da cidade de Fátima como cidade santuário (Santos, 2000).

As cidades-santuários, como Fátima, permitem atrair um grande número de indivíduos e dinamizar a economia local e regional, fomentando um conjunto de atividades económicas relacionadas com a religião e o turismo cuja sobrevivência está dependente da capacidade de atrair pessoas (Prazeres & Carvalho, 2015). Apesar de Fátima ser um centro de peregrinação é também um pólo de atração de turismo religioso, onde existe uma afluência de turistas de outras nacionalidades e religiões (Santos, 2000).

3.2.2.1. Os eventos e os impactos

Tendo por base tudo o que já foi exposto, o Santuário de Fátima integra a Rede de Cooperação Europeia dos Sítios Maiores de Acolhimento que contribui para o desenvolvimento económico e social das várias localidades, como também, para os estudos sobre os visitantes, as suas motivações, expectativas e perfis (Heitor, 2019). A referência a Fátima é de interesse para a abordagem desenvolvida sobre Tavira, ainda que, a dimensão do fenómeno turístico não seja comparável.

Em face do tema, a abordagem verifica-se com particular interesse para a análise dos eventos religiosos. Os eventos desempenham um papel económico, social e cultural relevante para população, daí que recebam o apoio dos *stakeholders* e das comunidades locais (Getz, 2012). A propósito deste papel, os eventos podem ser identificados por festivais e outras celebrações culturais; artes e entretenimento; religiosos, incluindo peregrinações; feiras e exposições desportivas e outras competições; eventos recreativos; eventos privados, regionais e políticos e eventos educacionais e científicos.

Neste caso, as instituições públicas e privadas promovem eventos que contribuem para o desenvolvimento económico, atraem visitantes e constroem uma imagem e identidade dos diferentes grupos das comunidades (Ferreira *et al*, 2007). Neste sentido, o turismo religioso pode promover eventos que a meio e a longo termo podem ter impactos positivos e negativos nas comunidades locais.

No sentido desta temática, Raj (2003) argumenta que os eventos e os festivais podem ser vistos como uma ferramenta importante para atrair visitantes e construir uma imagem diferenciadora da comunidade local. Para além disto, os eventos e festivais baseados na comunidade oferecem uma oportunidade para celebrar a identidade local e fortalecer a comunidade. Também, Getz (2007) menciona que os eventos turísticos podem contribuir para aumentar o orgulho da comunidade local, renovar a cultura local e redobrar o interesse e investimento nas comunidades anfitriãs ou nos destinos turísticos.

Por sua vez, Cohen (1984) realça que a dinâmica entre visitantes e comunidades locais pode ter como consequências mudanças económicas, sociais e culturais relacionadas com o desenvolvimento de infraestruturas, a criação de emprego, aumento da qualidade de vida, o nível de interesse local nos eventos, os padrões comportamentais e fortalecimento nas tradições e práticas orais. Corroborando com o autor anterior, Andereck, Valentine, Knopf e Vogt (2005) realçam que o turismo pode aumentar a receita dos impostos e das rendas pessoais, aumentar a qualidade de vida e também melhorar a atitude em relação ao trabalho.

Os impactos ambientais, culturais e sociais provenientes do turismo podem ser difíceis e complexos de avaliar, começando com a poluição, o congestionamento, o ruído, as interações entre comunidade anfitriã e visitantes e até os efeitos imateriais relacionados à identidade e ao orgulho cívico ou nacional (Getz & Page, 2016). Apesar destes impactos serem difíceis de avaliar, Sharpley e Stone (2012) definem os impactos sociais e culturais, como impactos de um evento que estão associados à vida quotidiana dos residentes e que contribuem para o aprimoramento da imagem da cidade, para a identidade, coesão e orgulho da comunidade, para a aumentar a participação em atividades locais e para revitalizar a cultura, os valores e as tradições locais. Em contrapartida, Greenwood (1972) destaca a influencia negativa do turismo nas tradições e valores culturais, e em consequência a perda de autenticidade. Isto é muitas vezes visível nos rituais, na música, na dança e em festivais (Getz, 2007).

A esse respeito, Ferreira *et al* (2007) afirmam que as comunidades locais devem ter um papel ativo no desenvolvimento dos eventos, contudo existem aspetos socioculturais menos positivos, que resultam do congestionamento de tráfego, especulação imobiliária, aculturação ou crimes. A propósito disto, Andereck *et al* (2005) afirmam que os indivíduos, pertencentes a uma comunidade local, estão cientes que o turismo influencia positivamente ou negativamente aspetos de uma comunidade, contudo os mais esclarecidos têm noção que pode melhorar as economias e a imagem das comunidades locais. Segundo Gil e Curiel (2008), o grau dos impactos socioculturais vivenciados pelas comunidades anfitriãs varia de acordo com os seguintes fatores: o número e o tipo de turista; a natureza do desenvolvimento turístico e o ritmo de desenvolvimento da região.

No entanto, Allen, Long, Perdue e Kieselbach (1988) referem que os residentes devem estar envolvidos no planeamento e desenvolvimento turístico e que deve existir uma avaliação continua sobre os impactos e sobre a relação entre residentes e turistas. Também Ap (1992) sublinha que os residentes podem contribuir para o bem-estar da comunidade local por meio da sua participação no planeamento e no desenvolvimento das atrações turísticas, contudo se os residentes não estiverem envolvidos neste planeamento podem desencorajar e até serem hostis para com o turismo e os visitantes.

Nesta linha de pensamento, muitos autores atribuem um destaque aos impactos económicos e desconsideram os impactos socioculturais, também importantes para melhorar a perceção das comunidades anfitriãs em relação aos visitantes, fortalecer as tradições e valores regionais e aumentar o interesse local pelos eventos. Também é de salientar que os residentes tendem a ter uma visão negativa e hostil dos impactos e do turismo em geral quando não são envolvidos nos projetos de desenvolvimento e planeamento turístico.

No caso do turismo religioso, as visitas aos locais religiosos e os contactos entre visitantes com as instituições religiosas são os primeiros impactos positivos sentidos. Por sua vez, a economia local é a segunda mais influenciada, pois os santuários e igrejas estão rodeados por negócios e instalações, tais como, lojas de lembranças, agências de viagens, hotéis e hospitais (Terzidou, Stylidis & Szivas, 2008). Ou seja, o turismo religioso pode ter um impacto económico semelhante ao que vemos noutras formas de turismo, como a criação de emprego, o crescimento populacional e o desenvolvimento infraestruturas. Em

consequência, a atitude e a percepção dos residentes em relação ao turismo depende também da importância económica e do ritmo do desenvolvimento turístico.

Vokunic (2002) explica que as peregrinações sofrem, de igual modo, impactos ao longo dos séculos, porém o surgimento repentino de novos santuários resulta em impactos negativos, como preços inflacionados e alojamentos privados paralelos.

Na mesma linha de pensamento, a investigação efetuada aos residentes da Ilha de Tinos comprovou que o aumento do número de turistas, tanto religiosos como culturais, é bem-vindo pelos residentes locais porque contribui para o desenvolvimento e investimento económico e para o desenvolvimento social da ilha em geral, contudo se este desenvolvimento não for controlado também pode causar desrespeito pelas tradições e rituais religiosos das comunidades anfitriãs (Terzidou *et al*, 2008). Por exemplo, os resultados obtidos da investigação de Gilbert e Clark (1997) comprovam que os residentes locais têm uma percepção sobre os benefícios e efeitos negativos, provenientes do turismo, sobre o património cultural. Neste caso, os residentes de Guildford (89%) reconhecem que o turismo é responsável por melhorar o património cultural, enquanto os residentes de Canterbury acham que o turismo prejudica o património cultural e que se existir melhorias é só em benefício dos turistas. Apesar dos residentes apreciarem os benefícios que resultam do turismo religioso expressam preocupação em relação ao congestionamento, trânsito, o sobrepovoamento e ao património cultural.

A propósito desta investigação, Terzidou *et al* (2008) apontam que os turistas religiosos não causam problemas sociais, como crime e o alcoolismo, ao contrário de outras formas de turismo. Para além de promoverem a cultura e o orgulho local, as festas locais podem ser, segundo Felsenstein e Fleischer (2003), utilizadas como instrumentos de promoção do turismo de modo a impulsionar a economia regional. É de salientar ainda que em muitos casos os impactos económicos são bastante mais relevantes do que os impactos sociais, porém os residentes locais também se preocupam com os fatores relacionados com o crime, o sobrepovoamento, o trânsito e o congestionamento.

A investigação realizada por Gil e Curiel (2008) permitiu verificar que a dimensão do turismo cultural e religioso é um importante contributo para o desenvolvimento local, pois proporciona uma ferramenta válida e confiável que articula a economia local com o território geográfico. O objetivo principal deste evento religioso, não é o turismo, mas sim uma maior integração nos costumes, nas raízes históricas e na autenticidade local.

Os eventos religiosos, para além conterem valores culturais, sociais e religiosos, desempenham um papel decisivo para a identidade coletiva da comunidade que as exerce, sendo um veículo de conhecimento tradicional, com especial relação com as artes e ofícios tradicionais que durante séculos têm sido transmitidos de geração em geração (Zabala, 2016). Em termos religiosos, as festividades transmitem o respeito pela fé e fraternidade, alimentam as manifestações religiosas e perpetuam tradições que fazem parte do património cultural (Jurkevics, 2005).

Ou seja, nesta conjuntura os impactos socioculturais são muito mais fundamentais para a identidade da comunidade local. Por sua vez, os impactos económicos são negativos porque a sazonalidade, o setor imobiliário e a durabilidade do evento, por vezes, não permitem criar condições económicas sustentáveis para os residentes locais.

Tabela 3.1 – Possíveis impactos resultantes dos eventos sobre as comunidades locais

Tipos de impactes	Positivos	Negativos
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Introdução de novas-infraestruturas; • Cria emprego para a comunidade; • Contribui para gerar mais receitas para a cidade; 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento dos preços durante o evento; • Falha em atrair turistas; • Inflação de preços; • Especulação imobiliária;
Sociais	<ul style="list-style-type: none"> • Aumenta a qualidade de vida; • Fortalecimento da imagem dos locais; • Fortalecimento dos valores regionais e tradições; • Aumenta o orgulho na cidade; • Aumenta o orgulho local e o espírito da comunidade; 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da criminalidade; • Desentendimentos hostis entre a comunidade local e os turistas; • Sobrepopoamento;
Culturais	<ul style="list-style-type: none"> • Preservação do Património Cultural; • Aumento do nível de interesse local nos eventos culturais; • Convívio entre pessoas de outras culturas; • Afirmação da identidade cultural de Tavira; 	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupações com a preservação do património cultural da cidade; • Choque cultural; • Aculturação;
Religiosos	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto dos turistas com as instituições religiosas; • Fortalecimento dos valores e tradições religiosos; • Promove valores de interajuda e fraternidade; 	<ul style="list-style-type: none"> • Desrespeito pelas tradições e rituais religiosos; • Adulteração da autenticidade dos rituais e eventos religiosos;

Fonte: Elaboração própria, com base em Ferreira *et al* (2007: 39)

Muitos destes impactos identificados para os eventos associados ao turismo podem ser transportados para a realidade do turismo religioso, tendo servido de base ao estudo de caso desenvolvido e à análise empírica do nosso trabalho.

3.3. Comunidades locais

O conceito comunidade, como muitos outros conceitos discutidos, pode ser bastante ambíguo na sua definição. Sobre esta temática, Salazar (2012) define este conceito enquanto unidade social de apoio geograficamente específica, como uma vila ou tribo, onde os indivíduos se identificam com os membros da comunidade. Por outro lado, Anderson (2006) refere que a comunidade pode incluir um grupo de indivíduos que contêm algo em comum e desse sentimento de pertença pode originar uma identidade comum. Também, Carvalho (2020) afirma que a comunidade local deve ser preservada como entidade estrutural da autenticidade e do espírito do lugar, por manter viva as práticas que as identificam e as diferenciam das outras comunidades.

Peralta e Anica (2006) realçam que a identidade é a essência de uma comunidade ou grupo étnico e que o património é a manifestação dessa identidade que sobrevive e é preservada. A este propósito, Smith (2006) afirma que a memória está relacionada a certos objetos, concedendo-lhes valores materiais através do património, que podem ser recolhidos, preservados, salvaguardados, perdidos ou destruídos por seleção seletiva. Isto é, as sociedades selecionam e preservam os factos e os objetos mais pertinentes para a identidade das gerações futuras.

Por sua vez, para Carvalho (2016), o papel do Estado e das instituições é fundamental para formar as comunidades e fomentar graus de autonomia e de defesa sustentável do próprio património cultural. É de igual modo, necessário que as políticas do turismo cultural “(...) envolvam as comunidades no processo de criação de acolhimento do turismo, estudando e analisando as limitações e potencialidades do território e da população” (Carvalho, 2016, p.26). Pois, o Estado, em parceria com as entidades regionais, pode criar projetos, a nível do ordenamento do território, do ambiente, da educação e do turismo, sobre o património cultural imaterial de forma a consolidar as identidades coletivas de cada comunidade local e envolver a comunidade na gestão da defesa e valorização do próprio património e na criação do acolhimento ao visitante.

O turismo comunitário surge na década de 1990 com Pearce e visava criar uma indústria turística mais sustentável em termos de planeamento e desenvolvimento com foco na comunidade anfitriã (Beeton, 2006). Na mesma temática, Pontes (2013) defende que o turismo possui um papel relevante na reativação da comunidade e em consequência motiva à união e ao orgulho da comunidade na sua identidade local.

Em contrapartida, Mulligan (2007) comenta que as comunidades locais tentam proteger a sua cultura, contudo forças exteriores, como o turismo ou a economia, criam novas formas, comportamentos e crenças culturais para a comunidade anfitriã e para os turistas. Por exemplo, a investigação feita por Butcher (2003) confirma que a cultura, eventos culturais, etnicidade e geografia são utilizadas, adaptadas e modificadas para atender as necessidades e a procura dos turistas ocidentais que tentam encontrar o seu centro espiritual. Como resultado passam a existir novos rituais, exibições culturais e produtos com base num período eletivo e ilusório para satisfazer a curiosidade e atender às necessidades dos turistas. Também, Raj (2008) menciona que existe benefícios económicos, porém pode existir uma perda na qualidade de vida dos residentes e os destinos turísticos podem sofrer excesso de turismo.

Segundo Lee (2013), o turismo comunitário reflete até que ponto os residentes estão incluídos na partilha de questões dentro da comunidade. A importância do envolvimento dos residentes de uma comunidade local no planeamento e na estratégia do turismo é essencial para o desenvolvimento e o crescimento sustentável da região. A esse respeito, Rodrigues, Vieira, Marques e Teixeira (2014) esclarece que a perceção dos residentes, como grupo principal de *stakeholders*, reforça o papel crucial das comunidades locais nos processos de planeamento do desenvolvimento sustentável e turístico.

Neste caso, Rozemeijer (2001) refere três benefícios do turismo comunitário para as comunidades locais:

- Gera receita e emprego e contribui para o desenvolvimento rural – um benefício que se aplica principalmente em zonas do interior;
- Os benefícios provenientes do uso de recursos naturais para o turismo poderão levar a comunidade a usar estes recursos de forma sustentável;
- Adiciona valor ao produto turístico nacional por meio de diversificação do turismo, aumento do volume e da economia em escala.

Na mesma linha de pensamento, Rodrigues *et al* (2014) sugere que os residentes com um impacto positivo percebido são mais suscetíveis de apoiar o desenvolvimento do turismo e que as estratégias e políticas de turismo têm de ter em conta a criação de projetos que incentivem a ligação e o envolvimento da comunidade local.

O turismo pode ter, tanto aspetos negativos como, aspetos positivos para as comunidades locais se não for organizado e desenvolvido de forma ponderada e sustentável. Por exemplo, o turismo pode expor um anfitrião a outras culturas, resultando em benefícios como a tolerância e compreensão. Também o ato de apresentar a sua cultura a estranhos pode dar a conhecer o que significa viver em comunidade, aumentando assim a identidade, coesão e apoio (Besculides, Lee & McCormick, 2002).

