

Património cultural intangível, turismo e sustentabilidade: oportunidades e desafios

Alexandra Rodrigues Gonçalves

RÉSUMÉ

Objetivos: A integração das necessidades do turismo, e dos turistas, na gestão do património cultural é essencial não só para responder à satisfação dos visitantes e às suas motivações, mas também para evitar a vandalização do património e a sua deterioração, e, sobretudo, para desenvolver um movimento de suporte a essa salvaguarda e valorização dos lugares e das suas memórias (tangíveis e intangíveis). Este texto pretende promover esta sensibilização junto dos agentes do património, mas também propor abordagens inovadoras e multidisciplinares que incluem uma gestão participativa do património cultural.

Metodologia: A análise desenvolvida tem por base a observação da diversidade e da interconexão entre os valores culturais tangíveis e intangíveis, que em diversos estudos de caso internacionais e nacionais se revelaram muito importantes para aumentar a apreciação e a compreensão do significado do património. São usados dados secundários da investigação desenvolvida no âmbito de vários projetos. As estratégias principais têm a ver com meios utilizados para aumentar a consciencialização pública e a fruição do visitante através de formas de interpretação e de apresentação desse património cultural (ICOMOS International Cultural Tourism Committee, 2022). Alguns exemplos de experiências em curso são apresentados.

Tradicionalmente, a salvaguarda e a preservação do património centraram as suas políticas e a sua ação nos objetos. Hoje, há um reconhecimento generalizado de que as abordagens ao património devem incluir a participação dos visitantes, como principais impulsionadores da sua salvaguarda e preservação.

A expansão da noção de património cultural, integrando o que tem sido chamado de «novo património» – arquitetura rural, paisagem, jardins históricos, património industrial, património imaterial – coloca problemas para as comunidades, que, devido a restrições em recursos humanos, financeiros, e até outros materiais, são forçadas a selecionar os ativos a preservar e estabelecer a necessidade de novos modelos de gestão. Os documentos mais recentes destacam a necessidade de planear e agir simultaneamente na preservação do património, envolvendo a participação direta das populações, tendo por base outras formas de gestão mais participativas.

Resultados principais: O interesse em experienciar lugares e atividades que representem autenticamente a história e as pessoas do passado transformou o património num recurso turístico que possui uma procura crescente. Alguns destinos do Mediterrâneo, cientes de que essas ofertas podem ser fundamentais numa estratégia para diversificar a sua oferta, mas também para contribuir para combater a sazonalidade, têm desenvolvido grandes esforços no investimento em projetos culturais e na requalificação do património. Da mesma forma, encontramos propostas associadas ao território e às suas identidades específicas não só porque os recursos não são iguais, mas acima de tudo porque a

experiência da visita cultural é hoje uma de maior interação e participação na produção da própria experiência pelos visitantes. As tensões entre o turismo e o património são apresentadas e os benefícios identificados, sendo que nem sempre alcançados para todos os lados interessados – cultura, património e turismo.

Limitações: O texto apresentado assume um carácter reflexivo e experimental e será de interesse que possa no futuro utilizar mais exemplos de vários elementos dos património cultural imaterial, e de várias localizações, para que possa permitir um estudo comparativo.

Conclusão: As dinâmicas associadas ao património cultural imaterial e à sua sustentabilidade nos usos associados ao turismo requerem planeamento. Para além de uma abordagem participativa que promova o envolvimento dos vários agentes (detentores do património cultural, responsáveis do turismo e comunidade), é necessário o desenvolvimento de planos de gestão, acompanhados de ações de educação e sensibilização, bem como regulamentação.


ENTRÉES D'INDEX


Palavras chaves : turismo, sustentabilidade, Património Cultural Intangível, Gestão do Património Cultural

NOTE DE L'AUTEUR

O texto que agora se publica não é totalmente original, estando parcialmente publicado em edições citadas no presente trabalho e que resultam de investigação de mais de duas décadas.

REMERCIEMENTS

Este artigo é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto UIDB/04020/2020 e com o DOI 10.54499/UIDB/04020/2020 (<https://doi.org/10.54499/UIDB/04020/2020> .

This paper is financed by National Funds provided by FCT – Foundation for Science and Technology through project UIDB/04020/2020 and with DOI 10.54499/UIDB/04020/2020 (<https://doi.org/10.54499/UIDB/04020/2020> .

TEXTE INTÉGRAL

Introdução

- 1 O olhar isento de quem vive o turismo de perto é um exercício de particular dificuldade. Uma crescente profissionalização e especialização dos setores da hotelaria e do turismo reconfiguraram toda a génese dos territórios turísticos e determinaram uma evolução nem sempre programada deste setor.
- 2 Os tempos atuais exigem novos olhares para o turismo, mas também para a cultura e para as artes. Estes tempos são usualmente caracterizados como pós-modernidade, assumindo crescentemente a cultura um papel central da sociedade, com um desvanecer das fronteiras entre os diferentes tipos de cultura e com uma aproximação

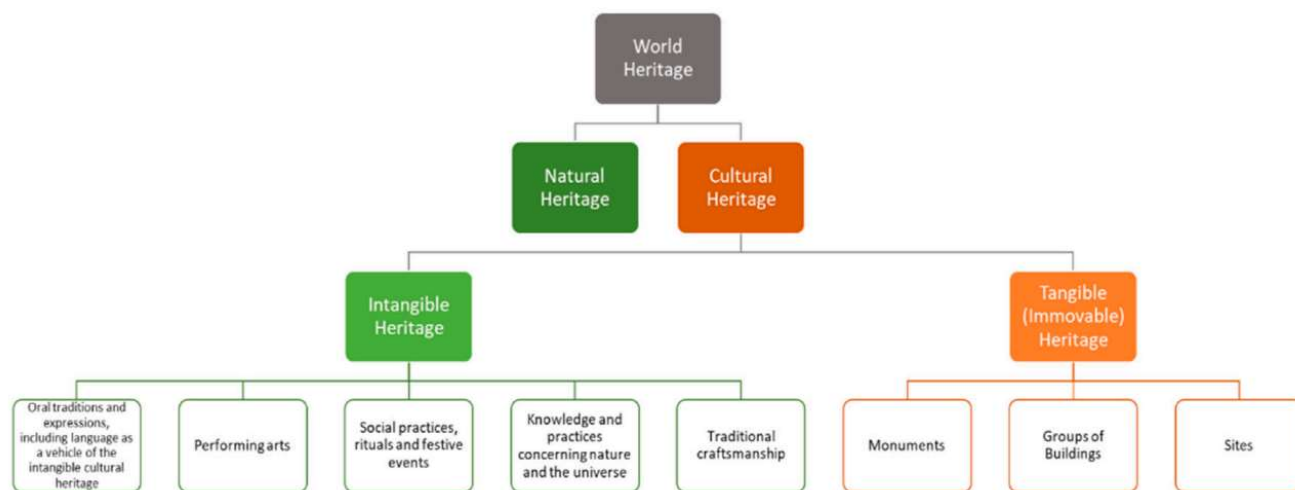
entre o turismo e outras práticas sociais e culturais, com uma conectividade global e com uma mobilidade sem limites (Gonçalves, 2022 e 2023).

