

GESTÃO TURÍSTICA E CULTURAL: DIVERSIDADE CULTURAL E CRIATIVA EM TERRITÓRIOS TURÍSTICOS

Eunice R. Lopes¹

Carla Rego²

RESUMO

Portugal encontra-se referenciado como um destino estratégico para o desenvolvimento do turismo cultural e valorização dos territórios. A diversidade cultural e criativa assinala a emergência de uma sociedade baseada na imaterialidade como recurso social e económico. Um crescente reconhecimento sobre o papel do património e da criatividade no desenvolvimento dos territórios e na atratividade dos destinos turísticos apontam para dinâmicas culturais e patrimoniais “autênticas”, intensificando e valorizando o carácter único da oferta turística de cada destino. Partindo da ideia que o território é “um lugar de inter-relações humanas densas e a cultura é um fenómeno que tende a ter intensidade específica local” (Scott, 1997:324), a diversidade cultural e criativa contribui para a diferenciação dos “lugares turísticos”. Nesta perspetiva e entendendo-se um território como sendo uma interação do visitante entre “experiência, relação e co-criação”, a gestão turística e cultural assume importante relevo, ainda mais quando a diversidade criativa se transforma num complexo mais vasto no qual a cultura adquire uma função integradora do território. O espaço, a economia e a cultura são aspetos que formam a identidade do lugar e o diferenciam na economia global, em que a diversidade cultural e criativa pontua a transversalidade de todos os setores da atividade humana. Esta comunicação pretende demonstrar a importância da dinamização das atividades turísticas e culturais, alinhadas à preservação, diferenciação, valorização de experiências criativas e únicas associadas à educação patrimonial e sustentabilidade dos territórios turísticos.

Palavras-chave: Turismo, Diversidade Cultural, Experiências Criativas, Educação Patrimonial, Sustentabilidade

¹ Escola Superior de Gestão de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar, 2300-313 Tomar/Portugal. E-mail: eunicelopes@ipt.pt.

² Escola Superior de Tecnologia de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar, 2300-313 Tomar/Portugal. E-mail: cmrego@ipt.pt.

CULTURAL AND TOURISTIC MANAGEMENT: CULTURAL AND CREATIVITY DIVERSITY IN TOURISTIC TERRITORIES

ABSTRACT

Portugal is referenced as a strategic destination for cultural tourism development and territorial enhancement. The cultural and creative diversity marks the emergence of a society based on immateriality as a social and economic resource. A growing recognition of the role of heritage and creativity in the development of territories and the attractiveness of tourist destinations give place to “authentic” cultural and heritage dynamics intensifying and emphasizing the unique character of the tourist offer of each destination. Starting from the idea that the territory is “a place of dense human interrelationships and culture is a phenomenon that tends to have specific local intensity” (Scott, 1997: 324), cultural and creative diversity contribute to the differentiation of touristic places. In this perspective and understanding a territory as an interaction of the visitor between “experience, relationship and co-creation”, tourist and cultural management takes on a major importance, especially when the creative diversity becomes a larger complex in which culture gains an integrative function of the territory. Space, economy and culture are aspects that form the identity of the place and set it apart in the global economy, in which cultural and creative diversity set the transversality of all sectors of human activity. This paper aims to express the importance of the promotion of cultural and tourist activities, enhancing the preservation, differentiation, offer of creative and unique experiences associated with the heritage education and sustainability of tourist territories.

Keywords: Tourism, Cultural Diversity, Experiences Creative, Heritage Education, Sustainability

1. INTRODUÇÃO

O turismo é um setor estratégico para a competitividade da economia portuguesa. Segundo o Turismo de Portugal, o setor do turismo foi dos poucos setores económicos no qual se verificou um crescimento, com um aumento das receitas turísticas a nível nacional. Desde março de 2016, Portugal tem ultrapassado consecutivamente a fasquia dos mil milhões de euros em receitas todos os meses, resultado nunca antes atingido. Em março foram registadas receitas de 1019 milhões de euros; 1013 milhões em abril; 1023 milhões em maio e 1029 milhões em junho. “Nem no Europeu de Futebol organizado por Portugal no ano de 2004 se atingiu este volume de receitas” (Araújo, 2016). De acordo com os dados do Banco de Portugal, os 1029 milhões de euros de receitas turísticas atingidos em junho agregam todos gastos feitos por turistas estrangeiros em Portugal - estes contam como exportações, o que representa uma subida de 10,4% face ao mesmo período de 2015.