Ainda nesta temática, Weikert e Kerstetter (1995) confirmam que tanto os impactos positivos como os impactos negativos são fundamentais e originam trocas culturais, aumentam a qualidade de vida, melhoram as instalações recreativas e infraestruturas e melhoram a imagem da comunidade. Também, o turismo permite melhorar as condições económicas da área local com a criação de empregos e os residentes aprendem, compartilham e preservam a sua cultura (Besculides *et al*, 2002).

Do trabalho e análise efetuados pelos autores referidos é dada particular atenção ao património cultural que em conjunto com projetos de turismo permitem consolidar as identidades coletivas e distintas de cada comunidade local. A participação na gestão da defesa e valorização deste património e a construção de um espaço para o diálogo e compreensão mútuos entre culturas diferentes são outros tópicos a destacar na presente análise. Para além disso, estes autores evidenciam as motivações dos turistas para visitarem certos destinos turísticos ou eventos culturais e religiosos e os seus impactos na região.

Uma vez concluída a reflexão sobre o enquadramento teórico que suporta a análise empírica desenvolvida, o capítulo seguinte apresenta o estudo de caso relativo à Semana Santa em Tavira, cuja realização ficou condicionada pela pandemia Covid-19, e os impactos da mesma associada ao turismo, na perspetiva da sua Comissão Organizadora.

Capítulo 4 – Análise dos Impactos do Turismo na Semana Santa em Tavira – Perspetiva dos Organizadores

Neste capítulo para além da descrição e da caracterização da importância da Semana Santa em Tavira, procurou-se conhecer as perceções dos seus organizadores em relação ao potencial impacto deste evento religioso sobre a comunidade local e o turismo. Ressalva-se que se trata de um trabalho exploratório de natureza qualitativa que se propõe conhecer melhor as perceções sobre este evento junto de um grupo determinado da comunidade local, pelo que, os resultados não podem ser extrapolados para o conjunto da comunidade.

4.1. A Semana Santa em Tavira

As irmandades, confrarias, ordens religiosas e Misericórdias celebram, participam e promovem cerimónias religiosas que decorrem na Quaresma⁶, mas que se tornam mais intensas na Semana Santa (Araújo, 2010).

A Semana Santa em Tavira é constituída pela Procissão de Domingo de Ramos, a Via Sacra, a Celebração da Ceia do Senhor ou Missa do Lava-pés, Cerimónia da Exaltação da Cruz ou Celebração da Paixão, Procissão do Enterro do Senhor, as Laudes e a Procissão da Ressurreição. Assim sendo, a seguir descrevem-se estas celebrações religiosas que se constituem, ainda hoje, como das mais relevantes para a cidade de Tavira.

O “Domingo de Ramos” representa a entrada na Semana Santa, momento em que a igreja católica comemora a entrada de Jesus em Jerusalém. Neste primeiro dia celebra-se a Procissão do Triunfo na Igreja do Carmo, onde se pode observar vários andores de talha dourada que descrevem a Vida de Cristo, desde o Monte das Oliveiras até à sua morte. Existem registos desta procissão organizada pela Ordem Carmelita datada de 1789 e a referência a ser uma das maiores manifestações religiosas do Algarve (Lopes, 2006).

No século XX esta procissão era de tal modo importante que os autocarros traziam visitantes de outras zonas e os camponeses desciam a serra nas suas carroças puxadas por muares ou montados nos seus burros. A Procissão do Triunfo era organizada com grande

⁶ Quaresma – Período do ano litúrgico que antecede a Páscoa cristã, que decorre durante 40 dias, iniciando-se com a Quarta-Feira de Cinzas até ao Domingo de Ramos.

esplendor e aparato com as ruas decoradas com alecrim e rosmaninho e as casas decoradas com damascos. Em seguida, esta celebração iniciava-se com o cortejo de oito rapazinhos que levavam a cruz e um ramo de oliveira; os vários religiosos (membros das ordens ou do clero) entre os andores; os homens de todas as condições e por último as meninas vestidas de branco e cercadas de flores (Vasconcelos, 1999).

Durante muitos anos a Via Sacra era celebrada no interior da Igreja de Santiago em Tavira, contudo em 1999 a procissão passa-se a concretizar a partir das 21 horas e percorre o largo junto ao castelo, algumas ruas do centro histórico e termina na Igreja de Santa Maria. Atualmente, a Via Sacra decorre, a partir das 21 horas, num percurso composto por catorze estações, onde o objetivo principal é reviver o caminho espiritual dos últimos momentos da vida de Jesus Cristo. Esta celebração foi introduzida em Tavira pela Ordem Franciscana, que a adotou como prática obrigatória da Quaresma.

A Procissão do Enterro ao Senhor é organizada pela Santa Casa da Misericórdia de Tavira e tem lugar na Sexta Feira Santa, às 21 horas, com partida na Igreja da Misericórdia. Também se celebram durante dois dias, a Oração de Laudes na Igreja de Santiago, a missa do Lava-pés e a Paixão de Cristo.

No Domingo de Páscoa é possível assistir à Procissão da Ressurreição que celebra a vida, o amor e a misericórdia de Deus. A seguir à celebração da Eucaristia da Ressurreição na Igreja de São Paulo, inicia-se a procissão com as várias confrarias da cidade, os Estandartes e a comunidade local. Esta celebração termina na Igreja de Santa Maria do Castelo, onde se realiza a missa das 11 horas. Antigamente, os sinos e campainhas tocavam durante o percurso todo para chamar os fiéis às ruas e assim participarem na procissão.

Estas são celebrações católicas que ainda se realizam na Semana Santa em Tavira, no entanto, outras celebrações religiosas deixaram de ser organizadas pela grande dificuldade em conseguir pessoas que carreguem os andores e porque o percurso era demasiado longo.

Segue-se a apresentação da metodologia prosseguida para o desenvolvimento do trabalho de análise sobre a Semana Santa em Tavira e o Turismo.

4.2. Metodologia

Ao longo deste ponto é apresentada a metodologia utilizada no estudo de caso, as etapas, os objetivos e o modo como se desenvolveram as entrevistas. A metodologia tem como base os modelos científicos sugeridos pelas convenções e contribui para o conhecimento de um tópico ou campo de estudo (Veal, 2018). Nesta linha de pensamento, devem ser definidas as etapas fundamentais para o desenvolvimento do estudo de caso. Na primeira etapa, seleciona-se o tema a investigar para depois se prosseguir para a pesquisa e revisão de literatura. Depois destas duas etapas estarem concluídas, define-se os objetivos, escolhe-se a metodologia e aplica-se à realidade a ser investigada. A sexta e sétima etapa estão relacionadas com a análise e tratamento dos resultados e as conclusões (Veal, 2018).

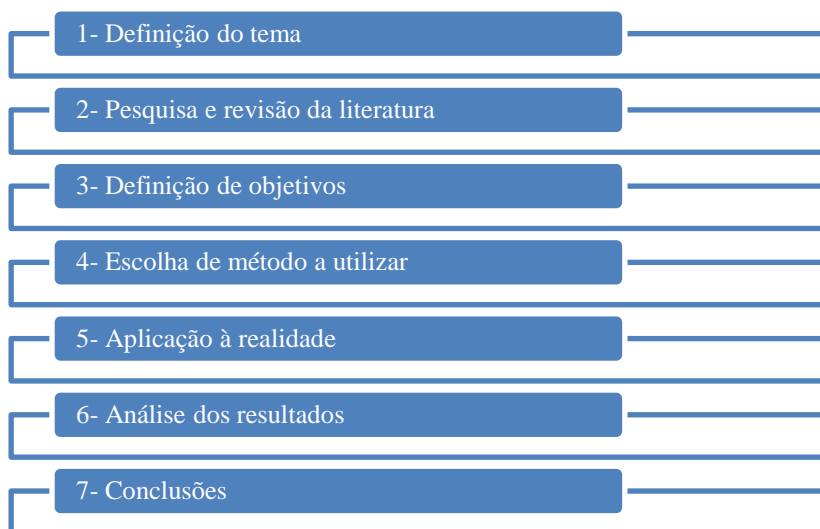


Figura 4.1 – Etapas para a realização do estudo. Fonte: elaboração própria a partir de Veal (2018: 63-64).

Para o desenvolvimento deste estudo de caso optou-se por adotar uma abordagem qualitativa. O método qualitativo pode englobar várias técnicas interpretativas que visam explicar o contexto, os resultados e a importância num contexto maior (Creswell & Creswell, 2018).

Nesta linha de pensamento, a análise qualitativa é fundamentada pelas convicções dos indivíduos que estão envolvidos numa situação em particular. Ou seja, estes indivíduos podem descrever e explicar as experiências, sentimentos e a visão do seu ambiente social sem ser limitado pelo investigador (Veal, 2018).

O método qualitativo permite entender o objetivo geral de identificar os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva dos seus organizadores, e assim, aumentar o conhecimento sobre esta temática.

4.2.1. Entrevista à empresa Artgilão

Tendo em conta o objetivo geral do estudo empírico **identificar os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva da Comissão Organizadora** revelou-se adequado realizar entrevistas exploratórias e semiestruturadas à empresa Artgilão e aos organizadores da Semana Santa.

Numa primeira fase, a entrevista exploratória pretendeu aprofundar o conhecimento do Padre Miguel Neto sobre a empresa Artgilão e os seus contributos para o desenvolvimento turístico e cultural do concelho e da paróquia.

Neste caso, as entrevistas exploratórias têm um carácter semiestruturado de modo a atingir os objetivos propostos sem condicionar a liberdade de expressão dos entrevistados (Veal, 2018). Na mesma linha de pensamento, Altinay e Paraskevas (2008) salientam que a entrevista semiestruturada estabelece o equilíbrio da investigação por meio de entrevistas não estruturadas e por meio de uma abordagem mais descritiva e elucidativa. Ou seja, esta técnica é utilizada para descobrir o que está a acontecer, identificar padrões gerais e compreender a relação entre as várias variáveis.

Foi elaborado um guião de entrevista (Apêndice A) com o intuito de dar resposta aos objetivos propostos pela empresa Artgilão. A sequência das perguntas incluídas no primeiro guião foi pensada no sentido de colocar o Padre Miguel Neto questões sobre o surgimento da empresa, a sua posição no contexto do desenvolvimento turístico e cultural no concelho, as parcerias, o público-alvo e as ameaças. O entrevistado, Padre Miguel Neto, foi contactado pessoalmente e mostrou-se disponível para responder as questões colocadas no guião de entrevistas. A entrevista teve uma duração média de 40 minutos.

Neste caso foi construído um guião de entrevista semiestruturado com o intuito de responder aos objetivos da empresa (Tabela 4.1). No primeiro objetivo, formar uma empresa turístico-cultural de modo a reverter as receitas para a preservação e conservação do património cultural pertencente à Paróquia de Tavira, foi necessário levantar questões sobre a formação da empresa e o trabalho de pesquisa.

O segundo objetivo, venda de bilhetes a visitantes no património cultural da Paróquia e venda de produtos locais e regionais, tem como propósito criar um fundo de forma a preservar os bens imóveis da Paróquia e a dar continuidade ao património imaterial, como a Semana Santa. O seguinte objetivo, promover parcerias com entidades locais, pretende identificar as parcerias essenciais para o desenvolvimento da empresa. O quarto objetivo, promover as atividades turísticas, tenta perceber como a Artgilão se posiciona junto das outras empresas de animação turística no concelho e na região. O quinto objetivo consiste em identificar o desenvolvimento deste tipo de ofertas baseadas na cultura, no património e nos eventos, em face da excessiva dependência de sol e praia na região.

A empresa Artgilão promove a preservação e conservação do património artístico e imaterial através de parcerias com entidades locais, dos produtos locais e dos eventos e atividades religiosas, exemplificado neste caso pelo estudo empírico do Turismo na Semana Santa em Tavira.

Tabela 4.1 – Relação entre os objetivos da empresa Artgilão e as questões no guião de entrevista

Objetivos da empresa	Questões
Formar uma empresa turístico-cultural de modo a reverter as receitas para a preservação e conservação do património cultural pertencente à Paróquia de Tavira	Como surgiu a empresa e o nome Artgilão? Existiu algum trabalho de pesquisa da vossa parte?
Venda de bilhetes a visitantes no património cultural da Paróquia e venda de produtos locais e regionais	Que objetivos estiveram subjacente à criação da empresa?
Promover parcerias com entidades locais (ex: Santa Casa da Misericórdia de Tavira na vertente turístico-cultural; a Casa Santos Lima na criação de novos produtos);	Existem algumas melhorias ou alterações que gostasse de fazer? Que sinergias e parcerias podiam em seu entender ser promovidas? Com que entidades?
Promover atividades culturais	Como se posiciona a Artgilão junto de outras empresas de animação turística do concelho e da região?
Identificar o desenvolvimento deste tipo de ofertas baseadas na cultura, no património e nos eventos, em face da excessiva dependência de sol e praia na região	Que dificuldades poderá encontrar na viabilização e sustentabilidade no longo prazo da empresa? Que ameaças identifica à continuidade da empresa? Na relação com o turismo em Tavira que dificuldades identifica? E com a cultura? Considera ter concorrência? Se sim, quais são?
Identificar o público-alvo	Quais são os públicos-alvo da empresa?

Fonte: elaboração própria.

Os objetivos da empresa Artgilão estão de acordo com as respostas obtidas nas entrevistas à Comissão Organizadora da Semana Santa em Tavira e à Chefe da Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus, a Dr.^a Cristina Neto. Assim sendo, segue-se a apresentação

dos objetivos propostos sobre a Semana Santa em Tavira e o Turismo na perspetiva da Comissão Organizadora.

4.2.2. Entrevista à Comissão Organizadora da Semana Santa de Tavira

Na segunda fase do estudo realizou-se uma pesquisa detalhada sobre a Semana Santa de modo a desenvolver uma maior familiaridade com o tema de investigação e suportar a construção do guião de entrevista. Inicialmente, os entrevistados foram contactados por telefone ou por email para marcar o dia, a hora e o local para ter uma conversa informal sobre a Semana Santa e o turismo em Tavira.

No seguimento da investigação, realizou-se um guião de forma que as entrevistas semiestruturadas aprofundassem o conhecimento relativo aos eventuais impactos positivos e negativos do turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva da Comissão Organizadora. A Comissão Organizadora da Semana Santa em Tavira inclui a Técnica de Património Cultural da Santa Casa da Misericórdia de Tavira, a Dr.^a Alexandra Rufino; o responsável pelas Paróquias de Santa Maria e Santiago, Padre Miguel Neto; o Presidente pela Irmandade da Nossa Senhora do Monte do Carmo, o Sr. Salvé-Rainha e a Ministra da Ordem Secular Franciscana de Tavira, a Sra. Elvira Gonçalves. Os inquiridos foram contactados por telefone e email para marcar o dia e hora a efetuar as entrevistas online. De igual modo, foi contactada por email a Dr.^a Cristina Pereira Neto, Chefe da Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus de Tavira, de modo a saber a sua opinião acerca deste evento religioso.

4.2.2.1. Objetivos específicos sobre o tema: “A Semana Santa e o Turismo Cultural e Religioso em Tavira”

Em função aos objetivos específicos definidos para o trabalho e para as entrevistas semiestruturadas foi elaborado um guião de entrevista que se pode verificar na Tabela 4.2. O guião de entrevista foi elaborado de acordo com o tema e os objetivos, tendo por base a revisão de literatura efetuada. A sequência das perguntas foi pensada em pôr os inquiridos à vontade para poderem responder o mais sinceramente possível sobre os impactos positivos e negativos do turismo na Semana Santa em Tavira. O guião de entrevista está delineado em duas partes e as questões focam-se na Comissão Organizadora e na Semana Santa em Tavira.

Neste caso, o objetivo geral deste estudo de caso é **identificar os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva da Comissão Organizadora**. O primeiro objetivo específico, identificar o papel da Comissão Organizadora na Semana Santa, existiu a necessidade de identificar os inquiridos e as funções que estes têm junto da Comissão Organizadora da Semana Santa.

Em seguida, o segundo objetivo, perceber como a atividade turística na Semana Santa pode provocar mudanças económicas, pretende entender como é que os eventos religiosos, como a Semana Santa, podem contribuir para o desenvolvimento turístico de Tavira. O terceiro objetivo específico, traduziu-se em entender se o turismo na Semana Santa está na origem de impactos negativos, assumindo a intenção de identificar se o turismo em Tavira pode provocar impactos negativos, de acordo com as perceções dos elementos que compõem a sua Comissão Organizadora.