- 3 Os nossos tempos deram lugar à Inteligência Artificial (IA) e encontramos-nos em nova fase de exploração. Fala-se no conceito de *Metamodernismo*¹ – um tempo pós-industrial da digitalização e da virtualização global.
- 4 Desta forma, o alargamento da noção de património cultural, integrando aquilo a que se chamou de «novos patrimónios» – arquitetura rural, paisagem, jardins históricos, património industrial, património imaterial –, coloca problemas às comunidades, que, por restrições de meios humanos, financeiros, e até de outros recursos materiais, se veem obrigadas a seleccionar, ou a priorizar, os bens a preservar. Desde 1964, foram produzidos inúmeros documentos, recomendações e princípios orientadores pelos organismos internacionais:

For the last 40 years, since the adoption of the Venice Charter in 1964, there have been numerous conservation guidelines in the form of charters, recommendations, principles, and recommendations that, among others, have carefully defined the scope of heritage and its broader definitions. The scope has broadened considerably from mere concern for individual buildings and sites to include groups of buildings, historical areas, towns, environments, social factors and, lately, intangible heritage. (Ahmad, 2006, p. 299)

- 5 Para além da preocupação com a conservação e preservação de um património cada vez mais abrangente e plural, afirmou-se também a necessidade de pensar e estabelecer os limites dos seus usos pelos seus visitantes, em particular aqueles relacionados com um turismo crescentemente massificado, surgindo em 1976 a primeira «Carta do Turismo Cultural» (ICOMOS Tourism Committee, 1976). Esta Carta foi revista em 2022, mas certamente o debate em tornos destas questões continuará.
- 6 Há algumas décadas, Pierre Bourdieu, na obra *La Distinction* (1979), apresentava a arte como forma de distinção social, na medida em que a arte une quem é responsável pela sua produção, mas distinguia aqueles que a consomem dos que não a percebem, abrindo caminho a uma distinção entre os tipos de cultura a partir dos sujeitos. Estas abordagens perderam importância, mas perspetivaram a importância educacional e social da cultura. É essa uma das dimensões em que é necessária uma intervenção planeada e estruturada – a mediação cultural, como ferramenta essencial para a acessibilidade de todos à cultura, ao património e às artes em geral.
- 7 Para o presente trabalho será utilizada a base da classificação do património cultural da UNESCO, incluída na Figura 1. Não procuraremos discutir conceitos, mas sim perspetivar as oportunidades e desafios que decorrem da inter-relação entre o património cultural intangível (ou imaterial), o turismo e a sustentabilidade.

Figura 1: Classificação do Património Cultural (Mundial) da UNESCO



Fonte: Petti *et al.*, 2020, p. 6.

8 O turismo cultural sustentado surge como caminho possível e pode ser perspectivado de formas diferentes consoante os seus agentes e interlocutores, sendo de considerar também os contextos e os lugares (European Commission: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, 2019). As abordagens do lado do turismo centram-se na experiência cultural, no consumo dos objetos, numa perspetiva de uso e de experimentação, enquanto que a gestão do património cultural assume como principais preocupações o estudo, a manutenção, a preservação e a valorização do património (Gonçalves, 2022 e 2023). Numa outra publicação reconhece-se que:

O património cultural constitui-se como um dos ativos mais preciosos dos territórios. Para além da sua conservação e salvaguarda, a sua valorização e a implementação de uma estratégia integrada são fundamentais. O património é reconhecido hoje como fundamental para a construção social, mas também para o encontro de referências culturais que sejam passíveis de ser assumidas por um lado como elementos de coesão, e por outro lado, como marcas de diferenciação. Elementos capazes de representar simbolicamente uma identidade. (Gonçalves, 2020, p. 55)

9 O turismo foi muitas vezes responsabilizado pelo processo de transformação da cultura e do património cultural em mercadorias standardizadas, mas outras visões têm sido assumidas na atualidade que reconhecem a importância do turismo para o desenvolvimento cultural local:

Tourism is one of those phenomena that unite the history of humanity, culture, science, politics, countries, and their heritage throughout history. Tourism has undoubtedly transformed our perception of the world and cultural heritage, influencing its protection. (Martínez Yáñez, 2022, p. 35)

10 Por sua vez, a visão de Cohen sobre estas questões apontava que alguns viajantes experimentam a cultura local sem o devido apreço e até com alguma indiferença, mas também reconhecia que o turista moderno não é diferente daquele de tempos passados e que, desde longa data, o turista procura minimizar os desconfortos e os riscos

associados às viagens (Cohen, 2002). As abordagens interdisciplinares e colaborativas trarão certamente um desenvolvimento mais equilibrado da relação entre o património e o turismo.

