Turismo Patrimonial
um olhar sobre o Espaço Lusófono

Heritage Tourism: A Perspective on the Lusophone Space

Eunice Ramos Lopes
Michel Constantino Figueira

www.ipt.pt

Turismo Patrimonial
um olhar sobre o Espaço Lusófono

Heritage Tourism:
A Perspective
on the Lusophone Space

FICHA TÉCNICA

Título
Turismo Patrimonial: um olhar sobre o Espaço Lusófono
Heritage Tourism: A Perspective on the Lusophone Space

Editor & Coordenação
Eunice Ramos Lopes e Michel Constantino Figueira
Eunice Ramos Lopes, Instituto Politécnico de Tomar, Escola Superior de Gestão | Unidade Departamental de Ciências Sociais, Turismo
Michel Constantino Figueira | Escola Turismo de Sucesso

ISBN
978-989-9170-08-7

Design & Conceção
Gabinete de Comunicação e Relações-Públicas
Instituto Politécnico de Tomar

Ilustração da Capa
Gabinete de Comunicação e Relações-Públicas
Instituto Politécnico de Tomar

Tiragem
Edição eletrónica | Print-on-demand

Autores
Cláudia Seabra, Claure Morrone Parfitt, Eunice Ramos Lopes, Fernando Neto, Jakson Soares, Jefferson Batista, Joana Teixeira, Jorge Simões, Josefina Salvado, Júlia Rosa, Letícia Guerra, Maria del Sol Reyes, Maria do Rosário Castiço Campos, Mayk Lenno, Michel Constantino Figueira, Nauhan Dias, Pedro Martins, Priscila Chiattone, Raquel Moreira, Rebecca Quadros, Said Edaich, Shirley Souza, Stephane Maia, Thiago Leite, Thomas Moraes, Zhanna Bakhshetsyan.

FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P.

Projeto GAMwayTrain (Rede Ferroviária do Médio Tejo: a gamificação no património ferroviário para valorização turística)

Referências:

UID/05488/2020

CFPI2023/02

© 2025, Eunice Ramos Lopes

© 2025, Instituto Politécnico de Tomar

Os textos publicados são da inteira responsabilidade dos seus respetivos autores

ipt Instituto Politécnico de Tomar

ltgpc Licenciatura Turismo e Gestão do Património Cultural

cTeSP Curso Técnico Superior Profissional GESTÃO DE TURISMO

Escola Turismo de Sucesso

Techn & Art CENTRO DE TECNOLOGIA, RESTAURO E VALORIZAÇÃO DAS ARTES

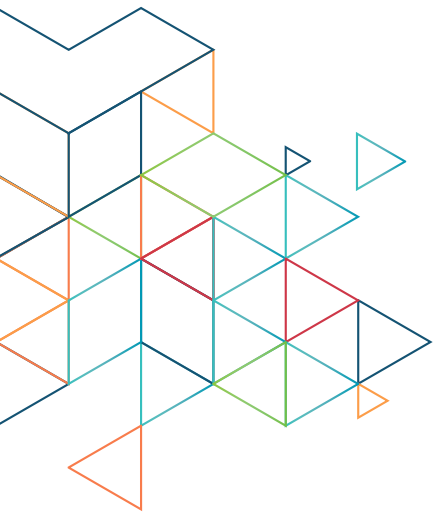
fct Fundação para a Ciência e a Tecnologia

FCT: UID/05488/2020

GAMwayTrain

Rede Ferroviária do Médio Tejo a gamificação no património ferroviário para valorização turística

FCT: CFPI2023/02



ÍNDICE

Autores | Biografia 8

Introdução 12

Currículo Resumido dos Autores 16

Capítulo 1

A Gestão do Património Natural e Cultural para Fruição Turística: Desenvolvimento de Produtos Patrimoniais-Turísticos

The Management of Natural and Cultural Heritage for Tourist Enjoyment: Development of Tourism-Heritage Products

Pedro Martins & Eunice R. Lopes & Maria del Sol Reyes 24

Capítulo 2

Experiências Patrimoniais: Cartões-Postais como Ferramenta de Educação Patrimonial em Extensão Universitária

Heritage Experiences: Postcards as a Heritage Education Tool in University Extension

Stephane Maia & Jefferson Batista 44

Capítulo 3

Turismo e Património Ferroviário

Tourism and Railway Heritage

Eunice R. Lopes & Jakson Soares 58

Capítulo 4

A Refuncionalização do Complexo Industrial Rendas ARP: um Estudo Preliminar sobre Património e Turismo em Nova Friburgo – RJ, Brasil

The Refunctionalization of the Renders ARP Industrial Complex: a Preliminary Study on Heritage and Tourism in Nova Friburgo – Rj, Brazil

Thiago Leite 70

Capítulo 5

Educação Patrimonial e Turismo: Contribuições acerca do Geoparque de Caçapava do Sul – RS

Heritage Education and Tourism: Contributions about the Caçapava do Sul Geopark – RS

Thomas Moraes & Shirley Souza & Júlia Rosa 82

Capítulo 6

Contributo da Interpretação do Património para o Turismo

Heritage Interpretation´s Contribution to Tourism

Maria do Rosário Castiço Campos 94

Capítulo 7

A Animação Turística como Ferramenta de Educação Não Formal e de Inclusão Social – o Caso da Destino4all, Projeto de Turismo Inclusivo em Braga, Portugal

Tourist Animation as a Tool for Non-Formal Education and Social Inclusion – The Case of Destino4all, Inclusive Tourism Project in Braga, Portugal

Joana Teixeira 104

Capítulo 8

Memórias do Patu: A Educação Patrimonial como Ferramenta para o Desenvolvimento do Turismo Cultural Cearense

Memories of Patu: Heritage Education as a Tool for the Development of Cultural Tourism in Cearance

Mayk Lenno & Letícia Guerra & Nauhan Dias 118

Capítulo 9

Barreiras de Acessibilidade e a Interpretação do Património: Inclusão de Pessoas com Deficiência nos Museus

Accessibility Barriers and the Interpretation of Heritage: Inclusion of People with Disabilities in Museums

Rebecca Quadros 132

Capítulo 10

República da Arménia: História das Tradições Vinícolas, Destinos Vinícolos e Perspetivas de Desenvolvimento do Enoturismo

Republic of Armenia: History Of Winemaking Traditions, Wine Destinations and Enotourism Development Perspectives

Zhanna Bakhshetsyan 144

Capítulo 11

Cultura à Mesa: Explorar a Identidade Regional através da Oferta Culinária nos Restaurantes Tradicionais da Área Metropolitana do Porto

Culture at the Table: Exploring regional identity through the culinary offerings of traditional restaurants in the Porto Metropolitan Area

Josefina Salvado 170

Capítulo 12

O Cabo Espichel: Lugar de Culto e de Peregrinação

Cabo Espichel: Place of Worship and Pilgrimage

Raquel Moreira 190

Capítulo 13

Turismo do Vinho na Campanha Gaúcha: o Elemento Cultural na Oferta de Experiências

Wine Tourism in the Gaúcha Campaign: the Cultural Element in Offering Experiences

Priscila Chiattone & Michel Figueira & Cláudia Seabra 206

Capítulo 14

Ecoturismo e Património nas Apas Bororé-Colônia e Capivarí-Monos São Paulo Brasil

Ecotourism and Heritage in the Apas Bororé-Colônia and Capivarí-Monos São Paulo Brazil

Claure Morrone Parfitt 228

Capítulo 15

Consumismo Turístico do Património em Cidades Históricas: uma Análise Teórico-Crítica

Tourist Consumerism of Heritage in Historic Cities: a Theoretical-Critical Analysis

Michel Constantino Figueira 242

Capítulo 16

Elaboração de um Roteiro Turístico e Guia Didático através do Dark Tourism em Santa Maria - RS: Museu a Céu Aberto como Local de Memória e Lazer

Preparation of a Tourist Itinerary and Educational Guide Through Dark Tourism in Santa Maria - RS: Open-air Museum as a Place of Memory and Leisures 262

Shirley Souza & Fernando Neto

Capítulo 17

Património Gastronómico em Contexto Rural: O Impacto da Truticultura

Gastronomic Heritage in a Rural Context: The Impact of Truticulture 272

Eunice R. Lopes & Jorge Simões & Said Edaich

AUTORES | BIOGRAFIA

Autora: Eunice Ramos Lopes

Professora Coordenadora, Instituto Politécnico de Tomar (IPT). Unidade Departamental de Ciências Sociais.

Diretora dos cursos de Turismo do IPT (Licenciatura em Turismo e Gestão do Património Cultural; cTeSP em Gestão do Turismo; Microcredenciação em Gestão de Enoturismo e Microcredenciação em Turismo de Bem-Estar)

Membro e Secretário do Conselho Técnico-Científico da Escola Superior de Gestão do IPT (ESGT-IPT).

Investigadora integrada do Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes (TECHN&ART-IPT), colaboradora no Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR-IPL) e na Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP-UA).

Membro do conselho editorial e científico de revistas académicas e membro de comités organizadores e científicos de conferências nacionais e internacionais de turismo.

Investigadora responsável do projeto WaterRIVER.tour – Gestão Sustentável da água na Estratégia do Turismo Náutico do Médio Tejo (2021-2023). FCT: UIDB/05488/2020

Investigadora colaboradora do projeto Olive4All - Património Olivícola para o desenvolvimento sustentável: sensibilização da comunidade para o património. FCT: JPICH/0001/2020

Investigadora responsável do projeto GAMwayTrain – Rede Ferroviária do Médio Tejo: a gamificação no património ferroviário para valorização turística. FCT: CFPI2023/02

Presidente da Comissão Executiva da RIPTUR - Rede de Instituições Públicas do Ensino Superior Politécnico com cursos de Turismo (desde 2023 ao presente).

Autor: Michel Constantino Figueira

Professor Associado, Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Centro de Integração do Mercosul.

Professor Colaborador do Programa de Pós-Graduação (Mestrado e Doutoramento) em Memória Social e Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Pelotas – UFPel.

Investigador colaborador do projeto GAMwayTrain – Rede Ferroviária do Médio Tejo: a gamificação no património ferroviário para valorização turística. FCT: CFPI2023/0

Membro de comités organizadores e científicos de conferências internacionais de turismo.

Coordenador do Grupo de Pesquisa em Turismo Patrimonial (CNPq / UFPel)

Criador e proprietário da Escola Turismo de Sucesso, maior escola de formação técnica em Turismo da América Latina.

Consultor em Turismo, Hotelaria e Patrimônio Cultural, com mais de 20 anos de experiência no Brasil, na Europa e em África.

Organizador de diversos livros, publicados no Brasil e no Exterior, sobre os temas do Turismo, da Gastronomia e do Patrimônio Cultural.

Áreas de investigação: turismo, hotelaria, gastronomia, interpretação do património cultural, gestão de negócios e investimentos.

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

O turismo patrimonial tem apresentado um crescente interesse na indústria do turismo, não só pelas atrações culturais, históricas e naturais, como pelo seu potencial em promover o *empowerment* da comunidade, e a diversidade através de abordagens como as paisagens culturais, o património imaterial e os ecomuseus (Zhu, 2021).

[Zhu, Y. (2021). Heritage Tourism. From Problems to Possibilities. Series: Elements in Critical Heritage Studies. Publisher: Cambridge University Press. doi: https://doi.org/10.1017/9781108914024].

O desenvolvimento futuro do turismo patrimonial poderá residir na promoção de modelos de governação e coprodução centrados na comunidade.

O turismo patrimonial apresenta implicações globais, já que, os turistas estão cada vez mais interessados em experiências culturais e históricas, sendo crucial equilibrar os princípios da sustentabilidade para gerir os ativos ambientais e socioculturais do território(s).

A edição do livro em formato digital *TURISMO PATRIMONIAL: um olhar sobre o espaço lusófono,* pretende aprofundar a reflexão académica sobre as dinâmicas lusófonas – experiências relacionadas com o património cultural, histórico e natural do(s) território(s). Corresponde à valorização da história, da cultura, do 'património comum da humanidade', enfatizando o desenvolvimento económico sustentável, a conservação e a valorização dos recursos patrimoniais (materiais e imateriais).

O turismo patrimonial tem vindo a constituir-se como um instrumento privilegiado de requalificação e regeneração do território, beneficiando, dessa forma, a qualidade de vida das populações rurais e também urbanas dos destinos onde esta atividade se tem vindo a instalar.

Neste sentido, esta publicação é constituída por dezassete capítulos, de autores de áreas científicas heterogéneas, afiliados a diferentes instituições superiores e empresariais, apresentando perspetivas teóricas e metodológicas diversas. O livro em formato digital tem como objetivo principal, disseminar conhecimento e experiências relacionadas com a abrangência da temática de investigação - turismo patrimonial – com um olhar sobre o espaço lusófono.

O livro *TURISMO PATRIMONIAL: um olhar sobre o espaço lusófono,* ao longo de quinze capítulos, contribui para uma reflexão e debate sobre um setor fundamental para o desenvolvimento dos territórios.

Neste contexto, o [capítulo 1], apresenta um foco na gestão do património natural e cultural no contexto de fruição turística. Partilha um modelo de desenvolvimento de produtos patrimoniais--turísticos, baseado num percurso interpretativo "Circuito das Águas da Mata Nacional dos Sete Montes", Tomar (Portugal). Já o [capítulo 2], partilha experiências patrimoniais, baseadas em cartões-postais como ferramenta de educação patrimonial em extensão universitária. Coloca em destaque um projeto de inserção da extensão universitária, com resultados positivos, pela observação de que os alunos se apropriaram de conteúdos de forma diferente, produzindo conhecimentos de uma maneira diferente do convencional, aplicando teorias e técnicas sobre

o património, no contexto local. O [capítulo 3], destaca o turismo e o património ferroviário, já que em Portugal, existe um interesse crescente pela mobilidade ferroviária/pelas ferrovias. Apresenta um modelo de análise sobre o Plano Ferroviário Nacional (PFN), tendo o propósito de não só analisar a rede ferroviária, como também, perceber as comunicações de interesse nacional e internacional em Portugal. O [capítulo 4], apresenta um estudo preliminar sobre o Espaço do Complexo Industrial Rendas ARP, que era um complexo fabril e que na atualidade foi refuncionalizado, tornando-se por essa via, uma empresa do ramo imobiliário atuante como centro comercial na cidade de Nova Friburgo, Estado do Rio de Janeiro, Brasil. O capítulo realça, por isso, a refuncionalização dos espaços, enquanto valorização histórica e cultural do edificado. O [capítulo 5], trata do estudo sobre as práticas de educação patrimonial adotadas no *Geoparque Caçapava*, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, cujas conclusões remetem para uma amostragem que foi efetuada por conveniência e de forma exploratória, na qual se obteve várias respostas às entrevistas, concluindo-se que existe elevado interesse nas atividades de educação patrimonial. O [capítulo 6], apresenta um estudo sobre a interpretação do património enquanto ferramenta estratégica de comunicação que pode conduzir a experiências únicas e significativas quando são aplicados princípios. Concluindo que a metodologia relativa à interpretação do património, dos espaços culturais e naturais, aproxima o visitante/turista do património em questão, proporcionando-lhe experiências memoráveis. O [capítulo 7], aborda o tema da animação turística como ferramenta de educação não formal e de inclusão social, através de um estudo de caso - Destino4all, Projeto de Turismo Inclusivo em Braga, Portugal. O capítulo coloca em destaque questões de acessibilidade na cidade, como forma de dar ênfase a públicos que por vezes são esquecidos pela sociedade. O [capítulo 8] aborda o uso da educação patrimonial como ferramenta de valorização da participação social no turismo cearense, especificamente, ligado ao contexto dos campos de concentração da seca de 1932. O estudo de caso, enfatiza o contexto do turismo cultural e o respeito pela memória coletiva como forma de reconhecimento de um passado doloroso, em que a precariedade desses territórios ceifou a vida de milhares de pessoas. O [capítulo 9], apresenta o contexto brasileiro sobre as barreiras de acessibilidade e a interpretação do património num contexto de inclusão de pessoas com deficiência nos museus. O estudo exibe uma pesquisa bibliográfica sobre os desafios de interpretação do património por parte das pessoas com deficiência. Considera as diversas barreiras de acessibilidade e inclusão presentes nos museus, bem como, exemplos de iniciativas bem-sucedidas. O [capítulo 10], apresenta um estudo de caso sobre a República da Arménia, com foco na história das tradições de vinificação, perspetivando uma abordagem futura sobre o desenvolvimento do enoturismo na região. O [capítulo 11], refere a alimentação como um dos meios privilegiados para as sociedades, na medida em que contribuem para o entendimento de uma evolução funcional da comida, passando da básica sobrevivência para uma complexa expressão simbólica e de experiência emocional únicas, impondo a sua interpretação como fenómeno cultural. O [capítulo 12], baseia-se no estudo de caso de Cabo Espichel, localizado no concelho de Sesimbra (Portugal), identificado como um lugar de grande valor cénico e ambiental, de excecional beleza, um lugar místico, religioso, de culto e de peregrinação. O estudo abarca o estudo sobre o Santuário e outros edifícios ligados ao Culto a Nossa Senhora do Cabo, e um Farol. O [capítulo 13], apresenta o enoturismo como

uma atividade que auxilia o desenvolvimento económico de regiões rurais promovendo e valorizando as suas identidades culturais. O estudo de caso recai sobre a Rota *Vinhos da Campanha Gaúcha*, localizada no sudoeste do Estado do Rio grande do Sul, Brasil, cujo resultado principal reforça a importância da satisfação do visitante em experiências enoturísticas. O [capítulo 14], aborda o ecoturismo como atividade turística que se baseia na utilização sustentável do património natural e cultural. Apresenta o estudo de caso sobre as Áreas de Proteção Ambiental (APAs), que são Unidades de Conservação com algum nível de ocupação humana. Os exemplos das Áreas de Proteção Ambiental Bororé-Colônia e Capivari-Monos, situadas na zona sul de São Paulo, são evidências referidas no estudo ambiental, pela diversidade de ecossistemas que integram. O [capítulo 15]**,** apresenta uma reflexão teórico-crítica sobre o fenómeno do consumismo turístico do património em cidades históricas. Balizado, teoricamente, na produção literária de diversos autores sobre o tema do consumismo e do consumismo turístico cultural, o artigo teoriza sobre o advento, particular, do consumo turístico do património. O [capítulo 16], através de um estudo de caso, destaca o *dark tourism* e o *turismo cemiterial,* enquanto segmentos diferenciados no turismo contemporâneo, agregando práticas sociais e culturais que promovem atividades e atrativos não convencionais, reunindo uma determinada narrativa histórica de locais, eventos, pessoas e a memória produzida em torno destes, evidenciando uma determinada forma de património, de história e de arte. Por fim, o [capítulo 17], evidencia o estudo sobre a gastronomia tradicional presente em todo o país (Portugal), ressaltando através de um estudo de caso comparativo entre Portugal e Polónia, o património gastronómico rural, através do exemplo da "Truticultura de Aguincho", localizada nas margens do rio Alvoco, Serra da Estrela (Portugal) e Trout Fishing Ground "Pod Dębem", Opoloe, Polónia. O estudo apresenta resultados preliminares para a compreensão da utilização do património gastronómico em contexto rural (peixe: truta), para a promoção e o desenvolvimento do território. Sendo que, os resultados mostram um forte impacto da truticultura na gastronomia local e na sua relação geral com a comunidade e o território. A publicação deste livro em formato digital TURISMO PATRIMONIAL: um olhar sobre o espaço lusófono, permite refletir e partilhar conhecimento e perspetivas de trabalho no domínio temático do turismo patrimonial, salientados pelos vários estudos de caso aplicados à temática ao longo dos 17 capítulos que compõem o livro digital.

Muito obrigada pelo espírito de reflexão e colaboração!

Eunice R. Lopes & Michel C. Figueira
Coordenação@2025

CURRÍCULO RESUMIDO DOS AUTORES

CURRÍCULO RESUMIDO DOS AUTORES

Cláudia Seabra

» ORCID iD: 0000-0002-8496-0986

Professora Associada na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra desde 2018 e foi Professora no Instituto Politécnico de Viseu. É doutorada em Turismo pela Universidade de Aveiro (2010) e pós-doutorada pela NOVASBE tendo desenvolvido o projeto "Influência do Terrorismo nos cidadãos e organizações da Europa dos 28" com bolsa de pós-doutoramento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (2018), mestre em Ciências Sociais pelo ISCTE (2004), licenciada e bacharel em Comunicação Social (2000 e 1998) pelo IPV. A sua investigação centra-se essencialmente nas áreas do Comportamento do Consumidor e da Segurança no Turismo. Atualmente é vice-presidente para a Europa Ocidental da ITSA-International Tourism Studies Association.

Claure Morrone Parfitt

» ORCID iD: 0000-0002-6890-2129

Doutora em Planeamento Urbano e Regional pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) Brasil. Graduada em Arquitetura na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) Brasil, Diretora Adjunta do Centro de Integração do MERCOSUL 2012-2021 e professora Associada da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Vinculada ao Centro de Integração do MERCOSUL e ao curso de Pós-graduação Gestão para a Sustentabilidade e ainda ao Bacharelado em Gestão Ambiental da UFPEL Coordena do grupo de pesquisa do CNPQ Planeamento e Meio Ambiente. Pesquisa e publica na área de Análise Urbana e Regional com ênfase em Meio Ambiente, Urbanização Gestão Urbana e Municipal.

Eunice Ramos Lopes

» ORCID iD: 0000-0001-9812-851X

Professora Coordenadora da Escola Superior de Gestão de Tomar do Instituto Politécnico de Tomar. Diretora dos cursos de Turismo do IPT (Licenciatura em Turismo e Gestão do Património Cultural; cTeSP em Gestão do Turismo; Microcredenciação em Gestão de Enoturismo e Microcredenciação em Turismo de Bem-Estar). Tem curso de Formação Avançada em Turismo pelo DEGEIT- UA. Doutoramento em Antropologia (Especialização em antropologia do turismo, política e imagens da cultura e museologia), pela FCSH- UNL. Mestrado em Património e Museologia pela FCSH-UNL. Investigadora integrada no TECHN&ART-IPT) e colaboradora no CiTUR-IPL e GOVCOPP-UA. Membro do conselho editorial e científico de revistas académicas e membro de comités organizadores e científicos de conferências nacionais e internacionais de turismo. Áreas de investigação: turismo, antropologia do turismo, gestão do património cultural, museologia e ciências socioeconómicas.

Fernando Dias Neto

» ORCID iD: 0000-0002-6552-0854

Professor de História formado pela UFN e licenciado em Ciências Sociais pela UAB/UFSM, atualmente Doutorando em História no PPGH-UFSM, sendo bolsista CAPES/DS. Participa do Projeto de Extensão intitulado "Preservação e Comunicação no Museu Educativo Gama d'Eça", além do Projeto de Pesquisa "Memória e Patrimônio Cultural: da pesquisa acadêmica à Educação Patrimonial". Tem centrado seus estudos e suas pesquisas nas áreas de Casas de Memória, Espaços Museológicos e Educação Patrimonial.

Jakson Soares

» ORCID iD: 0000-0002-9859-8009

Professor do Departamento de Empresas na Faculdade de Turismo da Universidade da Coruña. É coordenador do Grupo de Investigación en Experiência Turística (Exper.Turs – UDC – G000811) e professor visitante no Departamento de Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco (Brasil – 2024-2025). Tem interesse em investigar sobre a Experiência Turística desde diferentes pontos de vista: a indústria, a comunidade recetora e os turistas, publicando inúmeros trabalhos sobre estes temas.

Jefferson Batista

» ORCID iD: 0009-0003-1721-2210

Graduado em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Católica de Quixadá (UNICATÓLICA - 2017). Especialista em Educação Profissional e Tecnológica pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, Brasil (IFCE - 2020). Mestre em Educação pelo Programa de Mestrado Profissional em Educação da Universidade Regional do Cariri (MPEDU/URCA) (2023) na linha de pesquisa de Práticas Educativas, Culturais e Diversidades. Atualmente atua como coordenador e professor no curso de Arquitetura e Urbanismo na Faculdade São Francisco do Ceará -FASC. Interesse pelas áreas de Arquitetura Africana, Cultura e Patrimônio Afrodescendente e Educação das relações étnico-raciais.

Joana Teixeira

» ORCID iD: 0009-0006-6547-5148

Mestre em Património e Turismo Cultural e licenciada em Ciências da Comunicação, pela Universidade do Minho. Atualmente faz parte da direção da cooperativa Minho de Porta Aberta e é co-fundadora do projeto Destino4all. É guia-intérprete para a cooperativa e para a sua marca própria, Tours by J. Já foi guia para o corpo diplomático em visita ao Bom Jesus do Monte, no dia 10 de Junho de 2023 e também para peregrinos das Jornadas Mundiais da Juventude, em 2024. Tem artigos publicados no Journal of Tourism and Heritage Research. Também trabalha como cerimonialista.

Jorge Simões

» ORCID iD: 0000-0002-7967-5216

Professor Coordenador da Escola Superior de Gestão de Tomar do Instituto Politécnico de Tomar, Portugal. O Seu percurso académico engloba um Doutoramento em Gestão realizado na Universidade da Beira Interior (UBI) e um Mestrado em Gestão, Contabilidade e Administração realizado na Universidade do Minho (UM). Atualmente, é o Diretor do Mestrado em Gestão no IPT. É investigador no Techn&Art (IPT) e no Gest&9 (IPT). A sua investigação considera como áreas de interesse o empreendedorismo, a criação de empresas e a gestão de conhecimento.

Josefina Salvado

» ORCID iD: 0000-0003-0351-4544

Investigadora Integrada no CECH - Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos da Universidade Coimbra. As principais Linhas de Investigação são: Patrimónios Alimentares; Enoturismo; Turismo do Azeite; Distribuição Turística. Possui o Doutoramento em Turismo e um Pós-Doutoramento em Enoturismo, Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo pela Universidade de Aveiro; MBA em Marketing pelo IESF - Instituto Superior de Estudos Financeiros e Fiscais; Licenciada em Economia pela Universidade de Coimbra, Licenciada em Auditoria Financeira pelo ISCAA - Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro. É doutoranda em Património Alimentar e Cultura e Identidades na Universidade de Coimbra (FLUC). Tem vindo a exercer funções de docente no ensino superior na área do Turismo.

Júlia Rosa

» ORCID iD: 0009-0003-9292-5800

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Franciscana (UFN) e Bacharel em Tecnologia em Gestão de Turismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Ao longo de sua formação acadêmica, participou ativamente de atividades de ensino, pesquisa e extensão, com foco em hospitalidade, eventos e planejamento turístico. Atua desde 2016 no Cineclube da Boca, projeto de extensão do curso de Gestão de Turismo da UFSM, com apoio do Centro de Artes e Letras da instituição.

Letícia Guerra

Arquiteta e Urbanista. Mestranda em Preservação do Património Cultural do Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional (PEP-MP/IPHAN) atuando na Superintendência do IPHAN em Roraima (IPHAN/RR). Atuou no desenvolvimento de projetos de conservação e restauração de bens imóveis e móveis/integrados junto à F Restauro e à Architectus S/S. No IPHAN/RR, contribui com processos participativos e planos de ação para a promoção do patrimônio cultural de Religiões de Matrizes Africanas (RMA's) e também de Povos Indígenas. Pesquisa as Políticas Públicas de Patrimônio e Reparação, com interesse na interseção com a Educação Patrimonial.

Maria do Rosário Castiço Campos

» ORCID iD: 0000-0003-0496-079X

Professora Coordenadora da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra. Fez a sua formação superior na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra onde se doutorou em História, em 2003. Colaboradora do Centro de Investigação Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR - IPC) e do Centro de História da Sociedade e da Cultura (FLUC). Ao longo da sua carreira profissional tem desenvolvido estudos no âmbito da História, do Turismo e do Património. Apresentou comunicações em Portugal e no estrangeiro, tem livros e artigos publicados.

María del Sol Rosales Reyes

» ORCID iD: 0000-0002-0875-8196

Profesora investigadora. Licenciada en Arte y Gestión Cultural y Maestra en Arte por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Ponencias en España, Argentina y México sobre historia y patrimonio arquitectónico. Ha publicado artículos sobre arquitectura, colaboró en trabajos de investigación en el OEPE (Observatorio de Educación Patrimonial en España). Formación de recursos humanos con trabajos terminales en licenciatura en temas de arte y cultura. Diseño e implementación de talleres de educación patrimonial y artes aplicadas. Actualmente, se desempeña como becaria de la SECIHTI doctorante en arquitectura en el estudio de la arquitectura de los siglos XIX y XX.

Mayk Lenno

» ORCID iD: 0000-0003-3358-6514

Doutorando e Mestre em Memória Social e Património Cultural pela Universidade Federal de Pelotas - PPGMP/UFPel. Bacharel em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Católica de Quixadá - UNICATÓLICA. Foi sócio fundador e vice-presidente do Instituto Trilhas onde desenvolveu ações e projetos políticos, sociais, culturais e educacionais no interior do Ceará e onde, atualmente, é voluntário na comissão de memória e patrimônio cultural. É membro do Conselho do Patrimônio Cultural de Senador Pompeu-CE. É pesquisador externo do Núcleo de Estudos sobre Memória e Patrimônio em Lugares de Sofrimento da Universidade Federal de Pelotas (NEMPLuS/UFPel). Tem experiência em pesquisas relacionadas à memória social, patrimônio cultural, processos patrimoniais e políticas públicas do patrimônio cultural, arquitetura e planejamento urbano e regional, arquitetura de interiores, ensino de arquitetura e educação para o património.

Michel Constantino Figueira

» ORCID iD: 0000-0002-6262-1318

Bacharel em Turismo, Mestre e Doutor em Memória Social e Patrimônio Cultural. Atuou como Professor, Coordenador e Tutor do Grupo Programa de Educação Tutorial em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande (FURG) entre os anos de 2010-2012, onde desenvolveu diversas atividades de ensino, pesquisa e extensão. Atualmente é Professor e Coordenador do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da Universidade Federal de Pelotas – UFPel

atuando nas linhas de investigação em Turismo Patrimonial (Heritage Tourism). Possui doze anos de Docência e Pesquisa atuando como Professor de Graduação e Pós-Graduação de Instituições Públicas e Privadas no Brasil.

Nauhan Dias

» ORCID iD: 0009-0006-9565-2109

Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo, Mestranda em Memória Social e Património Cultural pela Universidade Federal de Pelotas. Integrante da coordenação executiva do Núcleo de Estudo sobre Memória e Patrimônio em Lugares de Sofrimento (NEMPLUS/PPGMP/UFPel). Colaboradora da Rede de Pesquisadores de Sítios de Memória e Consciência (REBRAPESC). Principais áreas de investigação: museologia social, patrimónios e direito à memória.

Pedro Martins

» ORCID iD: 0009-0007-3932-5354

Técnico Superior/Formador do Serviço de Formação Profissional de Tomar. IEFP - Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P. Professor nos cursos profissionais na área da Hotelaria e Restauração. Licenciado em Gestão Turística e Cultural pelo Instituto Politécnico de Tomar. Investigador do Centro Techn&Art (Centro de Tecnologia, Restauro e Valorização das Artes), IPT. Presidente de júri pela World Skills Portugal, na Profissão de serviço de Restaurante Bar e "Expert" em competições internacionais, Mestrando no curso de gestão no Instituto Politécnico de Tomar.

Priscila Vasconcellos Chiattone

Bacharel em Turismo, Mestre e Doutora em Ciência e Tecnologia Agroindustrial, atuou como professora na Universidade Estadual do Oeste do Paraná- Foz do Iguaçu, nos Cursos de Bacharelado em turismo e hotelaria, entre os anos de 2007-2012, onde realizou diversos projetos em parceria com a rede hoteleira e turismo local. Atualmente é professora do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da Universidade Federal de Pelotas – UFPel, curso este em que participou do projeto de criação e do projeto de seu hotel escola, totalizando assim quatorze anos de docência. A professora tem como principal linha de pesquisa e atuação a gastronomia e o turismo gastronómico.

Raquel Moreira

» ORCID iD: 0000-0001-5342-2977

Antropóloga, Professora Adjunta na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (Portugal) e investigadora no CRIA-NOVA FCSH / IN2PAST – Universidade Nova de Lisboa. É membro do ICAF Espanha-Portugal e do Grupo Turismo e Gastronomia do ATLAS. Tem desenvolvido os seus trabalhos académicos e de investigação no domínio da antropologia da alimentação, da gastronomia, e das suas fronteiras com a história, o turismo e a arte. Foi corresponsável pelo Projeto Tourfly – Inovação e Futuro: Contributos para o Desenho da Oferta Turística na Área Metropolitana de Lisboa (https//:tourfly.pt). É autora de várias publicações no domínio da gastronomia, turismo e património.

Rebecca Quadros

» ORCID iD: 0000-0001-9898-7314

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Guia de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais (IF Sudeste MG) e integrante do Grupo de Pesquisa em Turismo Patrimonial da Universidade Federal de Pelotas – CNPq/UFPel na linha de pesquisa Museus e Turismo Patrimonial.

Said Edaich

PhD. Said Edaich, born in Morocco in 1966, began his professional career as a research assistant at Tor Vergata University, Rome, Italy, in 1997. In 1998/1999, he joined the department of Roman law at the same University, where he specialized in the unification of legal systems and the integration of law. In 2009, he joined the Department of Economics, Management, and Administration as an assistant professor (PhD) at the Faculty of Economics and Management, University of Technology, Opole, Poland.

Shirley Souza

» ORCID iD: 0009-0004-1495-1162

Tecnóloga em Gestão de Turismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestra em Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em História pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Principal linha de pesquisa em Memória e Patrimônio, abordando temas como Identidade, História local, Dark Tourism, Turismo Cemiterial, Tragédia, Dor, Luto e Morte. Atua desde 2016 no Cineclube da Boca, projeto de extensão do curso de Gestão de Turismo da UFSM, com apoio do Centro de Artes e Letras da instituição.

Stephane Maia

» ORCID iD: 0000-0003-2010-9954

Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo, especialista em Docência no Ensino Superior e Mestre em Memória Social e Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Pelotas/RS, na linha de pesquisa Patrimônio, Espaço e Território. Atua como pesquisadora e professora universitária em cursos de Arquitetura e Urbanismo no Ceará e coordena atividades de pesquisas e extensão universitários voltados para suas linhas de interesse: memória e patrimônio cultural, arquitetura popular, preservação do patrimônio e processos artísticos e criativos em arquitetura. Atualmente faz parte do Conselho Gestor Consultivo UC MONAT: Os Monólitos de Quixadá (2024-2026) como suplente.