Os seguintes objetivos têm o propósito de analisar os impactos negativos sociais, ambientais e culturais associados ao turismo e identificar os aspetos positivos e negativos que o turismo pode originar na Semana Santa. O sétimo objetivo pretende verificar quais os impactos sociais gerados pela atividade turística durante a Semana Santa em Tavira. O próximo objetivo consiste em analisar o contributo dos eventos religiosos, como a Semana Santa, para a construção de uma imagem positiva do destino turístico de Tavira (Tabela 4.2).

O nono e o décimo objetivo pretendem identificar o grau de interesse e o envolvimento das comunidades locais na organização da Semana Santa e identificar o contributo da Semana Santa para as relações que se estabelecem entre a comunidade anfitriã e os visitantes. Os seguintes objetivos tencionam identificar os impactos culturais associados ao turismo na Semana Santa e verificar quais as principais motivações que os organizadores atribuem aos turistas para participarem na Semana Santa (Tabela 4.2).

Os últimos objetivos pretendem dar a conhecer as perceções da Comissão Organizadora sobre o turista que visita Tavira na Semana Santa e a qualidade dos turistas na comunidade local e o seu potencial de atração futura, sempre na perspetiva da sua comissão organizadora.

Tabela 4.2 – Relação entre os objetivos, as questões e as fontes bibliográficas

Objetivo geral: Identificar os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva da Comissão Organizadora.		
Objetivos específicos	Questões	Fontes bibliográficas
Identificar o papel da Comissão Organizadora na Semana Santa.	Gostava de começar pedindo-lhe que se identificasse e por perguntar qual é a sua função junto da Comissão Organizadora da Semana Santa?	Anica (1993); Marado (2010); Santana (2010);
Perceber como a atividade turística na Semana Santa pode provocar mudanças económicas.	Em seu entender, como é que os eventos religiosos, como a Semana Santa, podem contribuir para o desenvolvimento turístico de Tavira?	Ferreira <i>et al.</i> , (2007); Getz (2007); Weikert e Kerstetter (1995);
Entender se o turismo na Semana Santa está na origem de impactos negativos e quais?	No caso da Semana Santa em Tavira, o turismo pode causar impactos negativos? Quais?	Terzidou <i>et al</i> (2008); Vokunic (2002);
Analisar os impactos negativos associados ao turismo na Semana Santa.	O turismo na Semana Santa em Tavira pode provocar problemas sociais, ambientais ou outros, como o aumento das atividades ilícitas ou aumento da poluição, entre a comunidade local e os visitantes?	Allen <i>et al</i> (1988); Getz e Page (2016); Sharpley e Stone (2012); Terzidou <i>et al</i> (2008);
Identificar os efeitos culturais negativos do turismo na Semana Santa.	A seu ver, as celebrações religiosas da Semana Santa podem vir a ser modificadas para ir ao encontro das necessidades dos turistas? De que forma(s)?	Butcher (2003); Greenwood (1972); Mulligan (2007)
	Se tivesse que alterar alguma coisa na organização das festividades religiosas da Semana pensando nos turistas, o que alterava?	Butcher (2003); Gil e Curiel (2008); Gilbert e Clark (1997); Greenwood (1972); Mulligan (2007)
	A atividade turística na Semana Santa poderá em seu entender estar na origem de problemas com a preservação do património cultural de Tavira? De que modo?	Gil e Curiel (2008); Gilbert e Clark (1997)
Identificar quais os aspetos positivos e os aspetos negativos que o turismo pode originar na Semana Santa.	Identifique por favor os aspetos mais positivos (refira 3) e os aspetos mais negativos (refira 3) que associa com a Semana Santa em Tavira?	Ap (1992); Besculides <i>et al</i> (2002).
Verificar os impactos sociais gerados pela atividade turística associados à Semana Santa.	As festividades religiosas da Semana em Tavira contribuem diretamente para a qualidade de vida da população residente? De que forma(s)?	Ap (1992); Cohen (1984); Sharpley e Stone (2012); Weikert e Kerstetter (1995)
	A Semana Santa é uma forma de transmissão do orgulho e do espírito de coesão da comunidade local? E da cidade?	Ferreira <i>et al</i> (2014); Getz (2007); Getz e Page (2016); Raj (2003); Sharpley e Stone (2012); Terzidou <i>et al</i> (2008)

Analisar o contributo do evento para a construção de uma imagem positiva do destino Tavira	Considera que a Semana Santa dá um contributo positivo para a imagem de Tavira como destino turístico? De que forma?	Andereck <i>et al</i> (2005); Ferreira <i>et al</i> (2007); Raj (2003); Sharpley e Stone (2012)
Identificar o grau de interesse e o envolvimento das comunidades locais na organização da Semana Santa.	Como é que descreve o nível de interesse e envolvimento da comunidade local na organização da Semana Santa? E na adesão a esta festividade?	Ap (1992); Cohen (1984); Ferreira <i>et al</i> (2014); Lee (2013); Sharpley e Stone (2012)
Identificar o contributo da Semana Santa para as relações que se estabelecem entre a comunidade anfitriã e os visitantes, nomeadamente em relação às tradições e valores religiosos.	A Semana Santa em Tavira pode contribuir diretamente para melhorar a relação entre comunidades anfitriãs e turistas, nomeadamente fortalecendo as tradições e valores religioso?	Cohen (1984); Gil e Curiel (2008); Jurkevics (2005); Sharpley e Stone (2012); Zabala (2016);
Identificar os impactos culturais associados ao turismo na Semana Santa.	As festividades religiosas da Semana Santa em Tavira contribuem diretamente para a preservação do património cultural e da identidade cultural de Tavira? De que forma(s)?	Anderson (2006); Getz e Page (2016); Gil e Curiel (2008); Peralta e Anica (2006); Sharpley e Stone (2012); Smith (2006); Terzidou <i>et al</i> (2008);
Verificar quais principais motivações que os organizadores atribuem aos turistas na Semana Santa	Considera que podemos falar de Turismo Religioso na Semana Santa de Tavira ou a Semana Santa é uma motivação secundária para a visita e assume uma dimensão mais cultural?	Rinschede (1992); Santos (2000); Santos (2019); Silberberg (1995); Smith (1992); Tala e Padutean (2008); Terzidou <i>et al</i> , (2008); UNWTO (2018);
Identificar as perceções da Comissão Organizadora sobre o turista que visita Tavira na Semana Santa	Os turistas que visitam Tavira neste período são diferentes dos demais turistas de outros períodos do ano? Se acha que sim, de que forma?	Bond <i>et al</i> (2015); Gil e Curiel (2008); Liutikas (2018); Santos (2019); Silberberg (1995); Smith (1992)
Conhecer a perceção da Comissão Organizadora sobre a quantidade de turistas na comunidade local e o seu potencial de atração futura	Considera que seria positivo ou negativo ter mais turistas na Semana Santa em Tavira?	Ap (1992); Cohen (1984); Sharpley e Stone (2012); Weikert e Kerstetter (1995)

Fonte: Elaboração própria.

4.2.2.2. Desenho do guião de entrevista

Depois de explicados os objetivos de cada pergunta, a Tabela 4.2 também apresenta as questões presentes no guião de entrevista e as referências bibliográficas aplicadas a cada pergunta.

O guião de entrevista está delimitado em duas partes e as questões focam-se na Comissão Organizadora e na Semana Santa de Tavira. A primeira secção relacionada à Comissão Organizadora, inicia-se com a identificação de cada entrevistado e as funções que cada um desempenha junto da Comissão Organizadora da Semana Santa (Tabela 4.2),

procurando o melhor conhecimento de cada entidade e da sua função no conjunto da organização das celebrações Pascais.

A segunda secção sobre “A Semana Santa de Tavira”, começa por questionar como é que os eventos religiosos, como a Semana Santa, podem contribuir para o desenvolvimento turístico de Tavira.

As seguintes questões focam-se nos diversos impactos negativos que o turismo pode originar na Semana Santa. Em seguida, questiona-se como o turismo na Semana Santa em Tavira pode provocar problemas sociais, ambientais, ou outros, entre a comunidade local e os visitantes. Também se questiona se as celebrações religiosas da Semana Santa podem vir a ser modificadas para ir ao encontro das necessidades dos turistas. As questões seguintes pretendem entender como é que a atividade turística na Semana Santa poderá estar na origem de problemas com a preservação do património cultural de Tavira e identificar os aspetos positivos e os aspetos negativos associados com a Semana Santa em Tavira (Tabela 4.2).

A oitava e nona questão pretende saber se as festividades religiosas da Semana Santa em Tavira contribuem diretamente para a qualidade de vida da população residente e saber se a Semana Santa dá um contributo positivo para a imagem de Tavira como destino turístico. A próxima pergunta tenciona conhecer o nível de interesse e o envolvimento da comunidade local na organização da Semana Santa e a sua adesão a esta festividade.

A décima primeira questão refere-se como é que os eventos religiosos, como a Semana Santa, podem transmitir o orgulho e o espírito de coesão da comunidade local e da cidade. Também se tenciona perceber se a Semana Santa em Tavira pode contribuir diretamente para melhorar a relação entre comunidades anfitriãs e turistas, e se as festividades religiosas da Semana Santa podem contribuir diretamente para a preservação do património cultural e da identidade cultural de Tavira (Tabela 4.2).

As últimas questões do guião de entrevista são referentes às motivações que os turistas têm para visitar Tavira e a Semana Santa, os diferentes tipos de turistas e se a Comissão Organização considera positivo ou negativo ter mais turistas neste período.

4.3. Análise e discussão dos resultados obtidos

Neste subcapítulo analisa-se e distingue-se as atividades e os contributos que a Artgilão teve para o desenvolvimento turístico e cultural do concelho de Tavira, e da Paróquia, e analisam-se os resultados do estudo sobre os impactos positivos e negativos do turismo na Semana Santa em Tavira na Perspetiva da Comissão Organizadora e da Chefe de Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus da Câmara Municipal de Tavira.

4.3.1. Análise da Artgilão para o desenvolvimento turístico e cultural do concelho e da Paróquia

Inicialmente, analisa-se e distingue-se as atividades e os contributos da Artgilão para o desenvolvimento turístico e cultural do concelho de Tavira e da Paróquia, a saber:

- Formação de empresa turístico-cultural de modo a reverter as receitas para a preservação e conservação do património cultural pertencente à Paróquia de Tavira;
- Venda de bilhetes a visitantes no património cultural da Paróquia e venda de produtos locais e regionais;
- Promover parcerias com entidades locais como a Santa Casa da Misericórdia de Tavira na vertente turístico-cultural e com a Casa Santos Lima na criação de novos produtos locais;
- Promover atividades culturais;
- Identificar o desenvolvimento deste tipo de ofertas baseadas na cultura, no património e nos eventos, em face da excessiva dependência de sol e praia na região;
- Identificar o público-alvo;

a) Formação de empresa turístico-cultural de modo a reverter as receitas para a preservação e conservação do património cultural pertencente à Paróquia de Tavira

Uma das propostas feitas pelo Padre Miguel Neto, quando tomou posse da paróquia, foi a formação de uma empresa que possibilitasse uma dinamização turística de todo o património religioso em Tavira.

Inicialmente, a Artgilão era para se designar TavirArt ou ARTavira, contudo nenhuma destas opções foi possível na constituição legal da empresa. Neste caso, o advogado da Diocese do Algarve, Diácono Luís Galante, criou uma terceira hipótese, a Artgilão, aprovada pelas Finanças.

Para a criação da empresa foi feita uma pesquisa através de marketing sobre empresas e sobre o turismo religioso na Europa, nomeadamente em Itália, para se ter soluções e ideias eficazes e eficientes a implementar neste projeto.

b) Venda de bilhetes a visitantes no património cultural da Paróquia e venda de produtos locais e regionais;

A sustentabilidade da empresa é muito relevante, por isso foi necessário criar produtos locais e regionais, como o vinho, que permitem esta sustentabilidade económica durante o ano inteiro. A formação da empresa Artgilão possibilitou a venda de entradas aos turistas para poderem visitar as igrejas e o museu, como também, possibilitou a venda de produtos locais e regionais. Os lucros obtidos das entradas dos turistas nas igrejas e dos produtos vendidos reverteram para o restauro e para a conservação de todas as Igrejas e peças de arte pertencentes às paróquias da cidade de Tavira.

A nível de entradas a Artgilão, em parceria com a Santa Casa da Misericórdia de Tavira, tem o “Cartão Igrejas” que possibilita aos visitantes usufruir da visita à Igreja da Misericórdia, à Igreja de São Paulo, à Igreja de Santiago e à Igreja de Santa Maria do Castelo, criando desta forma uma visita combinada com um só preço e possibilitando a distribuição dos fluxos turísticos pelos vários espaços. A loja da Artgilão está localizada na Igreja de Santa Maria e vende produtos locais e regionais como: sal; frutos secos; terços; pulseiras; canecas, entre muitos outros. Atualmente também é possível encomendar ou comprar na loja Artgilão, o vinho *Sete Cavaleiros do Castelo*, produto da Casa Santos Lima, um dos parceiros da empresa.

c) Promover parcerias com entidades locais como a Santa Casa da Misericórdia na vertente turístico-cultural e com a Casa Santos Lima na criação de novos produtos locais

Para o desenvolvimento da empresa foram feitas parcerias com a Santa Casa da Misericórdia a nível da cultura com exposições e projetos conjuntos, e novas parcerias com produtores locais, como a Casa Santos Lima. Com este último, o objetivo é ter

produtos regionais que necessitam de ser “descobertos” por todos os que visitam a Igreja de Santa Maria do Castelo.

Sobre esta temática, a Santa Casa da Misericórdia foi fundada em 1498 e na época tinha como objetivo satisfazer as carências sociais e praticar atos de culto católico e de espírito tradicional, pertencentes à doutrina cristã. A nível turístico, a Santa Casa da Misericórdia permite a entrada de turistas na Igreja, bem como, organiza exposições relacionadas com vários temas culturais e religiosos. Ainda a nível social, é uma instituição de solidariedade social que apoia crianças, jovens, famílias e oferece proteção na velhice e invalidez, em situações de falta ou diminuição de meios de subsistência (Igreja da Misericórdia, 2018).

A Casa Santos Lima é, por sua vez, uma empresa familiar que se dedica à produção, engarrafamento e comercialização de vinhos portugueses. Também trabalha diretamente ou indiretamente nas regiões de Lisboa, Algarve, Douro e Alentejo e a nível de competições nacionais e internacionais de vinhos são um dos produtores portugueses mais premiados (Casa Santos Lima, s.d.). O Padre Miguel Neto realizou uma parceria com a Casa Santos Lima no desenvolvimento de um vinho tinto, rosé e branco que se designou *Sete Cavaleiros do Castelo* de modo a poder vender como produto local único e de excelência na loja da Artgilão.

d) Promover atividades culturais;

A Artgilão pretende, com as suas exposições e eventos religiosos, contribuir para a dinamização da atividade turística e cultural do concelho de Tavira e para o reaparecimento de celebrações tradicionais há muito desaparecidas.

No final de 2019, a Artgilão inaugurou, em parceria com a Câmara Municipal de Tavira, uma exposição “Assim na Terra como no Céu” com o intuito de dar a conhecer a ligação da cidade de Tavira à fé católica. A coleção de arte sacra da Paróquia de Tavira visa dar a conhecer a entrada da Ordem de Santiago em Tavira, ao culto dos mártires e o aparecimento de várias confrarias (Folha de Domingo, 2019).

Em parceria com a Santa Casa da Misericórdia promoveu uma exposição de Presépios de Natal na Igreja de São Paulo em 2019. Esta exposição teve o apoio de 17 instituições religiosas e organizações civis e teve o intuito de sensibilizar as pessoas para a

importância dos presépios de Natal e para a mensagem do Papa Francisco sobre os mesmos.