O turismo e o património cultural

- 11 A massificação da atividade turística e o seu apogeu na segunda metade do século XX, associada ao turismo balnear, que se caracterizou nos países do Mediterrâneo pela sua monocultura, pela degradação do meio ambiente envolvente, pela sazonalidade da procura e pela associada banalização do produto «sol e mar», conduziu à necessidade de proteção, salvaguarda e crescente valorização do património natural e cultural.
- 12 A realidade do crescimento turístico na Bacia do Mediterrâneo traz-nos também outros factos: a sazonalidade laboral, a precaridade, o trabalho por turnos e fora de horas, a especulação imobiliária, o custo de vida, a aculturação, a gentrificação de alguns lugares, os impactos ambientais, a poluição e o ruído, entre outros fatores.
- 13 De facto, a litoralização do turismo trouxe um ordenamento com vista para o mar com um efeito urbanístico perverso, mas comum a todo o Mar Mediterrâneo – crescimento em altura do edificado, aumento da especulação imobiliária na faixa litoral, deterioração e abandono das características da construção de carácter endógeno, aculturação pela introdução de padrões de estética dos outros, densificação dos aglomerados urbanos na zona costeira e despovoamento do interior, abandono das atividades primárias, terciarização da economia, entre outros impactos menos positivos.
- 14 É deste período o documento internacional designado por «Carta do Turismo Cultural» (1976) e uma primeira definição de turismo cultural (ICOMOS Tourism Committee, 1976). O património, enquanto noção de cultura, é mais recente do que se crê, na medida em que o património cultural construído foi tradicionalmente um mero instrumento utilitário e a sua conservação assumida com uma perspetiva sobretudo de valor económico ou social. De facto, à noção de cultura da segunda metade do século passado correspondiam preocupações de conservação dos monumentos. O moderno conceito de património abrange todo o tipo de realizações humanas, integrando crescentemente a noção de paisagem cultural.
- 15 Os documentos mais recentes acentuam a chamada de atenção para a necessidade de planear e atuar em simultâneo na preservação do património, envolvendo a participação direta das populações e com base noutras formas de gestão (Gonçalves, 2020) – a Convenção de Faro é disso exemplo. A própria palavra «cultura» expande-se ao mesmo tempo que se diversifica (cultura popular, culturas minoritárias, entre outras).
- 16 Há uma clara preponderância no sector do turismo de uma visão económica ou até mesmo economicista: dormidas, quartos, número de visitantes estrangeiros, emprego gerado, receitas, número de hotéis e de unidades de alojamento local, entre outras noções estatísticas assumiram a hegemonia do discurso.
- 17 Numa visão oposta, a cultura e o património destacam-se como elementos de afirmação e distinção da cultura local e a sua consolidação constitui um dos componentes mais

importantes do turismo cultural. Para a UNWTO, a definição operacional de turismo cultural consiste em:

a type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience, and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and emotional features of a society that encompasses arts and architecture, historical and cultural heritage, culinary heritage, literature, music, creative industries and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions. (UNWTO, 2019a, p. 30)

18 Em complemento, Richards (2014) identificou como principais forças motrizes do turismo cultural:

- Crescente interesse na cultura popular ou na «cultura de todos os dias» do destino;
- Aumento do consumo do património cultural intangível, simultaneamente com a procura dos museus e dos monumentos;
- Crescimento do papel das artes no turismo cultural;
- Aumento da ligação entre turismo e criatividade, e o crescimento do turismo criativo;
- Progressivo consumo cultural omnívoro².

19 Uma atenção especial está a ser atribuída aos diferentes intervenientes nos destinos porque uma «cultura de turismo» no destino só será alcançável se os residentes puderem beneficiar do seu desenvolvimento:

No tourism destination can be sustainable and competitive in the long term without hearing the local communities and residents' voices in its tourism planning and management. To ensure that tourism is a mutually beneficial activity for tourism stakeholders, local communities and residents is part of the DMOs' ³ mandate: DMOs are in charge of making local communities aware of the socioeconomic contributions of the tourism sector and should engage local communities and closely monitor the attitudes of residents in regard to tourism development. (UNWTO, 2019b, p. 14)

20 McKercher e du Cros escreveram sobre as questões associadas ao turismo e a gestão do património cultural – *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management* (2002) – e exploravam no livro uma abordagem que incluiu tópicos como: comportamento do turista; produtos do turismo cultural; estratégias de desenvolvimento; avaliação do turismo cultural; apoios e mecenato ao turismo cultural; recursos do turismo cultural; mercados de turismo cultural; *design* de turismo cultural; interpretação do turismo cultural; e gestão de destinos de turismo cultural. A sustentabilidade do turismo cultural, o equilíbrio entre conservação e desenvolvimento turístico, a autenticidade e a representação cultural, bem como os impactos socioeconómicos do turismo em comunidades locais e na identidade cultural, consistiram o centro dos debates da gestão do património cultural em contextos

turísticos (McKercher & Du Cros, 2002), sendo que os elementos intangíveis do património cultural, como tradições orais, expressões artísticas, práticas sociais, rituais e festivais, são abordados muito na perspetiva da autenticidade.

21 Existe hoje uma vasta literatura disponível sobre as questões do património cultural e do turismo e sobre os impactos do turismo sobre o património cultural (ver tabela seguinte).

Tabela 1: Turismo e aspetos culturais

Efeitos positivos	Efeitos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Intercâmbio cultural • Desenvolvimento da cultura local e regional • Revitalização da identidade cultural da comunidade (ofícios tradicionais e outras tradições) • Salvaguarda/fortalecimento das tradições locais • Proteção do <i>habitat</i> natural • Desenvolvimento do turismo • Contributo para a redução da sazonalidade • Pode ser uma forma importante de turismo sustentado 	<ul style="list-style-type: none"> • «Comercialização» da cultura • Aculturação das tradições • Destruição do ambiente • Descaracterização da cultura local • Investimentos no turismo que atuam contra o património cultural e a sua salvaguarda • Arquitetura que não respeita as características e técnicas locais • Problemas de capacidade de carga • Fonte de conflitos

Fonte: a partir de Gonçalves, 2020, p. 58.

22 Conforme é do conhecimento alargado, uma visão mais positiva sobre o turismo cultural considera-o como potenciador de oportunidades para as comunidades locais (Richards, 2007).

Principais debates na gestão do património cultural e do turismo

23 Nas últimas décadas, temos testemunhado, nas economias urbanas, uma transformação total no domínio cultural e nas funções urbanas (Arcos-Pumarola, 2019, p. 275). A cultura é reconhecida como um elemento importante para a autoestima das populações, para o desenvolvimento do sentimento de pertença ao local, para a coesão social e para a qualidade de vida das comunidades locais.

Figura 2: Gestão do património cultural e turismo: principais debates



Fonte: Gonçalves, 2022, p. 472.