Entende-se que no mercado nacional, a atividade turística tem sido um importante motor do desenvolvimento local sustentável. O desenvolvimento sustentável apresenta-se como uma aposta estratégica por garantir a longo prazo a manutenção e a preservação das comunidades, dos seus valores, da sua identidade. No processo evolutivo do turismo, a cultura surge como um dos principais recursos, pelo que o turismo cultural tem sido utilizado como um recurso e fator de desenvolvimento económico e social nas estratégias de posicionamento na hierarquia dos lugares (Gonçalves, 2008).

O turismo sustentável (Quadro I), segundo o Turismo de Portugal é aquele que garante:

Quadro I .Ações do turismo sustentável

| |
|--|
| Rentabilidade e distribuição de riqueza, permitindo a participação e sustentabilidade económica e financeira dos diferentes atores. |
| Valorização da herança cultural, das paisagens e da biodiversidade, assegurando a sua manutenção para as comunidades e clientes, atuais e futuros. |
| Ecoeficiência dos produtos turísticos permitindo a redução do consumo de recursos e de emissões. |
| Atratividade laboral, investindo no capital humano, oferecendo oportunidades de emprego desafiantes para as gerações atuais e futuras. |
| Diversidade cultural, pondo em evidência as especificidades locais, criando experiências de valor para os clientes e as comunidades. |
| Acessibilidade a todos, independentemente das condições físicas ou económicas |

Fonte: Lopes, E. (2017), adaptado de Turismo de Portugal (2009).

O desenvolvimento local enquadra-se numa perspetiva territorial integradora que procura valorizar e potenciar os recursos endógenos através de diversas iniciativas com o envolvimento e a participação de todos os agentes implicados no processo. Veículo de promoção da atividade turística local é a educação patrimonial.

O património cultural é fator relevante para a manutenção da identidade cultural, cultura partilhada e experiências patrimoniais, em que o turismo poderá auxiliar na obtenção de resultados relevantes, no que concerne à preservação da memória e da identidade cultural, ao apresentar para os visitantes a essência e os significados do património local.

Neste artigo pretende-se demonstrar a importância da educação patrimonial para a promoção turística local, tendo como estudo o trabalho desenvolvido pelos estudantes de licenciatura em gestão turística e cultural (Instituto Politécnico de Tomar) na cidade de Tomar.

2. GESTÃO TURÍSTICA E CULTURAL: EDUCAÇÃO PATRIMONIAL E PROMOÇÃO TURÍSTICA LOCAL

O trabalho prático envolveu por parte dos estudantes, pesquisa e identificação dos recursos patrimoniais da cidade e também a observação participante. Os estudantes realizaram um levantamento do potencial turístico da cidade, enfatizando o potencial cultural, que serve de diferencial para atrair os turistas. Para uma melhor compreensão do território e levantamento dos recursos patrimoniais existentes, foram realizadas várias deslocações ao património da cidade, pois ao nível do registo dos resultados do trabalho de campo demonstra-se indispensável a prática da observação «in situ» (Figura1). Os estudantes levaram ainda a cabo uma análise para tentar explicar o porque, apesar de toda a sua potencialidade turística.

Centrado na educação patrimonial, o trabalho prático, pretendeu instigar os estudantes para um processo permanente e sistemático focado no património cultural, com vista ao conhecimento, à apropriação e valorização patrimonial, enquanto fatores-chave para a preservação e conservação do património. Também neste aspeto a construção de uma narrativa patrimonial para fruição turística é inculcada, já que a narrativa da experiência é um ingrediente chave no desenvolvimento do turismo contemporâneo (Bendix, 2002).

Adotando os pressupostos gerais de Appadurai (1986), as relações que os atores sociais estabelecem com o património cultural/ objetos culturais, são parte integrante dos mecanismos de produção das identidades. São importantes para a estruturação e desenvolvimento dos processos de reconstrução identitária visto que renegociam o significado dos objetos que, longe de serem neutros, são entendidos como entidades participantes nas relações sociais. Assim, o posicionamento da educação patrimonial perante questões como a diversidade cultural ou a construção da cidadania num mundo moderno tende a facilitar um maior grau de “comunicação intercultural”, “comunicação patrimonial” (Lopes, 2014) entre os estudantes. Aliás, a Conferência Intergovernamental sobre políticas culturais para o desenvolvimento (Estocolmo 1998) reconhece a diversidade cultural como essencial para o desenvolvimento, enfatizando o valor do pluralismo cultural e a diversidade criativa como forma de “empoderamento”. Foi pensando nesta moldura contextual que os estudantes tiveram que centrar o seu trabalho. Entende-se que por meio da metodologia aplicada pode-se construir mecanismos de identificação e de valores referenciais que conduzirão à educação patrimonial como elo sólido, assegurando aos estudantes condição de co-participantes do processo de conhecimento, preservação cultural e promoção da atividade turística local.