Thiago Leite

» ORCID iD: 0009-0000-8075-7705

Discente no Programa de Pós-Graduação Lato Sensu em Sociedade, Linguagem e Relações Internacionais no CEFET/RJ. Graduado em Gestão de Turismo CEFET/RJ (2017), participou da especialização em Desenvolvimento Territorial na UERJ (2020). Foi bolsista em projetos de extensão sobre identidade cultural, turismo e conservação ambiental (2013-2016). Realizou

intercâmbios em Turismo na ESEC, Portugal (Coimbra, 2014), e na Espanha Universidade de Alicante (2015), através de convênios do CEFET/RJ e CAPES. Atuou como Pesquisador de Campo Júnior no Inventário da Oferta Turística do RJ. Possui experiência em eventos, turismo, hotelaria, meio ambiente e cultura.

Thomas Moraes

» ORCID iD: 0009-0007-7119-290X

Graduado em Turismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Graduado em Direção de Artes da Cena pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Especialista em Produção Audiovisual pelo Instituto Federal de Goiás (IFG). Pós-Graduado em Gestão Pública pela Faculdade FOCUS. Mestrando em Patrimônio Cultural pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Principais linhas de pesquisa em Turismo, Cultura e Patrimônio, abordando temas como Geoparque, Educação Patrimonial, Identidade Cultural e Artes. Atualmente Turismólogo/Produtor Cultural e bolsista Agente Territorial de Cultura pelo Programa Nacional de Comités de Cultura.

Zhanna Bakhshetsyan

Is a tourism and socio-cultural services specialist with extensive experience in academia and research within the tourism industry. She has lectured at multiple institutions in Armenia, such as Russian-Armenian University, Yerevan State University, Armenian State University of Economics, and European University of Armenia, where since 2016 she has been teaching disciplines such as Hospitality Basics, Guiding Techniques and Skills, Excursion Service Technologies, Gastro- and Eno-Tourism, Museums of Armenia, Intercultural Tourism Communication, Ethics and Etiquette in Tourism, Sales Technology in Tourism, Technology and Organization of Tour Operators and Tour Agents' Services, Destinations of Armenia, Branding of Tourism Destinations, and others. She specializes in tourism and services, focusing her research on the problems and perspectives of the tourism industry's development in Armenia through sustainable development and the sustainability of destinations. She also provides advisory and consultancy services in tourism for various businesses. Her research interests also include tourism management, special types of tourism, regional economics, history, archeology, architecture, and cultural heritage. Since 2010, she has worked in various roles within the tourism industry, including guiding, tour operations, hotel administration, and sales and marketing consulting. She also holds several certifications in tourism, including National Tourist Guide in Armenia since 2012, an International Certification in Guiding from WFTGA in 2019, and Wine Guide in Armenia from GIZ and ICARE in 2022. She actively contributes to tourism education and professional training. As a young researcher, she has participated in numerous international conferences and training programs. Beyond academia, through guiding, lecturing, and advisory services, she is deeply involved in professional tourism development and bridges academia with the tourism industry.

CAPÍTULO 1

A Gestão do Património Natural e Cultural para Fruição Turística: Desenvolvimento de Produtos Patrimoniais-Turísticos

The Management of Natural and Cultural Heritage for Tourist Enjoyment: Development of Tourism-Heritage Products

MARTINS, Pedro · LOPES, Eunice ·REYES, Maria del Sol

Abstract

When coherent and rigorous, the use of natural and cultural resources in the territory as tourism heritage products can be the key factor in experiencing a destination's cultural, historical, and natural heritage.

Heritage tourism contributes to preserving and promoting cultural and historical assets and the socioeconomic development of communities. This generally happens by promoting a sense of pride and identity among local populations, encouraging the preservation of their heritage.

The interpretative route "Water Circuit of the Mata Nacional dos Sete Montes", concentrates on an experience with cultural, historical, and natural value reflected in the community's heritage and projection of a territory, geographically located in the center of Portugal. As we know, tourist activity can serve as an essential instrument, enhancing cultural, economic, social, and environmental development. It is understood that the progress of tourist destinations is based on six stages: exploration, involvement, development, consolidation, stagnation, and finally, post-stagnation which can give rise to rejuvenation or decline.

In this sense, the objective of this work is to reflect on the management of natural and cultural heritage for tourist enjoyment. In a dynamic development of a tourism-heritage product that contributes to the preservation and promotion of cultural heritage.

The methodology used in this study was based on observation of the territory, through 1) bibliographical consultation of various documents such as books, scientific articles, electronic pages, and magazines that alluded to heritage tourism, from the perspective of experiencing the cultural, historical and natural heritage of a destination. And, through 2) application of a questionnaire survey, to collect data corresponding to the objective proposed in this study.

The conclusions refer to the importance of managing natural and cultural heritage for the tourist enjoyment of a territory, based on a concrete case study that is the Mata Nacional dos Sete Montes de Tomar, located in central Portugal.

Keywords

Heritage tourism, management of cultural and natural heritage, tourist enjoyment, territory

Resumo

A utilização dos recursos naturais e culturais existentes no território, enquanto produtos turísticos-patrimoniais, quando coerentes e rigorosos podem ser o fator chave para vivenciar o património cultural, histórico e natural de um destino.

O turismo patrimonial não só contribui para a preservação e para a promoção dos bens culturais e históricos, mas também para o desenvolvimento socioeconómico das comunidades. Isso geralmente acontece pela via da promoção de um sentimento de orgulho e de identidade entre as populações locais, incentivando a preservação do seu património.

O percurso interpretativo "circuito hídrico da Mata Nacional dos Setes Montes", concentra uma experiência com valor cultural, histórico e natural refletido na herança de uma comunidade e projeção de um território, geograficamente localizado no centro de Portugal. Como se sabe, a atividade turística tem capacidade para servir como um instrumento essencial, potenciador do desenvolvimento cultural, económico, social e ambiental. Entende-se que o progresso dos destinos turísticos, baseia-se em seis estágios: exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e por último, pós-estagnação que pode dar origem ao rejuvenescimento ou ao declínio.

Neste sentido, o objetivo deste trabalho, é refletir sobre a gestão do património natural e cultural para fruição turística. Numa dinâmica de desenvolvimento de produto turístico-patrimonial que contribua para a preservação e para a promoção do património cultural.

A metodologia utilizada neste estudo partiu da observação do território, através de 1) consulta bibliográfica de diversos documentos como livros, artigos científicos, páginas eletrónicas e revistas que fizessem alusão ao turismo patrimonial, sob a perspetiva de vivenciar património cultural, histórico e natural de um destino. E, através de 2) aplicação de um inquérito por questionário, para a recolha de dados correspondentes o objetivo proposto neste estudo.

As conclusões remetem para a importância da gestão do património natural e cultural para fruição turística de um território, embasado num estudo de caso concreto que é a Mata Nacional dos Sete Montes de Tomar, localizada no centro de Portugal.

Palavras-Chave

Turismo patrimonial, gestão do património cultural e natural, fruição turística, território

1. Introduction

In cultural tourism, in addition to tourism and culture being associated, different types of culture are also associated through the establishment of connections between different elements of culture, which can provide an experience that is either cultural, educational, or heritage, which can understand visits to "museums and galleries", "literary, visual and performance arts", "festivals and events", "historic sites and heritage attractions", "local customs and gastronomy" (Canadian Tourism Commission, 2003).

The creativity of cultural tourism can reside in the association of cultural elements, as the so-called creative tourism is consolidated (Richards, 2001; Richards and Wilson, 2006), and identified as the "new generation of tourism" (UNESCO, 2006). In this case, the visitor has the opportunity to share what represents the best and worst of the expression of a community and its experience (Smith, 2003), which is combined with a strong aesthetic and ethical dimension.

Managing natural and cultural heritage for tourist enjoyment is an essential approach to ensuring that these resources are preserved and used sustainably for the benefit of local communities and visitors (Lopes, et, al. 2022). It is an inevitable path to ensuring future generations can sustainably enjoy these places.

The relationship between heritage and tourism has been consolidating a process of appreciation and innovation in the tourism-heritage product.

Heritage, in addition to being seen as an inheritance from the past, is recognized as an economic resource that energizes territories. Making use of local experience and knowledge streamlines the interactions of territories, giving priority to the strengthening and resistance of cultures and traditions, as well as the dynamization of a specific territory.

It constitutes an added value because endogenous resources existing in the territory can be transformed into tourist products to provide unique experiences that can only be consumed on-site, making them, in this sense, unique.

Culture has stood out as a differentiating element, which connects tourists to the local community and the destination.

Therefore, this articulation between the two elements, when done directly, allows the tourist to have unique and authentic experiences, contacting in a more genuine way with the traditions, uses, and customs – endogenous resources for valuing a given place (Kastenholz, Lima & Carvalho, 2014; Walmsley, 2003), of a given destination.

It gains value where the tourist and resource form an ecosystem, both elements - tourist and resource - benefit from the relationship, contributing to cooperation. The tourist acquires scientific knowledge about the resource and satisfies their motivations at the same time. Furthermore, tourists also contribute to the preservation and enhancement of the resource.

This symbiosis gives rise to the need to establish a balance in which tourism agents promote resources responsibly with the effect of strengthening the relationship with sustainability.

Thus, the importance of effective and efficient management leads to enjoying positive experiences without wasting resources, that is, maximizing the use of available resources. On the other hand, populations value their cultural heritage, which results from an exchange of knowledge and experiences between both parties.

Integrated planning develops management plans that integrate both natural and cultural heritage, recognizing their interconnections and importance for tourist experiences. From this perspective, as an integrated part of the operation of an interaction approach of coordination and collaboration through governance, economic structures, and local communities, a tourism/heritage binomial must emerge that adds a concept of a tourist-heritage product that contributes to the preservation and promotion of cultural heritage.

Well-planned management of natural and cultural heritage for tourism can generate important benefits for local communities, including employment opportunities, economic growth, safeguarding cultural identity, and the development of local infrastructure and services. By properly preserving and managing natural and cultural heritage, visitors can enjoy authentic and eye-opening experiences, which contributes to a more robust and sustainable tourism industry. Heritage management for tourism can also serve as a platform for environmental and cultural education, raising awareness of the importance of preservation and promoting a greater appreciation for a territory's natural and cultural diversity.

2. Management of Natural and Cultural Heritage for Tourism: state-of-the-art

The past, transformed into heritage, is a ubiquitous resource with several contemporary functions: cultural, economic, and political (Ashworth, Graham & Tunbridge, 2007).

For more than 30 years, this current use of the past has generated an important and growing "heritage industry." In the same sense, Logan, Craith & Kockel (2016) recognize the existence of a heritage "boom" in the 90s of the 20th century, which continues today.

The relationship between heritage and geography is evident in at least three dimensions (points or fields of intersection), namely: heritage is inherently a spatial phenomenon; heritage is of great importance for the interests of contemporary economic and cultural geography; Heritage constitutes a cultural and economic asset for society (Graham, Ashworth & Tunbridge, 2000). Tourism is an activity in constant change, driving the search for new authentic, cultural, and memorable experiences. At the epicenter of this search is the natural and cultural heritage that plays a fundamental role in the development of tourism and in preserving the region's identity.

Contemporary tourism is synonymous with new activities and territorial ages (Jamal & Robinson, 2009; Hall & Page, 2012; Butler, 2012; Coghlan & Buckley, 2013). In response to

an increasingly informed, demanding, and differentiated demand, which values innovative, creative, symbolic, and aesthetic experiences and experiences (Pickering & Weaver, 2003; Richards & Wilson, 2006; Netto & Gaeta, 2010), destinations offer increasingly specialized, personalized products that facilitate unique and intense experiences (Carvalho & Alves, 2017). Spirituality and nature also recurrently constitute axes of inspiration for tourists (Richards & Raymont, 2000).

Effective management of natural and cultural heritage for tourism begins with the conservation and preservation of these resources. This involves not only the material protection of sites but also the maintenance of their attributes and authenticity. Sustainable conservation strategies are critical to ensuring that future generations can enjoy these resources. The involvement of local communities is essential for efficient heritage management for tourism. Communities are often guardians of ancestral knowledge as well as traditional knowledge that triggers a direct interest in the conservation and responsible promotion of local resources. Consultation and collaboration with communities develop more inclusive and economically valuable tourism practices.

The management of natural and cultural heritage for tourism must be integrated into sustainable development strategies. Because it involves minimizing the negative impacts of tourism, such as environmental degradation and cultural mischaracterization while maximizing the social and economic benefits for local communities.

The use of technology as "input" for heritage management for tourism. Tools such as mobile applications, virtual reality, and geographic information systems can improve visitors' experience, offering detailed information about places and facilitating the interpretation and understanding of heritage. Education and awareness actions are fundamental to promoting appreciation and appreciation of natural and cultural heritage, involving environmental and cultural interpretation initiatives, in addition to public awareness activities about the importance of conserving and preserving heritage for future generations. The rootedness of the nature of resources and their economic, social significance and corresponds to relations with public policy with a broad and coherent set of political-institutional conditions in this domain that objectively favor cultural tourism. The private sector and local communities form partnerships that can streamline and share resources, knowledge, and best practices, emerging in more integrated and sustainable approaches.

3. Mata Nacional dos Sete Montes (Tomar, Portugal): case study

Located in the center of Tomar (Portugal), with around 39 hectares, the Mata Nacional dos Sete Montes (Figure 1), is also known as Cerca do Convento, of which it was an integral part, being used by the Order of Christ as an area of cultivation and collection.

Figure 1. Mata Nacional Sete Montes (central region of Portugal)
Source: https://tinyurl.com/3k332sez

In this natural and cultural space, gardens of French boxwood and forest coexist with cypresses, centuries-old olive trees, maritime and stone pines, and oak. A miniature temple stands out, a cylindrical tower that due to its shape is known as the "Charolinha". This stone element, made of carved stone, looks like a replica of the lantern towers of the Convent of Christ and was built according to the plan of João de Castilho, the architect in charge of the Renaissance works at the convent. The origin of the Tomar castle is closely linked to the beginnings of the kingdom of Portugal and the presence of the Templars in the Iberian peninsula, then occupied the majority of its territory by the Islamic kingdoms. It was the time of the Crusades and the peninsula, like Palestine, was recognized as a crusading land. In this context, the Templars took part in the formation of the new Christian kingdoms of the Iberian peninsula. The Knights Templar came to Portugal in 1128. In 1159, they received from D. Afonso Henriques, for his participation in the conquests of Santarém and Lisbon (1147), a vast territory located halfway between Coimbra and Santarém, the Termo de Ceras. In this region, they founded the Castle and Town of Tomar. In 1312, following the persecution against the Templars perpetrated by Philip IV, King of France, the Order was extinguished by Pope Clement V. However, D. Diniz managed to maintain the knights and assets of the Templars, under the name of a new order of chivalry, limited to his Kingdom. In 1319, after a few years of negotiations with the Holy See, the Militia of Our Lord Jesus Christ was established. The new knighthood had the same spirit and rule as the extinct Order of the Temple.

3.1. Water Supply and Distribution (from the 17th century)

With the construction of the Pegões Aqueduct (Figure 2), in the 17th century, the Convent of Christ now had completely drinkable water, as it was brought from the springs to the Convent, in a pipeline, all covered with slabs of stone.

Figure 2. Pegões Aqueduct. Tomar (Portugal)
Source: Lopes, 2024

The Aqueduct, and consequently the water brought by it, has its main point of arrival at the Convent the western corner of the south facade of the Main Cloister, upper floor, where the so-called Main Cloister Deposit is located.

But the water that arrived via the Pegões Aqueduct to the Deposit on the upper floor of the Convent's Main Cloister not only supplied the Large Lavatory in the Dormitory Corridor adjacent to it. In addition to feeding the Great Lavatory, the water from the Deposit on the upper floor of the Main Cloister descended vertically, to the lower floor, going, in underground pipes, to feed the Fountain.

In turn, the Main Cloister Fountain, at its base, has two bottom spillways, and subsequent underground stone pipes. A deep spillway, on the south side of the base of the fountain, followed by an underground conduit directed to the south, allows water to be conveyed from Fonte do Claustro to the gardens and vegetable gardens.

Another bottom spillway, and respective conduit, to the north, allows water to be conveyed from the Main Cloister Fountain to the Santa Bárbara Cloister, and from there to the Guesthouse Cloister.

These spillways at the bottom of the Fountain, and respective underground stone pipes, allowed the water to be divided between, on one side, the vegetable gardens and gardens to the south, and on the other, the cistern of the Guesthouse Cloister to the north, thus realizing, in terms of water supply and distribution to convent spaces, the complementarity of the use of Cisterns with the use of water from the Aqueduct.

Therefore, the water from the Fountain of the Main Cloister, which in still existing underground pipes was led to the south terrace over the cryptoporticus, was stored here in a tank, which has since been removed, and from there, through stone gutters, led to the gardens and vegetable gardens.

3.2. Water Circuit of the Mata Nacional dos Sete Montes: Interpretative Trails

3.2.1. Circular Reservoir – Charolinha

The visitor guide (Figure 3), supports the identification and interpretation of existing reservoirs in the Sete Montes National Forest. Also includes the circular water reservoir, called Charolinha (Figure 4). It is a circular tank intended for the monks to refresh themselves and meditate.

Figure 3. Visitor Guide . **Source:** Martins, 2023

Figure 4. Circular reservoir - Charolinha . **Source:** Martins, 2023

Charolinha was built in the 19th century. XVI by João Castilho, from the Renaissance era, is contemporary, responsible for a large part of the interventions in the Convent of Christ. It is a type of cylindrical tower surrounded by a moat covered with water from a natural spring, coming from native water lines led to the reservoir. This circular reservoir with a spherical dome was entirely built in ashlar stone. These are large stones worked according to stereotomy techniques which consist of carrying out a detailed study of the shapes of the stones through the analysis of the cutting and carving possibilities based on the geometry of the piece. The construction of this reservoir was based on masonry, a technique for building structures and walls using units joined together by mortar. It is, therefore, a reservoir that has a circular shape of native water, from the 16th century. Reinforced with double-worked walls. The water runs from a spout to the cistern located a little below the ground. Composed of three circular steps that sit in the reservoir. Lined with solid reddish bricks. Traditional brick is made from clay and is reddish in color due to baking, and can be solid or hollow.

3.2.2. Cadeira D´El Rei Reservoir

The D´el Rei reservoir (Figures 5,6), was built in the 16th century by the architecture of João Castilho in the form of steps that surround a large deposit to store the waters coming from the Pegões aqueduct being poured into the Riba Fria valley used for irrigation on farms. In this deposit, water is distributed to the Convent of Christ.

Figure 5. D´el Rei Reservoir . **Source:** Martins, 2023

Figure 6. D´el Rei Reservoir . **Source:** Martins, 2023

The reservoir was fed by the Pegões aqueduct built in brick and stone masonry, combined with arch technology, and Roman influences (Figure 7). They are, in essence, artificial channels that carry water to lower levels than natural sources, taking advantage of gravity.

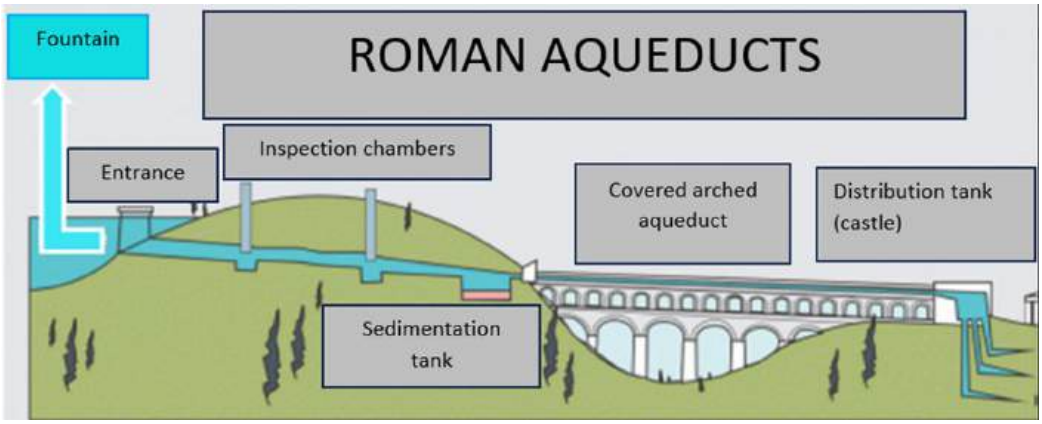


Figure 7. Roman Aqueducts . **Source:** Martins, 2023

The water could not flow at too steep an angle as it would damage the canal over time due to friction. From there the water could flow and branch into another secondary castellum. These branched out again, into masonry canals, supplying water to the convent and reservoirs.

It means that the Cistern has a square shape with a moat measuring 5 meters by 15 meters long and 15 meters wide, built in the Renaissance period. Compound for walls reinforced with ashlar stone using masonry engineering. The walls are covered with mortar, the reservoir represents the King's chair, and it has three square-shaped steps.

3.2.3. Riba Fria Valley Reservoir

The Renaissance reservoir of the friars' gardens, the smallest in the Forest, is located on the top level of the forest. Supplied by the large reservoir through an open-air gutter, its function was to store water to irrigate the valley's vegetable gardens (Figures 8, 9).

It is, therefore, a Cistern with a rectangular shape from the contemporary period, from the 16th century. Characterized by the use of reinforcement on the tank walls.

The double wall holds over 100,000 ml of water. The engineering of this reservoir is characterized by large stones worked using the stonework technique. Masonry is used to fix the stones. The finishes are made with mortar and solid bricks.

Figure 8. Riba Fria Valley Reservoir . **Source:** Martins, 2023

Figure 9. Riba Fria Valley Reservoir . **Source:** Martins, 2023

4. Methodology

The study aimed to reflect on the management of natural and cultural heritage for tourist enjoyment. In a dynamic development of a tourism-heritage product, which contributes to the preservation and promotion of cultural heritage.

In this sense, a questionnaire survey was carried out, and administered online, in June 2024 (n=153). It is divided into two (2) parts: in the first part, a brief explanation of the basis for applying the questionnaire is presented, and, in the second part, the questions are presented where respondents are invited to expose their knowledge that have on the topic. It was applied to students of tourism courses (high school level).

The questions raise reflections on:

i) the management of natural and cultural heritage for tourist enjoyment, with a focus on the Mata Nacional dos Sete Montes de Tomar (Portugal);

ii) the evaluation of the current management of the Mata Nacional dos Sete Montes (Tomar), in terms of preservation of natural and cultural heritage,

iii) the level of evaluation regarding the infrastructure available to visitors (signage, routes, support infrastructure, shelters bath),

iv) the adequacy of the information provided about the history and heritage (cultural and natural) of the Sete Montes National Forest (Tomar),

v) the unforgettable tourist experience(s), and, for Finally,

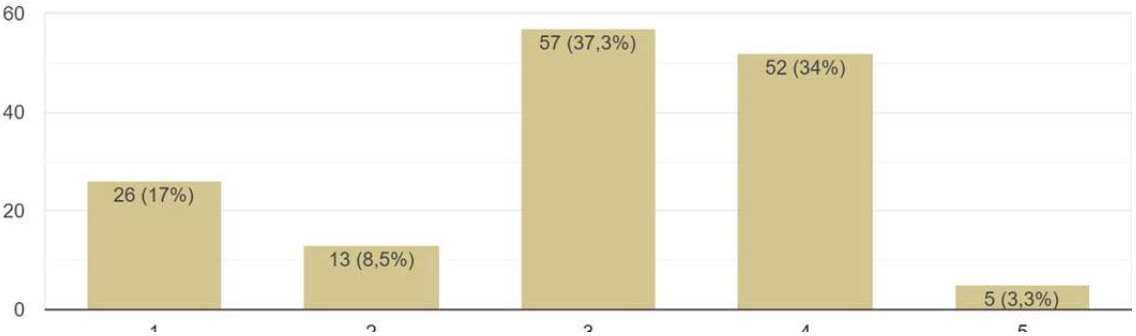
vi) the contribution of tourism to the preservation of the territory's cultural and natural heritage, and to stimulating the local economy.

5. Results

The study reveals in terms of age group and gender, a predominance of ages between 45 and 54 years of age (43.1%), followed by ages between 35 and 44 years of age (17%), and those between those aged 55 and 64 (15%). The gender is female (58.8%), compared to male (41.2%). The municipality of residence (Graph 1) with the highest correspondence of responses is Tomar (62.1%).

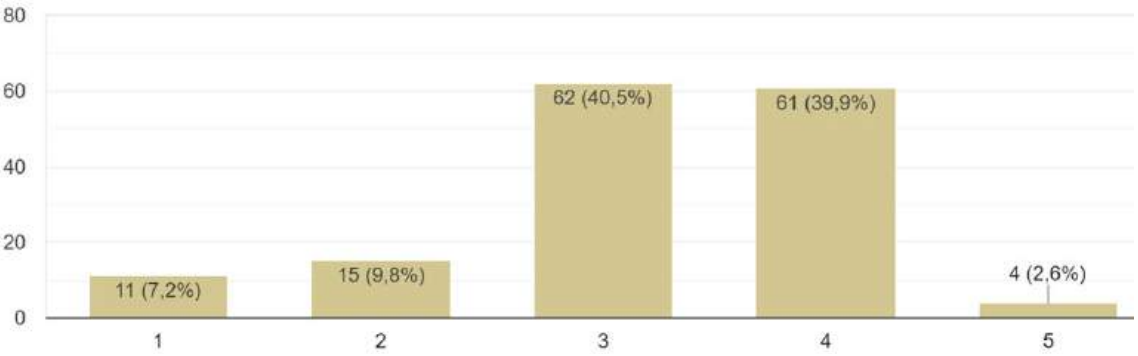
Graph 1. Municipality of residence . **Source:** Authors

Regarding the assessment of the current management of the Sete Montes National Forest (Tomar), in terms of preserving natural and cultural heritage (Graph 2). It appears that 37.3% give it a rating of three (3), followed by a rating of four (4) with 34%. The assessment given is on a scale of 1 to 5, where 1 is: Insufficient, 2 is: Sufficient, 3 is: Good, 4 is: Very Good, and 5 is: Excellent.



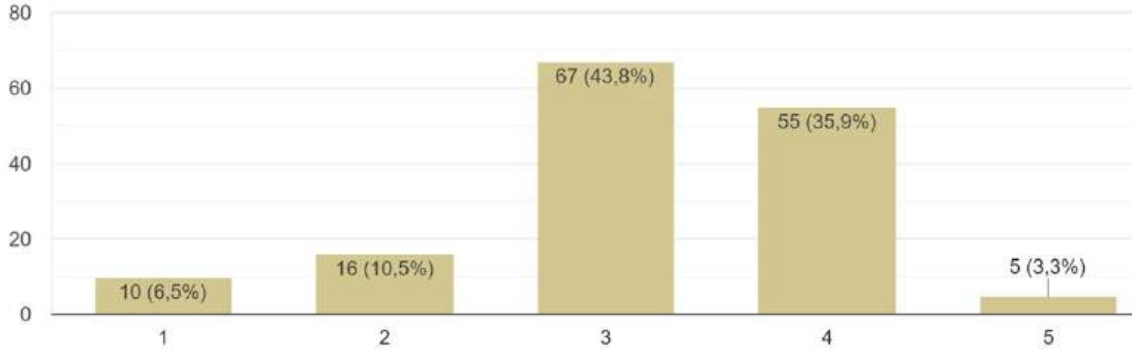
Graph 2. Management assessment of the Sete Montes National Forest . **Source:** Authors

Using the same evaluation scale and, about the level of evaluation regarding the infrastructure available to visitors (signage, routes, support infrastructure, bathrooms), the results (Graph 3) indicate that 40.5% go to a rating on a scale of three (3), 39.9% give it a scale of four (4) and only 2.6% give it a scale of five (5), evaluating it as excellent.



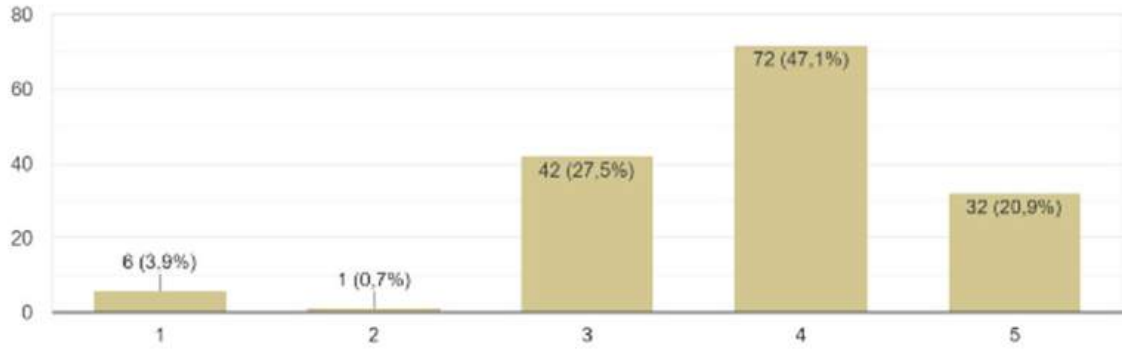
Graph 3. Assessment of infrastructure available to visitors . **Source:** Authors

The study also attempted to understand the assessment given regarding the adequacy of the information provided about the history and heritage (cultural and natural) of the Sete Montes National Forest (Tomar). Graph 4 shows an assessment of three (3) at 43.8% an assessment of four (4) at 35.9%, and also of five (5) at 3.3%. As regards insufficient (1) and sufficient (2) assessments, the first is between 0s 6.5%, and the second, is between 10.5%.

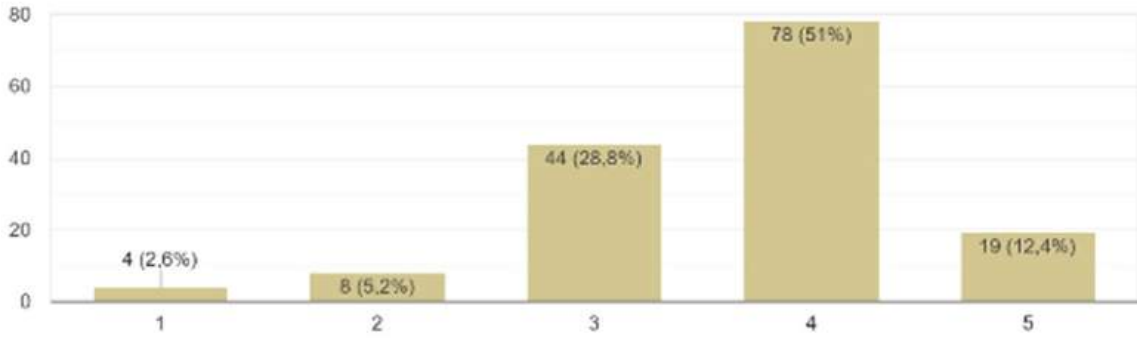


Graph 4. Assessment of infrastructure available to visitors . **Source:** Authors

The results regarding the tourist experience. They indicate to us various contexts, from a sociocultural point of view, that are interesting to delve deeper into. They are related to: a) events (43.1%); b) guided activities (18.3%); c) maintenance of routes and vegetation (17.6%); and, d) cultural activities (15.7%). The study also attempted to verify: 1) whether tourism in the Sete Montes National Forest (Tomar) contributes to the preservation of the territory's cultural and natural heritage (Graph 5); 2) if, it stimulates the local economy (Graph 6).



Graph 5. Contributes to the preservation of the territory's cultural and natural heritage



Graph 6. Stimulates the local economy . **Source:** Authors

Of the respondents to this study, it was observed that 93.5% had already visited the mata Nacional dos Sete Montes (Tomar). With 28.8% more than six (6) times. Also, 28.8% once (1), 24% two (2) times, and, finally, 18.5% more than three (3) times, had visited the Mata Nacional dos Sete Montes. In this study, we sought to understand what most of the respondents appreciated about the Mata Nacional dos Sete Montes. The study reached the following results, in order of assessment (Figure 10).

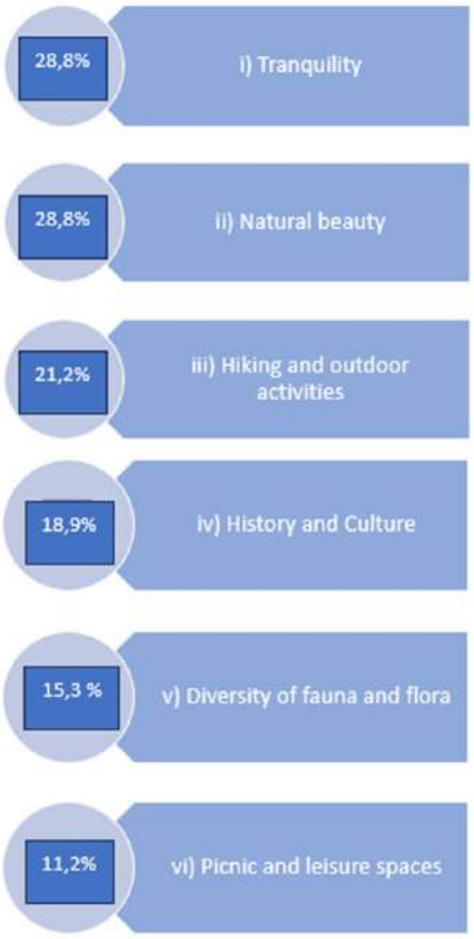


Figure 10. Mata Nacional dos Sete Montes: appreciation/evaluation
Source: Lopes (2024)

The results obtained point to Mata Nacional dos Sete Montes (Tomar, Portugal), as a tourist resource that significantly attracts visitors of different age groups, with females being the most prominent. It appears that there is a greater incidence among the local population of taking advantage of natural and cultural resources.

The current management of the Sete Montes National Forest (Tomar), in terms of preserving natural and cultural heritage, is considered good.

At the same time, its level of evaluation regarding the infrastructure available to visitors (signage, routes, support infrastructure, bathrooms) is rated as good, although there is a percentage slightly lower that rates it as very good. Regarding the information provided about the history and heritage (cultural and natural) of the Mata Nacional dos Sete Montes (Tomar), being adequate, the respondents indicated the evaluation as good.

What most respondents mentioned in terms of what they would consider an unforgettable tourist experience are events as well as guided activities. It is a fact that tourism in the Sete Montes National Forest (Tomar) contributes to the preservation of the territory's cultural and natural heritage, considering the response from those interviewed (47.1%), who responded in agreement.

In this context, it can be said that tourism in the Sete Montes National Forest (Tomar) stimulates the local economy. An interesting fact is that there is a large percentage of interviewees who visited Mata dos Sete Montes more than six times.

The results also certify that this natural and cultural resource returns the hope of innovation to fruition, focusing on local development, and the dynamization of economic viability through the involvement of all agents, such as the support of institutional policy and social integration in the local environment.

Finally, the responses from respondents regarding the appreciation they attribute to the National Forest of the Seven Montes (Tomar) stand out, mentioning that they appreciate the "natural beauty", the "tranquility" and the "walks and outdoor activities".