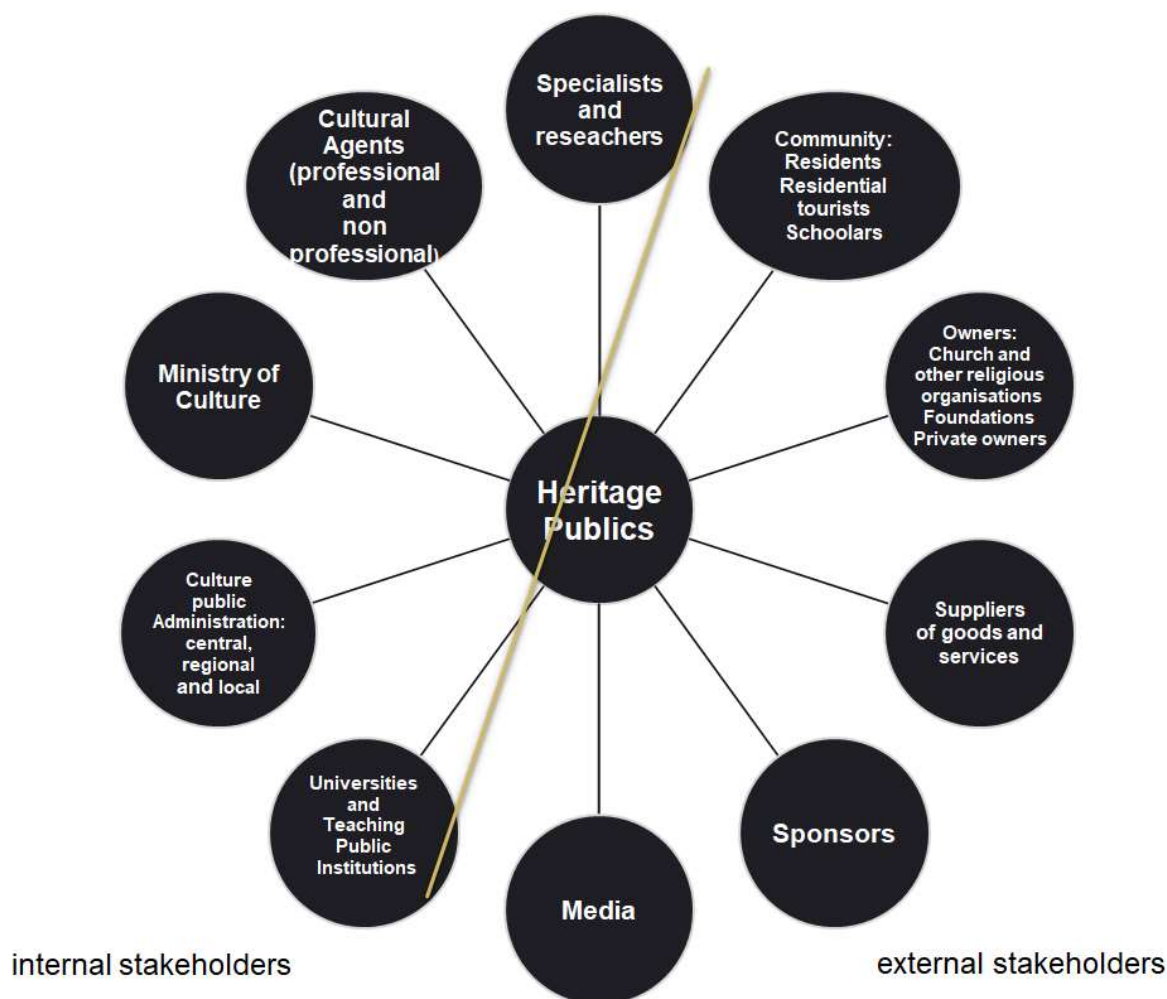
24 Numa investigação publicada por Wil Munsters, é desenvolvida uma excelente sistematização sobre os modelos de desenvolvimento do turismo cultural, identificando um total de dez tipologias (Munsters, 2021): a tipologia dos recursos de turismo cultural; a tipologia dos turistas culturais; o produto de turismo cultural; a tipologia de produtos de turismo cultural desenvolvidos pela indústria do turismo; o *Marketing Mix* para a política de destinos de turismo cultural; os impactos do turismo cultural; o museu como empresa de turismo cultural; a gestão de visitantes em cidades de turismo cultural; o *mix* da sustentabilidade do turismo cultural; e o ciclo de vida do produto no turismo cultural.

25 Na relação que se estabelece com a sustentabilidade do turismo cultural, Munsters (2021) ressalva a dificuldade resultante de objetivos aparentemente antagónicos, como o da preservação do património cultural e o da sua comercialização junto dos visitantes, a que se acrescenta a necessidade de considerar o número elevado de agentes envolvidos no desenvolvimento do turismo cultural, com visões muito distintas. Por sua vez, a

importância atribuída aos elementos do património cultural intangível era assumida de forma muito sintética, assim como a participação da comunidade residente, sendo o processo de desenvolvimento do turismo sustentado referido de forma superficial.

26 Na Figura 2, sistematizam-se os principais debates correntes sobre a gestão do património cultural e do turismo e, na Figura 3, apresentam-se os protagonistas do património, identificando-se os agentes externos e internos desse património.

Figura 3: Os agentes do património



Fonte: elaboração própria.

27 O acentuar do interesse em experimentar locais e atividades que representam de forma autêntica a história e os povos do passado transformou o património em recurso turístico. Alguns destinos do Mediterrâneo, conscientes de que estas ofertas podem ser fundamentais numa estratégia de diversificação das suas procuras, mas também no contributo para esbater a sazonalidade, têm feito grande esforços de investimento em projetos culturais e de requalificação patrimonial.

28 Contudo, será de encontrar propostas associadas ao território e às suas identidades, na medida em que não só os recursos não são iguais, mas sobretudo porque a experiência da visita cultural é hoje de maior interação e participação na sua produção por parte do visitante. O turismo cultural tem sido timidamente assumido como fator estratégico para a qualificação da oferta turística ou para a captação de novos turistas para Portugal. Por

exemplo, no Algarve, a Estratégia de Especialização Inteligente para o território afirma que a região deve adotar estratégias que incluam recursos naturais e edificados, procurando a sustentabilidade. As atividades culturais, os recursos naturais, o comércio especializado e tradicional, e o artesanato são apontados como elementos locais que contribuem para o modelo de inovação sustentado em recursos locais e no consumo de um turismo de proximidade, essenciais à valorização do território e diversificação da base económica regional.