Neste sentido, demonstra-se a importância da educação patrimonial através do desenvolvimento de trabalhos práticos que imbuem a compreensão dos estudantes sobre os recursos patrimoniais existentes no território, proporcionando-lhes discussões e reflexões sobre a valorização do património cultural e o contributo que advém destas práticas para a promoção do património cultural e desenvolvimento turístico local. Como objetivo específico do trabalho prático a desenvolver pelos estudantes, atribui-se a identificação do património

cultural e natural da cidade, passível de ser alvo de uma proposta de visitação turística e valorização do território.

Como contributo desta metodologia de âmbito prático, pode considerar-se que a interpretação do património parece cumprir uma dupla função de valorização académica/educativa: por um lado, valoriza a experiência do estudante, levando-o a uma melhor compreensão e apreciação do recurso patrimonial, por outro, valoriza o próprio património, porque o estudante ao “ter consciência patrimonial” procurará linhas de ação para o tornar numa atração e visitação turística.

Figura 1. Património cultural e Turismo: estudantes em prática de observação «in situ».



Fonte: Lopes, E. (2016).

Percebe-se que na atualidade a transmissão do património cultural de geração em geração está seriamente ameaçada. O(s) património(s) podem ser usados como motivadores para qualquer área do currículo no processo ensino/aprendizagem. É importante considerar que a educação patrimonial contribui em muito na formação de estudantes que tem a responsabilidade de associar a gestão do turismo e a gestão da cultura, tornando-os mais atentos para o exercício da cidadania, na medida em que a contemplação de um espaço quando enriquecido de contextos históricos, patrimoniais e sociais proporciona um olhar diferente ao remeter os conhecimentos adquiridos para um nível de indagação e compreensão mais profundo e mais eficaz. A metodologia de trabalho prático aplicado a estes estudantes de licenciatura em gestão turística e cultural, permite-lhes observar e analisar o potencial turístico da cidade de Tomar, acabando por gerar conhecimento e enriquecimento cultural e, sobretudo, a consciencialização da importância dos recursos patrimoniais para a atividade turística da cidade.

Tomar é uma cidade com cerca de 43 mil habitantes, localizada na região Centro de Portugal. A história e cultura da cidade, influenciadas pela cultura romana e judaica, delinearam o seu património material e imaterial (<http://www.mediotejo.pt/>). Tomar, cidade denominada como “Cidade Templária”, caracteriza-se, essencialmente por uma riqueza patrimonial de grande notoriedade. Tomar possui um centro histórico com um vasto património histórico e cultural de grande riqueza, onde o Castelo dos Templários, o Convento de Cristo, a Cerca e o Aqueduto dos Pegões, assumem protagonismo pelo reconhecimento atribuído em 1983 pela UNESCO como património da humanidade. Também as igrejas de Santa Maria dos Olivais e de São João Baptista são cartão postal de visita à cidade, assim como a Sinagoga, considerada a mais antiga do país (<http://www.cm-tomar.pt/>). São vários os recursos turísticos que a cidade de Tomar possui, onde se inscreve todo o vasto conjunto de edifícios históricos que compõe o centro histórico da cidade de Tomar (Figura 3). De um ponto de vista económico, o rio Nabão e a sua proximidade à bacia hidrográfica do rio Tejo bem como o traçado ferroviário do século XIX e a rede de caminhos e rodovias, contribuíram para que esta cidade e centro histórico desde a sua fundação até aos dias de hoje, mantivesse uma notoriedade e singularidade reconhecidas internacionalmente (Bishara; Lopes; Amorim; Figueira, 2015: 5, 6).

Figura 3. Recursos Patrimoniais - ilustrativos



Fonte: CMT. Tomar. A Marca. Manual (2015).

Tomar, tem uma base forte, alicerçada desde o século XII por D. Gualdim Pais, passando pela história da Ordem do Templo, da Ordem de Cristo, a que se juntam a dinâmica cultural, urbana e artística que colocam Tomar no centro do Médio Tejo como polo atrativo à fixação e ao turismo.

A ideia de gestão turística e cultural baseada na interpretação do património para valorização turística poderá fazer parte do planeamento estratégico do(s) território(s), contribuindo para a preservação, diferenciação, valorização de experiências criativas e únicas associadas à sustentabilidade dos territórios turísticos, já que a interpretação do património cumpre várias funções de valorização (Murta e Goodey, 1995). A valorização advém não só da experiência do(s) visitante(s), ao conhecer patrimónios preservados e interpretados para a sua melhor compreensão; mas também da valorização do(s) próprio(s) património(s), transformando-o(s) em recurso(s) da atividade turística. O mesmo acontece em relação à dinamização das atividades turísticas e culturais renomeadas através dos eventos.