6. Conclusions

The Mata Nacional dos Sete Montes (Tomar, Portugal) has enormous potential for the development of cultural and natural tourism in a sustainable way. The interpretative route presented in this study: water circuit of the Mata Nacional dos Sete Montes, Pegões Aqueduct; Cadeira d`El Rei Reservoir; Circular water reservoir where Charolinha and the small Vale da Riba Fria Reservoir are integrated, concentrates an experience with cultural, historical and natural value, which reflects the heritage of a community. At the same time, it increases the enjoyment of the historical-cultural heritage, preserving its authenticity.

Integrated management, which involves heritage preservation, community participation, and the use of modern technologies, can create a rich and authentic tourist experience.

The appreciation of natural beauty, tranquility, history and culture, outdoor activities, leisure spaces, and the diversity of fauna and flora, contributes to the creation of a unique tourist destination that benefits both visitors and the community location.

The responsible and sustainable promotion of tourism in the Sete Montes National Forest strengthens the local economy, safeguards cultural identity, and offers tourist experiences that highlight the importance of preserving natural and cultural heritage.

Heritage tourism not only helps preserve and promote cultural and historical assets but also contributes to the economic development of communities, attracting visitors. It promotes a sense of pride and identity among local populations, encouraging the preservation of their heritage.

References

Ashworth, G., Graham, B. & Tunbridge, J. (2007). Pluralising Pasts: Heritage, Identity and Space in Multicultural Societies. London: Pluto Press, Ann Arbor, MI, 247.

Butler, R. (2012). Tourism Geographies or Geographies of Tourism. In J. Wilson (Ed.), The Routledge Handbook of Tourism Geographies. Oxon: Routledge, 26- 34.

Canadian Tourism Commission (2003). Cultural Tourism Economic Impact, Grant Thornton, Langley, «available: www.iabuk.com» (20.12.2023).

Carvalho, P. & Alves, L. (2017). Animação turística, inovação e criatividade no desenvolvimento rural. O caso das Aldeias do Xisto. Em F. Sousa, J. Pereira & M. Lopes (Coords.), Animação Sociocultural: Turismo Rural e Desenvolvimento Comunitário. Chaves: Intervenção, 171 179.

Coghlan, A. & Buckley, R. (2013). Nature-based Tourism. In A. Holden & D. Fennell (Eds.), The Routledge Handbook of Tourism and the Environment, London & NewYork: Routledge, 334-344.

Hall, C. M. & Page, S. (2012). From the Geography of Tourism to Geographies of Tourism. In J. Wilson, J. (Ed.), The Routledge Handbook of Tourism Geographies, Oxon: Routledge, 9-25.

Jamal, T. & Robinson, M. (2009). Introduction: The Evolution and Contemporary Positioning of Tourism as a Focus of Study. In T. Jamal & M. Robinson (Eds.), The SAGE Handbook of Tourism Studies, London: SAGE Publications, 1-16.

Kastenholz, E., Lima, J. & Carvalho, M. (2014). Criatividade Cultural – que oportunidade para destinos rurais? 12 (3), 635-648.

Logan, W., Craith, M. & Kockel, U. (2016). The New Heritage Studies: Origins and Evolution, Problems and Prospects. In W. Logan, M. Craith & U. Kockel (Eds.), A Companion to Heritage Studies, Chichester: John Wiley & Sons. Graham, B., Ashworth, G. & Tunbridge, J. (2000). A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy. Arnold, 1-25.

Lopes, E.; Araújo-Vila, N.; Perinotto, A.R.C.; Cardoso, L. (2022) Tourism and land planning in natural spaces: Bibliometric approach to the structure of scientific concepts. *Land* 11, 1930.

Netto, A. P. & Gaeta, C. (2010). Introdução. In A. P. Netto e C. Gaeta (Orgs.), Turismo de Experiência, São Paulo: Editora Senac, 13-18.

Pickering, C. & Weaver, D. (2003). Nature-based Tourism and Sustainability: Issues and Approaches. In R. Buckley, C. Pickering & D. Weaver (Eds.), Nature-based Tourism. Environment and Land Management, Oxon: Cabi International, 7-10.

Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.

Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourism experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management,* 27 (6), 1209-1223.

Richards, G. & Wilson, J., (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27 (6), 1209-1223.

Richards, G. (2001). Cultural tourists or a culture of tourism? Developments in the European cultural tourism market, in Butchner, J., (ed.) Innovations in cultural tourism, Proceedings of the 5th ATLAS International Conference Innovatory approaches to culture and tourism, 1998, Rethymnon, Crete, Greece.

Smith, M.K., (2003). Issues in Cultural Tourism Studies, Routledge, London. *Tourism Management*, 60.

UNESCO (2006). Creative Cities Network, UNESCO Cultural Sector.

Walmsley, J. (2003). Rural tourism: a case of lifestyle-led opportunities. *Australian Geographer*, 34, 61-72.

CAPÍTULO 2

Experiências Patrimoniais: Cartões Postais como Ferramenta de Educação Patrimonial em Extensão Universitária

Heritage Experiences: Postcards as a Heritage Education Tool in University Extension

MAIA, Stephane · BATISTA, Jefferson

Resumo

Este texto tem como objetivo compartilhar experiências de ensino, pesquisa e extensão universitária no campo do patrimônio cultural em um curso de Arquitetura e Urbanismo de uma Instituição de Ensino Superior (IES) do interior do Estado do Ceará, Brasil. A disciplina voltada para o estudo do patrimônio tem como objetivo estudar os conceitos do patrimônio histórico, artístico e cultural e aplicar metodologias de pesquisa, reconhecimento, levantamento e documentação e formas de intervenção no patrimônio. No entanto, é comum que não sejam apontadas questões transversais e fundamentais a respeito do patrimônio, como a educação patrimonial, o turismo, dentre outros debates emergentes. Com o intuito de apresentar uma nova ótica à disciplina, e em consonância com a Resolução Nº 7 de 18 de Dezembro de 2018, que estabelece diretrizes para a Extensão da Educação Superior Brasileira, a mesma foi pensada de forma a promover esses debates, para além do conhecimento técnico e promoveu uma ação de extensão universitária chamada *Conheça sua cidade!* O projeto desenvolvido entre os meses de fevereiro e junho de 2022 teve como objetivo identificar e produzir dados técnicos e históricos sobre edificações de importância histórica para suas cidades de origem, culminando na produção de cartões postais e distribuição dos mesmos pela cidade. Durante o desenvolvimento do projeto foi possível identificar e expor as condições de abandono e descaso com o patrimônio edificado, situação recorrente em cidades do interior do Estado do Ceará, o que gera preocupação e mobilização popular de grupos em prol da preservação do patrimônio, considerando a importância que as imagens trazem na memória das pessoas. Além disso, a inserção da extensão universitária fez com que os alunos se apropriassem do conteúdo de forma diferente, produzindo conhecimentos de uma maneira diferente do convencional, aplicando teorias e técnicas acerca do patrimônio, no contexto local.

Palavras-chave

Arquitetura e Urbanismo, Cartões Postais, Extensão Universitária, Experiência de Ensino, Educação Patrimonial

Abstract

This text aims to share teaching, research, and university extension experiences in the field of cultural heritage in an Architecture and Urban Planning course at a Higher Education Institution (HEI) in the interior of the State of Ceará, Brazil. The discipline focused on the study of heritage aims to study the concepts of historical, artistic, and cultural heritage and apply research, recognition, survey, and documentation methodologies and forms of intervention in heritage. However, it is common that transversal and fundamental issues regarding heritage are not highlighted, such as heritage education, tourism, and other emerging debates in addition to local issues. To present a new perspective to the discipline, and in line with Resolution nº 7 of December 18, 2018, which establishes guidelines for the Extension of Brazilian Higher Education, it was designed to promote these debates, in addition to technical knowledge and promoted a university extension action called Get to know your city! The project developed between the months of February and June 2022 aimed to identify and produce technical and historical data on buildings of historical importance for their cities of origin, culminating in the production of postcards and their distribution throughout the city. During the development of the project, it was possible to identify and expose the conditions of abandonment and neglect of built heritage, a recurring situation in cities in the interior of the state of Ceará, the concern and popular mobilization of groups in favor of preservation and the importance that the images bring in people's memories. Furthermore, the inclusion of university extension made students appropriate the content differently, producing knowledge in a different way than conventional, applying theories and techniques about cultural heritage in the local context.

Keywords

Architecture and Urbanism, Postcards, University Extension, Teaching Experience, Heritage Education

1. Introdução

No contexto do ensino superior, em específico nos cursos de Arquitetura e Urbanismo, a abordagem do patrimônio cultural desempenha um papel crucial na formação de futuros profissionais, visto que dentro das *Diretrizes Curriculares Nacionais* (DCN) faz parte do Núcleo de Conhecimentos profissionais que devem ser desenvolvidos durante a graduação. Assim, o presente texto busca apresentar uma reflexão sobre as práticas de ensino, pesquisa e extensão universitária no campo do patrimônio cultural, a partir de uma experiência desenvolvida em uma *Instituição de Ensino Superior* (IES) localizada no interior do Estado do Ceará, Brasil (Ministério da Educação, 2012). A disciplina da grade curricular da IES em questão, denominada Técnicas Retrospectivas, se dedica ao estudo do patrimônio histórico, artístico e cultural, e busca não apenas compreender esses conceitos, mas também aplicar metodologias de pesquisa, reconhecimento, levantamento, documentação e intervenção no

patrimônio. Contudo, é comum que aspectos transversais e essenciais, como a educação patrimonial, o turismo, debates emergentes e problemáticas locais, não sejam devidamente abordados seja pelas ementas, seja pela carga horária da disciplina.

Diante dessa lacuna, e em alinhamento com a Resolução Nº 7 de 18 de Dezembro de 2018, que estabelece diretrizes para a Extensão da Educação Superior Brasileira, a disciplina foi estruturada com o objetivo de promover debates mais amplos e interdisciplinares, para além do conhecimento técnico (Ministério da Educação, 2018). Foi implementada portanto uma ação de extensão universitária intitulada *Conheça sua cidade!*, realizada entre fevereiro e junho de 2022. O projeto visou identificar e produzir dados técnicos e históricos sobre edificações de importância histórica para as cidades de origem dos estudantes, culminando na produção e distribuição de cartões postais. Essa iniciativa permitiu não apenas a exposição das condições de abandono do patrimônio edificado, comuns em cidades do interior do Ceará, mas também revelou a mobilização popular em prol da preservação e da importância da memória visual na construção do senso de pertencimento. A extensão universitária, ao inserir os alunos em contextos práticos e locais, proporcionou uma forma de aprendizado diferenciada, onde as teorias e técnicas sobre patrimônio cultural foram aplicadas de maneira contextualizada e engajada.

A ação do projeto de extensão também deu visibilidade às questões locais acerca do patrimônio, fazendo com que alunos e comunidade se engajassem. A ação de extensão também se caracterizou como um forma de protesto, visto que todas as edificações elencadas como objetos de pesquisa estavam em condições de degradação.

2. Considerações sobre o Ensino de Patrimônio Cultural dentro do Curso de Arquitetura e Urbanismo

No Brasil, o curso de Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo atribui ao profissional egresso o direito de elaborar e executar projetos relacionados ao patrimônio cultural (Souza, 2021, p. 123). Atualmente o Ministério da Educação do Brasil (MEC), através das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), instituídas em 1996, define os *"princípios, fundamentos, condições e procedimentos para a formação de arquitetos e urbanistas, os quais devem ser aplicados às políticas institucionais curriculares"* (Conselho Nacional de Educação, 2023, p.5). Portanto, essas orientações gerais devem ser observadas pelas instituições de ensino para a construção de um *Projeto Pedagógico de Curso* (PPC) que seja coerente com essas diretrizes (Faculdade São Francisco do Ceará, 2018).

A última atualização das *Diretrizes Curriculares Nacionais de Arquitetura e Urbanismo* ocorreu em dezembro de 2023, na qual a redação do documento foi realizada pelo *Colegiado Permanente das Entidades Nacionais de Arquitetura e Urbanismo do Conselho Nacional de Arquitetura e Urbanismo* (CEAU-CAU/BR) com a colaboração de representantes da *Associação Brasileira de Ensino de Arquitetura* (ABEA) e da *Associação Brasileira de Arquitetos Paisagistas* (ABAP).

De acordo com as novas diretrizes, que tramitam em homologação, o Artigo 11° ressalta que o curso de Arquitetura e Urbanismo *"deverá estabelecer ações pedagógicas visando ao desenvolvimento de conhecimentos, habilidades, competências e atitudes com responsabilidade técnica, artística, ambiental e social"* (Conselho Nacional de Educação, 2023, p.7), o que engloba diferentes conhecimentos, habilidades e domínio de técnicas e metodologias referentes às áreas do conhecimento que compõem o curso.

Os conteúdos curriculares de Arquitetura e Urbanismo estão organizados em dois núcleos de trabalhos: a) o *Núcleo de Conhecimento de Fundamentação*, abrangendo conhecimentos acerca de artes, história, estudos sociais, informática aplicada, instalações prediais e relações ambiente e comportamento; e b) o *Núcleo de Conhecimentos Profissionais* que engloba conhecimentos sobre teoria e história da arquitetura, urbanismo e paisagem, projetos dos mais diversos tipos, incluindo, ainda, *Técnicas de Restauro e Conservação do Patrimônio Cultural Edificado*, além de temas como acessibilidade, conforto ambiental, gestão de obras, infraestrutura urbana, dentre outros temas (Conselho Nacional de Educação, 2023, p.10).

No que se refere especificamente ao tema do patrimônio cultural, o Conselho Nacional de Educação (2023, p.8), destaca o domínio de metodologias, técnicas e tecnologias para preservar, conservar, restaurar, reabilitar, requalificar e reutilizar patrimônio culturais, incluindo edifícios, paisagens, sítios urbanos e regiões, devendo também considerar as contribuições de povos originários, pessoas escravizadas, imigrantes, assim como da metrópole colonizadora, como aspectos fundamentais no processo de ensino.

Mais adiante, no seu artigo 25, o Conselho Nacional de Educação descreve que os conteúdos devem proporcionar o entendimento dos processos de formação e preservação da memória e dos conhecimentos empíricos e intuitivos sobre o patrimônio cultural, incluindo a metodologias para preservar, conservar, restaurar, reabilitar e reutilizar edifícios, paisagens, sítios urbanos, cidades e regiões (Conselho Nacional de Educação, 2023, p.12).

Assumindo a nomenclatura de disciplina de *Técnicas Retrospectivas* (termo apresentado por Leonardo Benévolo em um Simpósio do Conselho da Europa, na Alemanha em 1980, para tratar da manutenção e reabilitação da paisagem construída (SOUZA, 2021, p. 147), os conhecimentos sobre patrimônio cultural foram incluídos nas grades curriculares pela Portaria Nº 1770/MEC, a partir dos currículos mínimos de Arquitetura e Urbanismo (SOUZA, 2021, p. 147).

Atualmente a nomenclatura pode variar de acordo com o enfoque da disciplina, do curso e do perfil institucional, podendo ser chamada de *Patrimônio Histórico*, *Técnicas de Conservação e Restauro*, *Patrimônio Arquitetônico*, entre outros. Além disso, algumas instituições podem oferecer disciplinas optativas relacionadas à temática do patrimônio cultural.

Para além dos conhecimentos teóricos sobre patrimônio cultural, há que se destacar a importância da extensão universitária nesse campo. Esta faz parte de um processo interdisciplinar em busca de promover a interação da universidade com os setores sociais, e deve estar de forma indissociada do ensino e pesquisa (Política Nacional de Extensão Universitária, 2012 p.28). No âmbito da extensão universitária, houveram mudanças

significativas nos últimos anos. De acordo com a *Resolução do Conselho Nacional de Educação* (CNE) e da *Câmara de Educação Superior* (CES) Nº 07, de 18 de dezembro de 2018, conhecida como "Curricularização da Extensão", as atividades de extensão passaram a fazer parte obrigatória da carga horária integrada aos currículos dos cursos de graduação (Conselho Nacional de Educação, 2018).

Embora não seja uma legislação específica para os cursos de graduação em Arquitetura e Urbanismo, ela impacta diretamente na composição da matriz curricular, uma vez que regulamenta que as atividades de extensão deverão compor no mínimo 10 % (dez por cento) da carga horária total curricular estudantil (Conselho Nacional de Educação, 2018, p.2). A regulamentação abre margem para uma outra discussão, como, por exemplo, se a carga horária das disciplinas de patrimônio, que pode variar de acordo com o PPC de cada curso, é suficiente para o volume de conteúdo e aplicação prática através da extensão. No entanto, reconhece-se a união da teoria com prática, no tangente ao patrimônio cultural, como uma ação fundamental na formação acadêmica dos futuros profissionais arquitetos e urbanistas.

3. O Planejamento do Ensino, Pesquisa e Extensão Aplicado a Realidade do Patrimônio Cultural Local

Após essa breve contextualização acerca do ensino da temática de patrimônio cultural dentro dos cursos de arquitetura e urbanismo, vale ressaltar algumas informações relevantes antes de apresentar a experiência de ensino, pesquisa e extensão objeto do presente escrito.

A IES em que a disciplina foi desenvolvida, está localizada na cidade de Iguatu, localizada na Mesorregião Centro-Sul do Estado do Ceará, em um curso de Arquitetura e Urbanismo relativamente jovem, com cerca de 7 anos atualmente. A disciplina, que tem o nome de *Técnicas Retrospectivas*, ainda não havia sido lecionada, sendo, portanto, a primeira vez que a mesma estava sendo ofertada para os alunos, e, também, a primeira experiência da curricularização da extensão universitária.

De acordo com o *Projeto Pedagógico do Curso* da referida IES, a disciplina com carga horária de 40 horas, divididas entre horas práticas, teóricas e de extensão, tem como objetivo principal proporcionar ao aluno uma compreensão abrangente e aprofundada sobre os aspectos conceituais e práticos relacionados às políticas e técnicas de preservação do patrimônio cultural (Faculdade São Francisco do Ceará, 2018 p.60). Vale destacar que o *Projeto Pedagógico do Curso* da IES em estudo, passou por uma revisão em virtude do reconhecimento do curso de Arquitetura e Urbanismo, sendo utilizada, como parâmetro curricular, a antiga versão deste documento.

De maneira teórica, a disciplina busca discutir os principais conceitos que fundamentam a compreensão e a teoria do patrimônio cultural, além de abordar as problemáticas e contradições que permeiam essa área, considerando os pontos de vista urbanístico, legislativo e social. A mesma também busca estimular a capacidade crítica e analítica dos alunos em relação

às intervenções voltadas para a valorização do patrimônio cultural, com especial atenção à cultura popular local. Ademais, são introduzidas técnicas e métodos de análise e diagnóstico aplicados ao processo de documentação do patrimônio cultural edificado.

Levando esses aspectos em consideração, a disciplina foi estruturada de maneira que apresentasse o conteúdo teórico e também que abordasse a prática de documentação do patrimônio cultural, abordando portanto o seguintes temas de natureza teórica: *Noção de patrimônio*; *Contexto histórico e características*; *Teóricos da conservação e restauro*; *Monumento e patrimônio*; *Dimensão legislativa do Patrimônio cultural*; *Criação do IPHAN*; *Instrumentos de proteção e cartas patrimoniais*; *Dimensão urbana do patrimônio*; *Conflitos em relação ao patrimônio*; *Tipos de patrimônio*; *Relação patrimônio e turismo*; *Educação para o patrimônio*; *Inclusão da educação patrimonial*; Seguido da prática a partir da: *Documentação, levantamento arquitetônico, Levantamento fotográfico, Danos em bens patrimoniais* e *Produção de mapa de dados acerca de edificações de caráter histórico*.

A partir do que foi estipulado na Resolução Nº 07, de 18 de dezembro de 2018, foi definida uma porcentagem de 50% (cinquenta por cento) da carga horária da disciplina para atividades de extensão, contabilizando um total de 20 (vinte) horas.

Aliado aos conteúdos teóricos, os alunos desenvolveram atividades de cunho prático, através do reconhecimento de patrimônios edificados em suas cidades, pesquisa histórica sobre esses bens, proposta de aplicação de legislação em casos reais de descaso com patrimônio local e produção de material técnico e gráfico sobre os mesmos. A pesquisa abrangeu a cidade de Iguatu, no Ceará, localizado na Mesorregião Centro-Sul do Estado, e municípios vizinhos (Acopiara, Baixio, Cariús, Catarina, Cedro, Icó, Iguatu, Ipaumirim, Jucás, Lavras da Mangabeira, Orós, Quixelô, Saboeiro e Umari) (Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará, 2023). A escolha por trabalhar o patrimônio cultural de diferentes cidades vem da necessidade de integrar diferentes realidades, visto que muitos estudantes se deslocam de cidades vizinhas todos os dias para assistir às aulas.

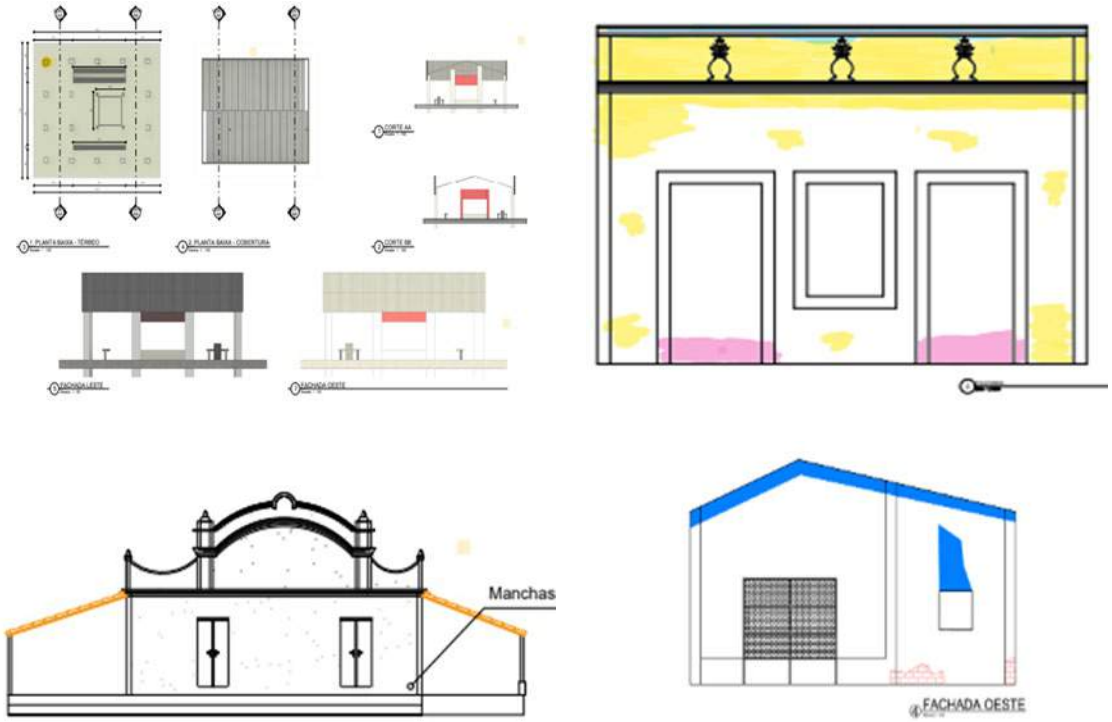
Assim, com o objetivo de promover uma discussão aprofundada sobre o patrimônio histórico e cultural dessas localidades, bem como explorar novas abordagens para a preservação de sua memória, foi proposto para os alunos que se dividissem em grupos e que elencassem edificações de importância histórica para suas cidades, levando os temas para discussão em sala de aula. Após análise conjunta, foram selecionados como objetos de estudo o *Abrigo Metálico de Iguatu*, o *Instituto Cultural e Econômico de Quixelô* (ICEQUI), a *Casa Holanda Montenegro*, localizada no distrito de Alencar, em Iguatú e a *Estação Ferroviária de Iguatu*. As edificações escolhidas, com características e funções bem diferentes entre si, foram escolhidas pela importância que apresentam para os municípios de Iguatu e Quixelô, e também pela situação de descaso que passavam na época da realização da pesquisa (Figuras 1, 2, 3 e 4).

Figuras 1, 2, 3 e 4. Edificações, respectivamente, elencadas como objetos de estudo, a partir das pesquisa feitas pelos dos alunos: *Abrigo Metálico de Iguatu, o Instituto Cultural e Econômico de Quixelô (ICEQUI), a Casa Holanda Montenegro, localizada no distrito de Alencar em Iguatu, e a Estação Ferroviária de Iguatu.*
Fonte: Registros elaborados pelos alunos, exceto o Instituto Cultural e Econômico de Quixelô (ICEQUI), disponível em: https://mapacultural.secult.ce.gov.br/agente/8420/%7B%7Brelation.agent.singleUrl%7D%7D

Com as edificações escolhidas os alunos realizaram um estudo dirigido, a fim de pesquisar, organizar e discutir as informações elencadas sobre os prédios históricos em questão. Após a pesquisa foram realizadas pesquisas de campo para realização de levantamento técnico e fotográfico da edificação e avaliação dos danos. O resultado dessas pesquisas gerou um relatório, em que os alunos apresentaram a história e o estado atual das edificações.

Todas as edificações elencadas pelos estudantes estavam passando por algum processo de degradação. O *Abrigo Metálico*, localizado no centro comercial de Iguatu, é um espaço público que, como o próprio nome sugere, abriga e reúne pequenos vendedores para comercialização de produtos locais, contando com vendedores de alimentos, banca de jornais e bancas de artesanato. O *Instituto Cultural e Econômico de Quixelô* (ICEQUI), o mais conservado até então, foi fundado em 2003 em um antiga edificação de arquitetura com características coloniais, onde desenvolviam-se trabalhos na área cultural, abrigando no mesmo espaço um museu e uma rádio comunitária (Secretaria da Cultura do Estado do Ceará, 2020, s/p). A *Casa Holanda Montenegro*, localizada em um distrito rural de Iguatu, foi considerada importante pelos alunos por suas características arquitetônicas relevantes, levando em consideração a sua

localização, e por pertencer a uma família importante para a região. Em específico, a *Antiga Estação Ferroviária de Iguatu* era a edificação mais degradada. Há muitos anos a mesma está em situação de abandono, já tendo sofrido incêndios e estando com sua estrutura comprometida.



Figuras 5, 6, 7 e 8. Imagens das pesquisas e levantamentos feitos pelos alunos. Respectivamente, *Abrigo Metálico de Iguatu; Instituto Cultural e Econômico de Quixelô (ICEQUI); Casa Holanda Montenegro; e, Estação Ferroviária de Iguatu.*
Fonte: Recortes das pranchas de levantamentos elaboradas pelos alunos, 2022.

Infelizmente há de se ressaltar que as condições dessas edificações não é algo incomum, principalmente no contexto do interior do Estado do Ceará. A mesma situação se repete em várias outras cidades, em que os conselhos municipais de patrimônio cultural não atuam ou, pior, sequer existem.

Importa considerar que, mesmo que estes prédios não tenham uma proteção a nível jurídico, são considerados patrimônio por sua história, relação de identificação com a vida dos moradores e características arquitetônicas relevantes para a história das cidades, o que por si só justifica a necessidade de sua proteção.

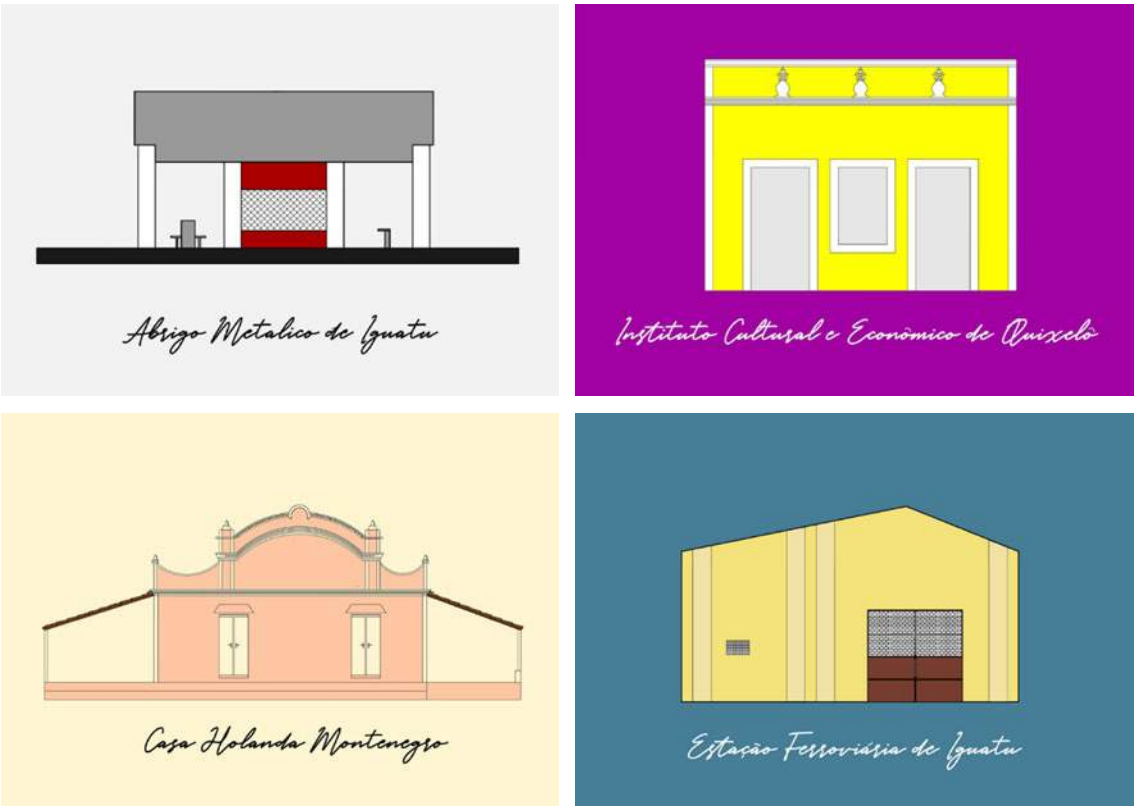
Dessa forma, com o intuito de levar para a comunidade local os resultados obtidos através das pesquisas, foi proposta uma ação de educação patrimonial intitulada *Conheça sua cidade!* Essa proposta foi criada após a conclusão do processo de produção de conhecimento sobre edifícios de interesse histórico na cidade de Iguatu e Quixelô, onde os alunos desenvolveram

um série de cartões postais com as respectivas fachadas das edificações, com o intuito de disseminar o que foi produzido em sala de aula e também como forma de gerar o debate com a comunidade local sobre a importância de edifícios históricos e do conhecimento de suas histórias.

A escolha dos cartões postais como suporte imagético do patrimônio cultural se deu pelo papel que o cartão postal tem de ser amplamente utilizado e de fácil reconhecimento em vários lugares do mundo. Desde o seu surgimento, as imagens das cidades passaram a circular em todo o mundo atraindo a atenção e o desejo das pessoas em conhecer aqueles lugares retratados em papeis com dimensões de 10cm x 15cm (Franco, 2004). Se atrelado ao seu caráter turístico, o cartão postal, funciona, ainda, como um elemento de referência para antes, durante e depois de uma viagem turística, por exemplo (Franco, 2004).

Assim, o uso dos cartões postais, aqui, não foi algo escolhido de forma indiscriminada, mas pensado os mesmos como um suporte à memória de edificações históricas que estavam esquecidas. O nome proposto *Conheça sua cidade!* parte do princípio que por mais que conheçamos nossas cidades, muitas vezes as políticas locais de patrimônio cultural não são tão efetivas e o acervo arquitetônico é abandonado e degradado a ponto de as pessoas não se recordarem mais da importância histórica dos mesmos. Além disso, a entrega dos cartões postais para os moradores contribui para que eles também divulguem o patrimônio edificado local para outras pessoas, funcionando como uma estratégia de incentivo ao turismo local.

Para a elaboração dos cartões postais, os alunos utilizaram o software gratuito e de código aberto *Inkscape*. Nesse processo, os alunos importaram seus levantamentos técnicos para o programa, realizando a vetorização das fachadas. Esse procedimento permitiu simplificar os desenhos, retirando as análises de danos existentes e demais informações técnicas, destacando as formas essenciais e evidenciando as principais características estéticas das edificações (Figs 9, 10, 11 e 12). Nos versos dos cartões postais foi escrito um pequeno texto sobre cada edificação, destacando sua importância e características arquitetônicas relevantes.



Figuras 9, 10, 11 e 12. Arte final dos cartões postais elaborados pelos alunos. Abrigo Metálico de Iguatu, o Instituto Cultural e Econômico de Quixelô (ICEQUI), a Casa Holanda Montenegro, localizada no distrito de Alencar em Iguatu, e a Estação Ferroviária de Iguatu respectivamente.
Fonte: Elaborado pelos alunos, 2022.

Na ação, os alunos fizeram a distribuição de cartões postais na cidade, e puderam conversar com as pessoas sobre a importância material e imaterial das edificações. Após a ação, durante a avaliação da atividade proposta dentro da disciplina, os alunos relataram como as pessoas ficaram curiosas sobre a abordagem: *"Durante a conversa com a população, eles relataram que gostaram muito dos cartões postais e que seria legal que tivessem de outros prédios que também são importantes e acabam sendo esquecidos"* (Depoimento de Aluna, 2022). Também foi destacada, a troca de aprendizado durante as conversas com as pessoas e como as atividades de extensão deixaram o conteúdo teórico abordado mais simples de ser compreendido e aplicado na realidade local.

Figuras 13 e 14. Distribuição dos cartões postais pelos alunos.
Fonte: Registro feito pelos alunos, 2022.

Importa destacar e considerar que os resultados da ação de extensão foram muito positivos. Em primeiro lugar pela possibilidade de desenvolver uma ação de educação patrimonial dentro de uma disciplina de *Técnicas Retrospectivas* do curso de Arquitetura e Urbanismo, fazendo com que os alunos colocassem em prática não só os conhecimentos técnicos, mas, também, ações de cunho social. Por parte dos alunos foi possível identificar que eles estavam mais engajados com as questões relativas ao patrimônio cultural de suas cidades. Por parte da população foi possível perceber que as pessoas ficavam curiosas e até questionadoras sobre que tipo de atitudes poderiam tomar para contribuir com a proteção de edificações históricas de suas cidades.

Por outro lado, até a escrita deste texto, algumas situações de degradação do patrimônio continuam. A *Antiga Estação Ferroviária de Iguatu*, por exemplo, continua abandonada e sem previsão de recuperação e uso. O *Instituto Cultural e Econômico de Quixelô* (ICEQUI) foi gravemente degradado pelo proprietário no mesmo ano da realização da ação de extensão. O acontecimento gerou várias manifestações que incluíram, inclusive, a participação dos alunos da disciplina em prol da proteção da edificação, resultando na publicação do Decreto Nº 23 de agosto de 2022, que declarou a desapropriação do imóvel por interesse público, cultural e social (Prefeitura Municipal De Quixelô, 2022).