- 29 A necessidade de salvaguardar o património, garantir a sustentabilidade ambiental e diversificar a oferta turística são pontos fundamentais de qualquer estratégia de desenvolvimento turístico. Os turistas dão hoje crescente prioridade a um consumo de proximidade (casa, família, estabilidade, meio ambiente), desejando um turismo mais cultural e experiencial, com um reforço dos valores associados à sustentabilidade dos destinos. A procura por novas experiências, a valorização da natureza e a consciencialização ambiental são oportunidades para a região. A comunidade do destino tem de fazer parte da experiência turística.
- 30 A promoção de experiências diversificadas baseadas nas comunidades, na gastronomia e no clima, relacionadas com a saúde e bem-estar, a natureza e eventos festivos, assume um expressivo potencial de desenvolvimento (*vide Serra et al., 2021*).
- 31 Os viajantes procuram crescentemente um maior envolvimento com as comunidades e destinos que visitam, partilhando modos de ser e de estar com as comunidades que os recebem, descobrindo novas culturas e conhecendo o património, a natureza e a cultura locais (Ferreira *et al.*, 2007; Remoaldo *et al.*, 2020).
- 32 Os destinos turísticos utilizam cada vez mais as imagens do património como forma de afirmação da sua identidade, enquanto se assiste a um aumento da procura interna deste tipo de ofertas. O crescimento do turismo internacional e das atividades de lazer significam hoje ação e transformação, em que o turista quer fazer parte integrante da experiência cultural.
- 33 Por outro lado, as abordagens baseadas na comunidade, ou mesmo as abordagens baseadas no local, são muito complexas e difíceis para os agentes académicos e institucionais, não só devido aos recursos disponíveis, mas principalmente devido ao envolvimento com a comunidade que esta exige. A que se acrescem outros estereótipos sobre a academia que também podem adicionar dificuldades a uma abordagem mais próxima dos intervenientes locais:

Responsible and sustainable destination management should entail a process that effectively and harmoniously addresses the interactions between the visitors, the industry that serves them, the community that hosts them and the environment in a broad sense (natural and cultural resources). (UNWTO, 2019b, p. 10)

- 34 A produção de vários estudos e análises ajudou na identificação dos principais riscos emergentes da relação entre os diferentes tipos de património e turismo, bem como no

acesso às várias estratégias de combate aos impactos negativos do turismo sobre o património (ver Figura 4).

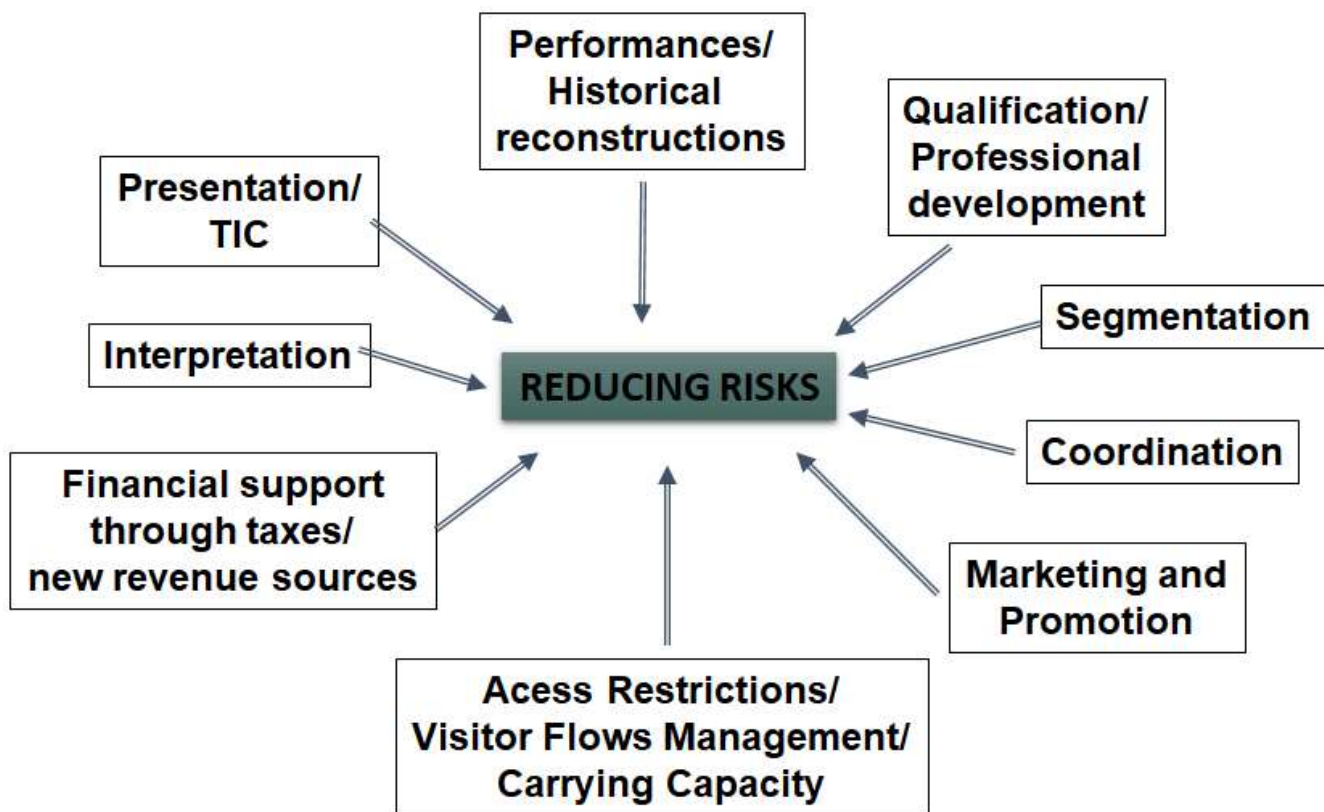
35 O património imaterial é um elemento mais difícil de explicar e apresentar a um público, pelo que a associação, entre as aplicações virtuais, os suportes físicos e as ferramentas móveis, pode potenciar a narrativa, ao fornecer uma forma inovadora de mediação para chegar aos visitantes, reforçar as identidades locais e contribuir para a salvaguarda da cultura intangível não tão conhecida e difundida. A Internet, através das suas capacidades de transmissão e de potenciar novas formas de aprendizagem, pode facilitar o compartilhamento de conhecimento – fóruns e aplicativos sociais *online* representam novas formas de comunicação e troca de conhecimento para vários grupos sociais ao redor do mundo (Nezakati *et al.*, 2015). As abordagens de desenvolvimento sustentado do turismo têm procurado a aplicação de ferramentas, nalguns casos digitais, que permitam facilitar a gestão local dos destinos e a redução dos impactos negativos.

iHERITAGE (<https://www.enicbcmed.eu/projects/iheritage> )

O projeto aborda os desafios socioeconómicos a nível transfronteiriço através do envolvimento ativo de jovens, mulheres e jovens NEET que participarão nos *Living Labs*, cursos de formação e criação de empresas derivadas, contribuindo assim para aumentar as oportunidades de emprego e promover a inovação. O projeto apoiou colaborações entre universidades, PME, *start-ups* e *spin-offs* dedicadas à criação de produtos AR/VR/MR. Eventualmente, o iHERITAGE melhorará o acesso à cultura da UNESCO a partir da criação de uma Aplicação Móvel que permita estabelecer visitas guiadas no território que incluem visitas aos diferentes candidatos.