Numa perspetiva antropológica (Tara-Lunga, 2012: 763), os eventos são a “expressão cultural de uma comunidade”, fruto da necessidade humana de experiências coletivas e celebração da sua identidade. Assim, todos os eventos são criados com objetivos específicos e quando terminam é impossível voltar a experienciá-los, porque cada um tem um ambiente próprio e único, que exige a presença para usufruir plenamente da experiência, embora possa

ser repetido (Getz, 2005 e 2008). São produzidos num local específico, devendo ser apoiados pelas autoridades locais, como essenciais às estratégias de desenvolvimento local (Bowdin, 2006). Também aqui os estudantes de turismo - da licenciatura em gestão turística e cultural tiveram um papel preponderante, ao desenvolverem o evento “Templarum Peddy Paper Noturno” (Figura 4).

Figura 4. Templarium Peddy Paper Noturno.



Fonte: Lopes, E. (2016).

A atividade foi desenvolvida com o objetivo de proporcionar a descoberta do património da cidade de Tomar através de um Peddy Paper. Conhecimento e diversão através do património da cidade de Tomar foi o desafio lançado aos participantes que se juntarem a esta atividade.

Tomar é rica em recursos culturais e naturais, os quais compõem o quadro das vantagens comparativas do turismo. Procurou-se destacar neste artigo o papel da educação patrimonial no conhecimento do património cultural para uma melhor perceção e gestão turística e cultural territorial.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho parte do pressuposto de que o turismo cultural sustentável pode ser interpretado como uma estratégia que fortalece e melhora a economia, acentua a necessidade de preservação cultural e ambiental e garante a melhoria da qualidade de vida dos moradores do local. Neste sentido, um planeamento turístico estratégico da cidade, que englobe ações interpretativas do património e o envolvimento da comunidade, torna-se inevitável para o seu desenvolvimento dentro do contexto do turismo sustentável.

O território turístico define-se através de pontos de ancoragem, dinâmicas culturais e patrimoniais “autênticas”, entre os quais se constrói a “particularidade do local”. Sendo uma produção social e um espaço dinâmico, o turismo em Portugal tem sido frequentemente apontado nos planos de desenvolvimento social e económico onde o exemplo apresentado coloca em destaque a importância da dinamização das atividades turísticas e culturais,

alinhadas à preservação, diferenciação, valorização de experiências criativas e únicas associadas à educação patrimonial e sustentabilidade dos territórios turísticos.

BIBLIOGRAFIA

Albano, C. (2002). Interpretar o património: um exercício do olhar. Editora UFMG.

Araújo, L (2016). Turismo de Portugal. Revista Expresso (23.08.2016).

[acedido em «28 de dezembro de 2016»<http://expresso.sapo.pt/revista-de-imprensa/2016-08-23-Turismo-gera-receitas-de-1000-milhoes-por-mes>].

Appadurai, A. (1986). The social life of things: commodities in cultural perspective, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3-63.

Bendix, R. (2002). Capitalizing on memories past, present, and future. Observations on the intertwining of tourism and narration. Anthropological Theory, vol. 2 (4), SAGE Publications. Universität, Göttingen, Germany.

Bishara, N; Lopes, E. R; Amorim, E; Figueira, L. M; (2015). O comportamento do turista em centros históricos: o caso do centro histórico da cidade de Tomar (Portugal). **International Journal of Safety and Security in Tourism and Hospitality**, volume 1, edição 11, pp. 1-11.

Bowdin, G. (2006). Events Management. 2ª edição. Reino Unido: Elsevier, Ltd.

Getz, D. (2005). Event Management & Event Tourism. Nova Iorque: Cognizant Communication Corp (2ª edição).

----- (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management, nº29, pp. 403-428.

Gonçalves, A. (2008). As comunidades criativas, o turismo e a cultura. ESGHT [acedido em «28 de dezembro de 2016» <http://www.dosalgarves.com/revistas/N17/2rev17.pdf>].

Lopes, E. R. (2014). Objetos identitários, recursos turísticos. acervo, coleções e *performances* museográficas do museu de arte sacra e etnologia – Fátima. Tese de Doutoramento em Antropologia, Especialização Políticas e Imagens da Cultura e Museologia. FCSH. Universidade Nova de Lisboa.

Murta, S. M. & Goodey, B. (1995). Interpretação do Património para o turismo sustentado: um guia. Belo Horizonte: SEBRAE (MG).

Richards, G; Van der Ark, L. A. (2013). Dimensions of cultural consumption among tourists: Multiple correspondence analysis. *Tourism Management*, nº 37, pp. 71-76.

Scott, A. J. (1997). The cultural economy of cities, *International journal of urban and regional research*, 21(2), 323-339.

Tara-Lunga, M-O. (2012). Major special events: an interpretative literature review. *Management & Marketing Challenges of the Knowledge Society*, vol.7/nº.4, pp. 759-776.