4. Considerações Finais

A experiência de ensino sobre o patrimônio cultural dentro dos cursos de Arquitetura e Urbanismo pode ser muito diversificada. A estrutura curricular dos cursos de graduação aglutinam muitos saberes que podem ser convertidos em prol das questões patrimoniais. As atividades de ensino, pesquisa e extensão quando planejadas e executadas de acordo com as necessidade locais podem ser propulsoras de ações de educação patrimonial, em

alinhamento com diversos órgãos, incluindo as instituições de ensino e o Poder Público, já que produzem e disseminam conhecimentos sobre as cidades onde estão inseridas, suas necessidades e suas potencialidades.

Os cartões postais, aqui, desempenharam um papel crucial como suporte imagético de edificações de valor histórico e patrimonial, especialmente no contexto do turismo e da educação patrimonial. Além de capturar e difundir a imagem de monumentos e construções significativas, atuam como ferramentas educativas que ajudam a preservar a memória cultural e a sensibilizar o público para a importância da conservação desses bens.

No que diz respeito ao turismo, os cartões postais servem como lembranças tangíveis que perpetuam a imagem e a relevância histórica dos locais visitados, além de funcionarem como instrumentos de divulgação que despertam o interesse por esses patrimônios.

Referências

Conselho Nacional de Educação. (2023). Parecer CNE/CES nº 952/2023, aprovado em 6 de dezembro de 2023: Revisão da Resolução CNE/CES nº 2, de 17 de junho de 2010, que instituiu as Diretrizes Curriculares do Curso de Graduação em Arquitetura e Urbanismo. Disponível em http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=256931-pces952-23&category_slug=dezembro-2023-pdf&Itemid=30192. Acesso em 3 de agosto de 2024.

Faculdade São Francisco do Ceará (2018). Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Arquitetura e Urbanismo: 2018.

Franco, P. S. (2004). Cartões postais: Patrimônio arquitetônico de Caxias do Sul. Universidade de Caxias do Sul. Disponível em https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/63-cartoes-postais.pdf.

Instituto De Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará. (2023). Regiões de planejamento: Análise e diagnóstico. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE). Disponível em http://www2.ipece.ce.gov.br/atlas/capitulo1/11/pdf/Regioes_Planejamento_2023.pdf. Acesso em 3 de agosto de 2024.

Ministério da Educação (2018). Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018. Diário Oficial da União. Disponível em https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/56099225/do1-2018-12-19-resolucao-n-7-de-18-de-dezembro-de-2018-56099221. Acesso em 5 de agosto de 2024.

Ministério da Educação (2012). Política Nacional de Extensão Universitária. Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em https://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf. Acesso em 3 de agosto de 2024.

Prefeitura Municipal De Quixelô (2022). Decreto nº 23/2022: Declara de utilidade pública para fins de desapropriação por interesse público, cultural e social, imóvel urbano. Disponível em https://maisfm.com/wp-content/uploads/2022/08/dm-23-2022.pdf. Acesso em 8 de agosto de 2024.

Secretaria da Cultura do Estado do Ceará (n.d). Mapa Cultural do Estado do Ceará. Disponível em https://mapacultural.secult.ce.gov.br/agente/8420/ Acesso em 10 de agosto de 2024.

Souza, M. V. (2021). A construção do ensino do patrimônio cultural nas escolas de arquitetura no Brasil: Novas abordagens [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro]. Programa de Pós Graduação em Arquitetura, PROARQ. Plataforma Sucupira. Disponível em https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=11071693.

CAPÍTULO 3

Turismo e Património Ferroviário

Tourism and Railway Heritage

LOPES, Eunice · SOARES, Jakson

Abstract

In Portugal, there is a growing interest in rail mobility or railways, given that urban mobility encourages the rail transport system. Some features are even applied to it, such as the financial case (more economical), cleanliness, less pollution, and less prone to accidents. In this sense, this study's main objective is to understand the contribution of mobility via rail and the cultural, economic, social, and tourist impulse that can be attributed to it. At a methodological level, it was intended to discuss the National Railway Plan (PFN), to analyze the railway network and understand communications of national and international interest in Portugal. The study concludes that rail transport has a high structuring capacity for transport networks with a particular contribution to ecopistas, as they allow for tourist, educational heritage, and environmental awareness routes.

Keywords

Railway heritage, railway tourism, sustainability, ecopistas

Resumo

Em Portugal, existe um interesse crescente pela mobilidade ferroviária ou pelas ferrovias, dado que a própria mobilidade urbana, incita ao próprio sistema de transporte ferroviário. Algumas caraterísticas até lhe são aplicadas, como é o caso financeiro (mais económico), limpeza, menos poluente e menos propensos a acidentes. Neste sentido, este estudo tem como objetivo principal, entender o contributo da mobilidade pela via ferroviária, assim como, o impulso cultural, económico, social e turístico que lhe pode ser atribuído. Ao nível metodológico entendeu-se discorrer sobre o Plano Ferroviário Nacional (PFN), tendo o propósito de não só analisar a rede ferroviária, como também, perceber as comunicações de interesse nacional e internacional em Portugal. O estudo conclui que o transporte ferroviário apresenta elevada capacidade estruturante das redes de transportes com contributo particular nas ecopistas, por permitirem percursos turísticos, educativos e de sensibilização patrimonial e ambiental.

Palavras-chave

Património ferroviário, turismo ferroviário, sustentabilidade, ecopistas

1. Introduction

Rail tourism represents an opportunity to participate in a niche market (Blancheton & Marchi, 2013). It is a sustainable form of travel that consumes less energy and has a lower environmental impact than other forms of transport (Givoni & Banister, 2008). Rail tourism has been enriched by a growing range of experiences, from the pleasures of discovery and comfortable travel to nostalgia and a "taste of history" (Blancheton & Marchi, 2013).

Although rail travel has no longer been considered the main mode of transportation for several decades, there is currently a resurgence and promotion of its use in several countries (Pages, Lombardozzi, & Woolsey, 2013). Some of the most profound changes in rail travel have also occurred in the luxury "transport and tourism" market (Page, 2005; Page & Connell, 2006), largely due to a growing interest in tourism literature on the concept of destination attractiveness.

Many methods for measuring the attractiveness of a destination have been formulated and proposed, to examine the attributes associated with the destination (Mayo & Jarvis, 1981).

The attractiveness of a destination is reinforced by its attributes, as it motivates tourists to temporarily move outside their residential area (Lew, 1987). For example, Decrop (2006) proposes a four-dimensional framework for classifying destination attributes.

The four attributes highlighted are i) people; ii) geography; iii) culture and, iv) vacations. In the first dimension, "people", includes everything that has to do with the local population (e.g. friendliness, habits, language) or other visitors (e.g. number, type). In the second dimension, «geography», refers to the geophysical (e.g., climate, space, nature, location) or also geohuman (e.g., socioeconomic and political situation, housing and living situation) characteristics of the destination.

In the third dimension, "culture" is any attribute related to the set of social, artistic, religious, or intellectual expressions, which define local society.

Finally, the fourth dimension, "holidays", involves attributes linked to the experience of the destination, such as particular attractions, level of comfort, food, tourist infrastructure, cleanliness, security, visits, environment, liveliness, conviviality, and change of scenery.

The first three dimensions are more related to the general characteristics of the destination, while the fourth dimension concerns the benefits of using the destination.

In Portugal, the dimensions of the attractiveness of a given destination in terms of the use of rail mobility are not so evident. However, there is the National Railway Plan (PFN), which is an instrument that defines the railway network, ensuring communications of national and international interest in Portugal.

With this plan, the aim is to provide stability to the planning of the railway network. The starting point is the identification of accessibility, mobility, cohesion, and development needs to which rail transport can provide an adequate response in different territories.

The railway should therefore assert itself as a mode of transport with high capacity and environmental sustainability, becoming the structuring element of transport networks.

The adoption of the National Railway Plan, foreseen in the program of the XXII Constitutional Government (Portugal), aims to ensure adequate coverage of the territory and the connection of the most relevant urban centers, as well as Iberian cross-border connections and integration into the trans-European network. It must also guarantee the integration of the railway modal into the main national and international logistics chains.

With all this, and based on the objectives (Figure 1), of the National Railway Plan (PFN), the aim is to promote a progressive modal transfer of passengers and goods to the railway, making an important contribution to the objectives of decarbonization, environmental protection, economic development and general improvement in people's quality of life.

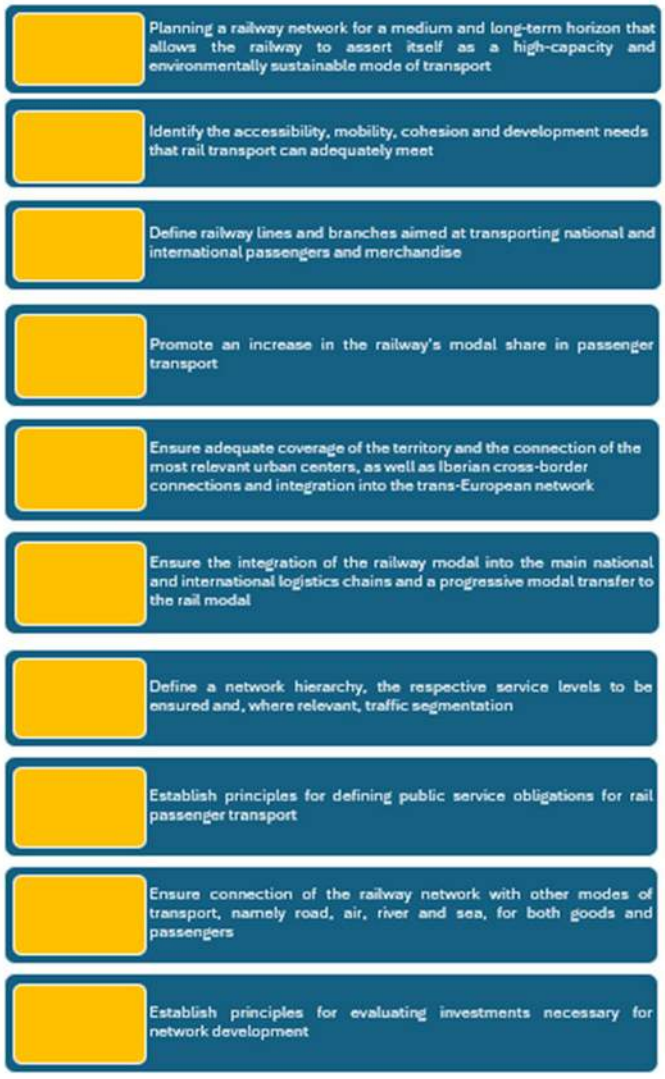


Figure 1. Objectives of the National Railway Plan (PFN)
Source: Lopes (2024). Adapted, National Railway Plan (2023)

In the railway system, infrastructure and services are inseparable at all levels, from the planning level to the technological compatibility level. Defining a plan for the railway network is an interactive process that starts from a certain service standard (Figure 2).

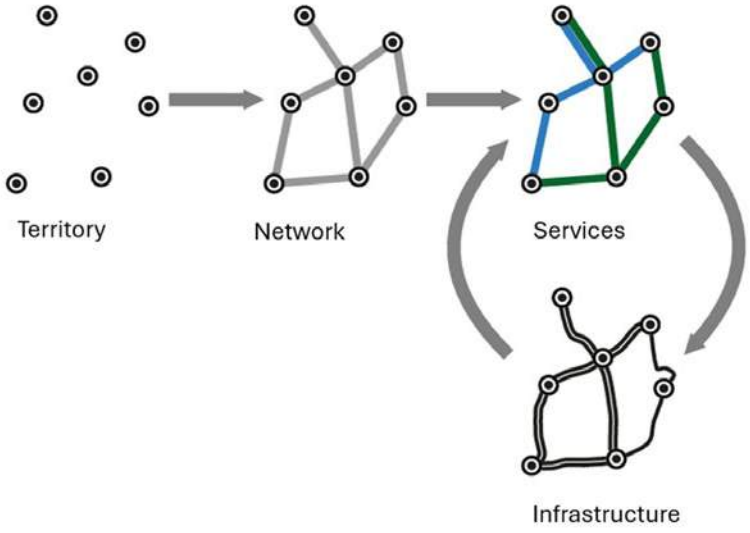


Figure 2. The iterative rail network plan process
Source: Lopes (2024). Adapted, National Railway Plan (2023)

The classification of Trans-European Transport Networks (RTT) already has a hierarchy and segmentation of the network. In the PFN, the network is hierarchized for passengers in terms of coverage of different service categories.

In addition to time, a service objective is established that will determine the level of capacity required. It means that there may be an accounting of benefits between what is the cost-benefit analysis and the economic benefits (Figure 3).

Benefits Accounting	
Cost-benefit analysis	**Economic benefits**
Time-saving	Accessibility improvement
Cost reduction (for the consumer)	Induction of relocation (companies, housing, and public institutions)
Cost reduction (for the operator)	Induction productivity (resulting from accessibility)
Reduction of accidents	Effect on real estate
Emissions reduction	Effect one employment
Noise reduction	

Figure 3. Benefit accounting (cost-benefit and economic-benefit analysis)
Source: Lopes (2024). Adapted the Wider Economic Benefits (OECD, 2016)

In this process, rail network planning based on its characteristics can be distinguished through three main categories of rail passenger services (Figure 4).

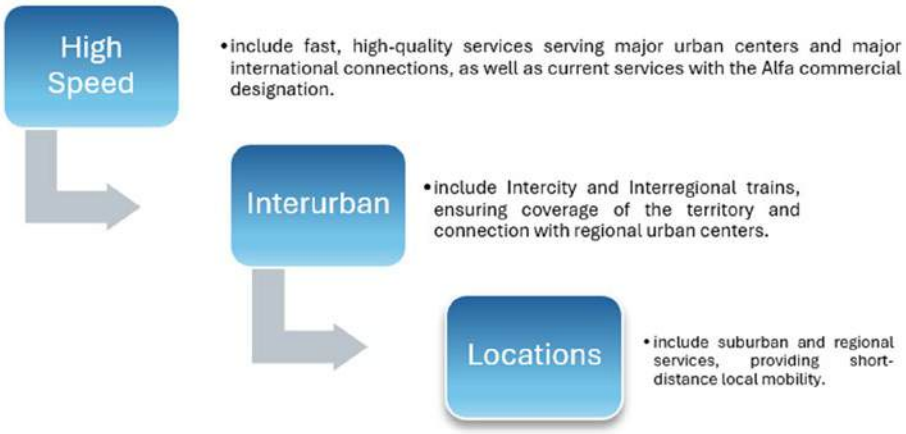


Figure 4. Categories of passenger rail services
Source: Lopes (2024). Adapted, National Railway Plan (2023)

The main implications for achieving economic and environmental sustainability with great railway tourism potential are discussed and listed along with the respective urgency of each issue. Firstly, railways can be seen as a source of heritage tourism goods and experiences due to their long history.

Railways can provide information about historical changes in the territories they traverse and offer a built heritage of stations and other structures that can have a variety of uses if they become obsolete. For abandoned or closed railway stations of historical, cultural, and architectural value, railway operators could work closely with local industry professionals, serving as tourist attractions along railway routes or during train journeys.

The Revive Natureza Fund (Decree-Law nº 161/2019, of October 25) was created in Portugal. It aims to requalify and valorize vacant public properties and make the conservation, recovery, and safeguarding of the values in question compatible with new uses that benefit local communities, attract new visitors, and retain new residents.

In this sense, eight railway stations that were deactivated in Alentejo, (Portugal), six of them in the Beja district and two in Évora, benefited from the Revive Natureza Fund for requalification for tourism purposes. This type of (re)development is considered to revitalize the regional economy, bringing railway stations into public life and further contributing to the development of the surrounding areas.

2. Tourism, Heritage and Railway Culture: Lines with Potential Infrastructure for Railway Tourism

The existence of specialized tourist services is quite limited, limited to a small number of circulations of the historic Douro and Vouga trains (Portugal). As lines with high tourist potential in Portugal, six (6) lines stand out (Figure 5).

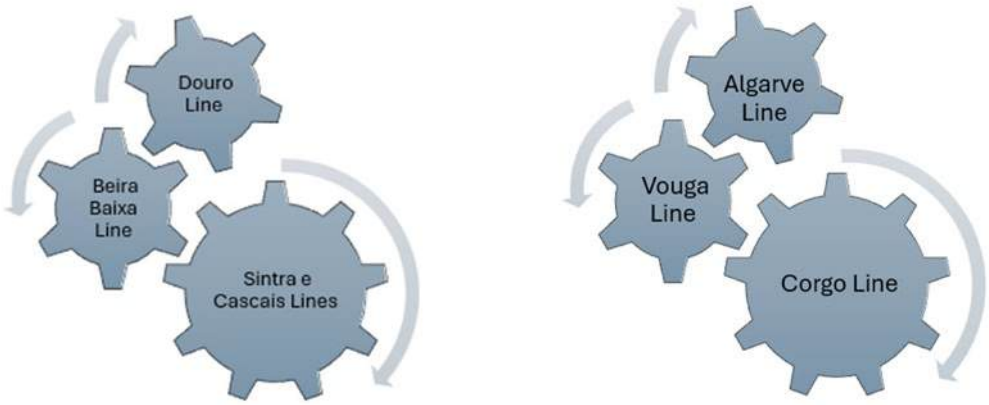


Figure 5. Lines with high tourist potential in Portugal
Source: Lopes (2024). Adapted, www.infraestruturasdeportugal.pt

The **Douro Line,** between Porto and Pocinho, with an extension to Barca d'Alva foreseen in the National Railway Plan, runs through a unique landscape along the Douro River and connects three locations classified as World Heritage Sites: the city of Porto, the Alto Douro Wine Region, and the Côa Valley.

The **Beira Baixa Line**, another route along a river, in this case, the Tagus River, can be done from Lisbon to Vila Velha de Ródão with stunning landscapes and the National Railway Museum in Entroncamento included on the route.

The **Sintra and Cascais Lines** connect Lisbon to two places with high beach and heritage tourist demand within the Metropolitan Area itself, having, in the case of the Cascais Line, a high landscape interest.

The **Algarve Line** fulfills the function of accessibility in the region with the most tourist activity in the country. The **Vouga Line**, the only narrow-gauge line, makes it possible to enhance travel using historic rolling stock and stands out for its pedagogy and promotion of railway culture.

Finally, the **Corgo Line,** reconsidering its reopening, planned in the future, would become a unique attraction in Europe due to the landscape along the Corgo River valley and would be an excellent complement to the offer of the Douro Line itself.

It is understood that the tourist offer does not, by itself, support the operation of a railway line, nor does a tourist line alone support the development of tourism in a region. In this sense, the lines with potential for the development of rail tourism have been identified (Figure 6).

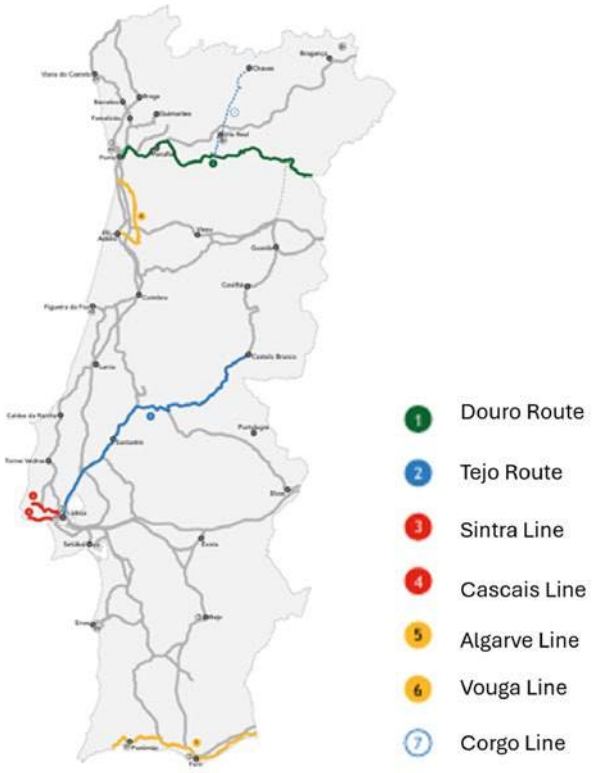


Figure 6. Lines identified with potential for the development of rail tourism
Source: National Railway Plan (2023)

It is essential to offer products that integrate several components, including the trip itself, accommodation, culture and heritage, gastronomy, and nature. Such a combination is possible for creating products that are suitable for various market segments.

3. Tourist Routes on Deactivated Railway Channels: the Case of Ecopistas

Ecopistas are autonomous communication routes, reserved for non-motorized travel and that allow tourist, sporting, educational, and environmental awareness routes, for walking, cycling, wheelchairs, rollerblading, and other means of gentle mobility.

Socially inclusive and ecologically sustainable, ecopistas are designed within an integrated development framework, which values the environment and quality of life, and meets sufficient conditions of width, slope, and quality of paving, to guarantee coexistence use. and safety for all users, regardless of their age and physical condition (business.turismodeportugal.pt)

The use of deactivated paths, canals, and railways constitutes privileged support for the development of ecopistas (Lille Declaration, for a European Green Network, 12 September 2000).

The creation of ecopistas along deactivated railway channels is an excellent way of preserving the railway channel, not compromising the possibility of using it again for a transport system, while at the same time creating a new type of tourist offer.

A significant part of the deactivated railway sections is currently converted into ecopistas. At a time when the construction of intercity cycle paths begins across the country (Portugal), driven by the National Strategy for Active Cycling Mobility, ecopistas can play a relevant role in the creation of this network, adding to their role primarily as tourism and leisure, to a new function as an axis of high-quality active mobility, as is the case of the ecopistas already existing in the Centro region, Portugal (Figure 7).

Ecopista do Vale do Vouga: Percurso de Águeda	Centro
Ecopista do Vale do Vouga: Percurso de Sever do Vouga	Centro
Ecopista do Vale do Vouga: Percurso de Oliveira de Frades	Centro
Ecopista do Vale do Vouga: Percurso de Vouzela	Centro
Ecopista do Vale do Vouga: Percurso de São Pedro do Sul	Centro
Ecopista do Vale do Vouga: Percurso de Viseu	Centro
Ecopista do Dão: Percurso de Viseu	Centro
Ecopista do Dão: Percurso de Tondela	Centro
Ecopista do Dão: Percurso de Santa Comba Dão	Centro
Ecopista do Ramal do Lena: Percurso de Porto de Mós	Centro

Figure 7. Ecopistas (existing in the Central region of Portugal)
Fonte: www.ciclovia.pt

The development of abandoned lines transformed regions into cultural and tourist attractions through railway stations (Bhati, Pryce, Chaiechi, 2014). The existence of old railway stations along the old lines converted into ecopistas could help to create support services, such as restaurants, accommodation, or other equipment, while also recovering and preserving this railway heritage.

The National Ecopista Plan (PNE) was created in 2001 with a view to the requalification and reuse of lines and canals without railway operation.

The reuse of railway lines allows many cities the opportunity to create good quality mobility routes for people and non-motorized vehicles.

Most cities will have fragments of suitable paths that already exist, and the big problem expected is to do so according to a useful and continuous route, which can encourage people to use them (Sustrans, 2009). Disused railways are particularly suitable for this purpose due to their gentle or non-existent slopes and, equally, their uneven bridges or tunnels, prone to safe crossings and free from conflict with motor vehicles.

There is a vast railway heritage that contains stories and ethnographies dedicated to the experiences of the regions. Infrastructure such as industrial buildings, factories, and quarries to operate machines such as tracks, carriages, engines, stations, and associated engineering facilities and maintenance warehouses (Duarte, et. al, 2024). This dynamic of the entire integrated management process of railway mobility and ecopistas can generate attractiveness and territorial development.

However, although any railway path by itself satisfactorily forms a good route, additional connections and even infrastructure are needed to assist users.

4. Final Considerations

Some reflections can be presented through this study, as final considerations. Remember that the objective of this study was based, fundamentally, on the National Railway Plan (PFN), with the purpose of not only analyzing the railway network but also understanding communications of national and international interest in Portugal.

In this sense, one of the considerations points to the fact that railway mobility is fundamental in the connection between transport in a more rural context and urban environments. However, the rise of the tourism industry has increased the popularity of routes used for recreation. Rail travel can be experienced as an enhancement to travel.

Another final consideration is related to the unique characteristics that refer to different scenarios of railway tourism, which can make the tourist route from the railway station a pleasant and "authentic" experience for tourists. This will impact the experience and generate tourists' intention to (re)visit and experience new services and new heritage resources.

The fact is that there are attributes in destinations that seem to be related to factors such as landscape, railway heritage, social interaction, gastronomic and wine experiences, and also cultural or heritage appreciation. It means that interactions with the local community are still important elements of the tourist experience for tourists, especially for those who choose mobility/rail travel. Some characteristics highlighted for railway mobility are financial issues (it becomes more economical), cleanliness, less pollution and less prone to accidents.

Another final consideration, which this study allowed to advance, is that to satisfy the experience of rail tourism, the experience that is sought must be considered and at the same time reconciled with the "exchange of benefits" for the community. The example presented regarding the Revive Natureza Fund (Portugal), for the requalification of railway stations (deactivated and abandoned), for tourism purposes, is considered an element of satisfaction between entrepreneurs and the local community.

The study also highlights that rail transport has a high structuring capacity for transport networks, with a particular contribution to ecopistas, as they allow for tourist, educational heritage, and environmental awareness-raising routes.

Finally, tourists' expectations of railway travel are the demand for more information about railway heritage and the quality of services offered, as this will affect their level of tourist and cultural experiences.

In this sense, this study allowed a careful analysis of the National Railway Plan (PFN) and, an understanding of the contribution of mobility by rail, as well as the cultural, economic, social, and tourist impulse that can be attributed to it.

References

Bhati, A.; Pryce, J. & Chaiechi, T. (2014). Industrial railway heritage trains: The evolution of a heritage tourism genre and its attributes. *Journal of Heritage Tourism* 9 (2), 114-133.

Blancheton, B., & Marchi, -J.-J. (2013). The three systems of rail tourism: French case. Tourism Management Perspectives,5 (2), 31–40. doi:10.1016/j.tmp.2012.09.008

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21 (1), 97–116.

Ciclovias, Ecopistas, Ecovias e os Percursos Cicloturísticos de Portugal . Available «www.ciclovia.pt».

Decrop, A. (2006). Vacation decision-making. Oxfordshire: CABI. Publishing, Wallingford, UK. *Tourism Management*, 28 (2):632-633.

Duarte, E., Lopes, E. R., Simões, J., Soares, J., & Constantino Figueira, M. (2024). Tourism on the ecopistas as a factor in the preservation of railway cultural heritage. *Journal of Tourism and Heritage Research*, *7* (2), 106-114.

Givoni, M., & Banister, D. (2008). Reinventing the wheel: Planning the rail network to meet mobility needs of the 21st century. Oxford: School of Geography and the Environment. Available «http://www.tsu.ox.ac.uk/ pubs/1036-givoni-banister.pdf».

Infraestruturas de Portugal. Available « www.infraestruturasdeportugal.pt».

Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*,14 (4), 553–575.

Mayo, E. J., & Jarvis, L. P. (1981). The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling of travel service. Publishing Company. Boston, MA: CBI. Universidade de Indiana. 291.

Page, S. J. (2005). Transport and tourism (2nd ed.). England: Pearson Education. *Journal of Transport Geography,* 14 (2), 162–163.

Page, S. J., & Connell, J. (2006). Tourism: A modern synthesis (2nd ed.). London: Thomson Learning. Tourism Management, 28 (4), 1162-1163.

Pages, E. R., Lombardozzi, B., & Woolsey, L. (2013). The emer-ging U.S. rail industry: opportunities to support American manufacturing and spur regional development. Gaithersburg, MD: National Institute of Standards and Technology. Available «http://www.nist.gov/mep/ upload/Rail-Report.pdf».

Plano Nacional Ferroviário (PNF). Available «Plano Nacional Ferroviário – Plano Nacional Ferroviário (pfn.gov.pt)».

Portal do Turismo de Portugal. Available «business.turismodeportugal.pt».

Sustrans. (2009). The Connect2 Greenways Guide - Different Types of Greenways. Bristol, UK. Available «http://www.sustrans.org.uk/sites/default/files/images/files/migrated pdfs/guidelines%206.pdf»

Venables, A. J. (2016). Incorporating Wider Economic Impacts within Cost-Benefit Appraisal. Discussion Paper 2016. Wider Economic Benefits. ITF – International Transport Forum, OECD. Available «incorporating-wider-economic-impacts-cba.pdf (itf-oecd.org)».

CAPÍTULO 4

A Refuncionalização do Complexo Industrial Rendas ARP: um estudo preliminar sobre patrimônio e turismo em Nova Friburgo – RJ, Brasil

The refunctionalization of the renders ARP industrial complex: a preliminary study on heritage and tourism in Nova Friburgo – RJ, Brazil

LEITE, Thiago

Resumo

O presente artigo propõe um estudo preliminar sobre o Espaço ARP, que anteriormente era um complexo fabril e que hoje em dia foi refuncionalizado e tornando-se uma empresa do ramo imobiliário atuante como centro comercial na cidade de Nova Friburgo, Estado do Rio de Janeiro, Brasil. O objeto de investigação é o atual Espaço Arp, anteriormente conhecido como Fábrica de Rendas Arp, a qual desempenhou um papel significativo no desenvolvimento econômico da cidade desde sua fundação em 1911 até a primeira década dos anos 2000. Desde a sua fundação, ao longo dos seus 113 anos de existência, passando por momentos de glória e com grandes acontecimentos ao longo do tempo, após o ano de 2011 a Fábrica de Rendas Arp se manteve praticamente inativa encerrando suas atividades fabris e retomando sua atuação em um novo ramo, se torna então uma empresa do setor imobiliário. O foco da investigação recai sobre a refuncionalização deste lugar nos dias atuais e busca entender como se percebe a atuação deste empreendimento no que se refere às ações para a valorização de seu histórico patrimonial e da atividade turística no local. A metodologia utilizada se baseia em um estudo de caso através de uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, assim como a participação do pesquisador em um 'tour histórico' promovido pelo Espaço Arp, e também com uma breve conversa com pessoas da equipe de gestão da mesma empresa. O resultado esperado da pesquisa visa compreender a relação entre o passado e o presente do Espaço Arp, mostrando os meios de se ter acesso a cultura e história deste patrimônio histórico da cidade de Nova Friburgo e as possibilidades dentro do turismo que ressaltam a sua relevância histórica e cultural.

Palavras-chave

Refuncionalização, Fábrica, Espaço ARP, Património, Turismo

Abstract

This article proposes a preliminary study on Espaço ARP, which was previously a factory complex and which has now been refunctionalized and has become a real estate company operating as a shopping center in the city of Nova Friburgo, State of Rio de Janeiro, Brazil. The object of investigation is the current Espaço Arp, previously known as Fábrica de Rendas Arp, which played a significant role in the economic development of the city from its foundation in

1911 until the first decade of the 2000s. its 113 years of existence, going through moments of glory and with great events over time, 2011 Fábrica de Rendas Arp remained practically inactive, closing its manufacturing activities and resuming its operations in a new branch, it then became a company in the real estate sector. The focus of the investigation is on the refunctionalization of this place today and seeks to understand how the performance of this enterprise is perceived in terms of actions to enhance its heritage history and tourist activity in the place. The methodology used is based on a case study through bibliographical research on the topic, as well as the researcher's participation in a 'historical tour' promoted by Espaço Arp, and also with a brief conversation with people from the same management team. enterprise. The expected result of the research aims to understand the relationship between the past and present of Espaço Arp, showing the means of accessing the culture and history of this historical heritage of the city of Nova Friburgo and the possibilities within tourism that highlights its historical relevance and cultural.

Keywords

Refunctionalization, Factory, ARP Space, Heritage, Tourism

1. Introdução

O objetivo geral deste breve artigo é estudar e apresentar a trajetória do Espaço Arp como patrimônio material da cidade de Nova Friburgo. Este grande recinto fabril fundado em 1911, atua nos dias de hoje como um complexo imobiliário que reúne diversas empresas de múltiplos setores em um único ambiente circundado de história, cultura, gastronomia, atividades de lazer, lojas de bens físicos e serviços. Mas para se tornar o que se é hoje o Espaço Arp passou por diversas transformações, estas que caminharam junto com o desenvolvimento da própria cidade.

O município de Nova Friburgo está localizado na região serrana do estado do Rio de Janeiro, Brasil. Neste trabalho teremos esta cidade como recorte territorial e o objeto desta pesquisa é o atual Espaço Arp. Como forma de contextualizar o trabalho, seguiremos com um breve histórico da cidade que mostrará o seu desenvolvimento ao longo dos anos.

Nova Friburgo teve os primeiros passos do planejamento de sua colonização em 1818, o município, anteriormente conhecido como "Fazenda do Morro Queimado", foi a única cidade do Brasil criada por Decreto Real. O plano inicial era trazer colonos suíços em uma proposta de povoamento e avanço da economia agrícola na região (Jaccoud, 2006). Entretanto, as possibilidades para continuação desta política de desenvolvimento do município por meio da colonização suíça aconteceram em duas levas, sendo a primeira com 100 famílias que chegaram em 1820.

Ao longo do tempo e, no contexto de Brasil Colônia, houve uma iniciativa que visava promover o "branqueamento da sociedade brasileira" por parte da coroa real portuguesa (séc. XIX).

Em Nova Friburgo este passo se deu através da introdução de outras nacionalidades na sociedade friburguense (japoneses, húngaros, austríacos, italianos, espanhóis, libaneses alemães - em 1824, dentre outras nacionalidades).

Nesta toada de modernização e crescimento em Nova Friburgo e também com a instauração da energia elétrica na cidade, os investidores enxergaram oportunidades na criação de fábricas que impulsionaram a economia do município. Novos caminhos para prosperidade da economia local foram criados, sendo estes, investimentos nos setores industriais, de serviço, de comercio, de transportes além da produção agrícola já existente (Araújo, 1992).

Atualmente, Nova Friburgo, assim como outras cidades da região serrana, é interpretada como potencial lugar de refúgio. A capital do estado (Rio de Janeiro) se encontra razoavelmente próxima, a uma distância de aproximadamente 136 Km. A viagem de carro leva cerca de duas horas e meia ao longo da estrada cercada de montanhas, floresta e com paisagens incríveis.

Esta proximidade com a capital a torna um destino turístico procurado especialmente nos finais de semana, feriados e períodos de férias. Uma vez que esta cidade conserva seu clima ameno em meio às montanhas e florestas, a mesma possui características relacionadas a uma melhor qualidade de vida, tanto como via de lazer/escapismo e fuga de cotidiano violento/agitado se tornando também uma opção de escolha para residência das pessoas que desejam mudanças de hábitos cotidianos.