36 Os conteúdos de roteiros e itinerários de âmbito cultural esbatem-se com o fim dos projetos associados, fundamentalmente, por falta de articulação e definição dos modelos de gestão e de governança e pela carência de recursos para manter uma agenda continuada de programação.

Figura 4: Formas de redução dos impactos negativos sobre o património



Fonte: elaboração própria.

37 Na verdade, a pesquisa desenvolvida nestes domínios tem demonstrado que é realmente necessário mais *networking* para criar transformação e promover o desenvolvimento sustentável, que deve incluir um programa de desenvolvimento sustentável.

Sustainable Management Program

Ter um programa de gestão sustentável que abranja os domínios económico, sociocultural e ambiental.

É necessário um programa de gestão para a sustentabilidade alinhado com os 12 Indicadores da OMT para a Sustentabilidade do Turismo (ITS), bem como com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Isto implica que a Destination Management Organisation (DMO) tenha um plano/política para o turismo sustentável que cubra aspetos-chave nos domínios ambiental, sociocultural e económico (ou seja, viabilidade económica, prosperidade local, etc.) e garanta a sua conformidade através de um acompanhamento contínuo da sua implementação, com o objetivo final de maximizar a contribuição do turismo para os ODS.

O plano/política para o turismo sustentável do DMO deverá cumprir o Artigo 3.º do Código Global de Ética para o Turismo, «Turismo, um fator de desenvolvimento sustentável», e o Artigo 4.º, «Turismo, utilizador do património cultural da humanidade e contribuidor para a sua valorização».


Fonte: UNWTO, 2019b, p. 22.

- 38 O esforço colocado na criação de entidades internacionais e nacionais, nas recomendações e princípios orientadores assume particular importância no património de carácter universal e mundial; todavia, a dificuldade do seu cumprimento e da avaliação da sua eficácia permanece, pois cabe a cada estado-nação implementar medidas de controlo e penalização pelo seu incumprimento.
- 39 A particularidade do património cultural imaterial conhece outro tipo de exigências em que os museus enquanto equipamentos culturais principais podem dar um excelente contributo. Veja-se o estudo de caso que se segue, relativo a um programa associado às histórias das comunidades na Escócia:


Estudo de caso: Programa de Histórias da Comunidade sobre Património Cultural Intangível do ICH Scotland


Os museus e galerias da Escócia em 2022 desenvolveram um programa em conjunto com a VisitScotland em que exploravam a relação entre o Património Cultural Intangível (PCI) e o Programa de Histórias da Comunidade. Com este programa (associado à iniciativa do Ano das Histórias/*Year of Stories*), procuraram implementar o Fundo de Histórias da Comunidade. Para o efeito, criaram um programa de financiamento que abrangeu 180 grupos e organizações comunitárias em toda a Escócia para realizar eventos e ofereceram-lhes um programa completo de formação e apoio para identificar, documentar e proteger o PCI. «Gairloch Museum's Festival of Stories» e «Stories from the Kist» são dois dos projetos que integram os estudos de caso disponibilizados pelos Museus e Galerias da Escócia que integram o Programa de Histórias da Comunidade. Num primeiro momento foi dada formação de suporte sobre os conceitos-chave do PCI, sugestões sobre a criação de planos de salvaguarda do PCI e estratégias de como o setor do património cultural poderia envolver-se com o PCI.

Fonte: ICH Scotland website

(<https://www.museumsgalleriesscotland.org.uk/advice-article/intangible-cultural-heritage-in-the-community-stories-programme/> )

- 40 A UNESCO na Convenção de 2003 para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (PCI) define como «salvaguarda» as medidas que visam assegurar a viabilidade do património cultural imaterial, incluindo a identificação, documentação, pesquisa, preservação, proteção, promoção, valorização e transmissão, essencialmente através da educação formal e não formal, bem como a revitalização dos diferentes aspetos desse património (UNESCO, 2003). O Decreto-Lei n.º 139/2009, de 15 de junho, implementou o sistema de proteção legal do património cultural imaterial consubstanciada na criação de

uma base dados em linha de acesso público, que suporta a realização do procedimento de inventariação do património cultural imaterial de forma integralmente desmaterializada. O Decreto-Lei n.º 149/2015 – Diário da República n.º 150/2015, Série I de 2015-08-04, procede à primeira alteração ao Decreto-Lei n.º 139/2009, de 15 de junho, que estabelece o Regime Jurídico de Salvaguarda do Património Cultural Imaterial e introduz a obrigatoriedade de inscrição de uma manifestação de PCI no «Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial» previamente à sua eventual candidatura à «Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade» ou à «Lista do Património Cultural Imaterial que necessita de Salvaguarda Urgente». O Matriz PCI (www.matrizpci.dgpc.pt/ ) é o sistema de gestão do Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial que constitui fonte de recursos para difusão de boas práticas e valorização do Património Cultural Imaterial em Língua Portuguesa.

- 41 A gestão do sistema é, desde 2011, operacionalizado através da base de dados *online* do «Inventário Nacional do Património Cultural», sendo responsável pela coordenação das diversas iniciativas no âmbito da salvaguarda do património imaterial.
- 42 As experiências de turismo criativo constituem-se como oportunidades excelentes na relação com a salvaguarda e valorização do PCI. Nas propostas de turismo criativo, as comunidades locais são envolvidas nas experiências, cocriando com o turista: orientam oficinas, conduzem os participantes, trabalham em conjunto. Na região do Algarve, as ofertas turísticas e culturais, como as do turismo criativo, que vão ao encontro das expectativas de turistas que procuram estar informados, bem como aprender e conhecer mais sobre as culturas dos destinos, devem ser estabelecidas como estratégias de valorização do território, fazendo uso dos seus recursos endógenos. O caminho para o desenvolvimento e sustentabilidade de áreas de interior e rurais de pequena dimensão, afastadas dos grandes centros de procura turística, é o de um turismo fortemente ligado aos lugares, às pessoas e ao património.
- 43 No Algarve, há atividades que envolvem visitantes e comunidades residentes em experiências partilhadas, que resultam em momentos únicos e contribuem para a afirmação das identidades locais. Existem ofertas que constroem parcerias, capacitam as comunidades e outros agentes turísticos, que respondem às necessidades de diversificação diagnosticadas e que podem ser parte duma estratégia de desenvolvimento sustentável (*vide* <https://www.proactivetur.pt/proactivetur> )
- 44 O Bem-Estar que se procura proporcionar aos turistas está diretamente relacionado com o Bem-Viver das comunidades residentes. Não é o espetáculo que se pretende, mas a verdadeira consciência cultural e patrimonial, isto é, cívica.