Em parceria com A-NAFA (Associação e Núcleo de Fotógrafos do Algarve) e a Santa Casa da Misericórdia de Tavira inaugurou três exposições para comemorar o Dia Mundial da Fotografia e os 500 anos da cidade de Tavira. Ou seja, foi inaugurada no dia 5 de setembro de 2020 a exposição “Tavira por un Agujero” na Igreja de São Paulo com trabalhos dos fotógrafos João Ribeiro e José Ramirez (Região Sul, 2020). Esta iniciativa procurou dinamizar os espaços culturais da cidade, principalmente algumas igrejas que integram o projeto Cartão Igrejas.

e) Identificar o desenvolvimento deste tipo de ofertas baseadas na cultura, no património e nos eventos, em face da excessiva dependência de sol e praia na região;

O grande obstáculo que a empresa enfrenta é superar a sazonalidade que o turismo provoca na Região do Algarve e que em consequência pode provocar oscilação e um enorme decréscimo de receitas entre os meses de novembro e março. Para contrariar este efeito, a empresa tem criado produtos locais, como os vinhos, que permitem a sustentabilidade económica da empresa durante o ano inteiro. Neste caso, é necessário inovar, promover mais parcerias e ter capacidade humana para que a empresa se possa desenvolver de modo sustentável. Para existir esta sustentabilidade é necessário melhorar o relacionamento com a comunidade local de Tavira de modo a que seja melhor entendida a importância de promover e dinamizar o património cultural da Paróquia.

f) Identificar o público-alvo

Os residentes são um público-alvo desejado pela empresa por serem cada vez mais assíduos neste projeto e, sobretudo, mais participativos nas iniciativas. Porém, a empresa também quer atrair os não residentes em Tavira e principalmente os turistas de nacionalidade estrangeira que visitam o património cultural.

A empresa Artgilão promove a preservação e conservação do património religioso material e imaterial, como a Semana Santa, através de parcerias com entidades locais, com a venda de produtos locais e com a promoção de eventos e atividades religiosas e culturais. Neste sentido, os objetivos da empresa vão ao encontro com o estudo geral

sobre os impactos do turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva dos Organizadores.

4.3.2. Análise dos Impactos do Turismo na Semana Santa em Tavira – Perspetiva dos Organizadores

As entrevistas realizadas permitiram averiguar que, de forma geral, todos os *stakeholders* pertencentes à cidade de Tavira percecionam de maneira positiva o turismo na Semana Santa e perspetivam com otimismo o desenvolvimento turístico na zona em questão.

Da análise das entrevistas pode-se perceber que as opiniões dos entrevistados quanto à função que cada um desempenha junto da Comissão Organizadora da Semana Santa, ao desenvolvimento turístico, aos impactos económicos, sociais e culturais, tanto positivos como negativos, às motivações e as perceções sobre os turistas que visitam Tavira na Semana Santa coincidem com a literatura revista (Ap, 1992; Andreck *et al*, 2005; Aulet e Vidal, 2018; Araújo, 2010; Carvalho, 2016; Esfehani e Albrecht, 2019; Felsenstein e Fleischer, 2003; Ferreira *et al*, 2007; Getz, 2007; Gil e Curiel, 2008; Gilbert e Clark, 1997; Cohen, 1984; Guerreiro *et al*, 2019; Jurkevics, 2005; Liutikas, 2018; Raj, 2003; Richards, 2000; Rinschede, 1992; Silberberg, 1995; Smith, 1992; Terzidou *et al*, 2008; UNWTO, 2018; UNWTO, 2019; Zabala, 2016).

As entrevistas exploratórias permitiram inicialmente verificar que a Semana Santa ainda não tem uma Comissão Organizadora, mas seria de extrema importância desenvolver e criar uma comissão que congregue estas entidades e inclua o Município para melhorar a organização e visibilidade das várias celebrações.

As entrevistas realizadas nesta fase permitiram entender o espaço ocupado pela Paróquia e pelas Irmandades na organização da Semana Santa em Tavira. Ou seja, a Paróquia é responsável pela parte litúrgica (missa, vias-sacras, lava-pés) e as Irmandades do Carmo, São Francisco e Misericórdia colocam as procissões na rua e são responsáveis por toda a sua organização e manutenção. Os residentes de Tavira pediam às irmandades, a quem deixavam os seus bens e dinheiro, que colocassem as imagens na rua em procissão. No entanto, o Município segundo a Dr.^a Cristina Pereira Neto (Chefe de Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus) não assumia qualquer função, a não ser no apoio ao fecho das ruas, em articulação com outras autoridades, nos períodos de circulação das procissões da Semana Santa e a pedido dos organizadores da Semana Santa.

Segundo as respostas dos entrevistados é difícil perceber e identificar as mudanças económicas provocadas pela atividade turística na Semana Santa, pois as procissões são realizadas na rua e acessíveis a todos os visitantes de forma gratuita. O estudo da metodologia aplicada a outros eventos, que tenha por base o aumento das dormidas nesse período, o aumento de refeições vendidas na restauração local, as transações registadas nos multibancos locais ou as vendas no comércio, são algumas das fontes de informação que poderiam sustentar uma análise quantitativa dos impactos da Semana Santa em Tavira.

Uma das outras questões referidas no âmbito da entrevista foi que seria problemático para o Município de Tavira fazer um investimento económico na Semana Santa quando as procissões são realizadas por irmandades religiosas, reconhecendo-se que há falta de comunicação entre as entidades. Por outro lado, os entrevistados destacam os valores religiosos e sociais quando referem que estes eventos religiosos são procurados por pessoas que têm uma prática cristã nas suas vidas e olham para estes eventos como o ponto alto do seu ciclo anual de fé, e por outro lado, são procurados por pessoas, que embora agnósticas ou até ateias olham para estes eventos religiosos como eventos com uma enorme carga e singularidade cultural. No entanto, a entrevistada Dr.^a Cristina Pereira Neto refere que os eventos religiosos, como a Semana Santa, são uma mais-valia para a atividade de Turismo. Uma vez que os turistas ficam hospedados no território, permitindo incrementar a economia.

Um dos fatores identificado como importante, é que esta época intermédia do turismo caracteriza-se por uma grande afluência de turistas em Tavira pois nesta época da Páscoa em regra já é possível aproveitar o bom clima, as praias e a cidade, ao mesmo tempo, assistem à Semana Santa. Segundo um dos entrevistados, os turistas ainda não vêm de propósito de férias para assistir à Semana Santa em Tavira.

Nos termos das propostas resultantes da revisão de literatura (Terzidou *et al*, 2008), os entrevistados não conseguiram identificar ou averiguar quaisquer impactos negativos sociais causados pelo turismo durante a Semana Santa em Tavira. Na verdade, alguns entrevistados reconhecem que não existem impactos negativos porque os naturais de Tavira ficam bastante satisfeitos com a participação dos visitantes, por as ruas serem cortadas ao trânsito e pela duração do evento. Daí que a Semana Santa em Tavira não se pode comparar à Semana Santa em Braga.

Porém, alguns deles revelam alguma preocupação com a grande afluência de turistas nesta época na cidade, com a pouca relevância que a comunicação social atribui a este tipo de evento religioso e o desrespeito pelas tradições e rituais religiosos.

No que respeita aos impactos culturais negativos do turismo na Semana Santa, este estudo de caso vem também reforçar o esperado a partir da revisão de literatura efetuada (Anica, 2006; Aulet e Vidal, 2018; Carvalho, 2016; Decreto-lei 139/2009; Esfehiani e Albrecht, 2019; Ferreira *et al*, 2007; Gil e Curiel, 2008; Gilbert e Clark, 1997; Raj, 2003; Richards e Fernandes, 2007; Sharpley e Stone, 2012). Todos os entrevistados, incluindo a representante do Município – Dr.^a Cristina Pereira Neto -, estão de acordo que a atividade turística na Semana Santa não provoca problemas com a preservação do património cultural de Tavira. Muito pelo contrário, existe uma maior preocupação pela preservação e tratamento do património, onde as receitas provenientes do turismo são fundamentais para o património edificado de Tavira e para a própria Semana Santa. Os turistas contribuem para os peditórios e constituem-se como fundamentais para compor os andores ou para o restauro das talhas douradas. Também é mencionado que o património edificado está preparado para receber visitantes e que a realização destas celebrações religiosas permitem mostrar ao turista a cultura, a memória, a identidade, a história e a parte religiosa da cidade de Tavira.

Conforme todos os entrevistados, em face da sua antiguidade e tradição religiosa, as celebrações da Semana Santa não podem ser modificadas e adulteradas, caso contrário ficaria comprometida a sua identidade. Por isso, segundo os entrevistados seria interessante criar um projeto em que os visitantes participassem de forma ativa na organização da procissão. Por exemplo, na Quinta-Feira Santa ou na Sexta-Feira Santa os visitantes podem ajudar a montar os andores e a colocar as peças, e durante a procissão os visitantes poderiam participar levando as velas ou os andores. No entanto, existe alguma preocupação com a falta de religiosidade das comunidades, que em consequência pode resultar no fim das procissões nas ruas.

Não existe incompatibilidade de horários em relação aos turistas porque o estilo de vida que se faz na Semana Santa é totalmente pensado à volta das celebrações. Pode haver sim, uma Comissão Organizadora da Semana Santa onde estivessem presentes todas as entidades religiosas, civis e sociais presentes neles. Pois assim, pode haver uma maior centralidade e globalidade da Semana Santa como um único evento.

A Dr.^a Alexandra Rufino, Técnica de Património Cultural da Santa Casa da Misericórdia, afirma que “para não haver aqueles impactos negativos os turistas teriam de participar, mas não poderiam interferir no que nós estávamos a fazer para não haver um choque de serviço”. Por isso é que é importante existir uma Comissão Organizadora, onde um grupo se dedicasse só à parte litúrgica e outro grupo que se dedicasse à parte turística e ao turista e o integrasse nas celebrações religiosas, como atores da produção da festividade, mas com um acompanhamento cuidado do ritual religioso por parte das entidades. Ou seja, um projeto deste tipo poderia fazer a preparação dos turistas que quisessem depois assistir à procissão com outra profundidade.

De acordo com todos os entrevistados é possível identificar certos aspetos, como o envolvimento da comunidade; manter as tradições; a atividade económica; benefícios monetários; a vivência cristã; a manifestação cultural; afluência de turistas a Tavira; colaboração com outras entidades; boa organização e enriquecimento cultural da cidade e dos visitantes, que coincidem com a revisão de literatura (Andereck *et al*, 2005; Ferreira *et al*, 2007; Getz, 2007; Raj, 2003; Terzidou *et al*, 2008; Zabala, 2016).

Contudo, alguns entrevistados apresentam alguma apreensão com a menor participação das pessoas nas celebrações religiosas causada pelo afastamento das pessoas da religião, falta de interesse da comunicação social para estes eventos religiosos e a falta de educação cívica, que pode levar ao desrespeito pelas tradições, também referidas na revisão de literatura (Richards e Fernandes, 2007; Terzidou *et al*, 2008).

Ferreira *et al* (2007) e Cohen (1984) referem que estes eventos contribuem para o desenvolvimento económico, social e cultural relacionado com o surgimento de novas infraestruturas, a criação de emprego, o aumento da qualidade de vida, o nível de interesse local por estes eventos e pelas tradições e práticas orais. Neste caso, na opinião do Padre Miguel Neto a qualidade de vida é obtida através da vivência cristã, do crescimento da atividade económica e turística, e da criação de riqueza e emprego. Também o entrevistado, o Sr. Salvé-Rainha destaca o aspeto económico, em vez do aspeto social, ao afirmar que o turismo na época de Semana Santa beneficia economicamente os negócios e a igreja.

De acordo com Dr.^a Alexandra Rufino a Semana Santa em Tavira contribui para os residentes participarem de forma ativa, não só ao participarem das festividades, mas também da celebração e dos seus rituais, ao enfeitarem varandas e as janelas das casas

com flores e edredões ou mantas (Cohen, 1984; Jurkevics, 2005; Sharpley e Stone, 2012). Isto é reforçado pela Sra. Elvira quando declara que a Semana Santa permite aos residentes saírem, conviverem e terem contacto social. Também, a Dr.^a Cristina Pereira Neto reconhece que as festividades da Semana Santa contribuem para o maior envolvimento de um grupo de pessoas que participam nas atividades e deste modo para a convivialidade e manutenção das tradições. Por sua vez, contribui para aumentar a procura turística e deste modo para que a época turística comece mais cedo, sendo que muitas empresas começam a contratar recursos humanos nesta altura. A economia local também é beneficiada, nomeadamente o comércio local.

Pode-se perceber que os entrevistados conseguiram identificar que a Semana Santa faz parte da identidade da comunidade local e da cidade; que a comunidade local sente orgulho ao preparar as igrejas para receber esta atividade religiosa e os visitantes; que existe orgulho na tradição religiosa da cidade e empenho em mostrar as procissões e os andores e que existe enriquecimento cultural dos residentes e dos turistas. Isto tudo é referido na investigação de Felsenstein e Fleischer (2003), Ferreira *et al*, (2007), Getz (2007), Getz e Page (2016), Raj (2003), Sharpley e Stone (2012), Sudipta e Sarat (2010).

A Semana Santa atribui um contributo positivo para a imagem de Tavira como destino turístico porque, para além da praia e sol, o turista quer conhecer a cidade e aproveita para conhecer as celebrações religiosas da Semana Santa. Ou seja, todos os entrevistados estão de acordo quando referem que Tavira deve ser vista pela sua identidade religiosa, cultural e histórica, as suas tradições seculares, o seu património e a sua programação cultural diversificada, reforçada pela revisão de literatura (Andereck *et al*, 2005; Anica, 2006; Ferreira *et al*, 2007; Raj, 2003; Sharpley e Stone, 2012).

Os autores (Ap, 1992; Allen *et al*, 1988; Gil e Curiel, 2008; Jurkevics, 2005) corroboraram os resultados da análise das entrevistas. De acordo com o Padre Miguel Neto, o Sr. Salvé-Rainha e a Dr.^a Cristina Pereira Neto, o nível de envolvimento e de adesão da comunidade local na Semana Santa é bastante pronunciado. A Semana Santa é muito importante para a comunidade local, não por causa do turismo, mas devido à sua fé cristã, sendo Tavira amplamente reconhecida como a cidade das igrejas, no Algarve. Outro exemplo referido é o das Procissões de Ramos e do Enterro do Senhor, onde os residentes apanham folhas de palmeira e rosmaninho e entregam aos visitantes durante as

celebrações. Para além disso, o chão das ruas é ornamentado com rosmaninho e os residentes põem colchas nas janelas por onde a procissão passa.

Porém, Dr^a Alexandra Rufino e a Sra. Elvira discordam no que se refere à organização e à participação da Semana Santa a nível da comunidade local, ou seja, antigamente a comunidade local participava com mais frequência na organização e na adesão à Semana Santa. Atualmente, a Procissão de Sexta-Feira Santa deve ser a mais impactante por ser realizada à noite e por ser preparada pela equipa da Misericórdia durante a tarde onde distribuem rosmaninho na rua e bandeiras nas janelas.

De acordo com todos os entrevistados, a Semana Santa permite estabelecer uma relação amigável entre a comunidade anfitriã e os turistas porque os turistas vêm todo empenho dado pela comunidade na organização da Semana Santa e também se sentem identificados com essa religiosidade e espiritualidade católica. Para além disso, a comunidade tem orgulho, não só da Semana Santa, mas de todas as atividades criadas para mostrar ao turista a identidade da cidade de Tavira. Os resultados da análise de entrevistas corroboram com a revisão de literatura (Anica, 2006; Besculides *et al*, 2002; Cohen, 1984; Ferreira *et al*, 2007; Getz, 2007; Getz e Page, 2016; Jurkevics, 2005; Raj, 2003; Santos, 2019; Sharpley e Stone, 2012; Silberberg, 1995; Smith, 1992; Sudipta e Sarat, 2010; Zabala, 2016). Um dos entrevistados questiona inclusive se a Semana Santa em Tavira não será uma questão de experiência. Uma vez que os turistas vivem na Semana Santa em Tavira a experiência de participarem de uma vivência de uma Semana Santa numa terra que é cristã e é feita com base nesses ideais.