2. Objetivo e Metodologia

Esta seção descreve o objetivo e a metodologia utilizada neste estudo que se baseia em compreender a refuncionalização do complexo fabril Rendas Arp, juntamente com o entendimento de quais são as ações existentes para a valorização histórico-patrimonial do local e como acontece a atividade turística neste recinto.

O objetivo desta pesquisa é obter informações através de um estudo inicial do Espaço Arp, coletando dados e unindo percepções para ações de valorização deste patrimônio histórico e cultural em um contexto turístico na cidade de Nova Friburgo.

Este trabalho foi realizado através de um estudo exploratório que se insere nas linhas de investigação da interpretação turística do patrimônio e na elaboração de produtos turísticos patrimoniais.

Para realizar este estudo, optou-se por seguir uma metodologia mista, composta de revisão bibliográfica e participação do autor como expectador em um "Tour histórico" guiado por uma pessoa guia de turismo da cidade de Nova Friburgo. Este Tour é promovido pelo Espaço Arp, e acontece todo primeiro sábado do mês, é aberto ao público geral de forma gratuita. Este tour histórico costuma atrair turistas e os próprios friburguenses que há muitos e muitos anos escutam histórias e curiosidades sobre a Fábrica de Rendas Arp.

Houve também uma breve conversa previamente agendada por e-mail, com duas pessoas que trabalham no Espaço Arp, Letícia e Ludymila. Para este encontro, seguiu-se direcionamento através de questionário usado para pautar a conversa, este continha perguntas relacionadas a história do lugar, a sua refuncionalização e ações turísticas e culturais. Nesta primeira entrevista não foi possível ter a presença de uma pessoa da família Arp para uma conversa mais voltada aos fatos históricos da fábrica, os pontos conversados com Letícia e Ludymila reforçaram a ideia de manutenção da cultura e sustentabilidade, sendo dois pilares que o Espaço Arp mantém desde a época como fábrica até os dias de hoje.

Dentro da pesquisa bibliográfica, buscou-se informações sobre a história do Município de Nova Friburgo e da Fábrica de Rendas Arp em artigos, livros e vídeo-documentários feitos pela historiadora Janaína Botelho junto a TV ZOOM para maior compreensão histórica, todos constam na bibliografia deste trabalho.

3. Da Fábrica de Rendas ARP ao Espaço ARP

Criada em 1911, mais especificamente no mês de junho, a Fábrica de Rendas Arp inaugurou oficialmente seu funcionamento na cidade de Nova Friburgo após a chegada da luz elétrica no município.

Durante o tour histórico do Espaço Arp, a pessoa guia de turismo contou que: através da iniciativa do empreendedor Peter Julius Ferdinand Arp em viabilizar uma pequena central hidrelétrica, e também com a pressão popular que lutou a favor deste benefício contra um *"lobby"* de fornecimento de iluminação em lampiões não elétricos da cidade, conseguiu-se finalmente com que o município possibilitasse a vinda de indústrias para a cidade.

A instauração desta fábrica na cidade está ligada historicamente com o processo de desenvolvimento da população friburguense e com a economia da cidade, visto que os principais empreenderes eram de origem alemã, e com maquinário importado da Alemanha, a capacidade elétrica da cidade está condicionada à voltagem de 220 watts, sendo atualmente a única no estado do Rio de janeiro que mantem esta característica.

Nesta mesma época, com o surgimento de outras indústrias, o comércio fora fomentado através da possibilidade de poder de compra por meio dos empregos criados. A demanda do mercado de trabalho estava mudando. Cada vez mais pessoas habitavam o centro do município para facilitar a proximidade com os locais de trabalho visto que a cidade de Nova Friburgo anteriormente tinha sua economia pautada na agricultura e criação de animais (Jaccoud, 2006).

O crescimento da Fábrica de Rendas Arp era perceptível ao longo do tempo e isto também sem refletia nas mudanças infra estruturais e na aquisição de maquinários assim como na quantidade de mão de obra e empregos existentes ao longo dos anos, estes que vinham em uma toada crescente: sendo cerca de 900 funcionários no ano de 1935; mais de 1270 funcionários em 1942; e na década de 1980 cerca de 1300 funcionários no auge da produção da fábrica (entrevista de Janaína Botelho, 2023).

Um detalhe curioso é que neste mesmo momento a fábrica era capaz de exportar sua produção para países como os Estados Unidos, Alemanha, Suíça, Holanda, França, Bélgica, Canadá e também para países do continente Africano.

A gestão da fábrica de certo modo mantinha suas raízes familiares ao longo dos anos passando a administração de geração em geração, e sempre buscando trazer ajustes para seu melhor funcionamento. Essas novidades vinham tanto nos maquinários quanto na gestão, esta que realizava estudos de mercado trazendo tendências do exterior, comprando e adequando novos aparelhos. Também havia preocupação com o bem-estar de seus funcionários, que para a época significava inovação.

A Fábrica de Rendas ARP é considerada pioneira na atenção aos direitos dos trabalhadores, possibilitando aos funcionários uma série de benefícios que variavam desde serviços médicos e odontológicos, creche e colégio para os filhos dos trabalhadores da fábrica, residências de baixo custo que formavam uma vila operária familiar e programa de treinamento que chegou a encaminhar representantes a certo tipo de intercâmbio na Suíça para que este vivenciasse o funcionamento de novas tecnologias fabris.

Para o melhor funcionamento da fábrica junto aos funcionários, havia também um refeitório que servia alimentação para os três turnos de trabalho, esta providência fez com que o Ministério do Trabalho concedesse um diploma de honra a fábrica por garantir alimentação aos trabalhadores em 1934, neste mesmo ano criou-se o "Recreio Musical dos Operários" com opções culturais aos funcionários e comunidade.

No passado também haviam ações de integração da comunidade operária e sociedade em uma espécie de Olimpíadas de Jogos Fabris, uma competição entra as principais indústrias de Nova Friburgo onde os integrantes das equipes eram os próprios funcionários e competiam em modalidades como futebol, cabo de guerra, corrida, campeonato de malha, entre outros.

Com o passar dos anos, com avanços tecnológicos e mudanças sociais tanto no mundo como também no Brasil e especificamente no município de Nova Friburgo, algumas funcionalidades da Fábrica deixaram de existir, o colégio para filhos de funcionários não se fez mais necessário com o surgimento de novas escolas em bairros distintos da cidade, os turnos de trabalho foram alterados devido às questões de demanda e leis trabalhistas, dentre outros aspectos mudanças foram necessárias no funcionamento da Fábrica de Rendas Arp.

Em anos mais recentes, aproximadamente na primeira década dos anos 2000, a gestão da Fábrica Arp, manteve a busca por investimentos de ponta dando continuação na produção de bordados sendo fornecedora de fios e bordados (matéria prima) para de várias marcas. Houve a abertura da Loja da Fábrica como forma de investimento e sustentação do negócio, havia uma busca constante em atualização sobre o mercado da moda, onde promoviam-se viagens internacionais anuais em busca de novas tendências para o mercado brasileiro.

Com o passar dos anos, a modernização tecnológica trouxe acessos ao fornecimento de materiais por meio da internet. Esta proximidade com outros fornecedores e competição com o

mercado externo, fez com que a gestão da fábrica encontrasse certas questões desafiadoras na manutenção de seu negócio visto que o mercado asiático ganhava força no país, sobretudo com o advento da comercialização online e com certos benefícios e facilidades na importação por parte do governo brasileiro.

Ocorrera também adventos climáticos históricos com estragos consideráveis nas chuvas torrenciais que caíram na cidade de Nova Friburgo em 2011, muita lama e água atingiram a cidade como um todo, causando pânico e destruição em 11 de Janeiro deste ano, esta situação calamitosa perdurou por alguns meses, e na área fabril do Espaço Arp não foi diferente, água e lama tomaram as instalações com mais de um metro e meio de altura danificando maquinários e impossibilitando o uso da matéria prima armazenada.

Estes acontecimentos se mostraram como impeditivos para o funcionamento da Arp como fábrica em um todo, sendo assim a gestão decidiu indenizar os cerca de 200 funcionários atuantes e encerrar atividades como fábrica no ano em que completou o seu centenário.

4. O Espaço ARP Atualmente

Seguindo esta linha histórica, compreende-se que a transição da Fábrica de Rendas Arp como indústria têxtil para o centro comercial Espaço Arp, atuante no ramo imobiliário, ocorre após uma sucessão de adversidades econômicas.

No tour histórico, é ressaltada a história de que após a contratação de estudos técnicos e econômicos, haviam indicativos de viabilidade econômica de reaproveitamento do terreno com a derrubada das estruturas fabris, objetivando a construção de edifícios de moradia ou comércio. Porém a solução encontrada e decidida pela família Arp consistia em manter as estruturas existentes remanejando-as em um estilo "*retrofit*" (restaurando a arquitetura original de forma a mantê-las funcionais. Planejou-se a refuncionalização dos prédios e terreno como um todo de forma a preservar a história da fábrica oportunizando novas possibilidades de negócios.

Desta forma o Espaço Arp se mostra como uma nova empresa sob gestão das gerações brasileiras da família Arp, e atualmente fomenta e incentiva o empreendedorismo na Cidade de Nova Friburgo, ofertando lugares que antes eram parte dos prédios de funcionamento fabril como estruturas para os diferentes negócios e empresas que estão localizadas nessa área, formando assim um grande conglomerado comercial que atende necessidades variadas com comércio e serviços e também com entretenimento, cultura e lazer.

No presente, o espaço remanejado conta com cerca de 11 blocos sinalizados em 43 mil m^2 de área construída, possuindo mais de 120 empresas atuantes em diversos segmentos da economia, como: alimentação, serviços médicos, entidades do comércio, ramo de beleza e estilo, gastronomia, saúde, fitness, decoração, vestuário, departamento pessoal de empresas, ensino, contabilidade, pet e veterinário, lojas do vestuário, fábrica e confecções de lingerie, papelaria, dentre outros.

Consegue-se perceber que a atual proposta do Espaço Arp consiste em se tornar um ponto central para que as pessoas que moram na cidade e turistas visitem e encontrem tudo o que precisem em um único lugar, desde momentos de lazer e entretenimento como locais onde possam buscar por produtos ou serviços de sua necessidade.

5. O Produto Turístico Patrimonial: Tour Histórico do Espaço ARP

O tour histórico do Espaço Arp acontece mensalmente no primeiro sábado do mês, é um tour gratuito e aberto ao público. Para participar do tour basta estar presente na hora e ponto de encontro previamente agendados, o tour é guiado por uma pessoa guia de turismo da empresa Raiz Turismo e Assessoria, esta pessoa apresenta os lugares mais simbólicos e históricos do Espaço Arp e dura cerca de uma hora e trinta minutos.

Após encontrar todos os visitantes no ponto de encontro marcado, o tour normalmente começa no portão principal da antiga fábrica, esta entrada remete a história da rotina de trabalho que se iniciava pela manhã no cotidiano industrial, porém, antes de iniciar o tour a pessoa guia de turismo se apresenta e pede para que todos os participantes também assim o façam, indicando também o que o motivou a participar deste tour.

Neste momento de apresentação, as pessoas participantes trazem consigo curiosidades e histórias sobre o Espaço Arp enquanto fábrica de rendas na memória da cidade, a pessoa guia de turismo conta que muitas vezes aparecem ex-funcionários que vivenciaram a rotina fabril e assim o guiamento acontece com mais riqueza. O tour é totalmente democrático pois a todo momento as pessoas podem falar e relembrar causos, acrescentando na experiência pretendida.

Ao andar pelos locais do Espaço Arp com o tour, as pessoas podem admirar e entender o contexto das paisagens no espaço em si, existem muitas manifestações artísticas em forma de esculturas, grafites, painéis, a própria arquitetura fabril além de um centro de memória que conta a história da fábrica e mostra parte do maquinário usado para a criação das rendas, fios e demais matérias primas.

Neste momento do tour, a pessoa guia de turismo explica parte do processo de confecção das rendas desde a elaboração dos desenhos, o funcionamento das máquinas junto à mão de obra do trabalhador e também as peças confeccionadas com exemplares que ficam a mostra. Em determinado momento do tour também é possível visitar uma loja de vestuário no no Espaço Arp que possui um exemplar de vestido confeccionado com rendas fabricadas antigamente.

Ao longo do tour as pessoas se encantam com os painéis de grafites e com a história contada, esta que também abrange o contexto político na época de fundação da fábrica, desde a conquista da luz elétrica até questões mais atuais voltadas à sustentabilidade e meio ambiente.

Figura 1. Registro fotográfico do Tour Histórico do Espaço Arp
Fonte: registro do autor

Figura 2. Registro fotográfico durante o Tour Histórico com o Vestido feito de rendas da antiga fábrica.
Fonte: registro do autor

Além de todos os prédios da fábrica, o Espaço Arp também conta com um Casarão Colonial histórico, nesta casa funcionou por muito tempo o escritório administrativo da fábrica e posteriormente sendo a sede do acesso de saúde aos funcionários através de um consultório, também funcionou como museu. Nos dias atuais, este casarão também fora refuncionalizado, e nele funcionava um restaurante, a arquitetura desse casarão era preservada e o mesmo possuía o nome de Colonial Gourmet. Fatidicamente, por razões ainda não esclarecidas o antigo casarão foi atingido por um incêndio no dia 01 de junho de 2024 por volta das duas horas da manhã, o fogo foi rapidamente contido pelos bombeiros (G1, 2024).

Figura 3. Registro fotográfico do antigo casarão colonial atingido pelo incêndio.
Fonte: registro do autor

Felizmente os outros prédios e acessos do Espaço Arp não foram atingidos e a gestão do espaço emitiu uma nota informando que após todas investigações e protocolos necessários, haverá planos para a restauração deste casarão histórico.

Na edição do tour em que o autor deste artigo pôde participar, houve a inserção de um novo trajeto no roteiro, onde foi possível conhecer o subsolo da fábrica. Cada setor predial possui um subsolo interligados entres si. Anteriormente este acesso servia para facilitar o conserto das máquinas pela parte de baixo, visto que o engenho era pesado e de difícil locomoção.

A fábrica foi projetada com base na arquitetura e engenharia alemã, neste sentido o subsolo também remete as questões de proteção em condições de guerras e melhor aproveitamento do espaço que continha banheiros e vestiários para os trabalhadores, sem contar que toda a questão de fornecimento de energia elétrica possui fiação subterrânea diminuindo a poluição visual e facilitando potenciais ajustes que sejam necessários.

Chegando ao final do Tour, os visitantes são direcionados a uma área destinada às questões de sustentabilidade do Espaço Arp, o SustentArp. Neste local todos puderam encontrar a Tiffany, que é professora e gestora ambiental responsável pelas atividades ecológicas e sustentáveis, e assim ouvir sobre as ações e perspectivas de reuso, reciclagem, descarte correto, oficinas que visam promover ações voltadas a sustentabilidade, arte e cultura.

O SustentArp conta com pontos de descarte de materiais específicos (pilhas, esponjas e óleo de cozinha, vidro, plásticos específicos, materiais de papelaria, eletrônicos, dentre outros), onde todas as pessoas podem ter acesso e contribuir com essa iniciativa de descarte correto.

No final deste bate papo com uma sessão tira dúvidas, os integrantes deste Tour Histórico se reúnem para tirar uma foto conjunta e ganham de presente um copo reciclado do Espaço Arp e um folder didático que contém uma breve história do local com figurinhas coláveis de fotografias dos principais lugares visitados durante o tour.

Figura 4. Registro fotográfico do brinde dado aos participantes do tour histórico . **Fonte:** registro do autor.

6. Considerações Finais

A partir do desenvolvimento deste estudo, buscou-se entender a evolução da antiga Fábrica de Rendas Arp, explorando sua interação com a história, cultura e turismo no município de Nova Friburgo.

A análise revelou que, apesar do contexto de colonização suíça e alemã na cidade e do fato de a fábrica ter sido fundada por um imigrante alemão, ela se inseriu em um território brasileiro inicialmente colonizado por portugueses, refletindo a complexa influência cultural e histórica neste território.

Logo, entende-se que o Espaço Arp se destaca como um patrimônio significativo dentro do espaço lusófono, especialmente pelo fato de que brasileiros mantiveram e adaptaram a iniciativa da Fábrica de Rendas Arp ao longo das gerações. Além disso, muitos funcionários da fábrica eram brasileiros, que preservam e transmitem a memória do cotidiano fabril, as lendas, costumes, e o patrimônio material e imaterial associados à fábrica.

O estudo também aborda a realidade atual do Espaço Arp, com base em dados bibliográficos, no documentário da historiadora Janaína Botelho, no e-book "108 Anos Fazendo Histórias do Espaço Arp", e nas entrevistas com Ludmyla e Letícia, observa-se que, desde seus primeiros anos, a gestão da Arp se preocupou com o bem-estar dos seus funcionários, evidenciando uma continuidade no cuidado e na valorização das pessoas que contribuíram para a história da fábrica transformando-se em um legado cultural.

Na perspectiva de entender o Espaço Arp como viabilização de um produto turístico patrimonial, compreende-se que as ações dessa empresa estão direcionadas a manter esta herança cultural e sustentável enfatizadas desde a sua fundação. Desta forma, produtos que se adequam a esta temática têm sido criados, o Tour Histórico é um deles.

A gestão do Espaço ARP também criou o evento "Arp de portas abertas" que são dias planejados em um calendário, especialmente em finais de semana, onde as pessoas podem ter acesso a diferentes atividades como: shows com artistas locais, apresentações culturais, palestras, sessões de yoga coletivas, barracas e exposição de produtores locais, artesanato e brechós de forma a fazer com que os visitantes e turistas se sintam pertencentes a esse espaço.

Há também a inciativa do Mercado Local, que funciona com a estética de uma loja/mercearia onde são vendidos produtos de fabricação e cultivo local promovendo o empreendedorismo e maior possibilidades de lucro e divulgação das marcas ali presentes.

Outra atração relevante no portfólio de produto turístico patrimonial é o Auto Tour, disponível no site do Espaço ARP. Esse recurso permite que os visitantes explorem de forma independente os pontos de interesse históricos e artísticos do local, seguindo seu próprio itinerário e acessando informações enriquecedoras ao longo do percurso.

Em síntese, o Espaço ARP se configura como um modelo notável de como o patrimônio cultural pode ser preservado, reimaginado e refuncionalizado para atender às demandas contemporâneas do turismo e engajamento comunitário. As iniciativas promovidas pelo Espaço Arp descritas neste não só mantém viva a memória da antiga Fábrica de Rendas Arp, mas também promovem a integração da comunidade e o desenvolvimento local.

Assim, o Espaço ARP se destaca não apenas como um resgate histórico, mas como um ativo dinâmico e sustentável que contribui significativamente para a valorização cultural e econômica de Nova Friburgo. Esta combinação de preservação histórica e inovação no turismo e sustentabilidade reafirma a importância de iniciativas que respeitam e preservam o passado enquanto abraçam o futuro.

Referências

Araújo, J. R. de. (1992). *Nova Friburgo: O processo de urbanização da "Suíça Brasileira" – 1890 a 1930* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense).

Casa Cor. (n.d.). *Retrofit*. https://casacor.abril.com.br/arquitetura/retrofit/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20Retrofit%3F&text=O%20Retrofit%20%C3%A9%20um%20processo,um%20espa%C3%A7o%20seguro%20e%20arrojado.

Descubra Nova Friburgo. (2023, Outubro 17). *Você conhece a Noite do Quebra-Lampião? Episódio histórico de Nova Friburgo ganha grafite em sua homenagem*. Descubra Nova Friburgo. https://descubranovafriburgo.com.br/voce-conhece-a-noite-do-quebra-lampioes-episodio-historico-de-nova-friburgo-ganha-grafite-em-sua-homenagem/

Espaço Arp. (n.d.). *Página inicial*. https://www.espacoarp.com.br/

G1. (2024, Junho 1). *Incêndio destrói casarão histórico em Nova Friburgo*. G1. https://g1.globo.com/rj/regiao-serrana/noticia/2024/06/01/incendio-destroi-casarao-historico-em-nova-friburgo.ghtml

Jaccoud, R. L. de S. (n.d.). *História, contos e lendas da velha Nova Friburgo* (3ª ed.). Edição independente de responsabilidade do autor.

Por Dentro da História. (2024, Julho 15). *Rendas Arp | Episódio 1* [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/5M_bm03VU_k

Por Dentro da História. (2024, Julho 22). *Rendas Arp | Episódio 2* [Vídeo]. YouTube. https://youtu.be/dq7vX5Z_a64

Salazar, N. B., & Zhu, Y. (2015). *Heritage and tourism*. Em L. Meskell (Ed.), *Global heritage: A reader* (pp. xx-xx). Routledge.

Serra News RJ. (2023, Novembro 1). *Nova Friburgo: de cidade veranista à cidade industrial*. Serra News RJ. https://www.serranewsrj.com.br/2023/11/nova-friburgo-de-cidade-veranista-a-cidade-industrial.html

CAPÍTULO 5

Educação Patrimonial e Turismo: Contribuições acerca do Geoparque de Caçapava do Sul – RS

Heritage Education and Tourism: Contributions about the Caçapava do Sul Geopark – RS

MORAES, Thomas · SOUZA, Shirley · ROSA, Júlia

Resumo

Este trabalho apresenta um recorte de trabalho de conclusão de curso que resultou em um estudo sobre as práticas de educação patrimonial adotadas no *Geoparque Caçapava*, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil. A pesquisa começou com um levantamento dos patrimônios do município e de ações de educação patrimonial adotadas pelas escolas locais. Com a elaboração de questionários quali-quantitativos, foram entrevistados, o responsável pelas ações no município e duas das aplicadoras de atividades nas escolas municipais. Além disso, foi aplicado um formulário de questões à alunos das escolas (como público receptivo) de modo a obter suas percepções quanto as atividades de educação patrimonial propostas. A amostragem foi por conveniência, de forma exploratória, na qual obteve-se 3 entrevistas e 64 respostas ao formulário. As análises das respostas concluíram que os responsáveis possuem grande interesse nas atividades de educação patrimonial, e que as mesmas já ocorrem há vários anos no município. Ainda, a grande maioria dos alunos percebem as ações de forma positiva, conhecendo vários dos patrimônios trabalhados. E, por fim, houveram indicações de outros bens patrimoniais os quais havia a intenção de que fossem resgatados e valorizados por seu papel na cultura e na história do município. Em resposta à pergunta inicial, podemos concluir que o *Geoparque Caçapava* tem seu pertencimento sentido pela comunidade local.

Palavras-chave

Geoparque Caçapava, Educação patrimonial, Turismo

Abstract

This work presents an excerpt from the author's course completion work that resulted in a study on the heritage education practices adopted in Geoparque Caçapava do Sul, State of Rio Grande do Sul, Brazil. The research began with a survey of the municipality's heritage and heritage education actions adopted by local schools. With the development of qualitative-quantitative questionnaires, the person responsible for actions in the municipality and two of those implementing activities in municipal schools were interviewed. Furthermore, a form of questions was applied to school students (as a receptive audience) in order to obtain their perceptions regarding the proposed heritage education activities. Sampling was for

convenience, in an exploratory manner, in which 3 interviews and 64 responses to the form were obtained. Analyzes of the responses concluded that those responsible have a great interest in heritage education activities and that they have been taking place in the municipality for several years. Furthermore, the vast majority of students perceive the actions positively, knowing several of the heritage sites worked on. And, finally, there were indications of other heritage assets that were intended to be rescued and valued for their role in the culture and history of the municipality. In response to the initial question, we can conclude that the Caçapava Geopark is felt by the local community.

Keywords

Caçapava Geopark, Heritage Education, Tourism

1. Introdução

O presente artigo se trata do recorte do Trabalho de Conclusão de Curso do autor 1. Tal produção propôs investigar algumas das práticas de educação patrimonial adotadas pelo *Geoparque Caçapava* (Unidade Territorial Identitária localizada na cidade de Caçapava do Sul – RS, Brasil), para obtenção e manutenção da certificação de Geoparque Mundial da Unesco, dentro das propostas de investimentos no turismo e na cultura do município.

Como justificativas para a realização deste trabalho, o autor 1 utilizou de sua vivência anterior no próprio território ao participar de uma bolsa de estudos, na qual, observou a organização de algumas atividades de educação patrimonial nas escolas, pelos agentes do ainda projeto de geoparque.

Com a escuta de diferentes públicos, identificou-se lacunas nos patrimônios escolhidos e nas comunidades impactadas pelas tais ações, sendo este um dos principais argumentos para justificar a pesquisa.

Os objetivos foram organizados e alinhados com uma metodologia de pesquisa teórico-prática, apresentados em uma ordem cronológica da execução do trabalho. O objetivo geral foi compreender como se desenvolve as propostas de *Educação Patrimonial* no *Geoparque Caçapava*. Já os objetivos específicos passaram por coletar o material do município (jornais, revistas, reportagens e documentos sobre educação patrimonial e o geoparque) identificar as práticas sobre educação patrimonial adotadas, conhecer os agentes responsáveis pela aplicação das atividades e compreender as características das práticas adotadas.

A pesquisa advém do trabalho realizado pelo autor 1, compartilhada com os demais autores, e devido às suas experiências com o desenvolvimento de atividades de educação patrimonial em trabalhos extraclasse, convergindo com a carreira acadêmica dos últimos anos junto ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, no Mestrado em Patrimônio Cultural da Universidade Federal de Santa Maria e através da bolsa obtida para participar do projeto do *Centro Interpretativo Digital do Geoparque Caçapava*.

Esta pesquisa teve a intenção de compreender o diferencial do território do município de Caçapava do Sul e as práticas de educação patrimonial lá aplicadas e de compreender como ocorreram as escolhas das ferramentas de trabalho adotadas, passando pelos agentes até chegar na percepção do público alvo.

2. Património Cultural

O conceito de Patrimônio Cultural, segundo a *Constituição Federal do Brasil*, pode ser entendido como "bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira. " (Brasil, 1988) Dessa forma, ficam instituído legalmente e estabelecidos critérios que servirão para a elaboração de diversas políticas públicas de preservação de bens culturais no país. Estes bens podem ser classificados como naturais (presentes na natureza) ou culturais (criados pelo homem), e possuem algum valor para aquelas pessoas que habitam um determinado território.

Dentro do patrimônio natural estão os bens presentes na natureza que possuem alguma importância de preservação, conservação e/ou história. São áreas que transmitem a população a importância do ambiente, seus recursos ou ainda as atividades, ali, exercidas. Estes espaços possuem características particulares, conforme a sua geografia, podendo ser compostos por diferentes relevos, formações rochosas, estruturas geológicas, recursos hídricos, vegetação e toda sua biodiversidade.

Segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, patrimônio cultural pode ser classificado como material, ou seja, tangível, como o artesanato, a arquitetura, artigos religiosos, documentos, acervos museológicos, entre outros, ou ainda, imaterial, ou intangível, como ofícios e modos de fazer, hábitos, celebrações, expressões cênicas, músicas, festividades e santuários (Iphan, 2012).

Esses bens precisam ser preservados, e existem diferentes instrumentos de preservação dos patrimônios culturais e naturais. Esse conjunto de instrumentos "pode abranger procedimentos de intervenção (a exemplo de manutenção, conservação e restauro), formas legais de tutela (como o tombamento), políticas de proteção e perpetuação da memória, educação patrimonial" (Kühl, 2008, p. 73).

Estes procedimentos e diversas outras formas de preservação do patrimônio, conforme sua classificação, são estabelecidos por organismos nacionais e internacionais tais como a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura), no âmbito mundial, o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), no âmbito nacional, o IPHAE (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado), no estado do Rio Grande do Sul, e, ainda, considera-se a legislação específica no âmbito de cada município onde os patrimônios encontram-se localizados.

No Brasil, os procedimentos legais de preservação estabelecidos pelo IPHAN são: o Inventário (fichamento completo do bem como primeiro passo para proteção do patrimônio); o Tombamento (ato administrativo que preserva o bem material); e o Registro (que reconhece o bem imaterial como patrimônio cultural de determinado grupo).A preservação dos patrimônios de um território parte da mobilização de um ou mais indivíduos que, através do reconhecimento popular da importância de determinado bem, adotam práticas de conservação e memória junto à sociedade. O conceito de "lugar de memória", por exemplo, pode estar vinculado com as palavras *preservação* e *patrimônio*. Segundo Gastal (2002), a melhor incorporação da expressão "lugar de memória" seria como "concepção que remete diretamente à afetividade, integridade e identidades locais" (Gastal, 2002, p. 45).

É preciso criar experiências e memórias na comunidade com os seus patrimônios, para a manutenção dos laços de pertencimento deste indivíduo com seu território.

Importante pensar que o patrimônio, em sua relação com a memória, manifesta-se como um legado cultural, cujos elos possibilitam conexões dos povos com o próprio passado, permitindo a continuidade cultural dos mesmos (Barreto, 2003). Inclusive, esses legados possibilitam a construção de ferramentas de educação patrimonial que valorizem a cultura e a história de forma viva e presente no próprio ambiente, usando do espaço como fonte de conhecimento.

Segundo Pestana (2005),

> *O termo 'valorização' equivale à utilização dos recursos do patrimônio cultural. Valorizar um bem histórico ou artístico é habitá-lo com as condições objetivas e ambientais que, sem desvirtuar sua natureza, ressaltem suas características e permitam seu aproveitamento (Pestana, 2005, p.1).*

Para a preservação dos espaços como instrumentos de educação patrimonial, é preciso criar condições que vão além de aspectos físicos como reformas e sinalizações, mas sim a elaboração de políticas públicas que, ainda sozinhas, não irão garantir a preservação de um bem.

Segundo o IPHAN (2012), o Poder Público deve assumir o interesse da sociedade, passando a exercer a proteção dos bens e representá-los. Essas ações de proteção dos patrimônios de um território podem ocorrer através de intervenções urbanas em patrimônios naturais e culturais, ou ainda através de ações de educação patrimonial em todos os setores da comunidade.

3. Educação Patrimonial

A principal ferramenta para uma estratégia de geração de sentimento de pertencimento e de sensibilização da importância da preservação da memória de um bem, é a educação patrimonial. Segundo o IPHAN (2012),

> *A Educação Patrimonial apresenta-se como suporte de conhecimento, ao promover no indivíduo a noção de cidadania, desenvolvendo, assim, de modo coletivo, o sentido de pertencimento e apoderamento, elementos basilares para sensibilização da sociedade e geradores do orgulho e da autoestima, que fazem elevar o senso de preservação do patrimônio cultural (Iphan, 2012, p.05)*

As ações de educação patrimonial vão desde rodas de conversa e encontros informativos até a elaboração de materiais de divulgação, visitações guiadas, práticas em escolas e fomentos por meio de políticas públicas. Segundo dados do IPHAN (2012), no ano de 1936, o pesquisador Mario de Andrade e outros intelectuais brasileiros conseguiram, através da criação do SPHAN - Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (atual IPHAN), estabelecer o primeiro órgão de preservação do patrimônio brasileiro e direcionar o olhar da gestão pública para a importância de se constituir as primeiras políticas públicas de educação patrimonial.

Porém, foi somente com a Constituição Federal de 1988 que se estabeleceu, pela primeira vez, em uma legislação, através do Art. 215, o direito de acesso à cultura, bem como o apoio para valorização e difusão das manifestações culturais via Estado brasileiro. E, somente em 1996, através da Lei 9.394/1996, que instituiram-se as Diretrizes e Bases da Educação brasileira, que defendem a divulgação da cultura e estabelecem um currículo básico diversificado, conforme as características culturais de cada região:

> *Conhecer características fundamentais do Brasil nas dimensões sociais, materiais e culturais como meio para construir progressivamente a noção de identidade nacional e pessoal e o sentimento de pertinência ao País; conhecer e valorizar a pluralidade do patrimônio sociocultural brasileiro... (Brasil, 1997, p. 09).*

A partir dessas ações foi possível garantir o direito e o acesso aos diferentes tipos de patrimônios culturais. O processo de curricularização básica de patrimônios culturais em escolas foi uma ferramenta de extrema importância para a sensibilização para a educação patrimonial.

Para Pinheiro (2010), a educação patrimonial é uma ferramenta importantíssima e considerável para a salvaguarda da cultura, na qual:

> *Os educadores assumam esse compromisso e criem possibilidades de trabalhos teóricos e de campo para auxiliar a comunidade no processo de interlocução com a memória, com os lugares de memória, com a história local. É preciso despertar as populações para a percepção e valorização de lugares, de saberes, de celebrações, por meio de apreensões visuais dos bens da comunidade (Pinheiro, 2010, p.154).*

Dessa forma, é preciso uma estratégia com atividades de educação patrimonial sistêmicas e dinâmicas, e que despertem o interesse para o conhecimento e a preservação dos bens materiais e imateriais de um território. Mas não basta a legislação e o acesso, é preciso que a educação patrimonial vá além da divulgação dos bens e preocupe-se, ainda, com a geração do sentimento de pertencimento da população, através da criação de uma relação afetiva da comunidade com o seu patrimônio.

Branchesi (2007) defende em seus estudos que o papel da educação é insubstituível, e que as ações relativas à proteção e à conservação dos patrimônios, materiais ou imateriais, não podem serem resolvidas sem educação. Ao encontro disso, para Miranda (2002), "a interpretação do patrimônio é a arte de revelar *in situ* o significado do legado natural, cultural ou histórico, ao público que visita esses lugares em seu tempo livre", ou seja, o processo cognitivo de interpretar um bem cultural proporciona mudanças afetivas e comportamentais no longo prazo.

Por fim, Florêncio (2012) reforça que o caminho a ser trilhado deve ser o de possibilitar a construção de diversas relações afetivas de pertencimento entre as comunidades e seus patrimônios culturais.

4. Turismo

O que se entende por turismo, hoje, inicia-se com um fenômeno ocorrido a partir do século XIX, junto à *Revolução Industrial*, na Inglaterra. As condições deste país, na época, propiciaram viagens organizadas à destinos atrativos não só pela elite, mas popularizados pelas classes operárias.

Segundo Tosqui (2007), desde o *Grand Tour* (viagens realizadas por jovens da aristocracia britânica em busca de enriquecimento cultural), passando por Thomas Cook e sua primeira agência de viagens e a organização dos primeiros serviços da cadeia do turismo, até chegarmos na explosão mundial do fenômeno turístico, houveram inúmeras transformações no entendimento do conceito de turismo, das definições e características dos segmentos turísticos e dos serviços que ele engloba.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) conceitua que: "o turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros..." (OMT, 1994).

O conceito e as segmentações do turismo vão se modificando conforme estudos avançam na área, visto que o turismo ainda é um campo de estudos recente. Para o pesquisador Fuster (2000), o entendimento do fenômeno turístico vai além das categorias e dos serviços, mas também avança para competências mais contemporâneas, as quais buscam explicar os efeitos do turismo (Fuster, 2000).