Conclusão

- 45 Vivemos outros tempos. As práticas quotidianas possuem hoje uma importante valorização e a cultura assume novos significados, contribuindo para a construção da identidade daqueles que os partilham. Será então de introduzir Anthony Giddens, que atribui à globalização o «reaparecimento das identidades culturais em diversas partes do

mundo» (Giddens, 2000, p. 24). As *low-cost* e os *Airbnb* tornaram tudo mais fácil – à distância de um clique – e mais perto.

- 46 O prazer das férias fora de casa tornou-se alargado a todos; contudo, a procura concentra-se em determinados pontos geográficos e épocas do ano. A viagem contemporânea nada tem a ver com a «Grand Tour» do século XVI e XVII. As novas peregrinações acontecem com outras motivações e dão crescente lugar a experiências reais com o envolvimento das comunidades, numa procura de relações «autênticas», que introduzem estórias reais e imersivas. Alguns verdadeiros «omnívoros culturais» colecionam visitas a monumentos, museus e exposições, enquanto outros encontram, na fruição cultural e artística, espaço para aprendizagem e para uma contemplação estética.
- 47 O reconhecimento das nossas raízes, a retoma das relações de proximidade e de vizinhança na promoção do autoconhecimento, na educação e na edificação de uma crescente urbanidade e um clima de tolerância e respeito mútuo deve servir de modelo global, numa Europa, e num Mundo, onde o Bem-Estar e o Bem-Viver comuns estão cada vez mais difíceis. A cultura e as artes apresentam-se como alicerces fundamentais na reconstrução do diálogo social e na promoção do desenvolvimento sustentado.
- 48 Quais são efetivamente os lugares do Património, da Cultura e da Artes na relação com o Turismo? Que elementos distintivos temos para os visitantes? Qual a representação geográfica, histórica e cultural que cada turista faz dos nossos lugares? Como salvaguardar estes recursos materiais e imateriais e, em simultâneo, equilibrar com a capacidade para a criação de benefícios para as comunidades? O conhecimento é complexo e não há respostas totalmente lineares para estas questões.
- 49 Há um novo olhar para o turismo e um novo olhar do turista. O olhar do turista/visitante é condicionado pelas suas experiências pessoais, pelas suas memórias, mas também por outras determinantes materiais que os agrupam de forma diversa e que resultam numa visão distinta das mesmas práticas e experiências. Urry e Larsen, na sua obra revista *Tourist Gaze 3.0*, afirmavam que «Tourism, holidaymaking and travel are more significant social phenomena than most commentators have considered» (Urry & Larsen, 2010, p. 3) e defendem «a compreensão do turismo através das lentes do olhar do turista» (p. 189). Há também um capital individual de destinos e objetos de viagem colecionados, mas que tende a considerar formas mais sustentáveis de férias. A *viagem de sonho* de cada indivíduo é diferente do outro, mas o turista não é um «alien».
- 50 Não somos todos turistas? O turismo é um fenómeno social que tem evoluído ao longo dos anos com características muito semelhantes em torno da Bacia do Mediterrâneo. A recuperação dos indicadores estatísticos de 2023 em relação a 2019 (o último melhor ano turístico antes da pandemia) recolocou na agenda a discussão sobre: excesso de turismo (*overtourism*); a gentrificação; a *turistificação* dos territórios; e a mercadorização dos destinos, entre outros conceitos menos positivos associados aos impactos gerados pelo turismo massificado.

- 51 As fotografias e as imagens que promoviam os destinos internacionalmente através das brochuras dos operadores turísticos e determinavam muitas vezes as escolhas do consumidor deram lugar aos *BeReal*, *TikTok*, *Insta Stories* e outras partilhas de redes sociais em que o momento é o que conta, sendo partilhado em direto no imediato, influenciando comportamentos. Vemos os jornais e as rádios em total mutação. Os livros foram substituídos por *short stories*, e o Spotify e o *streaming* ocuparam o espaço da rádio e da televisão.
- 52 E a cultura, que espaço ocupa? É este em nosso entender um caminho. A cultura tem respondido a desenvolvimentos que emergem da necessidade de apresentar indicadores de valor, adaptou-se à emergência das indústrias culturais e criativas, assume novas formas de produção cultural e tem procurado adaptar-se, por um lado, aos consumos culturais, mas também liderado e desafiado, apresentando novas propostas.
- 53 No olhar para a sustentabilidade, é fundamental que se agregue o olhar do turista e do fenómeno turístico. A intensificação da atividade turística determina necessidades de políticas específicas que nem sempre têm resposta nos modelos de governança existentes, que são muito centralizados. Estas políticas mais do que assegurar receita/lucro devem centrar-se na promoção de um ambiente sustentável, mais saudável, inclusivo e que crie oportunidades para as pessoas, as empresas e as gerações futuras (*vide estudos de caso em European Commission: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, 2019*).
- 54 Um turismo regenerativo emerge como base de transformação da atividade e de revisitação das comunidades locais, assim temos uma proposta de transformação e não de rutura.
- 55 A cultura e as artes podem e devem dar o contributo essencial na qualidade de vida e neste caminho do futuro do *homo viator*, mas o envolvimento da comunidade é um caminho principal para esta salvaguarda e valorização.
- 56 Finalmente, como pontos principais para a reflexão e para o planeamento futuro de uma gestão do património cultural associado a um turismo responsável, temos a apontar os seguintes tópicos principais:
1. Desenvolvimento de Planos de Gestão: as autoridades locais podem criar planos de gestão específicos para os locais de património cultural intangível, delineando diretrizes para o turismo responsável, considerando a conservação ambiental e salvaguarda das tradições culturais.
 2. Educação e Sensibilização: só com a capacitação dos diferentes agentes públicos e privados, incluindo desde a comunidade local até aos privados, será possível envolvê-los no processo de participação na tomada de decisão. Da mesma forma, as campanhas de educação e sensibilização podem ser concebidas dirigidas aos turistas e a operadores turísticos, destacando a importância da preservação do património cultural intangível e incentivando práticas de turismo responsável.
 3. Envolvimento da Comunidade: é fundamental envolver as comunidades locais no desenvolvimento e na implementação do planeamento e desenvolvimento turísticos

e das ações associadas, o que pode incluir consultas públicas, programas de capacitação para os residentes locais e a promoção da participação ativa das comunidades na tomada de decisões. O modelo de governança deve assumir-se como inclusivo e participativo e envolver os profissionais, os residentes, os atores políticos; todos, mesmo que com visões diferentes da mesma realidade.