Segundo os entrevistados, Padre Miguel Neto e Dr.^a Alexandra Rufino, a Semana Santa acaba por ser uma motivação secundária para a visita do turista a Tavira. Pois, existe uma dimensão mais cultural, onde os visitantes aproveitam o bom tempo, a gastronomia e a cultura, ao mesmo tempo que participam das festividades da Semana Santa. A Dr.^a Cristina Pereira Neto também refere que a Semana Santa pode ser uma motivação secundária para a visita, assumindo assim uma dimensão mais cultural. Turismo religioso só existe quando as pessoas têm a finalidade de ir a um sítio para ver um fenómeno de carácter religioso o que em Tavira não acontece. O único sítio no Algarve, onde acontece, isto é, na Festa da Mãe Soberana em Loulé. Para além, do conteúdo religioso a Semana Santa tem uma parte cultural, onde só o Município de Tavira, por não ser uma entidade religiosa, pode promover concertos musicais até ao Domingo de Páscoa. Estes autores

(Guerreiro *et al*, 2019; Liutikas, 2018; Richards, 2000; Rinschede, 1992; Silberberg, 1995; Smith, 1992; UNWTO, 2018; UNWRO, 2019) permitem corroborar com os resultados da análise das entrevistas.

Porém os entrevistados, Sr. Salvé-Rainha e Sra. Elvira Gonçalves, são da opinião que existe turismo religioso na Semana Santa em Tavira. Uma vez que os hotéis pedem informações sobre todas as festividades e procissões e pelos turistas que se interessam cada vez mais por estas atividades da Semana Santa. Também, têm a convicção que não é possível comparar a Semana Santa em Tavira com a Mãe Soberana em Loulé porque este último tem características e temáticas muito diferentes que nunca foram trabalhados na temática religiosa de Tavira. As opiniões destes dois entrevistados diferem das apreciações dos entrevistados, Padre Miguel e Alexandra Rufino, e corroboram com a revisão de literatura (Bonde *et al*, 2015; Dignance, 2006; Richards e Fernandes, 2007; Rinschede, 1992; Santos, 2000; Santos, 2019; Vukonic, 2006).

No entanto, a entrevistada Sra. Elvira é da opinião que se deve tirar partido dos recursos naturais e culturais de Tavira. Por exemplo: as igrejas poderiam estar abertas à noite na Quinta-Feira Santa, estar decoradas e com Jesus Cristo exposto como se fazia anteriormente.

O Padre Miguel Neto é o único entrevistado que afirma não existir diferenciação nos turistas que visitam Tavira na época da Semana Santa dos demais turistas de outros períodos do ano. No entanto, os entrevistados, Dr.^a Alexandra Rufino, Sr. Salvé-Rainha e Sra. Elvira, asseguram que os turistas que visitam a Semana Santa e a Páscoa são turistas diferentes da época do verão, ou seja, o turista que a cidade de Tavira recebe a partir de março ou abril é um turismo cultural e religioso. Os turistas procuram também a componente religiosa, visível pelo número de pessoas que acompanham a Procissão dos Passos, Procissão de Ramos e o Enterro do Senhor. Enquanto, o turista de verão é em grande parte de nacionalidade portuguesa, desfruta da praia, do campo e da serra e só visitam os monumentos se estes estiverem abertos até mais tarde. Esta diferenciação nos turistas comentada pelos entrevistados está reforçada na revisão de literatura (Bond *et al*, 2015; Rinschede, 1992; Smith, 1992; UNWTO, 2019; Vukonic, 2006). Segundo a Dr.^a Cristina Pereira Neto é difícil diferenciar os turistas da Semana Santa de outros períodos por não existir um estudo que defina o perfil do turista.

As entrevistas em geral permitiram verificar que os organizadores da Semana Santa e a representante do Município de Tavira percebem o turismo e a vinda dos turistas de forma positiva, não só na época da Semana Santa, mas o ano inteiro. Isto é muito importante porque os turistas impulsionam o comércio local e mostram interesse em conhecer a história da cidade, as atividades e o seu património cultural e religioso. Por sua vez, se os turistas sentirem vontade de voltar a Tavira é sinal de que foram bem acolhidos e existiu uma união de todos os residentes pertencentes à comunidade local para esse sentimento de pertença.

As festividades religiosas podem contribuir para a preservação do património cultural material na Semana Santa através da recolha de donativos e da compra de bens que vão permitir realizar restauros nas igrejas, nas talhas dos andores, nas imagens e nas vestimentas dos santos. Por sua vez, as festividades da Semana Santa contribuem muito mais para a preservação do património cultural imaterial de Tavira, ou seja, permitem mostrar a identidade, a história, as tradições e valores culturais e cristãos característicos destes residentes locais. Também existe uma preocupação da comunidade local com a continuidade das procissões e festas religiosas da Semana Santa devido à pandemia.

Os resultados desta análise qualitativa revelam que, por parte dos entrevistados pertencentes às Irmandades, à Paróquia e ao Município de Tavira, existem percepções diferentes sobre a motivação dos turistas para visitarem Tavira, bem como em relação ao grau de interesse e ao envolvimento das comunidades locais na organização da Semana Santa. De uma forma geral, os entrevistados têm consciência de que os benefícios económicos, sociais e culturais suplantam os impactos negativos gerados na Semana Santa em Tavira. Também, se verifica uma atitude positiva em relação ao turismo e aos turistas que visitam Tavira.

Outra conclusão revelada por esta análise das entrevistas efetuadas é a difícil percepção e identificação das mudanças económicas provocadas pela atividade turística na Semana Santa, porque não existem dados concretos e porque nunca foi desenvolvido um estudo sobre esta temática.

A análise exploratória permitiu compreender melhor como os quatro entrevistados percebem a Semana Santa, como percebem o turismo, os benefícios e os impactos negativos económicos, sociais e culturais e a importância do desenvolvimento turístico para a cidade de Tavira.

4.4. Análise sumária da investigação

Neste subcapítulo estão presentes as conclusões principais referentes à análise da Artgilão para o desenvolvimento turístico e cultural do concelho e da Paróquia, assim como, uma análise dos Impactos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva das entidades organizadoras.

Do estudo concretizado foi possível conhecer melhor a empresa Artgilão em relação: ao processo de constituição da empresa turístico-cultural, à venda de bilhetes de acesso ao património cultural e religioso da Paróquia; à política de venda de produtos locais e regionais, às parcerias com entidades locais, à promoção de eventos e atividades culturais e religiosas, à identificação das dificuldades e ameaças e à identificação do público-alvo.

A empresa Artgilão promove a preservação e conservação do património religioso material e imaterial, através de parcerias com entidades locais, da venda de produtos locais e da promoção de eventos e, de atividades religiosas e culturais. Neste sentido, os objetivos da empresa criam importantes dinâmicas que contribuem para gerar impactos positivos associados ao turismo na Semana Santa em Tavira, mas também ao longo de todo o ano.

A formação da empresa Artgilão, como empresa turístico-cultural, teve como objetivo principal reverter as receitas para a preservação e conservação do património cultural religioso pertencente à Paróquia de Tavira. Desta forma, foi realizada uma pesquisa sobre o nome mais indicado a colocar à empresa e uma pesquisa sobre as empresas e o turismo religioso na Europa, principalmente em Itália, o que revela um sentido elevado de empreendedorismo, que é pouco comum em nosso entender, neste tipo de entidades a nível nacional.

A formação da empresa possibilitou a venda de bilhetes aos visitantes de modo a poderem visitar as igrejas e o museu, como também, facilitou a venda de produtos locais e regionais. Neste sentido, a Artgilão, em parceria com a Santa Casa da Misericórdia de Tavira, criou o “Cartão Igreja” que por um preço combinado, fica mais barato do que a compra individual do bilhete a cada igreja, os turistas podem usufruir de uma visita à Igreja da Misericórdia, à Igreja de São Paulo, à Igreja de Santiago e à Igreja de Santa Maria do Castelo.

Em relação às parcerias, o desenvolvimento de um vinho tinto, de um rosé e de um branco com a Casa Santos Lima – *Sete Cavaleiros do Castelo* – trouxe um acréscimo de notoriedade a ambas as instituições e constituindo-se como um produto local único e de excelência vendido na loja da Artgilão, acresceu diversidade e vocação empresarial à Artgilão.

A Artgilão também pretende, com as suas exposições e eventos culturais e religiosos, contribuir para a dinamização da atividade turística e cultural da cidade de Tavira e para o reaparecimento de celebrações tradicionais. Neste caso, organizou, em conjunto com a Câmara Municipal de Tavira, a exposição “Assim na Terra como no Céu” e também promoveu a exposição de Presépios de Natal de 2019 e a exposição de fotografia “Tavira por un Agujero”.

A grande dificuldade que a empresa enfrenta diz respeito à flutuação sazonal da procura turística da Região do Algarve e que em consequência provoca um decréscimo de receitas entre os meses de novembro e março. Para contrariar este efeito, a empresa cria produtos locais, como os vinhos, que permitem a sustentabilidade económica da empresa durante o ano inteiro. Neste caso, é necessário inovar, promover mais parcerias e ter capacidade humana para que a empresa se possa desenvolver de modo sustentável. Por outro lado, para existir esta sustentabilidade é necessário melhorar o relacionamento com os locais de Tavira de modo que entendam a importância de promover o património cultural da Paróquia.

Ainda é necessário referir que o público-alvo são os não residentes em Tavira e principalmente os turistas de nacionalidade estrangeira que visitam o património cultural religioso. Também, os residentes são um público-alvo desejado pela empresa por serem cada vez mais assíduos neste projeto e, sobretudo, mais participativos nas iniciativas.

No seguimento do estudo geral sobre os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva da Comissão Organizadora e da Chefe de Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus da Câmara Municipal de Tavira foram retiradas várias conclusões. Tendo em conta a temática de investigação revelou-se adequado efetuar entrevistas exploratórias e semiestruturadas sobre os impactos do turismo na Semana Santa. As entrevistas permitiram averiguar que, de modo geral, todos os *stakeholders* pertencentes à cidade de Tavira percecionam de maneira positiva o

turismo e os impactos na Semana Santa, e perspetivam de forma muito positiva o desenvolvimento turístico na cidade.

As entrevistas semiestruturadas permitiram melhor compreender o lugar da Paróquia e das Irmandades na organização da Semana Santa em Tavira e os vários fatores que ainda não possibilitaram formar uma Comissão Organizadora que engloba entidades civis, militares e religiosas, comunidades locais, Câmara Municipal de Tavira e a Região de Turismo. Atualmente, a parte litúrgica é organizada pela Paróquia e as Irmandades do Carmo, São Francisco e Misericórdia são responsáveis pela organização das procissões. A entrevista à responsável pela Cultura, Património, Museus e Turismo da Câmara Municipal de Tavira também se apresentou como relevante para o estudo da importância do turismo na Semana Santa em Tavira, na medida em que como elemento externo à estrutura organizadora da Semana Santa apresenta um olhar mais neutro sobre a Semana Santa e os seus impactos em Tavira.

Conforme já referido, foi possível averiguar que as mudanças económicas provocadas pela atividade turística na Semana Santa são difíceis de identificar porque as procissões se desenvolvem em espaço aberto, com livre acesso a todos os visitantes. Para que as mudanças económicas sejam mais visíveis é necessário sensibilizar as pessoas pertencentes à igreja e às irmandades de modo a trabalharem crescentemente em conjunto com as autarquias locais e com a respetiva Região de Turismo, tendo em vista maximizar os impactos positivos gerados por estas festividades religiosas junto da comunidade de Tavira em particular. Os benefícios deste tipo de eventos religiosos, como a Semana Santa, não deixam de ser assumidos como uma mais-valia para a atividade de Turismo. Uma vez que os turistas ficam hospedados no território, permitindo incrementar a economia.

Os entrevistados não conseguiram identificar quaisquer impactos negativos sociais e culturais causados pelo turismo durante a Semana Santa em Tavira. Na sua maior parte, os entrevistados reconhecem que não existem impactos negativos muito pelo contrário, reconhecem que os naturais de Tavira ficam bastante satisfeitos com a participação dos visitantes e as ruas são cortadas ao trânsito. Segundo os entrevistados, a Semana Santa em Tavira não se pode comparar à Semana Santa em Braga.

Também, as receitas provenientes do turismo são fundamentais para o património edificado de Tavira e estas celebrações religiosas, bem como as atividades paralelas como

é o caso das exposições, permitem mostrar ao turista a cultura, a memória, a identidade, a história e a componente religiosa da cidade de Tavira. Os entrevistados mencionam ainda que as festividades da Semana Santa contribuem para a preservação do património cultural de Tavira ao mostrarem a identidade, a história, as tradições e valores culturais e cristãos. Porém, foram identificadas algumas preocupações referentes à grande afluência de turistas nesta época, à pouca relevância que a comunicação social atribui a este tipo de eventos religiosos, ao desrespeito pelas tradições e rituais religiosos, e à preocupação com a continuidade das procissões e festas religiosas da Semana Santa.

Conforme mencionado na revisão de literatura, as celebrações e as normas e regras litúrgicas da Semana Santa não podem ser modificadas pela sua antiguidade e pela sua tradição secular. De outro modo, seria deturpada a identidade deste evento religioso. Assim sendo, é necessário criar uma Comissão Organizadora, conforme já explicitado, procurando maximizar os impactos positivos destas celebrações associadas ao turismo e prevendo uma organização futura equilibrada entre a dimensão litúrgica, e a dimensão da dinamização e promoção para o turismo destas propostas de celebrações religiosas, sem que houvesse interferência.

Os entrevistados identificaram certos aspetos como a atividade económica, benefícios monetários, envolvimento da comunidade, vivências cristãs, tradições, manifestação cultural, afluência de turistas, parcerias com outras entidades e o enriquecimento cultural da cidade. Outros aspetos apresentados são que a Semana Santa faz parte da identidade da comunidade local e da cidade, o orgulho sentido pelas tradições religiosas e o enriquecimento cultural.

A Semana Santa tem em nosso entender um contributo positivo para a imagem de Tavira como destino turístico, e é essa também a opinião dos entrevistados, pois o turista quer conhecer a cidade e apreciar as celebrações religiosas da Semana Santa. Ou seja, todos os entrevistados estão de acordo quando referem que Tavira deve ser visitada pela sua identidade religiosa, cultural e histórica, as suas tradições seculares, o seu património e a sua programação cultural diversificada.

A nível de envolvimento e adesão da comunidade local à Semana Santa os entrevistados discordam entre si. Por um lado, dois inquiridos referem que o nível é muito elevado por causa da fé cristã e até sugerem que os residentes continuam a apanhar folhas de palmeira e rosmaninho e colocam as colchas nas janelas naquelas ruas em que o percurso das

Procissões de Ramos e do Enterro do Senhor decorre. Também, a representante do Município refere que as festividades da Semana Santa contribuem para o maior envolvimento de um grupo de pessoas, que participam nas atividades e deste modo para a convivialidade e manutenção das tradições. No entanto, outras duas inquiridas discordam e afirmam que antigamente a comunidade local participava com mais frequência na organização e na adesão à Semana Santa.

De acordo com todos os inquiridos, a Semana Santa permite estabelecer uma relação amigável entre a comunidade anfitriã e os turistas, na medida em que é evidenciado o empenho da comunidade na organização e porque se identificam com esta religiosidade e espiritualidade católica.

As entrevistas exploratórias permitiram revelar que, por parte dos entrevistados pertencentes às Irmandades e à Paróquia, existem perceções diferentes sobre a motivação dos turistas que visitam Tavira e sobre o grau de interesse e envolvimento das comunidades locais na organização da Semana Santa. A Dr.^a Cristina Pereira Neto também refere que a Semana Santa pode ser uma motivação secundária para a visita a Tavira, reconhecendo-lhe uma dimensão mais cultural. Turismo religioso só existe quando as pessoas têm a finalidade de ir a um sítio para ver um fenómeno de carácter religioso o que em Tavira não acontece, na opinião dos entrevistados.

Em geral, os entrevistados têm consciência que os benefícios económicos, sociais e culturais e religiosos suplantam os impactos negativos gerados na Semana Santa em Tavira e apresentam uma atitude positiva em relação ao turismo e aos turistas que visitam Tavira.

Outra conclusão retirada das entrevistas é a grande dificuldade em perceber e identificar as mudanças económicas provocadas pela atividade turística na Semana Santa porque não existem dados concretos disponíveis e em face da natureza das entidades envolvidas, que se constituem como irmandades religiosas. Assiste-se à necessidade de maior abertura por parte das irmandades para que exista maior cooperação com outras instituições, como a Região de Turismo e as autarquias, de modo a transmitirem mais informação que traga turistas a Tavira.

A análise exploratória permitiu compreender melhor como os quatro entrevistados percebem a Semana Santa, como percebem o turismo, os benefícios e os impactos

negativos económicos, sociais e culturais e a importância do desenvolvimento turístico para a cidade de Tavira.