Já segundo Moesch (2000):

> *Turismo é, de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar, para atender às correntes (...). Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem, para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda (...). Também são os efeitos negativos e positivos que se produzem nas populações receptoras (MOESCH, 2000, p. 11).*

O turismo modifica não só a economia local, mas o território e toda a sua organização, visto que os turistas necessitam de ferramentas e serviços qualificados para atendê-los. Com isso, o planejamento é uma ferramenta fundamental para uma gestão de sucesso dentro da cadeia produtiva do turismo. E, pensando nos agentes locais, a escuta e o entendimento das necessidades e capacidades são um ponto chave de continuidade e eficácia da atividade turística no território.

A segmentação do turismo, por exemplo, segundo o Ministério do Turismo do Brasil, é uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado (MTUR, 2006). Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos da oferta e também das características e variáveis da demanda. No geoturismo, por exemplo, a principal motivação está na formação geológica do território e na visitação à espaços e reservas que muitas vezes estão sob proteção de leis de preservação ambiental.

Para o segmento do geoturismo, existe uma preocupação importantíssima com o meio ambiente, com a natureza e com o gerenciamento dos recursos naturais. Um trabalho de conscientização e educação, neste caso, precisa ser realizado para garantir a sustentabilidade do território onde o geoturismo é realizado.

É preciso entender que, nunca o segmento turístico sobrevive por si só, já que toda uma cadeia de produtos e serviços precisam ser elaborados para que o turismo ocorra com rentabilidade e desenvolvimento positivo, trazendo para o planejamento turístico os artistas locais, a história do território e os bens materiais e imateriais disponíveis, traçando metas a curto e longo prazo e entendendo as capacidades de recebimento de turistas desse território.

5. Caçapava do Sul – RS

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município de Caçapava do Sul está localizado na região Centro-Sul do Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, a 272 km da capital Porto Alegre. Seu território, com 3.047 km^2, está situado na chamada *Zona da Campanha*, localizada no *Bioma Pampa*, com extensas jazidas de minérios, materiais geológicos com idade entre 3.633 a 470 milhões de anos e importante geodiversidade, conquistando, em 2015, o título de "Capital Gaúcha da Geodiversidade". Essa região, segundo dados do Dossiê (2022), abrigou povos originários ameríndios da etnia *charrua* até que, há cerca de 2000 anos, foi invadida pelos índios guaranis.

Neste território, também, há o maior contingente afrodescendente autodeclarado do Estado do Rio Grande do Sul, constituindo cerca de 13% da população caçapavana (Dossiê, 2022). Isto, devido as características da geografia do lugar, o qual serviu de abrigo a escravos que fugiram de outras regiões e se abrigaram em áreas remotas para fugir de desumanidades da época.

Além disso, uma série de objetos, jornais, casas e celebrações permanecem como patrimônio histórico de origem *farroupilha* em Caçapava do Sul, não só no acervo municipal e presente

visualmente nas ruas, mas nas casas, enterrados nas propriedades e como acervo privado de moradores locais. A *Revolução Farroupilha* foi uma revolta burguesa ocorrida no Estado do Rio Grande do Sul entre os anos de 1835 e 1845.

6. Geoparque Caçapava do Sul

Um *Geoparque*, segundo a UNESCO (2021), são territórios que possuem, além de interesses geológicos e geomorfológicos, um planejamento para o seu desenvolvimento social e ambiental. A obtenção do selo de certificação de *Geoparque* é ofertada pela UNESCO, a partir de examinadores que percorrem o território para avaliar as características e potencialidades do mesmo.

Segundo os dados do Dossiê (2022), a presença de sucessões de rochas sedimentares com mais de 500 milhões de anos, expostas em áreas de grande beleza cênica e elevada relevância ecológica e geológica, além da presença de fósseis de mega mamíferos do período Pleistoceno, fazem da cidade de Caçapava do Sul uma cidade potente para viabilização do selo *Geoparque*.

Em outubro de 2019, no auditório da Universidade Federal do Pampa UNIPAMPA, em parceria com a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), houve uma audiência pública aberta a toda a comunidade para discutir a proposta do geoparque. Um grande movimento foi realizado para a criação de estratégias que preparassem o território para disputar a concessão do selo. Profissionais de diferentes áreas das universidades envolvidas se uniram com a administração municipal e juntos fizeram um diagnóstico que consistiu em levantar a realidade local, coletar dados, reunir atores de diferentes segmentos do território, mapear os espaços e elaborar um dossiê de candidatura para ser apresentado à UNESCO.

O dossiê, parte da documentação exigida para obtenção da certificação, apresentou o município, as suas características geomorfológicas, o clima, a biodiversidade, a história, os geossítios, os patrimônios naturais e culturais, além de ter gerado uma movimentação na qualificação dos serviços básicos da cadeia produtiva do turismo, da agricultura familiar e da economia criativa.

Os geoprodutos não só catalogaram os artistas e produtores do município, mas qualificaram e deram visibilidade ao patrimônio, garantindo emprego e renda para a comunidade local dentro das propostas do geoparque.

Ainda segundo o Dossiê (2022), várias estratégias foram elaboradas em alinhamento com os requisitos solicitados pela UNESCO e também com os ODS (*Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*) da Agenda 2030, como um projeto de Geoescola, criação de um *Centro Interpretativo Digital*, investimentos em ZIT (*Zonas de Interesse Turísticos*) e incentivo ao *Geoturismo*, preservando as características do território, qualificando os atores locais e alavancando a economia através do turismo.

Após a entrega de toda a documentação e a visita técnica de uma comitiva responsável para avaliação *in loco*, o *Geoparque Caçapava do Sul* recebeu o título de *Geoparque Mundial UNESCO*, em cerimônia na cidade de Marrakech, no Marrocos, no ano de 2023.

Um selo *Geoparque* tem uma importância extremamente relevante para o desenvolvimento turístico do território, firmando ainda o compromisso local quanto à valorização e à preservação dos seus patrimônios naturais e culturais, elaboração de políticas públicas e investimentos na comunidade.

7. Resultados da Investigação

Os resultados da pesquisa quali-quantitativa retirados de formulário do google forms aplicado nos alunos dos 8º e 9º anos das escolas municipais, resultou em 64 respostas.

Analisando as respostas, observou-se que o termo "educação patrimonial", mesmo com ações ocorrendo por diversos anos nas escolas, 50% os alunos respondentes não saber o significado, devido a mistura com o termo "geoeducação".

Sobre os patrimônios listados, o conhecimento dos alunos respondentes atingiu Minas do Camaquã e Pedra do Segredo com 84,4% das respostas, As Guaritas presente em 78,1% das respostas e o Forte Dom Pedro II em 75% dos respondentes, chegando aos 4 patrimônios mais lembrados. Porém, percebeu a Fonte do Conselheiro e o Clube União Caçapavana em 15,6% das respostas, a Cascata do Salso e Sepé Tiarajú em 9,4% das respostas, Caçapava como Aldeia com 7,8%, o Monumento ao Centenário Farroupilha com 3,1% e os patrimônios Conjunto Comercial e Aquarela Fiambreria não tiveram respostas.

Porém, sobre a abrangência dos patrimônios escolhidos para serem trabalhados, identificou-se que 18,8% gostariam de incluir outros patrimônios, como: as Aldeias Quilombolas, a Procissão Luminosa na Picada das Graças, o Monumento em Homenagem aos Lanceiros Negros, o Carnaval e Os Chimangos.

Essas respostas evidenciam que ainda precisa ser feito uma maior escuta da comunidade e um levantamento mais abrangente e inclusivo das diferentes culturas do município, para que as atividades de educação patrimonial sejam mais eficazes e representativas.

8. Considerações Finais

Tendo em vista os objetivos da pesquisa de identificar as ações de educação patrimonial, entender suas especificidades e como seu principal público receptivo – alunos, compreendem essas ações, considera-se que foi plenamente atingido. Neste contexto, evidencia-se que há diversas ações de educação patrimonial, executadas por diferentes agentes do próprio município, e presentes na rede escolar pública e privada, tanto municipal quanto estadual.

Ainda, é perceptível a mobilização de diversos agentes do município em "fazer acontecer" o geoparque. A proposta, que partiu da própria comunidade, tem enraizada no sentimento de valorização do território, os artistas locais, os professores, gestores, empreendedores, grupos étnicos e diversos agentes multiplicadores da proposta.

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo está alocada em um formato de administração pública separado dos demais segmentos, recebendo uma atenção diferenciada, o que é extremamente importante quando se pensa em orçamentos e planejamento da cultura e do turismo.

A existência de universidades no município colabora para uma maior qualidade dos dados e do número de pesquisas desenvolvidas. Essa parceria eleva a capacidade de gestão e de planejamento, com a ciência e a educação juntos na construção de um município e um geoparque mais fortes e com mais visibilidade e qualidade de vida aos moradores locais. A certificação como *Geoparque Mundial Unesco* trouxe a internacionalização para o território, que, consequentemente, abrirá ainda mais possibilidades de investimento e crescimento econômico e estrutural.

Essa articulação só foi possível com a parceria do tripé pesquisa, ensino e extensão da universidade com a comunidade. As ações de educação para com os patrimônios naturais acabam levando grande foco e, a geoeducação, presente há anos como prática escolar, equivocadamente substitui por vezes, na terminologia, a educação patrimonial.

Este trabalho, recorte do Trabalho de Conclusão de Curso do autor 1, possibilitou a identificação da percepção do público escolar sobre as ações adotadas na educação patrimonial do Geoparque Caçapava, observando que as atividades estão presentes e são de extrema importância, mas ainda há a necessidade de uma maior abrangência e inclusão de toda a diversidade cultural da comunidade local.

Referências

BARRETO, M. *Planejamento e Organização em Turismo.* Campinas, SP. Papirus, 1991. BRASIL. Ministério do Turismo. Programa Mapa do Turismo Brasileiro. Brasília: MTur, 2019. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/. Acesso em: 01 nov. 2023.

COOPER, C. et al. *Turismo:* princípios e prática. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

COSTA, F. R. *Turismo e patrimônio cultural:* interpretação e qualificação. 2. Ed. São Paulo: Editora SENAC, 2014. COMGEO. Caçapava: Dossiê de Candidatura. Geoparque Aspirante. 2022.

DIAS DA SILVA, R. *Educação patrimonial e políticas de escolarização no Brasil.* Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 41, n. 2, p. 467-489, abr./jun. 2016.

DIAS, R.; AGUIAR, M. R. de. *Fundamentos do Turismo:* conceitos, normas e definições. Campinas, SP: Alínea, 2002.

DUARTE, A. Educação patrimonial. *Guia para professores, educadores e monitores de museus e tempos livres.* Lisboa: Texto Editora, 1992. FUNPEC - Geoparques: contexto, origem e perspectivas no Brasil. 2021.

GASTAL, Susana. *Lugar de memória:* por uma nova aproximação teórica ao patrimônio local. In: _____ (org.). Turismo: investigação e crítica. São Paulo: Contexto, 2002. Geoparque Caçapava. Disponível em: http://geoparquecacapava.com.br. Acesso em: 02 nov. 2023.

HOSE. T. A. *Selling the Story of Britain's Stone.* Environmental Interpretation, n.10, 2, 1995, p.16- 17.

HOSE, T. A. *Geotourism* – Selling the earth to Europe. In MARINOS, K. e STOURNARAS, T. (Eds), Engineering geology end the Environment. Balkema, Rotterdam, 1997.

IPHAN. *Educação Patrimonial:* Reflexões e Práticas. Paraíba, 2012. IPHAN. Patrimônio Cultural. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218. Acesso em: 13 nov. 2023. 44

KÜHL, B. *Preservação do patrimônio arquitetônico da industrialização:* problemas teóricos de restauro. 2008.

MARCHETTE, T.D. *Educação Patrimonial e políticas públicas de preservação no Brasil. C*uritiba: InterSaberes, 2016.

MIRANDA, J. Morales. *O processo de comunicação na interpretação.* IN: MURTA, S. M.&ALBANO, C. (org.). Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG / Território Brasilis, 2002.

MOESCH, M. *A Produção do saber turístico.* São Paulo: Contexto, 2000. MORAIS, M. Inventário Urbano de Caçapava do Sul: Patrimônio de valor arquitetônico, histórico e cultural. Trabalho de Conclusão de Curso, Mestrado em Patrimônio Cultural. UFSM, 2012.

MTUR. *Glossário do Turismo:* compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. 2018.

MURTA, S. M. & GOODEY, B. *A interpretação do patrimônio para visitantes:* um quadro conceitual. IN: MURTA, S. M. &ALBANO, C. (org.). Interpretar o atrimônio: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG / Território Brasilis, 2002. OMT. Organização Mundial do Turismo: Introdução ao turismo. São Paulo: Ed. Roca, 2001.

PESTANA, Til. *Patrimônio Cultural:* panorama geral. Curso de Extensão- notas de aula - Faculdade Metodista Grambery. 2005 (mimeo).

PINHEIRO, Áurea da Paz. *Patrimônio Cultural:* memórias, ensino e identidade social. In.: PELEGRINI, Sandra C. A.; NAGABE, Fabiane e PINHEIRO, Áurea da Paz (Orgs.). Turismo & Patrimônio em tempos de globalização. Campo Mourão: Editora da FECILCAM, 2010.242p.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAÇAPAVA DO SUL – RS. Disponível em: http://cacapavadosul.rs.gov.br. Acesso em: 25 out. 2023.

SAVIANI, D. *Pedagogia histórico-crítica:* Primeiras aproximações, 5. ed. São Paulo: Autores Associados, 1995.

SCIFONI, S. *Apresentação: Dossiê Educação Patrimonial.* Revista do CPC, São Paulo, n.27 especial, p.7-13, 2019.

SCIFONI, S. *Desafios para uma nova educação patrimonial.* Revista Teias, v. 18, p. 5-16, 2017. 45

SCIFONI, S. Educação e patrimônio cultural: reflexões sobre o tema. In: Átila Bezerra Tolentino. (Org.). Educação Patrimonial. Reflexões e práticas. 1. ed., v. 1, p. 30-37, 2012.

TOSQUI, P. *Uma Breve História do Turismo.* Revista Rosana. 4. ed.,v. 1, p. 35-42, 2007. UNESCO Global Geoparks (UGGp). 2021. Disponível em: https://en.unesco.org/global-geoparks. Acesso em: 15 out. 2023.

CAPÍTULO 6

Contributo da Interpretação do Património para o Turismo

Heritage Interpretation´s Contribution to Tourism

CAMPOS, Maria do Rosário Castiço

Abstract

The interpretation of heritage is a strategic communication tool which may lead to unique and meaningful experiences when certain principles are applied, notably the ones laid out by Freeman Tilden (1977) and Sam Ham (1992).

Based upon provocation, and paving the way for the will to change, the interpretation of heritage may lead to the enhancement, protection and sustainability of heritage resources and is, consequently, a way to promote active citizenship, indissociably linked to democratic societies. When enhancing the heritage space and the community, whilst interfacing with tourism and sustainable development, the interpretation of heritage adds value to the tourist product. Indeed, by applying the methodology related to heritage interpretation to cultural and natural spaces, it is possible to bring the visitor/tourist closer to the heritage.

International bodies, such as the National Association for Interpretation (NAI), in the United States, and Interpret Europe – European Association for Heritage Interpretation (IE), in Europe, seek to promote the knowledge of this strategic communication tool as well as provide training in the field of heritage interpretation.

Keywords

Interpretation of Heritage, Interpretive Techniques, Tourism, Active Citizenship, Sustainability

Resumo

A interpretação do património é uma ferramenta estratégica de comunicação que pode conduzir a experiências únicas e significativas quando são aplicados determinados princípios, nomeadamente os estabelecidos por Freeman Tilden (1977) e Sam Ham (1992). Assente na provocação, e abrindo caminho à vontade de mudança, a interpretação do património pode conduzir à valorização, proteção e sustentabilidade dos recursos patrimoniais e é, consequentemente, uma forma de promover a cidadania ativa, indissociavelmente ligada às sociedades democráticas. Ao valorizar o espaço patrimonial e a comunidade, ao mesmo tempo que faz a interface com o turismo e o desenvolvimento sustentável, a interpretação do património acrescenta valor ao produto turístico. De facto, ao aplicar-se a metodologia relativa à interpretação do património a espaços culturais e naturais, é possível aproximar o visitante/turista do património, proporcionando-lhe experiências memoráveis e espírito crítico. Isto significa

que a interpretação do património se traduzirá num valor acrescentado para a indústria do turismo. Organismos internacionais, como a National Association for Interpretation (NAI), nos Estados Unidos, e a Interpret Europe – European Association for Heritage Interpretation (IE), na Europa, procuram promover o conhecimento desta ferramenta estratégica de comunicação, bem como ministrar formação no âmbito da interpretação do património.

Palavras-chave

Interpretação do Património, Técnicas Interpretativas, Turismo, Cidadania Ativa, Sustentabilidade

1. Introduction

Ever since the 1st World Congress on the Interpretation of Heritage was held in Canada, in 1985 (Ballart Hernández & Juan i Tresserras, 2001, p.175), the application of the concept of heritage interpretation was consolidated to both natural heritage and cultural heritage, be the latter tangible or intangible. In turn, from the 1990s onwards, the interpretation of heritage, deemed a strategy for planning territorial development, emerges as "respuesta a la necesidad de cada territorio de posicionarse frente a sus competidores" (p.176).

If, in 1957, Freeman Tilden defined the founding principles of interpretation of heritage with his work *Interpreting Our Heritage*, in 1992, Sam Ham highlighted that interpretation must be based upon a specific method, when he published his *Environmental interpretation: A practical guide for people with big ideas and small budgets*.

Bringing the visitor/tourist closer to the natural and cultural heritage, both tangible and intangible, by emphasizing the history and meaning that are not always evident, whilst providing memorable experiences and promoting a critical and reflexive spirit, inseparable from democratic and sustainable societies, are underlying purposes in the interpretation of heritage.

As highlighted in this chapter, in order to promote knowledge about the interpretation of heritage and also provide interpreting training, two bodies were established: the National Association for Interpretation (NAI), in the United States, and Interpret Europe – the European Association for Heritage Interpretation (IE).

2. The National Association for Interpretation and Interpret Europe Under Review

The *National Association for Interpretation* (NAI) and *Interpret Europe - European Association for Heritage Interpretation* (IE) are two institutions which aim to promote the interpretation of natural and cultural heritage, the former being based in the United States and the latter in Europe.

NAI was founded in 1988 following the merger of two other existing organizations, the Association of Interpretive Naturalists (established in 1954) and the Western Interpreters

Association (established in 1969) (National Association for Interpretation, 2023 a). NAI served as a reference to the organisation of IE, which was formed as an association in 2010.

NAI's mission is the professionalization of assets in interpretation by providing them with a training of excellence, which seeks to be a "recognized voice of interpretation" (National Association for Interpretation, 2023 b). On the other hand, IE's mission statement aims at "Empowering all who inspire meaningful connections with Europe's natural and cultural heritage to shape our common future" (Interpret Europe, 2023 a) and its vision is to create a common platform for the interpretation of natural and cultural heritage across Europe by 2030 (Interpret Europe, 2023 b). As a result, among other initiatives, both institutions offer certified training, host events, conferences, and workshops, and have their publications.

NAI defines interpretation "as a purposeful approach to communication that facilitates meaningful, relevant, and inclusive experiences that deepen understanding, broaden perspectives, and inspire engagement with the world around us" (National Association for Interpretation, 2023 c), whilst IE considers that "Interpretation means to add meaning to experiences, whether this comes from feelings or thoughts. How we interpret heritage is critical for the way we shape our common future" (Interpret Europe, 2023 c). Raising disturbing ideas with the aim of upholding values which are indissolubly linked to active citizenship, based upon the values of sustainability, peace, freedom, tolerance and solidarity, are objectives equally endorsed by IE. These disturbing ideas may be the result of the relationship that each individual holds with the cultural and natural heritage, in a context of its interpretation. These ideas may be a starting point for the questioning of beliefs and attitudes (Interpret Europe, 2020, p.28).

The interpretation of heritage is thus a strategic communication tool that may afford memorable experiences to the visitor, lead to changes in attitudes and behaviours and be transformative. It may promote reflection on the values that are indissociably associated with democratic societies, the values of peace, freedom, solidarity, tolerance (Interpret Europe, 2020).

"Heritage interpretation is connecting people with the legacy of their past. It turns experiences into sources of inspiration and creativity. To do so, it relates to people, it provokes their curiosity, it includes narratives that might be relevant to them, and it encourages reflection" (Interpret Europe, 2020, p. 8).

3. Theoretical Foundations Related to the Interpretation of Heritage

Interpretive communication programmes may be classified into two broad groups: impersonal and personal (Burgos Delgado & Serantes Pazos, 2013). In the impersonal programmes, there is no use of guides but rather of placards, self-guided routes or other forms of support. In the personal programmes, there is the presence of a guide, a facilitator, and a promoter of interpreting situations.

Whether in personal or impersonal interpretive communication programmes, the purpose is the same: to lead the visitor to think, to reflect on heritage, to move from facts to meanings,

to dismantle preconceived ideas, to promote sustainable attitudes and behaviours, to value heritage.

The interpreter should have in-depth knowledge of the resource, of its history, and of how to contextualize it. However, the interpretation of heritage should not involve instruction. The objective of interpretation is not the conveying of knowledge, but the enhancement of the resource, the unveiling of meanings, the challenging of the visitor, the encouraging of reflexive spirit, and the focusing of interpretation on sustainability.

"«Interpretar» es un concepto que va más allá de la información; en realidad es conferirle sentido a algo, proporcionar versiones diversas y otorgar significados a las cosas" (Martín Piñol, 2013, p.29). It implies enhancing the heritage element by promoting "un método de presentación, comunicación y exploración coherente del patrimonio" (Castells, 2002, as cited in Ramos Lizana, 2007, p. 227).

Possibly having underlying objectives in the field of knowledge, emotionality or behaviour, "la interpretación ofrece claves para una lectura del patrimonio que proporcione a los visitantes un significado y una vivencia" (Ballart Hernández & Juan i Tresserras, 2001, p.174). It provides ways for heritage and its context to be inteligible.

Freeman Tilden (1977) identified the six principles that should guide the interpretation of heritage:

I. Interpretation that does not promote the relation between what is dsescribed and the visitor's personality is *sterile*.

II."Information, as such, is not interpretation. Interpretation is revelation based upon information" (p.9).

III. "Interpretation is an art, which combines many arts, whether the materials presented are scientific, historical or architectural. Any art is in some degree teachable" (p.9).

IV. The purpose of interpretation is to provoke.

V. Interpretation should involve the human being in a holistic approach.

VI.Interpretation aimed at children involves specific programmes. It does not mean simplifying programmes for adults.

After Tilden, Sam Ham (1992), applying the foundations of cognitive psychology (Ham, 2007), highlighted that heritage interpretation should be based upon a specific method, as the purpose of interpretation is the conveying of a message to a non-captive audience, which means that "they don't have to worry about grades. If they decide to stay and pay attention, it will be only because they want to" (Ham, 1992, p. 6). For this reason, Sam Ham mentions in his works that (1992, 2005, 2007, 2013) interpretation should be *amenable, relevant, organized* and focusing on a *theme*.

In order to be *amenable* (pleasant) interpretation ought to create an informal and appealing environment by using communication strategies and transforming technical data into information that is pertinent to the visitor. A non-academic atmosphere should be created

by calling for the participation of and dialogue with the public. A kind of game should be promoted to make communication dynamic and stimulate in the public the desire to participate. For example, the facial expression of the interpreter ought to convey a good mood. Equally, they should look directly at the audience and quickly turn their gaze to people and, on occasion, prolong their gaze on a person in particular, especially when they wish to emphasize something. This posture allows their speech to gain greater emphasis. But for this goal to be achieved, active verbs should be used, the passive voice avoided, and pertinent factual statements about the heritage resource be made. Open questions are also advisable as they promote creativity, appeal to one's imagination and try to bring the visitor closer to the heritage by guiding them to what the interpreter wishes to impart. Introducing the idea of mystery and attracting curiosity are equally appropriate in an interpreting situation (Ham, 1992).

Ham, as Tilden, considers that interpretation ought to be *relevant,* which means that it must carry meaning for the public. As a result, interpretation should try to relate what is being stated to something in the mind of each individual, resorting, for that effect, to sensory perceptions, comparisons, analogies, metaphors and quotations, and expect the audience to think of their own experiences and establish connections between what is being heard and seen and their own personal knowledge. What is being conveyed will acquire meaning and may be remembered later. In the description made, for which some information was selected, a joke might be included, an anecdote associated with the data conveyed, which may also be pertinent and help in the retaining of information (Ham, 1992).

Meanings associated with the heritage in question should also be introduced by establishing the relation between scientific knowledge and human history and associating people's beliefs, values and purposes with the heritage. This will trigger an emotional reaction (admiration, sadness, curiosity, for example) in the visitor and will give rise to new meanings, doubts, and questions (Ham, 1992).

However, according to Ham, (1992), it is not enough for the interpretation to be *amenable* and *relevant*, it must also be *thematic* and *organized*, or it will not arouse the visitor's interest. According to Ham's concepts (1992), the definition of the theme is essential: "have a theme in mind it's surprisingly easy to select the needed information" (p. 34).

Being thematic, it will easily become clear what to exclude or what to include in the presentation. The theme ought to have an underlying topic. According to Ham (2013): "The topic of a presentation (whether written or oral) is simply its subject matter, whereas the theme of the presentation is the specific message about the subject we want to communicate to the audience" (p.34). Centred on a topic, it is possible to define several themes. "The theme tells what's important about de topic" (Ham, 1992, p. 36). The theme should be interesting, motivating, highlighting a single idea, being expressed in a complete, short sentence that is supposed to state the aim to be achieved (Ham, 1992). On the other hand, "the order in which we present our ideas can determine whether the audience will understand the theme" (p. 28).

Based on the theme, key ideas or facts associated with the resource may be defined, so as to keep the audience interested and focused. "Temas muy relevantes son los que tienen las máximas posibilidades de impactar en su audiencia de forma duradera" (Ham, 2007, p.14).

Consequently, the interpretation of heritage should be organized and based on a logical conceptual scheme and presented in a way that is easy for the visitor to follow (Ham, 1992), "debe incidir en algún punto atrayente (comunicar un tema potente)" (Ham, 2007, p.13).

Since the public who travel to heritage spaces are a *non-captive* audience (Ham, 1992) who do not wish to waste time, the information should not be exhaustive, so as not to cause boredom or fatigue. It ought to involve the use of a set of communication techniques associated with short, understandable messages that impart values, disclose meanings and establish emotional and intellectual connections between the resource and the visitors, in such a way that the latter will reflect upon their behaviours and attitudes.

As Mateos Rusillo (2008) says:" La interpretación ocurre en última instancia dentro de la cabeza del visitante. Si lo estimulamos a reflexionar, si provocamos el pensamiento y logramos que sea active en la generación de significados, el mensaje cobrará más valor para él" (p. 60).

4. The Interpretation of Heritage added Value for Tourism

The changes that have taken place in society since the end of last century are inseparable from the rapid development of the information and communication systems, the accentuation of individualism and the departure from traditional ways of life, and have brought about changes in terms of tourism and tourist options (Confederação do Turismo Português, 2005). Consequently, a new tourist profile as emerged, that of tourists with specific characteristics: with more environmental concerns, "more informed, more discerning, more sophisticated, who master the Internet and information and communication technologies, […] who incessantly search for what they want and what they want has to be unique and authentic" (Confederação do Turismo Português, 2005, p. 836).

As stated by Gonçalves (2010): "The «new tourism» calls for highly qualified products capable of responding to tourists who wish to make their dreams come true, to live unique experiences, to learn from other people's cultures, in a pleasant and reinvigorating way" (p.86).

Given the changes occurred in tourism, the interpretation of heritage, a methodology that is different from other forms of communication, meets this *non-captive* visitor (Ham, 2005), the tourist, who, through their visit, seeks moments of personal fruition, an unforgettable experience, and whose aim is "*disfrutar mientras se aprende*" (p.3).

Being a non-formal learning approach, the interpretation of heritage may produce changes in the tourists' behaviour, whilst promoting the enhancement of the heritage and its sustainability, and leading the visitors to understand the genius loci. It may also be a source of inspiration

and creativity, a justification for reflecting upon the values of democratic societies and the situations they are threatened by (Interpret Europe, 2020).

With the use of appropriate techniques, tourists may establish "the connection between what they know, their experiences and the space they visit, and realize the consequences of their actions and adopting a commitment that will result in the conservation of the site" (Burgos Delgado, A. & Serantes Pazos, A.,2013, p. 304). In fact, the interpretation of heritage helps the visitor/tourist feel an integral part of the process and it will help them understand the consequences that individual actions may have (Burgos Delgado & Serantes Pazos, 2013).

In addition to a group of professionals and technicians who are required by the multidisciplinary approach to interpretation, local communities may also be integrated into interpretive planning, as their contribution will not be limited to the information they may provide (Burgos Delgado & Serantes Pazos, 2013).

By treasuring the heritage space and the community and by establishing the interface with tourism and sustainable development, the interpretation of heritage increases the value of the tourism product. Positive and memorable experiences may lead to a return to the site, but may equally have a multiplying effect, since, through word of mouth (Pires & Loureiro, 2012), new visitors/tourists can travel to heritage sites.

Heritage interpretation can provide visitors/tourists with different visions of the space, promote their participation, and arouse internal reactions and mental relationships that can contribute not only to the sustainability of the place but also promote reflection on the values that are inseparable from democratic societies, the values of peace, freedom, solidarity and tolerance.

At the level of public policy, the interpretation of heritage can be seen as "un instrumento fundamental para la definición de políticas de intervención y uso social del patrimonio, y la base para el desarrollo de políticas de comercialización y explotación turística del território y sus recursos" (Ballart Hernández & Juan i Tésseras, 2001, p. 176).

5. Conclusion

Through the use of interpretative techniques, it is possible to promote the discovery of meanings associated with the places, and the reflective spirit, and to generate emotional bonds between the visitor/tourist and the heritage spaces.

Being "un proceso creativo de comunicación estratégica, que ayuda a conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado, para que lo aprecie y disfrute" (Mateos Rusillo, 2008, p.58), heritage interpretation leads visitors/tourists to find their own meanings, and draw their own conclusions, as active citizens and participants in interpretive programmes. Consequently, the interpretation of heritage may lead to a reflection upon the challenges and threats to which the values of peace, freedom

and tolerance – associated with democratic societies – are faced today. In this sense, heritage interpretation is essential for our future development

References

Ballart Hernández, J. B. & Juan i Tresserras, J. (2001). *Gestión del Patrimonio Cultural*. Ariel Patrimonio.

Burgos Delgado, A. & Serantes Pazos, A. (2013). Interpretação do patrimônio, turismo e gestão de áreas protegidas: algumas aproximações, *Turismo & Sociedade*, V. 6, n. 2, p. 300-323, https://core.ac.uk/download/pdf/328073286.pdf

Confederação do Turismo Português (2005). *Reinventando o Turismo em Portugal. Estratégias de Desenvolvimento Turístico Português no I quartel do século XXI.* Confederação do Turismo Português.

Fernández Zamora, A. (2006*). Turismo y Patrimonio Cultural*. Universidade de Jaén.

Gonçalves, A. R. (2010)."Museus, comunidade local e Turismo" in Graça Poças Mouga Santos (Coord.) *Turismo Cultural, Territórios e Identidades*. Edições Afrontamento.

Ham, S. H. (1992). *Environmental interpretation: A practical guide for people with big ideas and small budgets*. North America Press.

Ham, S. H. (2005). Audiencias cautivas y no-cautivas Un relato de cómo llegué a esa idea y a qué me refiero con esto. *Boletín de Interpretación,* número 13, pp. 2-4. https://boletin.interpretaciondelpatrimonio.com/index.php/boletin/article/view/203

Ham, S.H. (2007). Puede la interpretación marcar una diferencia? Respuestas a cuatro preguntas de psicología cognitiva y del comportamiento. *Boletín de Interpretación,* número 17, pp- 10-16. https://interpretaciondelpatrimonio.com/wp-content/uploads/2020/10/Bolet%C3%ADn-de-Interpretaci%C3%B3n-17.pdf

Ham, S. H. (2013). *Interpretation. Making A Difference On Purpose*. Fulcrum Publishing.

Interpret Europe (2020). *Engaging citizens with Europe's cultural heritage. How to make best use of the interpretation approach*. Interpret Europe.

Interpret Europe (2023a). About Interpret Europe. https://interpret-europe.net/about/

Interpret Europe (2023b). *Our Vision*. https://interpret-europe.net/about/our-vision/

Interpret Europe (2023c). About Heritage Interpretation. https://interpret-europe.net/about-heritage-interpretation/

Martin Piñol, C. (2013). *Manual del Centro de Interpretación*. Ediciones Trea.

Mateos Rusillo S. M. (Coord.) (2008). *La comunicación global del patrimonio cultural*. Ediciones Trea.

National Association for Interpretation (2023a). What is NAI?, https://www.interpnet.com/NAI/interp/About/About_NAI/Who_We_Are/nai/_About/Who_We_Are.aspx?hkey=4cdd6596-2d83-432c-80a4-fe1384c8a42a

National Association for Interpretation (2023b). Mission, Vision and Core Values. https://www.interpnet.com/NAI/interp/About/About_NAI/What_We_Believe/nai/_About/Mission_Vision_and_Core_Values.aspx?hkey=ef5896dc-53e4-4dbb-929e-96d45bdb1cc1

National Association for Interpretation (2023c). What is interpretation? https://www.interpnet.com/NAI/interp/About/About_Interpretation/nai/_About/what_is_interp.aspx?hkey=53b0bfb4-74a6-4cfc-8379-1d55847c2cb9

Pires, A. R. & Loureiro, S. M.C. (2012). O Efeito das dimensões do Estilo de Vida de um Destino Turístico na Satisfação Global e no Passa-palavra: O caso da Barragem de Alqueva, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol. 1, nº 17/18, pp. 161-173.

Ramos Lizana, M. (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Trea.

Tilden, F. (1977). *Interpreting our Heritage*. 3ª ed., The University of North Carolina Press.