4. Diversificação das Experiências Turísticas: em vez de focar apenas em pontos turísticos populares, é importante diversificar as experiências turísticas, promovendo atividades que envolvam diretamente o património cultural intangível, como oficinas de artesanato, aulas de culinária tradicional e apresentações culturais (o turismo criativo).
5. Regulamentação do Turismo: implementar medidas adequadas ao setor do turismo, como limites de visitantes, restrições de acesso a áreas sensíveis e diretrizes de conduta para operadores turísticos, pode ajudar a mitigar os impactos negativos do turismo no património cultural intangível.

57 Qualquer elemento do património cultural – tangível ou intangível – para ser reconhecido ao longo do tempo tem de ter o reconhecimento e a valorização da comunidade (individual e coletiva). A atribuição de significados pelos diferentes agentes das comunidades pode resultar de processos de salvaguarda e valorização celebrativos, que nem sempre têm o suporte dos agentes patrimoniais, que os colocam ao nível da comercialização da cultura, mas a investigação tem revelado que contribuem para a manutenção da dimensão social e até para a inovação e criatividade associada a esse património.

Bibliographie

Ahmad, Y. (2006). The Scope and Definitions of Heritage: From Tangible to Intangible. *International Journal of Heritage Studies*, 12(3), 292–300.

<https://doi.org/10.1080/13527250600604639> 







Arcos-Pumarola, J. (2019). Assessing Literary Heritage Policies in the Context of Creative Cities. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, VII(4), 275–290.

Bourdieu, P. (1979). *La Distinction: Critique sociale du judgement*. Les Éditions de Minuit.


Cohen, J. (2002). The contemporary tourist: Is everything Old New Again? *Advances of Consumer Research*, 29, 31–35.

European Commission: Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (2019). *Sustainable cultural tourism: Report of the OMC (Open Method of Coordination)*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/400886> 

Ferreira, A. M. (Coord.), Martins, A. I. (Coord.), Gonçalves, A. R., Perdigão, F., Torkington, K., Pereira, L., Martins, P., Beatriz, M., & Bárbara, S. (2007). *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*. Universidade do Algarve, Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Centro de Estudos da ESGHT.

- Giddens, A. (2000). *O mundo na era da globalização* (S. Barata, trad.). Editorial Presença.
- Gonçalves, A. R. (2020). O turismo como elemento dinamizador de património etnográfico no Algarve ou o património etnográfico como elemento dinamizador de Turismo. In R. C. Lois González, & C. A. Patiño Romarís (Eds.), *Patrimonio cultural inmaterial e turismo: A festa do Corpus Christi en Ponteareas* (pp. 55–77). Universidade de Santiago de Compostela, Grupo de Análise Territorial (ANTE) GI-1871.
- Gonçalves, A. R. (2022). Destination: Tourism and Culture. Correia, A., & Dolnicar, S. (Eds.), *Women's voice in tourism research: Contributions to knowledge and letters to future generations* (2nd ed., pp. 469–480). Queensland University. <https://doi.org/10.14264/817f87d> 
- Gonçalves, A. R. (2023). Os visitantes do património cultural do Algarve: outros mundos. In Correia, A. (Ed.), *Turismo: Algarve, Segredos por Revelar* (pp. 223–260). Escolar Editora.
- ICOMOS International Cultural Tourism Committee (2022). ICOMOS International Charter for Cultural Heritage Tourism (2022): Reinforcing cultural heritage protection and community resilience through responsible and sustainable tourism management. https://www.icomos.org/images/DOCUMENTS/Secretariat/2023/CSI/eng-franc_ICHTCharter.pdf 
- ICOMOS Tourism Committee (1976). *Charter of Cultural Tourism*. <https://www.icomosictc.org/p/1976-icomos-cultural-tourism-charter.html> 
- Martínez Yáñez, C. (2022). ICOMOS International Cultural Tourism Charters 1976-2022: Evolution, contributions and trends in cultural heritage protection. *Protection of Cultural Heritage* 14, 33–46. <https://doi.org/10.35784/odk.2825> 
- McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Routledge.
- Munsters, W. (2021). *The Study of Cultural Tourism in Ten Models*. Zuyd University of Applied Sciences.
- Nezakati, H., Amidi, A., Jusoh, Y. Y., Moghadas, S., Aziz, Y. A., & Sohrabinezhadtalemi, R. (2015). Review of Social Media Potential on Knowledge Sharing and Collaboration in Tourism Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 120–125.
- Petti, L., Trillo, C., & Makore, B. N. (2020). Cultural Heritage and Sustainable Development Targets: A Possible Harmonisation? Insights from the European Perspective. *Sustainability* 12(3), 926. <https://doi.org/10.3390/su12030926> 
- Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Alves, J., Gonçalves, A., Cabeça, S., & Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium-sized cities and rural areas from Continental Portugal. *Tourism Management Perspectives* 36, 100746. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100746> 
- Richards, G. (2007). Introduction: Global Trends in Cultural Tourism. In Richards, G. (Ed.), *Cultural Tourism Global and Local Perspectives* (1–24). The Haworth Press.

Richards, G. (2014). *Tourism trends: The convergence of culture and tourism*. Academia.edu. <https://www.academia.edu/9491857> 

Serra, J., Lima, J., Marujo, N., & Borges, M. R. (2021). A complementaridade de produtos e a criação de redes no sucesso da experiência turística rural no Alentejo. In J. Serra, N. Marujo, M. R. Borges, & J. Lima (eds.), *Turismo Rural e Turismo Comunitário no Espaço Ibero-Americano*. CIDEHUS. <https://doi.org/10.4000/books.cidehus.16017> 

UNESCO (2003). *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial* (MISC/2003/CLT/CH/14).

UNWTO (2019a). *UNWTO Tourism Definitions*. <https://doi.org/10.18111/9789284420858> 

UNWTO (2019b). *UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs)*. <https://doi.org/10.18111/9789284420841> 

Urry, J., & Larsen, J. (2010). *Tourist Gaze 3.0*. Sage Publications.

Notes de bas de page

1. Para mais informação, ler Baciú, C., Bocoş, M., & Baciú-Urzică, C. (2015). Metamodernism – A Conceptual Foundation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 209, 33–38.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.226>

2. As pessoas consomem e gostam de tudo o que é cultura.

3. Destination Management Organisations (DMO).


Auteur

Alexandra Rodrigues Gonçalves

Professora Adjunta e Investigadora integrada no CinTurs – Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being, University of Algarve

<https://orcid.org/0000-0003-3796-1801> 



Le texte seul est utilisable sous licence [Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International - CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) . Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.