Durante o desenvolvimento do estudo foram encontradas as seguintes limitações:

- O contexto do Covid-19 não permitiu desenvolver todas as atividades e exposições propostas pela empresa Artgilão no âmbito do estágio;
- O contexto do Covid-19 não permitiu realizar as atividades programadas para a Semana Santa, devido ao confinamento que iniciou em março e perdurou até maio. Por isso, essa parte não é possível apresentar no estudo;
- As entrevistas tiveram todas de ser realizadas por telefone ou reunião Zoom devido à idade da maior parte dos entrevistados e aos riscos associados à transmissibilidade do vírus COVID-19. A Pandemia Covid-19 não permitiu realizar um contacto mais direto.

4.5. Propostas de desenvolvimento para o futuro

Este estágio de investigação foi uma oportunidade para o desenvolvimento de competências pessoais associadas à área do património cultural e do turismo, tendo por base o estudo de caso de um projeto inovador. Os resultados ainda que qualitativos e exploratórios e integrando uma abordagem pelo lado da oferta, permitem concluir que a Semana Santa em Tavira tem um potencial inexplorado, na medida em que é identificada como uma festividade com capacidade para gerar impactos positivos junto da comunidade local e integra uma forte identidade local.

A realização deste estudo e as conclusões obtidas permitiram identificar linhas de investigação futura que resultam, de igual modo, das limitações identificadas anteriormente e dos aspetos associados à temática do estudo.

Assim, podem-se apresentar como novas perspetivas de investigação as seguintes: desenvolver uma análise quantitativa dos impactos da Semana Santa em Tavira, utilizando uma metodologia aplicada a outros eventos, que tenha por base o aumento das dormidas nesse período, o aumento de refeições vendidas na restauração local, as

transações registadas nos multibancos locais ou as vendas no comércio; formar uma Comissão Organizadora que engloba entidades civis, militares e religiosas, comunidades locais, Câmara Municipal de Tavira e a Região de Turismo; criar um projeto inovador com os turistas de modo a participarem de forma ativa na organização das procissões. Por exemplo, os visitantes podem ajudar a montar os andores e durante a procissão os visitantes poderiam participar levando as velas ou os andores; e criar uma exposição de fotografia sobre a ligação existente entre a comunidade local e a Semana Santa em Tavira. A exposição poderia ser feita no interior de uma igreja ou num dos percursos utilizados das procissões de modo a transmitir esta ligação aos turistas. Para esta exposição, a Artgilão poderia fazer uma parceria com a Câmara Municipal de Tavira e com as Irmandades.

Conclusão

Neste capítulo são realizadas as considerações finais referentes ao estágio concretizado na empresa Artgilão e do estudo de caso proposto pela entidade. A concretização do estágio na empresa Artgilão da cidade de Tavira permitiu entender o desempenho desta entidade na cidade, principalmente na área do turismo e da conservação e preservação do património cultural religioso.

A empresa Artgilão promove a preservação e conservação do património religioso material e imaterial, como a Semana Santa, através de parcerias com entidades locais, com a venda de produtos locais e com a promoção de eventos e atividades religiosas e culturais. Neste sentido, os objetivos da empresa vão ao encontro com o estudo geral sobre os impactos do turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva dos Organizadores.

Ao iniciar o estudo exploratório, definiu-se como objetivo geral deste relatório **identificar os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva da Comissão Organizadora**. Neste sentido foram propostas entrevistas com a Comissão Organizadora e com a Chefe de Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus da Câmara Municipal de Tavira, a Dr.^a Cristina Pereira Neto de modo a explicarem a sua relação com a Semana Santa, bem como identificar e explicar a forma como os impactos económicos, sociais, culturais e religiosos são vivenciados, o que motiva os turistas a visitarem nesta época e se consideram positivo terem mais turistas em Tavira.

A clarificação dos conceitos foi essencial para concretizar o estudo de caso sobre a Semana Santa e o Turismo Cultural e Religioso em Tavira, uma vez que existem muitos turistas que se alojam nesta época festiva na cidade de Tavira e não se tinha conhecimento sobre os impactos provocados pelo turismo.

A pesquisa exploratória permitiu concluir que existe um sentimento positivo generalizado relativamente ao turismo e aos turistas que visitam Tavira nesta época de Semana Santa, como também, nas restantes épocas, embora existem perceções diferentes sobre a motivação dos turistas para visitarem Tavira e no grau de interesse e o envolvimento das comunidades locais na organização da Semana Santa. Também é possível identificar que a Semana Santa contribui de maneira positiva para a imagem de Tavira como destino

turístico, para além da praia e o sol, o turista conhece a cidade e as celebrações religiosas. Ou seja, a cidade de Tavira é vista de modo diferenciado pela sua identidade religiosa, cultural e histórica, as suas tradições seculares, o seu património e a sua programação cultural diversificada.

De uma forma geral os entrevistados têm uma atitude positiva em relação aos impactos económicos, sociais, culturais e religiosos e ao turismo e aos turistas que visitam Tavira. Nenhum entrevistado conseguiu identificar impactos negativos na Semana Santa devido à sua dimensão e a todos os cuidados existentes na organização. Outra conclusão desta análise revela que é difícil perceber e identificar as mudanças económicas provocadas pela atividade turística na Semana Santa porque não existem dados concretos e por a Semana Santa ser organizada pelas irmandades religiosas. Assim sendo, é necessário existir uma abertura por parte das irmandades de forma a poderem trabalhar com outras instituições, como a Região de Turismo e as autarquias, de modo a transmitirem mais informação que traga turistas a Tavira.

A análise exploratória permitiu compreender melhor como a Comissão Organizadora e a Chefe de Divisão de Turismo, Cultura, Património e Museus de Tavira compreendem a Semana Santa, como percecionam o turismo, os benefícios e os impactos negativos económicos, sociais e culturais e visualização o desenvolvimento turístico para a cidade de Tavira.

O estudo contribui para uma melhor compreensão sobre a perceção dos entrevistados sobre os impactos positivos e negativos que o turismo tem durante o período da Semana Santa e, por outro lado, fornecem um retrato sobre a dimensão religiosa e cultural deste evento religioso que é motivo de orgulho por parte da comunidade local.

Durante o estágio foram encontradas algumas condicionantes e limitações que surgiram com o aparecimento da Pandemia Covid-19. Neste caso, não foi possível finalizar as atividades e exposições propostas pela empresa Artgilão, como também, não foi possível realizar as atividades programadas para a Semana Santa.

O estudo exploratório, baseado em entrevistas qualitativas, pelo que os resultados não podem ser generalizados para a realidade total. Acresce-se que devido à Pandemia Covid-19 verificou-se a recolha de algumas entrevistas de forma escrita ou em entrevista remota.

Por outro lado, pelo segundo ano consecutivo não houve a Semana Santa e as celebrações religiosas associadas, pelo que, o estudo empírico foi reduzido e ficou limitado.

A realização deste estudo e as conclusões obtidas permitiram identificar linhas de investigação futura que resultam das limitações identificadas e dos aspetos associados à temática do estudo. Ou seja, este estudo exploratório pode ser completado com o desenvolvimento de um método quantitativo que possa proporcionar dados mais concretos sobre os impactos do turismo na Semana Santa em Tavira.

Ou seja, este estudo de caso pode ser completado com uma análise quantitativa dos impactos da Semana Santa em Tavira, utilizando uma metodologia aplicada a outros eventos, que tenha por base o aumento das dormidas nesse período, o aumento de refeições vendidas na restauração local, as transações registadas nos multibancos locais ou as vendas no comércio. A nível mais prático, a Comissão Organizadora em parceria com outras entidades poderia criar uma exposição de fotografia que mostrasse ao turista a ligação profunda que a comunidade local tem com a Semana Santa.

De forma geral, foi possível alcançar o objetivo geral do estudo exploratório sobre os impactos do turismo na Semana, porém este estudo e as atividades programadas viram-se limitadas pela Pandemia Covid-19.

Referências bibliográficas

- Allen, L.R., Long, P.T., Perdue, R.R. & Kieselbach, S. (1988). The Impact OF Tourism Development on Residents Perceptions of Community Life. *Journal of Travel Research*, 27 (3), 3-9.
- Almeida, C. (1993). Património - Riegl e hoje. *Revista da Faculdade de Letras do Porto*, vol.10, 407-416.
- Altinay, L. & Paraskevas, A. (2008). *Planning Research in Hospitality and Tourism*. Oxford: Elsevier.
- Alvarenga, D. L. D. (2019). *A salvaguarda do patrimônio cultural imaterial: uma perspectiva comparada entre Portugal e Brasil* (Dissertação do Mestrado). Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa.
- Andereck, K. L., Valentine, K.M., Knopf, R.C. & Vogt, C.A. (2005). Residents Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. doi: 10.1016/j.annals.2005.03.001.
- Anderson, B. (2006). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres: Verso books.
- Andries van der Ark, L. & Richards, G. (2006). Attractiveness of cultural activities in European cities: A latent class approach. *Tourism Management*, 27(6), 1408–1413. doi: 10.1016/j.tourman.2005.12.014.
- Anica, A. C. (1993). *Tavira e o seu termo: memorando histórico*. Tavira: Câmara Municipal de Tavira.
- Ap, J. (1992). Residents Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19, 665-690. doi: 10.1016/0160-7383(92)90060-3.
- Araújo, M. M. L. (2010). As manifestações de rua das Misericórdias Portuguesas em contexto Barroco. *Hispania Sacra*, LXII (125), 93-113. ISSN: 0018-215-X.
- Aulet, S. & Vidal, D. (2018). Tourism and religion: sacred spaces as transmitters of heritage values. *Church, Communication and Culture*, 3(3), 237–259. doi: 10.1080/23753234.2018.1542280.

- Barbieri, C. & Mahoney, E. (2010). Cultural Tourism Behaviour and Preferences among the Live-performing Arts Audience: an Application of the Univorous-Omnivorous Framework. *International Journal of Tourism Research*, 12, 481–496. doi: 10.1002/jtr.767.
- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Australia: Landlinks Press.
- Besculides, A., Lee, M. E. & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of tourism research*, 29(2), 303-319. doi: 10.1016/S0160-7383(01)00066-4.
- Blanc, H. M. D. S. M. (2014). *Divulgar arte e cultura em mundo virtuais: Museu Virtual de Tavira* (Dissertação de Mestrado). Lisboa: Universidade Aberta.
- Bond, N., Packer, J., & Ballantyne, R. (2015). Exploring Visitor Experiences, Activities and Benefits at Three Religious Tourism Sites. *International Journal of Tourism Research*, 17, 471–481. doi: 10. 1002/jtr.2014.
- Brito, J. C. (2013). *O turismo no Algarve. Padrões de urbanização* (Dissertação de Mestrado). Porto: Faculdade de Arquitetura.
- Butcher, J. (2003). *The Moralisation of Tourism: Sun, Sand... and Saving the World?*. Londres: Routledge.
- Câmara Municipal de Tavira. (2019a). *Guia de Igrejas, Ermidas e Capelas de Tavira*. Tavira: Câmara Municipal de Tavira.
- Câmara Municipal de Tavira. (2019b). *Guia Histórico de Tavira*. Tavira: Câmara Municipal de Tavira.
- Carmo, R.M. & Santos, S. (2011). Os perfis territoriais do Algarve: análise sociodemográfica. *Finisterra*, XLVI (91), 67-85.
- Carrega, J. (2014). *Guia do Património Cultural do Algarve*. Faro: Região do Turismo do Algarve. Disponível em: <https://www.visitalgarve.pt/pt/catalogo/9773/guia-do-patrimonio-cultural-do-algarve.aspx>.
- Carvalho, A. (2020). Reflexões sobre património cultural imaterial e museus: das políticas às práticas. In Semedo, A. L., Matos, A. M. R. & Mendonça, E. C. (Eds.), *Gestão*

Integrada do Património em Museus e Salvaguarda do Património Cultural Imaterial - Atas do Workshop (13-43). Rio de Janeiro: UNIRIO.

Carvalho, D. A. S. (2016). Ensaio sobre a relação entre as comunidades locais e o seu Património Cultural - A Comunidade de Castro Laboreiro como estudo de caso. In Cruz, A. P. (Ed.), *O Ideário Patrimonial*, nº8 (21-31). Tomar: Centro Transdisciplinar das Arqueologias.

Casa Santos Lima. (s.d.). Casa Santos Lima – Quem somos. Disponível em: <https://www.casasantoslima.com/pt/casa-santos-lima/quem-somos/>.

Chagas, O. (2015). *História de Tavira (Vol. 1)*. Tavira: Câmara Municipal de Tavira.

Chhabra, D. (2019). Authenticity and the authentication of heritage: dialogical perceptiveness. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5–6), 389–395. doi: 10.1080/1743873X.2019.1644340.

Choay, F. (1999). *Alegoria do Património*. Lisboa: Edições 70, LDA.

Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392. doi: 10.1146/annurev.so.10.080184.002105.

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve. (2020a). *Algarve Conjuntura: Retrospectiva 2007-2015*. Disponível em: <https://www.ccdr-alg.pt/site/info/boletins-algarve-conjuntura>.

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve. (2020b). *Algarve Conjuntura: Retrospectiva 2014*. Disponível em: <https://www.ccdr-alg.pt/site/info/boletins-algarve-conjuntura>.

Constituição da República Portuguesa de 10 de Abril de 1976. *Diário da República: 1.ª série*, n.º 86. Disponível em: <https://dre.pt/legislacao-consolidada/-/lc/34520775/view>.

Correia, A. & Águas, P. (2016) - Perfil do Turista que Visita o Algarve. Turismo do Algarve/ Universidade do Algaive.

Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2018). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.

Cruz, M. L. G. D. (2006). Tavira no processo de abandono de praças portuguesas do norte

de África no século XVI. In Santana, D. & Lopes, M. (Eds.), *Espírito e Poder. Tavira nos tempos da Modernidade* (21-44). Tavira: Câmara Municipal de Tavira.

Decreto-Lei n.º 139/2009 de 15 de Junho do Ministério da Cultura. *Diário da República: 1.ª série*, n.º 113 (2009). Disponível em: <https://dre.pt/pesquisa/-/search/494544/details/maximized>.

Decreto-Lei n.º 149/2015 de 4 de Agosto da Presidência do Conselho de Ministros. *Diário da República: 1.ª série*, n.º 150 (2015). Disponível em: <https://dre.pt/home/-/dre/69935162/details/maximized>.

Dignance, J. (2006). Religious and secular pilgrimage: Journeys redolent with meaning. In Timothy, D. & Olsen, D. (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (52-64). Nova York: Routledge.

Esfehani, M. H., & Albrecht, J. N. (2019). Planning for Intangible Cultural Heritage in Tourism: Challenges and Implications. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(7), 980–1001. doi: 10.1177/1096348019840789.

Felsenstein, D. & Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel research*, 41(4), 385-392. doi: 10.1177/0047287503041004007.

Fernandes, J. S. (2015). *O Contributo do Turismo para o Crescimento e Desenvolvimento Económico - Caso do Concelho de Tavira* (Dissertação do Mestrado). Lisboa: Instituto Superior de Gestão.

Ferreira, A. M., Martins, A. I., Gonçalves, A. R., Perdigão, F., Torkington, K., Pereira, L. & Martins, P. (2007). *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*. Faro: Universidade do Algarve.

Flores, J. M. (1998). Património – do Monumento ao Território. In Couceiro, J. (Ed.), *Urbanidade e Património* (10-17). Lisboa: IGAPHE.

Folha de Domingo. (2019). “Assim na Terra como no Céu” guia visitantes pela arte sacra da paróquia de Tavira. Disponível em: <https://folhadodomingo.pt/assim-na-terra-como-no-ceu-guia-visitantes-pela-arte-sacra-da-paroquia-de-tavira/>.

Franco, A.C. (1992). A Degradação do Património Conventual de Tavira após 1834. In

Câmara Municipal de Tavira (Eds.), *Actas das I Jornadas de História de Tavira* (89-95). Tavira: Clube de Tavira.

Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Planned Events*. Oxford: Elsevier.

Getz, D. (2012). Events Studies. In Page, S.J., & Connell, J. (Eds.), *The Routledge Handbook of Events* (27-46). Londres: Routledge.