CAPÍTULO 7

A Animação Turística como Ferramenta de Educação Não Formal e de Inclusão Social – O Caso da Destino4all, Projeto de Turismo Inclusivo em Braga, Portugal

Tourist Animation as a Tool for Non-formal Education and Social Inclusion – The case of Destino4all, Inclusive Tourism Project in Braga, Portugal

TEIXEIRA, Joana

Resumo

A animação turística é uma abordagem dinâmica e interativa que visa proporcionar experiências memoráveis aos visitantes, explorando os recursos locais e promovendo a participação ativa dos turistas na cultura e na comunidade do destino. A animação turística pode também desempenhar um papel crucial na educação não formal e na promoção da inclusão social. A educação não formal, complementar à educação formal, permite vivenciar o património, conhecer a história local e interagir com diversas culturas, promovendo assim o desenvolvimento da autonomia e do pensamento crítico. Por seu lado, a inclusão social é fundamental para reduzir desigualdades e fomentar a tolerância e o respeito na comunidade. Nesse contexto, este trabalho tem como objetivo exemplificar como as visitas guiadas podem ser um veículo para a inclusão social e para a aprendizagem em contextos de educação não formal. Para ilustrar essa ideia, será apresentado o projeto Destino4all, de animação turística inclusiva em Braga, Portugal, que já tem experiência de trabalho com diversos públicos, tanto nacional como internacional, com diferentes necessidades específicas, e que alerta para questões importantes de acessibilidade na cidade, como forma de dar destaque a públicos que por vezes são esquecidos pela sociedade, mas que não são menos importantes.

Palavras-Chave

Inclusão Social, Educação Não Formal, Turismo Inclusivo, Animação Turística

Abstract

Tourist entertainment is a dynamic and interactive approach that aims to provide memorable experiences for visitors by exploiting local resources and promoting the active participation of tourists in the destination's culture and community. Tourist entertainment can also play a crucial role in non-formal education and promoting social inclusion. Non-formal education, complementary to formal education, allows you to experience heritage, learn about local history, and interact with different cultures, thus promoting the development of autonomy and critical thinking. In turn, social inclusion is fundamental to reducing inequalities and fostering tolerance and respect in the community. In this context, this work aims to exemplify how guided tours can be a vehicle for social inclusion and learning in non-formal education

contexts. To illustrate this idea, the Destino4all project will be presented, an inclusive tourist entertainment project in Braga, Portugal, which already has experience working with diverse audiences, both national and international, with different specific needs, and which raises awareness of important accessibility issues in the city, as a way of highlighting audiences that are sometimes forgotten by society, but are no less important.

Keywords

Social Inclusion, Non-Formal Education, Inclusive Tourism, Tourist Entertainment

1. Introdução

A animação turística tem-se destacado como um meio de promoção do turismo e de desenvolvimento económico local e tem como propósito a criação de experiências turísticas de modo que os turistas possam viver o destino de uma forma mais cativante e impactante. Dentro da animação turística inserem-se as visitas guiadas, que podem ser uma ferramenta de educação não formal e de inclusão social.

O conceito de educação não formal refere-se a atividades educativas que ocorrem fora do sistema escolar tradicional e que, muitas vezes, são mais flexíveis e adaptáveis às necessidades específicas de diferentes grupos sociais. A relação entre o património e a educação está cada vez mais presente no turismo (Barca et al, 2015), pelo que a educação não formal pode ocorrer através das visitas guiadas, experiências nas quais se vivencia o património e se interage com diversas culturas, promovendo assim o desenvolvimento da autonomia e do pensamento crítico dos indivíduos.

Já a inclusão social, a nível do turismo, é uma oportunidade de incluir a comunidade local na experiência turística, assim como de incluir todos os públicos no destino, criando um turismo para todos e com todos.

No panorama atual, o turismo assume uma importância crescente na economia portuguesa. As estatísticas pós-pandemia têm mostrado que o turismo continua a ser um setor económico relevante. Em 2023, registaram-se cerca de 1286 milhões de turistas (que pernoitaram) a nível mundial, o que correspondeu a um aumento de 34% em relação ao ano anterior, tendo o sul da Europa superado os valores pré-pandemia (UNWTO, 2024). A Europa continua a ser a região mais visitada do mundo, alcançando 94% dos níveis pré-pandemia em 2023 (UNWTO, 2024). Portugal, em particular, alcançou 11% mais turistas em janeiro a novembro de 2023, em relação ao mesmo período do ano de 2019 (UNWTO, 2024). Tendo em conta este contexto, foi criado um projeto de animação turística de turismo inclusivo e acessível na cidade de Braga, em 2021, com o nome Destino4all, e que utiliza a educação não formal e procura a inclusão social nas visitas guiadas que proporciona.

O presente trabalho irá apresentar em primeiro lugar os conceitos de animação turística, educação não formal e de inclusão social. Posteriormente será apresentado o projeto de

animação turística Destino4all e serão indicadas mais em particular as formas de educação não formal e de inclusão social praticadas com os vários públicos com os quais já trabalha: com cegos e pessoas com baixa visão, com seniores e pessoas com mobilidade reduzida, com famílias, com neurodivergentes e com todos.

2. Animação Turística

A animação turística é um setor dentro do turismo que se compõe por atividades que permitem ao turista usufruir de uma experiência turística, sendo essas atividades de índole vária, como por exemplo as visitas guiadas, atividades de observação e interpretação da natureza, montanhismo, percursos pedestres, desportos de natureza, entre outras (Silva, 2022). É também "uma atividade cultural, social e económica que envolve comunidades e turistas em atividades multifacetadas" (Pinto & Pereiro, 2017, p. 72). Estes tipos de atividades ajudam a gerar interesse pelos destinos turísticos e permitem aos turistas criar uma maior ligação emocional com o lugar que visitam.

A animação turística "num determinado destino pode e deve fazer a diferença, na medida em que, pode criar algo único que transmita uma experiência autêntica e exclusiva na vida do turista. Para se tirar melhor proveito das potencialidades da Animação Turística no setor do turismo, esta deve ser gerida e/ou planeada de forma articulada (trabalho em rede) e não de forma isolada, ou seja, deve-se envolver os vários atores públicos e/ou privados (hotéis; postos de turismo; empresas de animação; câmaras municipais; entre outros) que oferecem estes serviços de forma a criarem uma visão em comum, mas operacionalizada de maneiras diferentes, para assim criarem uma imagem de marca de qualidade" (Silva, 2022, p. 11).

A animação turística também pode e deve ser uma ferramenta de educação não formal. Através das visitas guiadas e de atividades que gerem envolvimento com os vários tipos de património constituintes de um destino é possível transmitir conhecimento e gerar ligação dos turistas com o lugar, educando o grupo para a História do destino e do seu país, para a cidadania, e para a tolerância entre os povos. Nesse aspeto, a animação turística é também um componente do turismo que pode gerar a inclusão social. De acordo com a OMT (1999), citada por Anacleto (2014), um dos pilares a observar no turismo é o respeito entre seres humanos, a promoção da igualdade e da tolerância, promovendo os direitos humanos, sobretudo junto de grupos mais vulneráveis, como minorias étnicas, os povos autóctones, crianças, idosos ou pessoas com deficiência.

3. Educação Não Formal

A educação não formal é um conjunto de atividades e programas organizados, que são estruturados e intencionais, que podem ser eventos culturais, e que ocorrem fora do sistema de ensino (Martins, 2015; Patrício, 2019; Pinto, 2015). Trata-se de uma complementaridade da educação formal e permite a aprendizagem fora do contexto escolar. Através das atividades

feitas o grupo pode ser educado para a cidadania e perceber melhor, de forma prática, os direitos humanos, a tolerância entre seres humanos, como agir em sociedade, assim como aprimorar a própria autonomia (Martins, 2015; Patrício, 2019).

De modo a atingir estes objetivos, a educação não formal deve ser efetuada por vários agentes e centrar-se no processo, não no resultado (Martins, 2015). Está hoje assente a importância da utilização do património como espaço educativo, dado que os bens culturais propiciam a criação de projetos que permitem aos públicos o contacto direto com o património e a sua leitura (Pinto, 2015). Assim, os centros históricos, os monumentos e os museus podem e devem ser ferramentas de educação não formal. Estes permitem que vários públicos tomem contacto com o passado do local e percebam melhor a evolução cultural e urbana dos espaços, assim como as tradições e património imaterial que estão relacionados com esses mesmos espaços.

Numa visita em contexto de educação não formal ao património da cidade de Guimarães, Pinto concluiu que os jovens melhoraram "a expressão de um pensamento histórico para além dos limites da sua educação escolar, familiar, do meio local, ou do contacto com os média" (2015, p. 69). No que toca a eventos com locais, o património é um meio de mostrar a história do lugar que os viu nascer, e para os visitantes esse mesmo património é um meio de ficar imerso e envolvido na cultura local que está a explorar.

4. Inclusão Social

A inclusão social é um conceito cuja conceptualização tem sido difícil de gerar na literatura. Acaba por ser mais frequente a conceptualização da exclusão social, e o conceito de inclusão social aparece como o antónimo desse conceito. Os autores estão de acordo em apontar como inclusão uma sociedade igualitária, que promove a multiplicidade dos indivíduos, respeita as suas diferenças e que é acessível para todos (Porto, 2016; Sá, 2018). Braga (2018) e Silva (2019) destacam a inclusão como um conjunto de políticas de integração de pessoas ou grupos que estejam excluídos na sociedade. Sassaki (2005) citado por Sá (2018) refere a inclusão como um processo bilateral no qual as pessoas ainda excluídas e a sociedade tentam em parceria perceber quais os problemas existentes, decidir sobre soluções para os mesmos e proporcionar equidade de oportunidades para todos.

Neste sentido, inclusão é, a nosso ver, dar as mesmas oportunidades de participação na sociedade a cada cidadão, sem que as necessidades específicas de cada um sejam impeditivos para tal. No processo bilateral da inclusão é necessário tomar em atenção as sugestões dos públicos com necessidades específicas e a contratação de profissionais com formação e sensibilidade para se tornarem agentes criadores de políticas de equidade. A inclusão social tem um lugar relevante no turismo, dado que ajuda no processo de luta contra as desigualdades e exclusão dentro das comunidades, em particular em regiões menos favorecidas (UNWTO, 2014).

5. Destino4all – Visitas Guiadas Acessívei se Inclusivas na Cidade de Braga, Portugal

O nosso projeto surge a partir de uma inquietação. Ao longo do nosso percurso profissional como guias-intérpretes tivemos contacto com públicos heterogéneos e com necessidades específicas diversas. Sempre procurámos proporcionar a melhor experiência possível aos públicos, no entanto nem sempre sentimos que a experiência teve a qualidade almejada, devido à nossa falta de formação na área. Nesse sentido, e tendo em conta a oportunidade de criar um projeto de inovação social no *Human Power Hub*, em Braga, no ano de 2021 surgiu a ideia de uma marca de animação turística vocacionada para o turismo inclusivo e acessível, com o nome de Destino4all.

Trata-se de um projeto de Céu Marques e Joana Teixeira de visitas guiadas por Braga, pelo centro histórico e pelo Santuário do Bom Jesus do Monte, adaptadas aos públicos que recebemos. O turismo acessível e inclusivo num destino é um fator de diferenciação e competitividade (Anacleto, 2014). Usamos os dois conceitos de acessibilidade e de inclusão na nossa comunicação, dado que o primeiro está relacionado com o destino ter acessibilidades físicas e comunicacionais para o turista, e a inclusão se relaciona com experiências proporcionadas para públicos menos favorecidos e com a integração da comunidade local na experiência turística. No entanto, o turismo acessível e inclusivo está inserido no conceito de Turismo para Todos, que é o nosso farol no que toca ao nosso projeto.

O conceito de Turismo para Todos reporta à possibilidade de qualquer pessoa, independentemente da sua necessidade específica, poder usufruir dos equipamentos e serviços turísticos que um destino tem ao dispor e que possam corresponder às exigências e expectativas dos visitantes (Anacleto, 2014). Este conceito implica também que seja feito com todos os elementos de um destino, nomeadamente a própria comunidade. Deste modo, torna-se uma experiência acessível e integrada (Anacleto, 2014). Ainda antes deste projeto já inseríamos a comunidade local nas nossas visitas, pois é o garante da autenticidade e aumenta a qualidade do nosso serviço.

Para que uma experiência turística acessível e inclusiva se torne realidade num destino é fundamental que existam condições de acessibilidade nos seus vários elementos constituintes – alojamento, restaurantes, transportes, mobiliário urbano, equipamentos, entre outros. Deste modo, só nos é possível fazer visitas guiadas e proporcionar experiências turísticas quando o próprio destino tem condições para o fazer. Para além disso, o cliente com necessidades específicas só poderá gerar fidelidade ao destino turístico se perceber que este está adaptado às suas necessidades (UNWTO, 2014).

6. A Nossa Investigação e Participação em Formações

De modo a desempenhar um trabalho de qualidade nesta área, fizemos investigação relacionada com o turismo inclusivo e acessível. Machado (2014) é um estudo sobre a acessibilidade para cegos no centro histórico do Porto. Tem algumas indicações deixadas pelos elementos do grupo focal, como por exemplo a necessidade de indicar pontos de orientação aos turistas no início da visita e que, como têm baixa visão ou cegueira, gostam de tocar nos objetos.

Outro trabalho ilustrativo que nos serviu de base foi o estudo efetuado por Anacleto (2014), no qual a autora investigou a acessibilidade para cegos em Braga, em vários monumentos e no Posto de Turismo, o que nos ajudou igualmente a constatar as necessidades deste público. De acordo com Perfil (2010), citada por Anacleto (2014), as limitações dos cegos e pessoas com baixa visão prendem-se com a mobilidade, a orientação, comunicação e acesso à informação e manipulação de objetos e equipamentos.

Jesus (2022) introduz o conceito de turismo acessível e o de Desenho Universal (*Design for All*), para além de apontar sugestões de comunicação de um destino turístico acessível. Segundo o autor, só seguindo os princípios do Desenho Universal é que será possível dar aos vários públicos o acesso a um destino turístico.

A UNWTO tem um manual sobre turismo acessível (2014) bastante elucidativo, no qual se percebe que o turismo acessível tem várias nomenclaturas, sendo a mais abrangente Turismo para Todos. Este conceito reporta ao usufruto do turismo de uma forma independente e digna por parte de todos, e à inclusão de todos os elementos da comunidade local nesse processo.

As formações são uma componente fulcral para nos posicionarmos como agentes de turismo preparadas para vários públicos. Em 2021 fizemos formação em Turismo Inclusivo – Oportunidades e Desafios, ministrada pelo Bestcenter. No ano seguinte fizemos uma formação de Linguagem Clara e Inclusiva, proporcionada pela Access Cultura, assim como dois cursos de Atendimento Inclusivo, ministrados pelo Turismo de Portugal, um presencial e um online, e ainda workshops promovidos pela Comunidade Intermunicipal do Alto Minho, no âmbito do projeto "Inclusão Ativa de Grupos Vulneráveis – Cultura para Todos".

Em 2023 a Casa do Professor organizou a formação Vozes da Inclusão – Caminhos Inclusivos: inovações científicas, perspetivas e cenários, e a Accessible Portugal ministrou a formação Cidadania Inclusiva. Para além das formações, fizemos em 2021 e em 2022 visitas de teste com cidadãos com necessidades específicas díspares, nomeadamente com cegos, pessoas com mobilidade reduzida, utilizadores de cadeiras de rodas e pessoas neurodivergentes.

Devido às especificidades de cada público e atendendo às formações e recursos já feitos, de momento as visitas guiadas estão preparadas para experiências com cegos e pessoas com baixa visão, seniores e mobilidade reduzida, com neurodivergentes e com famílias. É possível fazermos visitas a surdos, dependendo das necessidades desse público. No entanto, ainda não publicitamos as visitas a este público, pois sentimos ainda a necessidade de aprimorar com mais visitas de teste antes de as oferecermos ao público em geral. Adiante detalhamos

para cada público as especificidades às quais temos de dar atenção e como fazemos as visitas tendo a educação não formal e a inclusão social como nossos pilares.

7. Visitas Guiadas com Cegos e Pessoas com Baixa Visão

A deficiência visual tem várias categorias e engloba várias enfermidades. As limitações no campo visual podem ter vários graus (Accessible Portugal, 2021). Deste modo, é sempre importante num primeiro contacto com o público perceber qual o grau de visão que ainda possui e, no caso de cegueira, se se trata de um público cego de nascença ou com cegueira adquirida para adaptar o discurso de como se vão descrever os monumentos, sobretudo no que toca à descrição das cores.

Anacleto refere a importância dos sentidos do tato e da audição para este tipo de público. As experiências turísticas podem, no entanto, também usar ferramentas para o olfato e o paladar dos clientes (2014). É necessário tomar atenção para os níveis de mobilidade, autonomia e orientação do público e deve-se minimizar as barreiras físicas presentes no destino (Anacleto, 2014). Em termos de público com baixa visão, é importante não esquecer a informação escrita em formato ampliado (Accessible Portugal, 2021).

Também a nossa experiência revela a importância dos sentidos e das sensações de cada um para melhor assimilarem o destino e o património com o qual estão a contactar. Antes de começarmos a lidar com este público fizemos uma visita de teste com uma pessoa cega que nos proporcionou instruções consideráveis sobre como descrever os monumentos e como equilibrar a descrição do que está perante nós e a informação sobre o património. As visitas são uma ferramenta de educação para o património, no entanto com este grupo é preciso ter atenção ao doseamento da informação.

8. Visitas Guiadas com Seniores e Pessoas com Mobilidade Reduzida

É com este público que mais contactamos nas nossas experiências. Para além de visitas privadas, desde o ano de 2022 fazemos parte de um projeto da Câmara Municipal de Braga intitulado REDMAY, de serviços de proximidade à comunidade sénior do concelho, com os objetivos de promoção da qualidade de vida e combate ao isolamento social. Procuramos levar os idosos a novas descobertas, tanto em locais que já conhecem das suas rotinas, como de locais no centro de Braga onde nunca entraram. De acordo com Fernandes (2018) o sénior aprende melhor quando o assunto lhe é relevante, interessante e relacionado com o seu quotidiano. Assim, tentamos que a visita seja uma experiência que fique marcada nos indivíduos e na qual aprendam algo que fique retido na memória.

A nossa experiência como guias antes da criação do nosso projeto é uma experiência com públicos heterogéneos, e da qual fomos tirando várias ilações, sendo uma delas a questão de darmos espaço para a voz, para as emoções de quem está connosco, independentemente

das faixas etárias. A "noção de integração e relação social decorrente da atividade turística é especialmente importante em grupos sociais, que são inviabilizados ou que possuem restrições físicas e motoras de deslocamento" (Santos, 2021, p. 14).

Quando a visita guiada é um espaço aberto ao diálogo, as pessoas ficam mais atentas, retêm mais informação e partilham as suas vivências, culturas e tradições, enriquecendo a experiência de todos. As pessoas precisam de sentir que estão seguras e que podem ter voz na experiência que estão a realizar. Havighurst (1961) citado por Santos (2021) indica que os idosos são mais felizes quando têm interações sociais e estão ativos.

Num contexto social em que os idosos estão a passar por isolamento social no nosso país, um dos nossos objetivos iniciais com visitas guiadas com idosos foi tentar fazê-los dialogar connosco, não só para lhes darmos voz e retirar um pouco a sensação de solidão, mas também para fazer ver ao grupo que a informação que os idosos nos transmitem é importante e que podemos aprender com eles. Este último é também um comportamento que temos nas visitas em família, para que as diferentes gerações possam dialogar entre si e perceber que temos todos a aprender uns com os outros. Acaba por ser uma aprendizagem mútua para todos os elementos da visita, incluindo os guias.

Tanto no público sénior como no público de outras idades com mobilidade reduzida é importante ter em conta que o cansaço físico ocorre mais rapidamente e que devemos planear a rota de acordo com a menor existência possível de obstáculos físicos. É importante a existência de locais de repouso ao longo da rota, procurar superfícies antiderrapantes e respeitar o ritmo de marcha (Accessible Portugal, 2021).

9. Visitas Guiadas com Famílias

No que toca às famílias, a nossa preocupação prende-se com captar a atenção dos mais novos e manter o grupo coeso e interessado. Em termos de educação não formal, as novas tecnologias podem ser usadas para ajudar as crianças na socialização e no conhecimento do mundo, funcionando como um instrumento pedagógico (Cunha, 2021). Para além desse fator, e como já abordado anteriormente, procuramos fomentar o diálogo intergeracional, entre os mais novos e os seus pais e, sobretudo, com os avós, que detêm um vasto reportório de memórias. A educação não formal serve, assim, para ajudar a desconstruir preconceitos e estereótipos e gerar uma participação mais ativa e integrada dos idosos na família e, até, a mostrar a relevância do papel dos idosos na sociedade (Fernandes, 2018).

Queremos contribuir para a educação patrimonial das crianças, portuguesas e estrangeiras, de modo a complementar os seus estudos e de lhes fazer ver a importância da manutenção do património ao longo das gerações e no apoio à conceção da identidade local. Sabemos que os museus, lugares históricos e elementos patrimoniais são relevantes e "fontes privilegiadas para a aprendizagem da História" (Almeida & Solé, 2015, p. 241). Utilizando a tecnologia disponível, que é tão familiar às gerações mais novas, juntamente com o diálogo entre gerações

e o contacto direto com as fontes patrimoniais, materiais e imateriais, proporcionamos uma experiência educativa em que os alunos desenvolvem as suas capacidades individuais de interpretação histórica. Estas ideias vão de acordo com o defendido por Cunha (2021) e Almeida e Solé (2015). Pretendemos ser um elo de ligação entre escolas, comunidade e património. Presentemente realizamos visitas guiadas com famílias e cooperamos com escolas, em várias visitas de estudo, gerais ou temáticas. A título de exemplo, em março de 2024 foi realizada uma visita guiada em Braga com a temática do passado judaico da cidade.

10. Visitas Guiadas com Neurodivergentes

Neste tipo de público encontramos indivíduos com patologias várias, e, portanto, com perfis variados, por vezes dentro de um mesmo grupo. A adaptação nas visitas guiadas prende-se com a linguagem e a comunicação, que devem ser claras e acessíveis. Não se deve falar de forma infantilizada, é necessário entender que são pessoas capazes de aprender e de comunicar e de ver o mundo com uns olhos diferentes dos nossos, mas que não são inferiores a nós. De acordo com a Accessible Portugal (2021), é importante agir de forma natural, respeitar a autonomia deste público e caso seja necessário utilizar material, recorrer a pictogramas.

Simplesmente é necessário perceber que as perspetivas que temos enquanto guias dos monumentos e espaços serão diferentes deste público, mas que é um público capaz de aprender, assimilar e desfrutar da experiência, e para tal temos de incluir e aceitar as particularidades de todos na experiência turística (Sá, 2018). A título de exemplo, o último trabalho que fizemos com este público foi no Santuário do Bom Jesus do Monte, em maio de 2024. Fizemos uma experiência com menos informação sobre a História e com mais ênfase sobre os sentidos. Assim, a experiência baseou-se no foco de alguns pontos do recinto onde sentíamos através de um sentido em particular o sítio onde fazíamos paragens. Ilustrando isto, por exemplo no parque do lago demos ênfase ao olfato, ao aroma das plantas desse lugar.

11. Visitas Guiadas com Todos

Para além do que já foi indicado em todos os outros públicos, fazer uma visita guiada inclusiva e acessível é sempre com todos e para todos, apesar das diferenças de cada indivíduo. Por isso, caso não haja à partida indicação de alguma necessidade específica de algum membro ou de todo o grupo, é sempre importante num primeiro contacto, durante a visita guiada, perceber se há alguma adaptação a fazer-se ao percurso ou à forma como se transmite o conteúdo.

No entanto, essa adaptação tem de ser inclusiva, ou seja, tem de vir de comportamentos não discriminatórios, e em que não se crie a ideia de que uns elementos do grupo são mais especiais do que outros. Somos todos iguais, simplesmente há necessidades que uns elementos têm que outros não têm.

A educação não formal concretiza-se com todos, independentemente das idades, nacionalidades, necessidades específicas. Como já referido em anteriores situações, procuramos o diálogo com os grupos. O nosso método de trabalho alimenta a formação pessoal de cada um e contribui para uma educação partilhada, em comunhão, e que respeita o lugar de todos.

Antes do nosso projeto já incluíamos a comunidade local sempre que possível nas nossas visitas e neste projeto também o fazemos. Para além de visitarmos monumentos e museus com os clientes, procuramos humanizar a experiência, contactando com as pessoas que nos vendem os bilhetes, com os guias dos espaços, perguntando os seus nomes e também qual a relação que têm com o património onde trabalham. Procuramos incentivar também os clientes a deixar dinheiro no comércio local, visitando espaços comerciais históricos e que têm relação com o tema da visita, recomendando outros espaços que não visitamos, mas que fazem parte da cultura e economia locais, e tendo diálogo com as pessoas que trabalham nestes lugares, apresentando-os aos clientes e mostrando a nossa hospitalidade, que tanto caracteriza o nosso país e, em particular, a nossa cidade de Braga.

12. Conclusão

Com este presente trabalho fica percetível que a animação turística pode servir como um meio importante de educação não formal dos públicos sobre um destino turístico e o seu património, e como uma forma de integrar todos os elementos de um destino e todos os públicos numa experiência turística, conferindo mais autenticidade à experiência vivida, pois os turistas ficam a conhecer os locais, e os locais tornam-se embaixadores do destino. Estes são os objetivos do Turismo para Todos, que se trata também de uma visão do turismo em ascensão.

As mudanças sociodemográficas no mundo estão a levar ao crescimento da população com alguma necessidade específica, dado que os avanços científicos estão a levar a uma maior taxa de sobrevivência a acidentes e doenças, e a esperança média de vida das populações tem vindo a aumentar (UNWTO, 2014). A população mais idosa tem vindo a viajar mais, dado que tem havido aumento do poder aquisitivo da população e avanços tecnológicos que permitem maior conforto em viagem. Para além destes fatores, é uma população que dispõe de tempo para viajar, uma vez que já não trabalham, e tem interesse em participar em atividades turísticas (UNWTO, 2014). Assim, o público com necessidades específicas tem vindo a aumentar em número e é um público que gosta e quer viajar. O potencial de receitas turísticas do público com alguma incapacidade é de 80 mil milhões de euros (UNWTO, 2014).

Percebe-se que é fulcral que um destino turístico esteja sensível a estas questões da acessibilidade, "devendo estar integrada nas políticas públicas de planeamento e ordenamento do território e incluída não apenas na atividade turística, mas no conjunto dos sistemas do seu território (económico, financeiro, social, ambiental, cultural, sanitário, científico, educativo e tecnológico). A intervenção da comunidade também é fundamental, uma vez que, esta não deve privar ou condicionar o turista de conhecer realmente o destino no seu todo, ajudando-o

a tornar-se num local atrativo sustentado por uma cultura de acessibilidade. Evidentemente que tornar um destino acessível exige tempo, devendo ser construído de forma progressiva, rentável e consolidada, percecionada num aumento da qualidade do turismo, para todos e com todos" (Anacleto, 2014, p. 59). Deste modo, o destino demonstra maior autenticidade e é mais fácil personalizar a experiência turística.

Com o exemplo das visitas guiadas da Destino4all, conseguimos demonstrar que o turismo pode ser uma experiência para todos e com todos. Este projeto é recente, teve início em 2021, pelo que ainda estamos num processo de crescimento e por isso ainda não realizamos com frequência visitas para o público surdo, mas está nos nossos planos para o futuro. De momento, as nossas visitas estão adaptadas aos públicos cego e com baixa visão, a seniores e pessoas com mobilidade reduzida, com famílias, com neurodivergentes e com todos, ou seja, com públicos heterogéneos. Pensamos sempre no bem-estar do nosso público e de como podemos fazer um trabalho de qualidade em cada visita, pelo que adaptamos a rota, os conteúdos, a forma como falamos, a tecnologia utilizada a cada público. A tecnologia tem de ser vista como um aliado para o profissionalismo do guia-intérprete, dado que em certos casos pode "estimular as pessoas cada vez mais a compreender, assimilar, reelaborar, avaliar, questionar, participar, receber e procurar informação" (Porto, 2016, p. 299).

O turismo é uma atividade económica importante para o nosso país e um setor especial, pois é um setor de felicidade. Assim sendo, o foco dos empresários de turismo tem de ser na criação de memórias e de experiências inesquecíveis, dado que "há uma relação positiva entre a satisfação com a experiência de viagem e a satisfação com a vida no lazer, aumentando a sensação de bem-estar (sua qualidade de vida) ou a intenção de revisitar o destino" (Santos, 2021, p. 23).

Convém não esquecer que o turismo é um direito de todos. É um direito fundamental para a qualidade de vida e um veículo-chave para o desenvolvimento humano e deve ser feito sem discriminação e permitindo o acesso de todos às atividades turísticas (UNWTO, 2014). O turismo para todos é também um meio de garantir benefícios às comunidades locais (UNWTO, 2014), pois o destino ficando acessível a nível físico para o turista, fica também acessível ao habitante. E a existência de acessibilidades a vários níveis nos espaços turísticos acabam por levar à acessibilidade em espaços públicos não turísticos, por contágio. Por isso uma das missões da Destino4all é a divulgação dos materiais e espaços acessíveis, para gerar consciência nos vários *stakeholders* de Braga que a aposta na acessibilidade é benéfica a longo prazo para todos.

Os benefícios do Turismo para Todos foram enumerados pela Organização Mundial do Turismo e abrangem vários níveis: as pessoas com algum tipo de incapacidade costumam viajar acompanhadas, o que significa mais turistas, e portanto mais dinheiro deixado na economia local; redução da sazonalidade no destino em questão; melhoria da qualidade de vida dos habitantes do destino, no que toca à acessibilidade dos equipamentos e à inclusão social; aumento da quota de mercado e, igualmente, da rentabilidade das empresas de turismo; melhoria da imagem das empresas turísticas e do destino em questão; fidelização dos turistas aos destinos

que são verdadeiramente acessíveis, tendo em conta as suas necessidades (UNWTO, 2014). Portanto, está aqui presente uma grande oportunidade que as empresas do turismo têm de aproveitar, adaptando-se a este tipo de turismo e contribuindo para o aumento da qualidade na oferta turística que proporcionam.

Referências

Accessible Portugal (2021). *Guia Prático. Acessibilidade na Animação Turística.* Blue Line. https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/all-for-all/acessibilidade-animacao-turistica-guia-pratico.pdf

Almeida, E. & Solé, G. (2015). O património histórico como recurso pedagógico para a construção do conhecimento histórico. In Glória Solé (Org.). *Educação Patrimonial: contributos para a construção de uma consciência histórica* (pp. 233-261). Braga: Centro de Investigação em Educação (CIEd), Instituto de Educação, Universidade do Minho.

Anacleto, Sandra Contente (2014). Turismo Acessível – Criação de um circuito turístico para a população com deficiência visual, na cidade de Braga. [Trabalho de Projeto em Mestrado em Património e Turismo Cultural, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/34246

Barca, I.; Solé, G; Pinto, H.; Lopez, R. F.; Martinéz, T.& Sabaté, M. (2015). Educação histórica e educação patrimonial - novos desafios. In Glória Solé (Org.). *Educação Patrimonial: contributos para a construção de uma consciência patrimonial* (pp.53-57). Braga: Centro de Investigação em Educação (CIEd), Instituto de Educação, Universidade do Minho

Braga, Wylnara dos Santos (2018). O uso das Tecnologias da Informação e Comunicação como mecanismo de inclusão social e digital. [Dissertação de Mestrado em Ciências da Educação (Área de Especialização em Tecnologia Educativa), Instituto de Educação da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/55408

Cunha, Ana Rita do Nascimento (2021). Levantamento de uso educativo de dispositivos móveis em contexto da Educação Infantil em uma região administrativa do Distrito Federal, Brasil. [Dissertação de Mestrado em Ciências da Educação (Área de Especialização em Tecnologia Educativa), Instituto de Educação da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/74246

Fernandes, Daniela do Rosário da Silva (2018). Aprender a envelhecer: intervenção numa Universidade Sénior. [Projeto de estágio de mestrado em Educação (especialização em Educação de Adultos e Intervenção Comunitária), Instituto de Educação da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/59711

Jesus, Lilian Gavioli de (2022). Avaliação do potencial do Turismo Acessível e proposta de criação de uma rede institucional de Turismo Acessível para o município de Esposende (Portugal) e para o município de Desenzano del Garda (Itália). [Tese de Doutoramento em Geografia (especialidade em Estudos da Paisagem), Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/84166

Martins, Anabela Solinho (2015). Encontros e Desencontros da Educação de Adultos numa Associação de Teatro Amador. [Dissertação de mestrado em Ciências da Educação (área de especialização em Educação de Adultos), Instituto de Educação da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/40958

Machado, Ivana Carolinne Bezerra (2014). Turismo e acessibilidade para os deficientes visuais: proposta de percursos no Centro Histórico do Porto, Portugal. [Dissertação de mestrado em Geografia (área de especialização em Planeamento e Gestão do Território), Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/33557

Patrício, Maria Raquel (2019). Educação formal, não formal e informal. In M.J. Brites; I. Amaral; M.T. Silva (Eds.) *Literacias cívicas e críticas: refletir e praticar*. Braga: CECS. p. 105-107. ISBN 978-989-8600-88-2

Pinto, Helena (2015). Articulando Património e Educação: os contributos da Educação Patrimonial. In Glória Solé (Org.). *Educação Patrimonial: contributos para a construção de uma consciência patrimonial* (pp.53-75). Braga: Centro de Investigação em Educação (CIEd), Instituto de Educação, Universidade do Minho

Pinto, M. J. R., & Pereiro, X. X. P. (2023). Animação e turismo: O papel da animação na oferta turística da cidade do Peso da Régua. *Tourism and Hospitality International Journal*, 8(1), 68–78. https://doi.org/10.57883/thij8(1)2017.30386

Porto, Renata Maria Abranches Baracho (2016). Inclusão digital: um caminho para a inclusão social. *Revista IBICT, v. 43 n. 2*, 298-309. https://doi.org/10.18225/ci.inf.v43i2

Sá, Raquel Patrícia Gonçalves de (2018). Dar sentido à vida: promoção da qualidade de vida de cidadãos adultos com deficiência(s). [Relatório de estágio de mestrado em Educação (especialização em Educação de Adultos e Intervenção Comunitária), Instituto de Educação da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/59575

Santos, Ana Lúcia Caetano dos (2021). Turismo como Ferramenta de Inclusão e de Visibilidade Social para a Terceira Idade. [Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Ciências e Tecnologia de Pernambuco - IFPE Campus Recife como requisito parcial à obtenção do título de Tecnóloga em Gestão de Turismo.] Repositório Instituto Federal de Pernambuco. https://repositorio.ifpe.edu.br/xmlui/handle/123456789/680

Silva, Luís Augusto Boulhosa da (2019). A música como instrumento para a inclusão social. [Dissertação de mestrado em Economia Social, Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho]. RepositóriUM. https://hdl.handle.net/1822/61045

Silva, Sandra Luísa Ferreira da (2022). Criação de uma empresa de Animação Turística e Património Cultural "Welcome to Lamego by Sandra". [Projeto de Mestrado em Gestão do Património Cultural e Desenvolvimento Local, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego do Politécnico de Viseu]. Politécnico de Viseu Repositório Científico. http://hdl.handle.net/10400.19/7710

Silveira, Adriana Teixeira da (2021). Importância da animação turística na indústria hoteleira: um caso de estudo em Espanha. [Dissertação de Mestrado em Turismo e Hospitalidade, Universidade Portucalense]. Repositório UPT. http://hdl.handle.net/11328/3930

UNWTO (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo I: Turismo Accesible – Definición y contexto*. OMT, Madrid. https://www.accessibletourism.org/resources/manualturismoaccemoduloipruebadia14final1revisadov2.pdf

UNWTO (2024). *World Tourism Barometer*. Volume 22, Issue 1. 1-6. (Excerpt). https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf

CAPÍTULO 8

Memórias do Patu: A Educação Patrimonial como Ferramenta para o Desenvolvimento do Turismo Cultural Cearense

Memories of Patu: Heritage Education as a Tool for the Development of Cultural Tourism in Ceará

LENNO, Mayk · GUERRA, Letícia · DIAS, Nauhan

Resumo

Este capítulo abordará o uso da *educação patrimonial* como ferramenta de potencialização da participação social no turismo cearense, especificamente, ligado ao contexto dos campos de concentração da seca de 1932. Também conhecidos como currais do governo, os campos de concentração cearenses foram instalados em sete localidades do estado a fim de barrar a migração do povo sertanejo para a capital, Fortaleza, durante a seca de 1932. A precariedade desses territórios ceifou a vida de milhares de pessoas. Os campos foram desativados em 1933 e apenas o *Campo do Patu*, em Senador Pompeu, no Ceará, possui resquícios materiais dessa, que podemos considerar uma política de higienização e por tanto de extermínio. Na mesma cidade a devoção às "Almas da Barragem" - almas dos cearenses que morreram e foram enterrados no *Campo do Patu* - foi responsável pela manutenção da memória dos campos e para o avanço das pesquisas acadêmicas que visam apresentar a realidade dos demais campos que existiam no estado. O *Campo do Patu* hoje é tombado como *Sítio Histórico do Patu*, a nível municipal e estadual, e, a partir disso, voltaremos nossos olhares para práticas educativas que, para além de valorizar as memórias traumáticas, neste caso específico, em torno dos campos, também despertam a comunidade para o *turismo religioso* e para o *turismo de memória*. O capítulo enfatiza o contexto do turismo cultural, além de uma abordagem voltada para a perspectiva da reparação, visando preservar a história, promover o desenvolvimento local e respeitar a memória coletiva como forma de reconhecimento de um passado doloroso, promovendo também justiça social.