Getz, D. & Page, S.J. (2016). Progress and Prospects for Event Tourism Research. *Tourism Management*, 52, 593-631. doi: 10.1016/j.tourman.2015.03.007.

Gil, A.R. & Curiel, J.E. (2008). Religious Events as Special Interest Tourism. A Spanish Experience. In Talavera, A.S. et al. (Eds.), *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(3), (419-433). Laguna: Universidade La Laguna.

Gilbert, D. & Clark, M. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford. *Cities*, 14 (6), 343-352. doi: 10.1016/S0264-2751(97)00025-5.

Gonçalves, M.A.P.R. (2001). *A componente cultural do Turismo Urbano como oferta complementar ao produto “sol e praia”*: o caso de Faro e Silves (Dissertação de Mestrado). Faro: Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo.

Greenwood, D.J. (1972). Tourism as an Agent of Change: A Spanish Basque Case. *Ethnology*, 11 (1), 80-91. doi: 10.2307/3773161.

Guerreiro, M., Henriques, C., & Mendes, J. (2019). Cultural and Creative Tourism: The Case of ‘Celebrations’ in the Algarve Region. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 7(4), 320-338. Disponível em: <https://www.jsod-cieo.net/journal/index.php/jsod/article/view/212>.

Heitor, J. M. C. (2019). *A imagem peregrina de Nossa Senhora de Fátima. Uma marca na promoção do turismo religioso de Fátima*. Lisboa: Universidade de Lisboa.

Henriques, C. (2014). *Turismo Cultural: relatório final*. Faro: Universidade do Algarve.

IEFP. (2017). *Informação mensal: Mercado de trabalho -abril de 2017*. Disponível em: <https://www.iefp.pt/estatisticas>.

Igreja da Misericórdia. (2018). Igreja da Misericórdia de Tavira. Disponível em:

<https://igrejamericordia.wixsite.com/tavira>.

INE (2012) - *Censos 2011 Resultados Definitivos - Portugal*. Disponível em: <https://censos.ine.pt>.

INE (2019) - *Anuário Estatístico da Região do Algarve - 2018*. Disponível em: <https://www.ine.pt>.

Jurkevics, V. I. (2005). Festas religiosas: a materialidade da fé. *História: Questões & Debates*, 43(2). doi: 10.5380/his.v43i0.7863.

Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46. doi: 10.1016/j.tourman.2012.03.007.

Lei n.º 107/2001, de 8 de Setembro da Assembleia da República. *Diário da República*, 1.ª série I-A, n.º 209. Disponível em: <https://dre.pt/pesquisa/-/search/629790/details/maximized>.

Liutikas, D. (2018). Catholic Pilgrimage in Europe: Contemporary Traditions and Challenges. In El-gohary, H., Edwards, D. & Eid, R. (Eds.), *Global Perspectives on Religious Tourism and Pilgrimage* (84-103). Hershey: IGI Global.

Lopes, D. (2006, 7 de abril). Semana Santa em Tavira. *Jornal do Sotavento*, 21.

Marado, C. (2009). Do sagrado ao profano: o processo de atribuição de novos usos o processo de atribuição de novos usos. *Promontoria, Revista do Departamento de História, Arqueologia e Património da Universidade do Algarve*, (7/8), 289-307. Disponível em: <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/2711>.

Marado, C. A. (2010). A cidade, os conventos e as suas hortas. In Queiroz, J. & Santos, M. (Eds.), *A cidade e os mundos rurais. Tavira e as sociedades agrárias* (106-117). Tavira: Câmara Municipal de Tavira.

McKercher, B., Ho, P. S., Cros, H. D., & So-Ming, B. C. (2002). Activities-based segmentation of the cultural tourism market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 23-46. doi: 10.1300/J073v12n01_02.

Mendes, A. R. (2012). *O que é Património Cultural*. Olhão: Gente Singular Editora.

Moreira, H. & Maias, A. (2011). Naturalidade versus Residência em Portugal 2011. *Revista de Estudos Demográficos*, 56, 65-93.

Mulligan, J. (2007). Centring the Visitor: Promoting a Sense of Spirituality in the Caribbean. In Raj, R. & Morpeth, N.D. (Eds.), *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective* (pp. 113-126). Oxford: Cabi Publishing.

Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 68–78. doi: 10.1016/0160-7383(92)90107-Z.

Observatório das Migrações. (s.d.). Diversidade religiosa por municípios. Disponível em: <https://www.om.acm.gov.pt/-/em-portugal-a-diversidade-religiosa-esta-mais-associada-aos-centros-urbanos-e-litorais-do-pais-onde-tambem-estao-mais-representadas-as-comunidades-im?inheritRedirect=true>.

Peralta, E. & Anica, M. (2006). *Patrimónios e identidades: ficções contemporâneas*. Oeiras: Celta Editora.

Ponte, A. M. T. (2013). *O contributo dos Museus no Norte de Portugal para uma dinamização do Turismo Cultural*. Faculdade de Letras, Porto.

Prazeres, J. & Carvalho, A. (2015). Turismo Religioso: Fátima no Contexto dos Santuários Marianos Europeus. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 983–1285. Disponível em: <http://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/16108?locale=pt>.

Qiu, Q., Zheng, T., Xiang, Z., & Zhang, M. (2020). Visiting intangible cultural heritage tourism sites: From value cognition to attitude and intention. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1), 1–20. doi: 10.3390/su12010132.

Raj, R. (2003). The Impact of Festivals on Cultural Tourism. Comunicação apresentada na Conferencia *Developing Cultural Tourism*, Nottingham.

Raj, R. (2008). The Application of destination management model for religious festivals. In Webster, C. (Eds.), *Tourism Today* (118-128). Chipre: College of Tourism and Hotel Management.

Ramos, P. O. (2005). O alvará régio de 20 de Agosto de 1721 e D. Rodrigo Anes de Sá Almeida e Meneses, o 1º Marquês de Abrantes: uma leitura. *Discursos: língua, cultura e sociedade*, 6, 87-97. Disponível em:

<https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/4320>.

RTA. (2015). Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve 2015-2018. Turismo do Algabe. Disponível em: <https://www.turismoalgarve.pt/pt/menu/545/publicacoes.aspx>.

Região Sul. (2020). Exposição de Fotografia “Tavira por un Agujero”. Disponível em: <https://regiao-sul.pt/2020/08/27/sociedade/exposicoes-e-passeio-marcam-500-anos-da-cidade-de-tavira-e-dia-mundial-da-fotografia/509936/attachment/exposicao-fotografia-tavira-por-un-agujero>.

Registo Nacional de Turismo (2020). Consulta ao registo: alojamento local. Disponível em: <https://registos.turismodeportugal.pt/HomePage.aspx>.

Richards, G. (1999). European Cultural Tourism: patterns and prospects. In Dodd, D. & Van Hemel, A. M. (Eds.), *Planning cultural tourism in Europe. A presentation of theories and cases*. Amsterdão: Boekman Foundation.

Richards, G. (2000). Tourism and the world of culture and heritage. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9–17. doi: 10.1080/02508281.2000.11014896.

Richards, G. (2007). Introduction: global and local perspectives. In Richards, G. (Eds.), *Cultural Tourism: global and local perspectives* (pp.1-9). Nova York: Routledge.

Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. doi: 10.1016/j.jhtm.2018.03.005.

Richards, G. & Fernandes, C. (2007). Religious Tourism in Northern Portugal. In Richards, G. (Eds.), *Cultural Tourism: global and local perspectives* (215-237). Nova York: Routledge.

Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51–67. doi: 10.1016/0160-7383(92)90106-Y.

Rodrigues, A., Vieira, I., Marques, C., & Teixeira, M. (2014). Apoio da comunidade residente ao desenvolvimento turístico sustentável: um modelo de equações estruturais aplicado a uma cidade histórica do Norte de Portugal. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 17-25. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/273476716_Apoio_da_comunidade_residente

[_ao_desenvolvimento_turistico_sustentavel_um_modelo_de_equacoes_estruturais_aplicado_a_uma_cidade_historica_do_Norte_de_Portugal.](#)

Rozemeijer, N. (2001). Community-based tourism in Botswana: a definition. In Rozemeijer, N. (Ed.), *Community-based tourism in Botswana: The SNV experience in three community-tourism projects*. Gaborone: SNV Botswana.

Salazar, N. B. (2012). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 9-22. doi: 10.1080/09669582.2011.596279.

Santana, D. (2010). *Tavira, Cidade das Igrejas*. Tavira: Câmara Municipal de Tavira.

Santos, M. (2000). Turismo religioso e lazer: delimitação e aproximação. *Cadernos de Geografia*, 19, 97-111. doi: 10.14195/0871-1623_19_8.

Santos, M. (2019). Peregrinação entre tradição e modernidade: contributos para uma classificação. *REVER-Revista de Estudos da Religião*, 19(3), 35-54. doi: 10.23925/1677-1222.2019vol19i3a3.

Sharpley, R. & Stone, P.R. (2012). Social-cultural Impacts of Events: meanings, authorized transgression and social capital. In Page, S.J., & Connell, J. (Eds.), *The Routledge Handbook of Events* (347-361). Londres: Routledge.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361-365. doi: 10.1016/0261-5177(95)00039-Q.

Slusariuc, G. C. & Nedelea, A. M. (2013). The Role of Cultural Tourism in Socio-Economic Regeneration of Communities. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, (16), 39-42. Disponível em: <https://ideas.repec.org/a/scm/rdtusv/v16y2013i16p39-42.html>.

Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Londres: Routledge.

Smith, M. (2003). Holistic holidays: Tourism and the reconciliation of body, mind and spirit. *Tourism Recreation Research*, 28(1), 103-108. doi: 10.1080/02508281.2003.11081392.

Smith, V. L. (1992). The quest in guest. *Annals of tourism research*, 19(1), 1-17. doi: 10.1016/0160-7383(92)90103-V.

Sudipta, K. S. & Sarat, L. (2010). Cultural tourism in Malaysia in the perspective of Indian tourists: A study. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, (10), 48-53. Disponível em: <http://revistadeturism.ro/rdt/article/viewFile/80/51>.

Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of Visitor Attractions*. 2ªed. Oxford: Butterworth- Heinemann-Elsevier.

Tala, M. & Padurean, A. (2008). Dimensions of religious tourism. *Amfiteatru Economic*, 10(SUPPL. 2), 242–253. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/233752241_Dimensions_of_religious_tourism

Terzidou, M., Styliadis, D. & Szivas, E.M. (2008). Residents` Perceptions of Religious Tourism and its Socio-Economic Impacts on the Island of Tinos. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(2), 113-129. doi: 10.1080/14790530802252784.

Turismo de Portugal. (2007). Plano Estratégico Nacional do Turismo. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/plano-estrategico-nacional-do-turismo-2007.aspx>.

Turismo de Portugal. (2013). Plano Estratégico Nacional do Turismo-Revisão e objetivos 2013-2015. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/plano-estrategico-nacional-do-turismo-2013-2015.aspx>.

UNESCO. (2003). *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial*. Disponível em: <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-PT-Portugal-PDF.pdf>.

UNWTO. (s.d.). *Glossary of Tourism Terms*. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.

UNWTO. (2012). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. Madrid: UNWTO.

UNWTO. (2018). *Tourism and Cultural Synergies*. Madrid: UNWTO.

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>.

Valente, A. (2013). *Evolução urbana da cidade de Tavira* (tese de mestrado). Lisboa: Universidade Lusíada.

Vasconcelos, D. (1999). *Notícias históricas de Tavira, 1242/1840*. Tavira: Câmara Municipal de Tavira.

Veal, A. (2018). *Research methods for leisure and tourism*. Harlow: Pearson.

Vieira, A. (2008). A valorização do património cultural. In *V Congresso Internacional de Investigação e Desenvolvimento Sociocultural*, 460-494. Porto: AGIR–Associação para a Investigação e Desenvolvimento Sociocultural.

Vukonic, B. (2002). Religion, tourism and economics: A convenient symbiosis. *Tourism Recreation Research*, 27(2), 59-64. doi: 10.1080/02508281.2002.11081221.

Vukonic, B. (2006). Sacred places and tourism in the Roman Catholic tradition. In Timothy, D. & Olsen, D. (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 237-253). Abingdon: Routledge.

Weikert, B., & Kerstetter, D. (1995). Residents` Attitudes Towards Tourism: an applied study in a historical community. In Dawson, C. (Ed.), *Proceedings of the 1995 Northeastern Recreation Research Symposium* (162-166). Nova York: New York State Parks Management and Research Institute.

Zabala, M. (2016). Las Festividades Religiosas: Manifestaciones representativas del Patrimonio Cultural Inmaterial. *RIIPAC: Resvista sobre Patrimonio Cultural*, (8), 1-177. ISSN: 2255-1565.

Apêndice

Apêndice A: Guião de entrevista sobre a empresa Artgilão com o Padre Miguel Neto

Exmo(a) Senhor(a),

Eu, Janine Morgado, na qualidade de estudante do Curso Mestrado em Turismo da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve venho por este meio solicitar a sua colaboração para a investigação que estou a desenvolver sobre a empresa Artgilão.

A entrevista é de carácter pessoal e os dados recolhidos são de uso exclusivo para a pesquisa académica.

Venho assim solicitar que responda a algumas perguntas sobre a empresa Artgilão de Tavira.

Agradeço desde já a sua colaboração e apresento os meus melhores cumprimentos,

Janine Morgado

- 1- Como surgiu a empresa e o nome Artgilão?
- 2- Existiu algum trabalho de pesquisa da vossa parte?
- 3- Que objetivos estiveram subjacentes à criação da empresa?
- 4- Existem algumas melhorias ou alterações que gostasse de fazer?
- 5- Que sinergias e parcerias podiam em seu entender ser promovidas? Com que entidades?
- 6- Como se posiciona a Artgilão junto de outras empresas de animação turística do concelho e da região?
- 7- Que dificuldades poderá encontrar na viabilização e sustentabilidade no longo prazo da empresa?
- 8- Que ameaças identifica à continuidade da empresa?
- 9- Na relação com o turismo em Tavira que dificuldades identifica? E com a cultura?
- 10- Considera ter concorrência? Se sim quais são?
- 11- Quais são os públicos-alvo da empresa?

Apêndice B: Guião de entrevistas do estudo de caso “A Semana Santa e o Turismo Cultural e Religioso em Tavira”

Exmo(a) Senhor(a),

Eu, Janine Morgado, na qualidade de estudante do Curso Mestrado em Turismo da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve venho por este meio solicitar a sua colaboração para a investigação que estou a desenvolver sobre “A Semana Santa e o Turismo Cultural e Religioso em Tavira – Estudo de Caso”.

Esta entrevista tem como objetivo identificar os impactos positivo e negativos gerados pelo turismo na Semana Santa em Tavira na perspetiva dos responsáveis pela sua organização.

A entrevista é de carácter pessoal e os dados recolhidos são de uso exclusivo para a pesquisa académica.

Venho assim solicitar que responda a algumas perguntas sobre a Semana Santa em Tavira.

Agradeço desde já a sua colaboração e apresento os meus melhores cumprimentos,

Janine Morgado

A Comissão Organizadora

- 1- Gostava de começar pedindo-lhe que se identificasse e por perguntar qual é a sua função junto da Comissão Organizadora da Semana Santa?

Semana Santa de Tavira

- 2- Em seu entender, como é que os eventos religiosos, como a Semana Santa, podem contribuir para o desenvolvimento turístico de Tavira?
- 3- No caso da Semana Santa em Tavira, o turismo pode causar impactos negativos? Quais?

- 4- O turismo na Semana Santa em Tavira pode provocar problemas sociais, ambientais ou outros, como o aumento das atividades ilícitas ou aumento da poluição, entre a comunidade local e os visitantes?
- 5- A seu ver, as celebrações religiosas da Semana Santa podem vir a ser modificadas para ir ao encontro das necessidades dos turistas? De que forma(s)?
- 6- Se tivesse que alterar alguma coisa na organização das festividades religiosas da Semana Santa pensando nos turistas, o que alterava?
- 7- A atividade turística na Semana Santa poderá em seu entender estar na origem de problemas com a preservação do património cultural de Tavira? De que modo?
- 8- Identifique por favor os aspetos mais positivos (refira 3) e os aspetos mais negativos (refira 3) que associa com a Semana Santa em Tavira?
- 9- As festividades religiosas da Semana Santa em Tavira contribuem diretamente para a qualidade de vida da população residente? De que forma(s)?
- 10- A Semana Santa é uma forma de transmissão do orgulho e do espírito de coesão da comunidade local? E da cidade?
- 11- Considera que a Semana Santa dá um contributo positivo para a imagem de Tavira como destino turístico? De que forma?
- 12- Como é que descreve o nível de interesse e envolvimento da comunidade local na organização da Semana Santa? E na adesão a esta festividade?
- 13- A Semana Santa em Tavira pode contribuir diretamente para melhorar a relação entre comunidades anfitriãs e turistas, nomeadamente fortalecendo as tradições e valores religiosos?
- 14- As festividades religiosas da Semana Santa em Tavira contribuem diretamente para a preservação do património cultural e da identidade cultural de Tavira? De que forma(s)?
- 15- Considera que podemos falar de Turismo Religioso na Semana Santa de Tavira ou a Semana Santa é uma motivação secundária para a visita e assume uma dimensão mais cultural?
- 16- Os turistas que visitam Tavira neste período são diferentes dos demais turistas de outros períodos do ano? Se acha que sim, de que forma?
- 17- Considera que seria positivo ou negativo ter mais turistas na Semana Santa em Tavira?

Apêndice C: Relação entre os objetivos, as respostas e as fontes bibliográficas.

Objetivo geral: Identificar os impactos positivos e negativos do Turismo na Semana Santa em Tavira na perspectiva da Comissão Organizadora.		
Objetivos	Respostas	Fontes bibliográficas
1- Identificar o papel da Comissão Organizadora na Semana Santa.	<p>- A Semana Santa ainda não tem uma Comissão Organizadora, mas seria de extrema importância desenvolver e criar uma comissão que congregue estas entidades e inclua o Município para melhorar a organização e visibilidade das várias celebrações;</p> <p>- A Paróquia é responsável pela parte litúrgica (missa, vias-sacras, lava-pés) e as Irmandades do Carmo, São Francisco e Misericórdia colocam as procissões na rua e são responsáveis por toda a sua organização e manutenção;</p> <p>- Os residentes de Tavira pediam às irmandades, a quem deixavam os seus bens e dinheiro, que colocassem as imagens na rua em procissão;</p> <p>- O Município de Tavira não assume qualquer função referente à Semana Santa, a não ser no apoio ao fecho das ruas, em articulação com outras autoridades;</p>	Araújo (2010); Ferreira <i>et al</i> (2007);
2- Perceber como a atividade turística na Semana Santa pode provocar mudanças económicas.	<p>- É problemático para o Município de Tavira fazer um investimento económico na Semana Santa quando as procissões são realizadas por irmandades religiosas, reconhecendo-se que há falta de comunicação entre as entidades;</p> <p>- Referem que os eventos religiosos, como a Semana Santa, são uma mais-valia para a atividade de Turismo. Trazem turistas que se hospedam no território, permitindo incrementar a economia;</p> <p>- Destacam os valores religiosos e sociais quando referem que estes eventos religiosos são procurados por pessoas que têm uma prática cristã nas suas vidas e olham para estes eventos como o ponto alto do seu ciclo anual de fé, e por outro lado, são procurados por pessoas, que embora agnósticas ou até ateias olham para estes eventos</p>	Allen <i>et al</i> (1988); Ap (1992); Art.20, n.º1 (Decreto-lei 139/2009); Carvalho (2016); Cohen (1984); Esfehani e Albrecht (2019); Felsenstein e Fleischer (2003); Ferreira <i>et al</i> , (2007); Jurkevics (2005); Raj (2003); Terzidou <i>et al</i> (2008); UNWTO (2012); Zabala (2016);

	<p>religiosos como eventos com uma enorme carga e singularidade cultural;</p> <p>- Por ser uma época intermédia do turismo caracteriza-se por uma grande afluência de turistas em Tavira pois nesta época da Páscoa em regra já é possível aproveitar o bom clima, as praias e a cidade, ao mesmo tempo, assistem à Semana Santa. Os turistas ainda não vêm de propósito de férias para assistir à Semana Santa em Tavira;</p>	
<p>3- Entender se o turismo na Semana Santa está na origem de impactos negativos e quais.</p>	<p>- Os entrevistados não conseguiram identificar ou averiguar quaisquer impactos negativos sociais causados pelo turismo durante a Semana Santa em Tavira;</p> <p>- Revelam alguma preocupação com a grande afluência de turistas nesta época na cidade, com a pouca relevância que a comunicação social atribui a este tipo de evento religioso e o desrespeito pelas tradições e rituais religiosos;</p>	<p>Terzidou <i>et al</i> (2008);</p>
<p>4- Analisar os impactos negativos associados ao turismo na Semana Santa.</p>	<p>- Não existem quaisquer tipo de problemas causados pelo turismo durante a Semana Santa de Tavira;</p> <p>- Não existem impactos negativos porque até os naturais de Tavira ficam bastante satisfeitos com a participação dos visitantes, por as ruas serem cortadas ao trânsito e pela duração do evento;</p>	<p>Terzidou <i>et al</i> (2008);</p>
<p>5- Identificar os efeitos culturais negativos do turismo na Semana Santa.</p>	<p>- Face da sua antiguidade e tradição religiosa, as celebrações da Semana Santa não podem ser modificadas e adulteradas, caso contrário ficaria comprometida a sua identidade. Por isso, segundo os entrevistados seria interessante criar um projeto em que os visitantes participassem de forma ativa na organização da procissão;</p> <p>- Existe alguma preocupação com a falta de religiosidade das comunidades, que em consequência pode resultar no fim das procissões nas ruas;</p> <p>- O estilo de vida que se faz na Semana Santa é totalmente pensado à volta das celebrações;</p> <p>- Poderia ser feito um folheto</p>	<p>Art.20, n.º1 (Decreto-lei 139/2009); Aulet e Vidal (2018); Carvalho (2016); Esfehni e Albrecht (2019); Gil e Curiel (2008); Gilbert e Clark (1997); Greenwood (1972); Richards e Fernandes (2007); Sharpley e Stone (2012); UNESCO (2003);</p>

	<p>com explicação/enquadramento da Semana Santa;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Todos os entrevistados, incluindo a representante do Município, estão de acordo que a atividade turística na Semana Santa não provoca problemas com a preservação do património cultural de Tavira; - Existe uma maior preocupação pela preservação e tratamento do património, onde as receitas provenientes do turismo são fundamentais para o património edificado de Tavira e para a própria Semana Santa; - O património edificado está preparado para receber visitantes e a realização destas celebrações religiosas permitem mostrar ao turista a cultura, a memória, a identidade, a história e a parte religiosa da cidade de Tavira; - Os turistas contribuem para os peditórios e constituem-se como fundamentais para compor os andores ou para o restauro das talhas douradas; 	
<p>6- Identificar quais os aspetos positivos e os aspetos negativos que o turismo pode originar na Semana Santa.</p>	<p>- Aspetos positivos: Atividade económica; Vivência Cristã; Manifestação Cultural; Património Material; Afluência de turistas em Tavira; Colaboração da Autarquia para os eventos religiosos; Boa organização; Enriquecimento cultural da cidade e dos visitantes; Manter as tradições; Contributo para a economia local; Envolvimento da comunidade;</p> <p>-Aspetos negativos: Menor participação das pessoas nas celebrações religiosas; Afastamento das pessoas da religião; Falta de interesse da comunicação social para estes eventos religiosos; Não existir educação cívica;</p>	<p>Allen <i>et al</i> (1988); Andereck <i>et al</i> (2005); Ap (1992); Felsenstein e Fleischer (2003); Ferreira <i>et al</i> (2007); Getz (2007); Jurkevics (2005); Raj (2003); Richards e Fernandes (2007); Sharpley e Stone (2012); Terzidou <i>et al</i> (2008); Zabala (2016);</p>
<p>7- Verificar os impactos sociais gerados pela atividade turística associados à Semana Santa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A qualidade de vida é obtida através da vivência cristã, do crescimento da atividade económica e turística, e da criação de riqueza e emprego; - Contribui para os residentes participarem de forma ativa, não só ao participarem das festividades, mas também da celebração e dos seus rituais, ao enfeitarem varandas e as janelas 	<p>Allen <i>et al</i> (1988); Andereck <i>et al</i> (2005); Ap (1992); Cohen (1984); Felsenstein e Fleischer (2003); Ferreira <i>et al</i> (2007); Getz (2007); Getz e Page (2016); Jurkevics (2005); Raj (2003); Sharpley e Stone (2012); Sudipta e Sarat (2010); Terzidou <i>et al</i> (2008);Zabata (2016);</p>

	<p>das casas com flores e edredões ou mantas;</p> <ul style="list-style-type: none"> - A Semana Santa permite aos residentes saírem, conviverem e terem contacto social; - As festividades da Semana Santa contribuem para o maior envolvimento de um grupo de pessoas que participam nas atividades e deste modo para a convivialidade e manutenção das tradições. Por sua vez, contribui para aumentar a procura turística e deste modo para que a época turística comece mais cedo, sendo que muitas empresas começam a contratar recursos humanos nesta altura. A economia local também é beneficiada, nomeadamente o comércio local; - Os entrevistados conseguiram identificar que a Semana Santa faz parte da identidade da comunidade local e da cidade; que a comunidade local sente orgulho ao preparar as igrejas para receber esta atividade religiosa e os visitantes; que existe orgulho na tradição religiosa da cidade e empenho em mostrar as procissões e os andores e que existe enriquecimento cultural dos residentes e dos turistas. 	
<p>8- Analisar o contributo do evento para a construção de uma imagem positiva do destino Tavira</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A Semana Santa atribui um contributo positivo para a imagem de Tavira como destino turístico porque, para além da praia e sol, o turista quer conhecer a cidade e aproveita para conhecer as celebrações religiosas da Semana Santa; - Todos os entrevistados estão de acordo quando referem que Tavira deve ser vista pela sua identidade religiosa, cultural e histórica, as suas tradições seculares, o seu património e a sua programação cultural diversificada; - Tavira é conhecida como a Cidade das Igrejas; 	<p>Andereck <i>et al</i> (2005); Cohen (1984); Peralta e Anica (2006); Ferreira <i>et al</i> (2007); Jurkevics (2005); Raj (2003); Sharpley e Stone (2012); Zanirato (2009);</p>
<p>9- Identificar o grau de interesse e o envolvimento das comunidades locais na organização da Semana Santa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Segundo alguns entrevistados, o nível de envolvimento e de adesão da comunidade local na Semana Santa é bastante pronunciado; - A Semana Santa é muito importante para a comunidade 	<p>Allen <i>et al</i> (1988); Ap (1992); Cohen (1984); Ferreira <i>et al</i> (2007); Gil e Curiel (2008); Jurkevics (2005); Sharpley e Stone (2012);</p>

	<p>local, não por causa do turismo, mas devido à sua fé cristã, sendo Tavira amplamente reconhecida como a cidade das igrejas, no Algarve;</p> <p>- Outro exemplo referido é o das Procissões de Ramos e do Enterro do Senhor, onde os residentes apanham folhas de palmeira e rosmaninho e entregam aos visitantes durante as celebrações. Para além disso, o chão das ruas é ornamentado com rosmaninho e os residentes põem colchas nas janelas por onde a procissão passa;</p> <p>- Outras entrevistadas discordam no que se refere à organização e à participação da Semana Santa a nível da comunidade local, ou seja, antigamente a comunidade local participava com mais frequência na organização e na adesão à Semana Santa.</p> <p>- Atualmente, a Procissão de Sexta-Feira Santa deve ser a mais impactante por ser realizada à noite e por ser preparada pela equipa da Misericórdia durante a tarde onde distribuem rosmaninho na rua e bandeiras nas janelas.</p>	
<p>10- Identificar o contributo da Semana Santa para as relações que se estabelecem entre a comunidade anfitriã e os visitantes, nomeadamente em relação às tradições e valores religiosos.</p>	<p>- A Semana Santa permite estabelecer uma relação amigável entre a comunidade anfitriã e os turistas porque os turistas vêm todo empenho dado pela comunidade na organização da Semana Santa e também se sentem identificados com essa religiosidade e espiritualidade católica;</p> <p>- Cada vez mais é uma questão de experiência e o que os turistas vivem na Semana Santa em Tavira é a experiência de participarem de uma vivência de uma Semana Santa numa terra que é cristã e é feita com base nisso.</p> <p>- A comunidade tem orgulho, não só da Semana Santa, mas de todas as atividades criadas para mostrar ao turista a identidade da cidade de Tavira;</p>	<p>Besculides <i>et al</i> (2002); Cohen (1984); Ferreira <i>et al</i> (2007); Getz (2007); Getz e Page (2016); Jurkevics (2005); Peralta e Anica (2006); Raj (2003); Santos (2019); Sharpley e Stone (2012); Silberberg (1995); Smith (1992); Sudipta e Sarat (2010); Zabala (2016);</p>
<p>11- Identificar os impactos culturais associados ao turismo na Semana Santa.</p>	<p>- Através do interesse pela preservação e gestão de riqueza que contribui para essa preservação.</p>	<p>Ferreira <i>et al</i> (2007); Gilbert e Clark (1997); Peralta e Anica (2006); Raj (2003); Sharpley e Stone (2012);</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Preserva-se o património cultural, a identidade e as tradições culturais de Tavira; -Nota-se uma preocupação da comunidade local ao não existirem as procissões e festas da Semana Santa devido à pandemia; - As pessoas têm a preocupação de preservar a história da cidade; - É uma questão de fé, de tradição e cultura. - Contribui para o património imaterial. Mostramos a nossa identidade. Mostramos o que somos. Mostramos a nossa história; 	
12- Verificar quais principais motivações que os organizadores atribuem aos turistas na Semana Santa	<ul style="list-style-type: none"> - Para alguns entrevistados, a Semana Santa acaba por ser uma motivação secundária para a visita do turista a Tavira. Pois, existe uma dimensão mais cultural, onde os visitantes aproveitam o bom tempo, a gastronomia e a cultura, ao mesmo tempo que participam das festividades da Semana Santa. Só existe turismo religioso quando as pessoas têm a finalidade de ir a um sítio para ver um fenómeno de carácter religioso; - O único sítio no Algarve, onde acontece, isto é, na Festa da Mãe Soberana em Loulé; - Para além, do conteúdo religioso a Semana Santa tem uma parte cultural, onde só o Município de Tavira, por não ser uma entidade religiosa, pode promover concertos musicais até ao Domingo de Páscoa; - Os outros entrevistados são da opinião que existe turismo religioso na Semana Santa em Tavira. Uma vez que os hotéis pedem informações sobre todas as festividades e procissões e pelos turistas que se interessam cada vez mais por estas atividades da Semana Santa; 	Bond <i>et al</i> (2015); Dignance (2006); Guerreiro <i>et al</i> (2019); Liutikas (2018); Richards (2000); Richards e Fernandes (2007); Rinschede (1992); Santos (2000); Santos (2019); Silberberg (1995); Smith (1992); UNWTO (2018); UNWRO (2019); Vukonic (2006);
13- Identificar as perceções da Comissão Organizadora sobre o turista que visita Tavira na Semana Santa.	<ul style="list-style-type: none"> - Um entrevistado afirma não existir diferenciação nos turistas que visitam Tavira na época da Semana Santa dos demais turistas de outros períodos do ano; - No entanto, os outros entrevistados asseguram que os turistas que visitam a Semana 	Bond <i>et al</i> (2015); Correias e Águas (2016); Rinschede (1992); Smith (1992); UNWTO (2019); Vukonic (2006);

	<p>Santa e a Páscoa são turistas diferentes da época do verão, ou seja, o turista que a cidade de Tavira recebe a partir de março ou abril é um turismo cultural e religioso;</p> <p>- Segundo a representante do Município é difícil diferenciar os turistas da Semana Santa de outros períodos por não existir um estudo que defina o perfil do turista;</p>	
<p>14- Conhecer a perceção da Comissão Organizadora sobre a quantidade de turistas na comunidade local e o seu potencial de atracção futura.</p>	<p>- As entrevistas em geral permitiram verificar que os organizadores da Semana Santa e a representante do Município de Tavira percecionam o turismo e a vinda dos turistas de forma positiva o ano todo;</p>	<p>Ap (1992); Terzidou <i>et al</i> (2008);</p>

Fonte: Elaboração própria.