Palavras-chave

Memória; patrimônio cultural; reparação; turismo comunitário; educação patrimonial.

Abstract

This chapter will address the use of heritage education to enhance social participation in tourism in Ceará, specifically, linked to the context of the concentration camps during the 1932 drought. Also known as government corrals, the concentration camps in Ceará were installed in seven locations of the state to stop the migration of the country's people to the

capital, Fortaleza, during the drought of 1932. The precariousness of these territories claimed the lives of thousands of people. The camps were deactivated in 1933 and only Campo do Patu, in Senador Pompeu, Ceará, has material remains of this, which we can consider a policy of hygiene and therefore extermination. In the same city, devotion to the "Souls of the Barrage" - souls of the people of Ceará who died and were buried in Campo do Patu - was responsible for maintaining the memory of the camps and for the advancement of academic research that aims to present the reality of the other camps that existed in the state. Campo do Patu is today listed as a Historical Site of Patu, at the municipal and state level, and, from this, we will turn our attention to educational practices that, in addition to valuing traumatic memories, in this specific case, around the fields, also awaken the community to religious tourism and memory tourism. The chapter emphasizes the context of cultural tourism, in addition to an approach focused on the perspective of reparation, aiming to preserve history, promote local development, and respect collective memory to recognize a painful past and promote social justice.

Keywords

Memory; cultural heritage; repair; community tourism; heritage education.

1. Introdução

A *Constituição Federal de 1988*, popularmente conhecida como *Constituição Cidadã*, representou, no contexto brasileiro, uma vitória para os grupos sociais marginalizados, no momento em que trouxe em seu texto - principalmente nos artigos 215 e 216 - a premissa da participação dos "diferentes grupos formadores da sociedade brasileira" (Constituição da República Federativa do Brasil, 1988) nos processos de decisões políticas. Essa importante conquista dos grupos historicamente subalternizados marcou os anos de 1980 e foi resultado das lutas empreendidas pelos movimentos sociais, alicerçadas em novos paradigmas políticos que, à época, estavam em processo de consolidação. No campo do *patrimônio cultural*, essa perspectiva se deu a partir do surgimento da noção de *referência cultural* (Chuva, 2017).

Dessa forma, o supracitado campo passou a ser atravessado por novas abordagens, considerando a participação social enquanto prioridade nos processos de definição do que seria considerado *patrimônio cultural brasileiro*, pois como afirma Chuva (2017) a categoria de referências culturais estava em processo de construção, e seriam justamente as disputas representativas em torno da noção de patrimônio cultural e dos sujeitos de direito, que forneceriam subsídios para dar sentido a esse conceito.

Os grupos que antes tinham suas práticas criminalizadas ou que sofreram com históricas e recorrentes violências praticadas pelo Estado – como é o caso dos povos afro-diaspóricos, das vítimas da ditadura e dos manicômios e dos retirantes nos campos de concentração do Ceará – teriam a possibilidade de ter sua narrativa e sua existência consideradas, constituindo-se

enquanto sujeitos de memória, representantes de uma perspectiva que por muito tempo foi silenciada pela dita "História Oficial".

Essa nova perspectiva, portanto, propunha desviar o protagonismo do aspecto material no campo do patrimônio cultural a partir da noção de atribuição de valor por determinados grupos, desafiando o discurso baseado na noção de valor intrínseco e excepcional para a nação, historicamente vinculada à materialidade e aos bens arquitetônicos. Partindo da perspectiva de desafiar o discurso autorizado é que será abordado o conceito de *Discurso Autorizado de Patrimônio***,** de Laurajane Smith (2021), onde a arqueóloga australiana propõe uma descentralização da perspectiva da materialidade do patrimônio cultural, evidenciando o patrimônio enquanto processo de negociação política entre os grupos sociais.

Dentro dessa perspectiva, espaços de dor e sofrimento, como é o caso dos *Campos de Concentração Cearenses*, e mais especificamente do *Campo de Concentração do Patu*, ainda lutam por reconhecimento e reparação, visto a carga negativa que carregam por terem sido fruto de políticas públicas as quais cercearam a liberdade, perseguiam, puniam e subalternizavam através das ações de combate às secas utilizando-se da mão de obra sertaneja para a construção de centros urbanos e superestruturas das barragens, no Estado do Ceará.

A árdua luta pelo reconhecimento das barbaridades e pela patrimonialização de um sítio histórico de memória difícil se evidenciam também a partir da morosidade do processo de tombamento, tanto a nível municipal, quanto à nível estadual, os quais demoraram mais de vinte anos para serem efetivados. Atualmente, a luta por práticas de valorização e políticas de reparação permanece, seja a partir das esferas estadual e municipal, como pelo reconhecimento a nível federal.

É a partir da perspectiva da dor que carrega o *Sítio Histórico do Patu* que as políticas de patrimonialização se mostram como um caminho importante enquanto medida de reparação, principalmente por meio de ações de *educação patrimonial* e do *turismo de memória*, os quais, em alinhamento, representam uma combinação positiva para a estruturação de outras narrativas acerca desses patrimônios, por meio das vivências e significados de quem vive aquele lugar, que constitui parte de uma história trágica do povo cearense paralela às ações de combate às secas e de desenvolvimento das ferrovias do Estado.

Assim, o objetivo deste capítulo é discutir o turismo e o uso da *educação patrimonial* como caminhos para a reparação relativa à memória dos *Campos de Concentração do Patu*. A abordagem do trabalho divide-se em três partes, onde, na primeira, apresentam-se os conceitos relacionados ao *turismo cultural* em lugares de sofrimento, as noções contemporâneas de *patrimônio cultural* e o *Discurso Autorizado do Patrimônio* (Smith, 2021). Na segunda, apresenta-se o contexto do *Sítio Histórico do Patu*, desde suas motivações até a atualidade. E na terceira parte, são levantados casos de *turismo de memória*, em contexto nacional e internacional, assim como as mobilizações que podem abrir caminho para o *turismo de memória* em Senador Pompeu (CE), possibilitando a análise e a discussão sobre o direito à memória

e a reparação no Brasil. E é neste ponto que se faz importante questionar: de que forma a *educação patrimonial* e o *turismo de memória*, praticado em lugares de sofrimento, podem auxiliar em processos de reconhecimento das violências do Estado Brasileiro e reparação, desafiando discursos autorizados?

Para responder a essa questão é necessário compreender melhor os conceitos ligados à *memória* e ao *patrimônio cultural*, especialmente ao que se compreende ao território do *Sítio Histórico do Patu* que objetifica esta discussão. Visto isso, apresenta-se a seguir a conceituação das temáticas supracitadas.

2. Das Memórias Difíceis ao Patrimônio Cultural

O termo *lugar de memória*, criado por Pierre Nora (1993, p.7) e amplamente utilizado por profissionais e pesquisadores do campo do *patrimônio cultural*, desperta para a dimensão simbólica, imaterial e memorial dos lugares, uma vez que, os *lugares de memória* são capazes de carregar significados em si, semióforos (Pomian, 1984), sendo ainda passíveis de ressignificação para os indivíduos e grupos sociais que se relacionam com esses espaços, visto que "a memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente" (Nora, 1993, p. 9).

Em sua essência, a memória é um fenômeno coletivo, pois se origina das relações dos indivíduos entre si e em sociedade, de forma que "recorremos aos testemunhos para fortalecer ou invalidar, mas também para completar o que sabemos acerca de um acontecimento de que estamos informados de algum modo" (Halbwachs, 2004, p. 25). Nesse sentido, o movimento de olhar para o passado e projetar no presente novos significados aos objetos/lugares, por meio da ativação da memória, está estritamente ligado aos processos identitários dos indivíduos e dos grupos sociais, de forma que não é possível falar de memória sem falar de identidade.

Há ainda os lugares que revelam dilemas estruturais da sociedade, como os de desigualdade de gênero, racismo, violações de direitos, abusos de poder do Estado e exclusões sociais (Cymbalista, 2015), sendo capazes de desencadear memórias traumáticas, difíceis de serem lembradas, pois podem estar associadas a situações violentas, conflitos, extermínios, atos de tortura ou ainda aos desastres naturais, gerando sentimentos negativos, sobretudo, para àqueles que estiveram diretamente envolvidos.

Os acontecimentos relacionados às memórias traumáticas deixam marcas permanentes na memória social, e dessa forma, tendem a passar por processos de esquecimento. As razões que levam ao silenciamento dessas lembranças são diversas, mas cabe aqui entender que memória e esquecimento são faces de uma mesma moeda, na medida em que são resultantes da ação humana em selecionar o que deve ser esquecido e o que deve ser lembrado (Ricoeur, 2007).

A partir dos anos 1990, os *lugares de memória de sofrimento* passaram a ser categorizados por ativistas e pesquisadores como *lugares de consciência* (Cymbalista, 2015), assim denominados, por possibilitarem abordagens voltadas à *educação patrimonial*, ao direito à memória e à cidadania. Nesse sentido, a *educação patrimonial* tem por objetivo criar caminhos para que os indivíduos entrem em contato com as suas próprias referências culturais e se apropriem de sua identidade. Desse modo, os sujeitos assumem posição de protagonismo na narração de sua própria história e reivindicação de seus patrimônios e territórios, uma vez que "o patrimônio é muito mais reivindicado do que herdado e muito menos comunitário do que conflitivo" (Nora, 1993, p. 392).

Na esteira dessa discussão, a *educação patrimonial* e o *turismo cultural* se encontram, pois assumem papel de importância nos processos de reparação por meio da educação, que visam a apropriação dos bens culturais e a reivindicação de direitos memoriais.

O conceito de *turismo cultural* é uma construção relativamente recente, embora a ideia de conhecer diferentes culturas por meio de práticas turísticas seja bastante antiga. Apesar disso, não existe turismo sem cultura, o que não significa que todo turismo tem finalidade cultural, visto que, o turismo cultural visa promover de forma pedagógica uma compreensão qualitativa dos lugares, a partir de uma perspectiva dos sentidos, dos usos, dos discursos, dos significados e das experiências. Além disso, o turismo cultural pode ser entendido como uma experiência psicossocial, uma vez que, os lugares ganham o sentido das vivências e não apenas da funcionalidade. Dessa forma, a visitação a monumentos, paisagens, sítios e edifícios históricos proporcionam acesso a diferentes culturas e contextos históricos através da experiência sensorial (Pérez, 2009).

Quando se fala de *turismo cultural* em *lugares de memórias traumáticas*, fala-se de *turismo memorial* ou de *turismo de memória*, uma vez que a prática turística pode gerar reflexões e reverberações nos visitantes através de uma abordagem educativa que conscientize sobre os dilemas sociais. Para aqueles que vivenciaram esses acontecimentos, a rememoração e a narração das suas próprias memórias podem representar a ressignificação das memórias difíceis como parte de sua construção identitária, possibilitando a ressocialização desses sujeitos. Com isso, a *educação patrimonial* e o *turismo memorial* são ferramentas capazes de promover o direito à memória e à reparação.

Ao voltarmos o olhar para a definição de *patrimônio cultural*, proposta por Laurajane Smith (2021), percebe-se uma perspectiva que o entende como uma "negociação política subjetiva de identidade" (Smith 2021, p.141). Essa definição colabora com a perspectiva adotada neste capítulo no momento em que considera que o *patrimônio cultural* é algo que figura no presente, a partir de uma ideia de atribuição de valor contínua e variável, e não a partir da ideia de excepcional valor, geralmente estática, bastante evidenciada na narrativa de construção de identidade inspirada na formação dos estados-nação europeus e adotadas historicamente no contexto brasileiro a partir das instituições de cultura, pesquisa e educação. Para ela, *patrimônio cultural* é "um processo, ou de fato uma performance, em que identificamos valores e

sentidos culturais e sociais que nos ajudam a dar sentido ao presente, às nossas identidades e aos sentidos de lugar físico e social" (Smith, 2021, p.141).

Essa noção é acionada por Smith (2021), a partir da perspectiva da prática dos profissionais que atuam na área do *patrimônio cultural* com o intuito de questionar o que ela chama de *Discurso Autorizado de Patrimônio*, principalmente internacionalmente, pois estas instituições geralmente acabam por influenciar diversos outros países, inclusive os que sofreram com a colonização como é o caso do Brasil, resultando em uma variedade desses discursos os quais valorizam perspectivas de determinados grupos sociais – geralmente os mais privilegiados –, mas que desde antes mesmo da Constituição de 1988, são questionados pelas narrativas dos grupos sociais que foram historicamente subalternizados.

É a partir do papel pedagógico do *patrimônio cultural*, exercido por meio da educação patrimonial, que essa ferramenta é acionada tanto para endossar narrativas autorizadas e já sacralizadas no campo, o que pode culminar na permanência de silenciamentos, quanto também para questioná-las, a partir de outras perspectivas. De acordo com Scifoni, a questão da *educação patrimonial* sugere uma nova pedagogia do patrimônio, a qual rompe com a perspectiva da transferência de conhecimento, compreendendo o processo educativo como uma construção conjunta, um processo dialógico, fortalecendo a autonomia dos sujeitos (Scifoni, 2022). Esse processo "se dá pela produção de conhecimentos sobre as próprias cultura e memória, bem como pela problematização do que já se encontra instituído" (Scifoni, 2022, p. 2).

Essa nova pedagogia começou a ser construída institucionalmente, a nível nacional, a partir de 2006, com o *Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* (IPHAN), por meio da Portaria nº 137, de 28 de abril de 2016, a qual define e estabelece diretrizes para a *educação patrimonial* (Scifoni, 2022). Dentre estas, duas podem ser destacadas como importantes para fundamentar essa discussão: as diretrizes número I e número VI. A primeira trata do incentivo à participação social em todas as fases do processo, desde a elaboração até a sua execução, estimulando a atuação dos grupos sociais e sua autonomia. A sexta trata da intersetorialidade das práticas educativas, as quais se articulam com diversos campos, inclusive ao turismo, tema importante para as discussões desse capítulo, que as legitima.

Essa Portaria abriu caminhos para repensar não apenas a práxis institucional em educação, mas, também, colaborou para a legitimação de práticas já existentes, a partir de pedagogias já praticadas no âmbito da vida das pessoas, tendo suas próprias culturas e modos de vida como referência cultural. Dessa forma,

> *ao incorporar processos educativos não formais, possibilitou, também, reconhecer muitas ações inovadoras desenvolvidas por grupos, coletivos e movimentos sociais que mobilizam os sujeitos sociais na identificação, na valorização e na proteção de sua cultura (Scifoni, 2022, p.4).*

O turismo, efetivado pela própria comunidade detentora daquele patrimônio, e associado à *educação patrimonial*, possui potencial de reparação, na medida em que fornece subsídios

para a valorização da economia local, retornando benefícios à comunidade, a qual, neste caso específico, historicamente, se encontra à margem das ações estatais.

3. Patu: Das Secas aos Campos de Concentração

O século XX trouxe ao Ceará marcos importantes para seu desenvolvimento econômico e social, entretanto, para além dessas perspectivas a história dos cearenses foi marcada pelos grandes períodos de estiagem, que, por sua vez, assolaram milhares de famílias, especialmente as mais pobres, as quais se viram obrigadas a se deslocar do interior do estado aos centros urbanos.

No século passado, quando os períodos de seca estavam instaurados, os camponeses deixaram suas casas no interior e seguiram à capital cearense, Fortaleza, um caminho árduo e marcado pelo sofrimento daqueles que perdiam seus parentes para a fome. Em 1915, a ferrovia vista como um símbolo para o desenvolvimento do estado, facilitava o deslocamento das pessoas até a capital onde os retirantes chegavam e lotavam as ruas, expondo a miséria e o sofrimento causado pela seca (Rios, 2006).

A capital do Ceará, já possuía algumas experiências de políticas sanitaristas para excluir a pobreza, mas não iremos nos deter a estas. O que cabe nesse trabalho é compreender que a partir dessas alternativas de isolamento dos mais pobres, para que a pobreza desaparecesse da cidade foi instalado ainda na grande seca de 1915 um campo de concentração na região do bairro alagadiço, próximo a ferrovia, onde os retirantes chegavam do interior e eram alocados naquele espaço antes de chegar em Fortaleza (Idem, 2006).

Com a chegada da seca, em 1932, e o crescimento da ferrovia de norte a sul do estado, a estratégia de manter os retirantes longe da cidade de Fortaleza foi ampliada e as principais cidades do interior, onde passava a ferrovia, receberam campos para conter a população que tentava se deslocar para a capital. Logo, foram distribuídos da seguinte forma: na cidade de Crato, o *Campo de Concentração de Buriti*; em São Mateus (atual município de Jucás), o *Campo de Concentração de Cariús* (o único que ficava mais afastado de uma estação ferroviária, sendo a da cidade de Cedro a mais próxima); em Senador Pompeu, o *Campo de Concentração do Patu*; em Quixeramobim, o *Campo de concentração de Quixeramobim*; e, em Ipu, na região norte do estado, o *Campo de Concentração de Ipu*. Os bairros fortalezenses também receberam campos de concentração. O Bairro Pirambu, recebeu o *Campo de Concentração do Urubu* e o Bairro Otávio Bonfim, recebeu o *Campo de Concentração do Tauap*e ou, como também era denominado, *Campo de Concentração do Matadouro* (Uchoa, 2013). As pessoas eram atraídas para os campos de concentração com promessas de emprego, alimentos, roupas e remédios, que na realidade não recebiam.

De todos os campos, o de Senador Pompeu é o único que possui instalações ainda edificadas, visto que o mesmo foi instalado no canteiro de obras da barragem do *Rio Patu*, desativada em 1922. Os casarões reaproveitados para abrigar os chefes dos campos resistem ao tempo, sua

maioria em estado de arruinamento. Já os abarracamentos e as casas de taipa, que abrigavam parte dos concentrados, já não existem mais.

No ano de 1982, o padre italiano Albino Donatti chegou a Senador Pompeu e encontrou na cidade uma devoção popular que existia em torno das almas da barragem. No decorrer de seu trabalho junto a paróquia, Donatti percebeu que aquela devoção da comunidade levava as pessoas a realizarem frequentes visitas ao cemitério do campo de concentração. A comunidade relatava que era comum alcançar graças quando se recorria às almas das vítimas da concentração. Assim, o padre decidiu convidar seus paroquianos para caminharem ao cemitério da barragem e juntos celebrarem o louvor às *Santas Almas*. A partir disso, o lugar que era demarcado por cercas, recebeu paredes de alvenaria de tijolos, uma pequena capela e cruzes no interior e no exterior como símbolos da fé da comunidade (Lima, 2018). Podemos afirmar que o cemitério é um marco fundante para a caminhada que vem a se tornar um dos principais símbolos de fé da cidade.

Ainda na madrugada do segundo domingo de novembro – na tradição católica, o mês de novembro já exerce uma devoção coletiva às almas (Martins, 2017) –, as pessoas se encontram e nos primeiros raios da manhã e por volta das 5h uma procissão se inicia. Os romeiros se deslocam de outras cidades e das comunidades rurais em caravanas, com a presença de jornalistas e fotógrafos dos principais meios de comunicação do estado fazendo a cobertura da caminhada. As pessoas são convidadas a vestir branco como sinal de paz e de luta pela vida digna no semiárido (Silva, 2016).

A romaria percorre uma rota de cerca de 4km, da sede do município até o cemitério. Neste trajeto, são realizadas duas paradas estratégicas onde se lêem relatos sobre os campos de concentração da seca de 1932, com foco no do Patu. A romaria chega ao cemitério e é concluída com a celebração da missa. No entorno do cemitério, são montadas pequenas barracas para distribuição de água e comercialização de alimentos. Ao final da celebração as pessoas ingressam no cemitério para fazer suas orações. É comum elas ofertarem às *Santas Almas* da barragem pão e água, visto o sofrimento que elas viveram naquele lugar durante a seca (Idem, 2016).

Após a saída de Pe. Albino Donatti, Senador Pompeu acolheu outro padre italiano, João Paulo Giovanazzi, que, junto a equipe 19-22, composta por ativistas do setor cultural que trabalhavam pela difusão da memória dos Campos de Concentração e pela patrimonialização do Campo do Patu, elaborou uma série de registros fotográficos, documentários, peças teatrais e literatura de cordel com a finalidade de divulgar e ampliar a participação da comunidade na caminhada da seca, levando mais longe a história da tragédia de 1932 que assolou o povo sertanejo (Lima, 2018).

A caminhada da seca é uma forma de manter acesa a chama da memória de uma tragédia, que se tornou parte fundamental da história do município e que alimenta a fé da comunidade. A partir da caminhada, diversos trabalhos artísticos foram desenvolvidos. Além

do trabalho pioneiro de Pe. João Paulo e da equipe 19-22, nas últimas décadas, ativistas, artistas e pesquisadores se uniram à luta em prol da difusão da história e da memória dos *Campos de Concentração Cearenses*.

O *Sítio Histórico do Patu* compõe desde julho de 2019 o *Patrimônio Cultural de Senador Pompeu*, tendo sido tombado o complexo arquitetônico e tendo a *Caminhada da Seca* sido registrada como *Celebração*, ambos em *nível municipal*. O Estado do Ceará decretou o tombamento do *Patu* em 2023, através do Decreto 35.762, promovendo o tombamento definitivo do *Patu* e o reconhecendo como *paisagem cultural* ligada às memórias difíceis.

4. Boas Práticas do Turismo Cultural nos Lugares de Sofrimento

Os lugares associados ao sofrimento, como supracitado, têm passado ao longo das últimas décadas por processos de ativação para o turismo. Atrelado a este processo é possível perceber ainda um desenvolvimento econômico local mesmo que por vezes seja de forma mais discreta.

A fim de exemplificar como os conceitos de *turismo de memória* e da *educação patrimonial* vêm sendo acionados por instituições não governamentais e por determinados grupos sociais como forma de reconhecimento e reparação da memória, trazemos o caso do *Circuito de Herança Africana* do *Instituto de Pesquisa e Memória Pretos Novos* (IPN), localizado na cidade do Rio de Janeiro, para debate e construção de conhecimento.

O IPN é uma instituição não governamental criada no ano de 2005 com a finalidade de valorizar a memória da diáspora africana por meio de ações continuadas, pesquisas e também atividades educativas. Sua missão é preservar a memória desses povos por meio da pesquisa, gerando conhecimentos que forneçam subsídios para o fortalecimento de narrativas que vão na contramão da narrativa oficial, evidenciando como a escravização da população trazida de países africanos pela diáspora deixou marcas permanentes em nossa sociedade.

Foi a partir da descoberta do *Sítio Arqueológico Cemitério Pretos Novos*, ainda na década de 1990, e com as obras de revitalização da zona portuária da cidade do Rio de Janeiro, a partir de 2012, que a região passou a representar um local de importância para a memória afro-diaspórica do Brasil. Esses fatos culminaram na publicação do Decreto Municipal nº 34.803, de 29 de novembro de 2011, que criou o *Circuito* e o *Grupo de Trabalho Curatorial do Circuito Histórico e Arqueológico da Herança Africana*, para construir coletivamente políticas de valorização da memória e proteção deste *patrimônio cultural*.

Apesar disso, segundo informações presentes no site pretosnovos.com.br, pouco foi feito pelo Estado em termos de ações para efetivar essas políticas patrimoniais. Entretanto, por meio da instituição associada a participação de alunos da rede pública de ensino, foram criadas oficinas educativas a céu aberto, o que culminou na criação do *Circuito de Herança Africana*, no ano de 2016, ano da finalização das obras de requalificação da zona portuária do Rio de Janeiro, fortalecendo as ações de *educação patrimonial*.

O *Circuito de Herança Africana* cativou públicos não só escolares, mas também outros grupos sociais, como turistas que estão de passagem pela cidade do Rio de Janeiro, além dos próprios moradores. Ainda segundo informações do site, o circuito vai desde o *Largo da Prainha*, passando pela *Pedra do Sal* e pelo *Cais do Valongo*, finalizando no *Cemitério Pretos Novos*, compondo ao todo 12 pontos de passagem.

A formação dos profissionais de turismo, que conduzem as oficinas, é pautada em uma abordagem decolonial, sendo assim, com o objetivo de superar as marcas do colonialismo no Brasil através da educação, a formação apresenta perspectivas que visam não apenas o reconhecimento das atrocidades cometidas pelo Estado brasileiro, mas também comprometidas com a valorização da cultura afro diaspórica como prática de resistência, evidenciando locais como a *Pedra do Sal*, onde semanalmente acontece o *Samba da Pedra do Sal*, evento que movimenta o local com o samba histórico, reunindo a população local, turistas, entre outros. Além disso, durante o circuito são evidenciados espaços onde hoje funcionam comércios locais os quais valorizam a cultura afro diaspórica, onde se pode aproveitar também a *gastronomia afro brasileira*, como é o caso do restaurante *Casa Omolokum*, localizado próximo à *Pedra do Sal*. O atrativo Cemitério *Pretos Novos*, última parada do circuito, além de evidenciar o próprio cemitério, também apresenta exposições de arte, sendo, ainda, local de realização de cursos de especialização presencial e à distância (EAD), possuindo, também, uma loja com uma livraria, estes últimos muito importantes para o fortalecimento financeiro da instituição e a continuidade de suas atividades.

Na América Latina, a exemplo das **boas práticas de turismo cultural em lugares de sofrimento**, tem-se o caso da Colômbia: o turismo memorial, o qual foi responsável pelo renascimento da cidade de San Carlos, na província de Antioquia. O território antes estigmatizado pelas marcas de um conflito armado na Colômbia, hoje, após treze anos do fim da guerra, reconta sua história através do *ecoturismo* e do *turismo de memória*.

Segundo informes do *Grupo de Memória Histórica* (2010), San Carlos era território dominado pelas *Autodefesas Camponesas do Bloco Metro* e pela *Guerrilha das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia* - FARC. Entre 1998 e 2005 ocorreram no local 32 massacres, com 219 mortos e 156 desaparecidos. Em 2005, grupos de autodefesa conseguiram reverter essa situação, cessando a guerra em San Carlos. Entretanto, o estigma da violência resultou no esvaziamento da cidade, a qual passou de 26 mil habitantes, em 1985, para 11 mil habitantes, em 2006.

Segundo a revista Comfama (2022), em 2011, se iniciaram mobilizações comunitárias com o apoio de grandes instituições de Medellín para que os jovens e antigos moradores do território retornassem para San Carlos. Com isso, novas perspectivas foram sendo criadas para o futuro da cidade. Apesar disso, era necessário encontrar meios para que os moradores ressignificassem a memória de San Carlos. Nesse sentido, criou-se uma *Casa de Reconciliação e Memória*, que possibilitou o encontro e o trabalho coletivo entre vítimas e perpetradores. Os muros das ruas, que traziam os *slogans* da guerra, foram sendo cobertos com pinturas e grafites pelos artistas locais. Além disso, a cidade passou a chamar a atenção

de turistas pela beleza natural de seus rios. Ainda, segundo uma publicação de 2022 da revista Comfama, no ano de 2021, San Carlos recebeu aproximadamente 2.800 turistas estrangeiros que geraram quase quatro bilhões de pesos colombianos em receitas. E, através da divulgação de uma cidade reconstruída nas redes sociais, San Carlos foi ressignificando a sua história, elevando a autoestima dos moradores e se tornando destino de viajantes de diversas partes do mundo.

Esses exemplos supracitados possibilitam perceber o potencial do *turismo de memória* que já traz reverberações positivas em diversos territórios, devendo ser seguidos enquanto *boas práticas*.

Particularmente, no município cearense de Senador Pompeu, apesar do crescimento da discussão relacionada ao *patrimônio cultural*, especialmente o *Sítio Histórico do Patu*, é notável uma série de dificuldades na relação entre o *Patrimônio do Patu* e o desenvolvimento turístico da região. Porém, a *educação patrimonial* tem, ao longo dos últimos anos, permitido o acionamento da comunidade por meio de ações educativas, culturais e sociais.

Dentre estas, destacamos o *Curso de formação continuada para professores em educação para o patrimônio cultural*. O projeto é executado pela *Secretaria de Educação, Cultura e Desporto*, através do edital de incentivo às artes com recursos do *Fundo Municipal de Cultura*. Foram abertas duas turmas nos anos de 2022 e 2023, respectivamente, que receberam professores da educação básica da rede pública e privada.

Ambas as edições trouxeram uma abordagem do *patrimônio cultural* a partir das artes e do *turismo cultural*, incentivando os professores a desenvolverem a interdisciplinaridade em sala de aula abordando as temáticas do *patrimônio cultural* na ministração de suas aulas, levando os alunos a uma experiência imersiva.

O diálogo entre professores, gestores e conselheiros do *patrimônio cultural* de Senador Pompeu foi aprofundado em um processo formativo dividido em três módulos principais: *Patrimônio: sentidos, conceitos, valores, instrumentos e políticas de preservação*; *Patrimônio, turismo e educação para o patrimônio: conceitos, paradigmas e trajetória*; e Educação para o patrimônio: metodologias e atualizações. Inicialmente, foram discutidos os conceitos de memória e de identidade como elementos fundamentais da consciência histórica contemporânea. Reconheceu-se a importância de compreender as diversas noções de patrimônio para aqueles que atuam ou pretendem atuar em processos educativos, tanto formais quanto informais, com foco no *patrimônio cultural*.

Esse processo formativo gerou debates mais profundos entre os professores e gestores escolares sobre os valores patrimoniais, permitindo uma reflexão sobre como esses valores se manifestam em suas práticas educacionais. Foram abordadas as noções de *patrimônio cultural* no Brasil a partir das instituições responsáveis pela sua salvaguarda, destacando que a legislação municipal, apesar das dificuldades em sua aplicação, tem sido fundamental para a preservação dos bens patrimoniais.

No segundo módulo, foram enfatizadas as interações entre turismo e *patrimônio cultural*, abordando tanto os impactos positivos quanto os negativos do turismo nas comunidades e no patrimônio. Discutiu-se a possibilidade de implementar um turismo de experiência e comunitário, visando minimizar os danos e facilitar a intervenção. A prática que envolveu atividades relacionadas às memórias afetivas e o *sentido de lugar*, revelou-se eficaz na preparação para o último módulo, que focou na *educação para o patrimônio*, explorando metodologias e atualizações nessa área (Lenno & Dias, 2023).

A partir dessa experiência, as escolas têm apresentado uma maior sensibilidade às questões patrimoniais que serão posteriormente abordadas no *Plano Municipal de Preservação do Patrimônio Cultural* da cidade, especialmente o *Sítio Histórico do Patu*.

É possível perceber como a dinâmica de trabalho conjunto entre o turismo cultural e a necessidade de preservação e recuperação das memórias das comunidades supracitadas podem trazer bons frutos e unir forças para a preservação do patrimônio local, sem deixar de lado o desenvolvimento econômico de diversos atores destas comunidades.

5. Considerações Finais

Apesar das dificuldades de execução dos projetos de turismo em áreas de interesse histórico e cultural, é perceptível que um planejamento estratégico, unindo o interesse público aos interesses das comunidades que estão intrinsecamente ligadas aos processos de patrimonialização, pode facilitar o desenvolvimento de atividades que auxiliarão na preservação do patrimônio cultural e, consequentemente, no desenvolvimento do turismo em lugares de memórias difíceis.

Os grupos sociais e instituições não governamentais presentes nos exemplos citados apresentam a potência dos trabalhos desenvolvidos na base e mostram como as práticas já existentes podem ser caminhos efetivos para a emergência dessas outras narrativas sobre o *patrimônio cultural*, evidenciando que o Estado precisa fortalecê-las cada vez mais em busca de um processo de reconhecimento e reparação aos danos causados ao longo da história.

Referências

Constituição da República Federativa do Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, Centro Gráfico.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). (1999). *Portaria nº 137, de 28 de abril de 2016*. Brasília, DF: IPHAN.

Chuva, M. R. R. (2017). Possíveis narrativas sobre duas décadas de patrimônio: de 1982 a 2002. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, (35), 79-103.

Comfama. (2023, junho 09). La memoria como atractivo turístico. In *Construcción de Paz y Confianza*. Disponível em: https://revista.comfama.com/construccion-de-paz-y-confianza/la-memoria-como-atractivo-tur%C3%ADstico/. Acesso em: 16 de agosto de 2024.

Cymbalista, R. Jornada "Lugares de Memória e Consciência em São Paulo". Revista CPC, São Paulo, n.18, p. 154–158, dez. 2014/abril 2015.

Grupo de Memoria Histórica. (2010). *San Carlos: Memorias del éxodo en la guerra - Informe del Grupo de Memoria Histórica de La Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación*. Bogotá, Colombia: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.

Halbwachs, M. (2004). *La memoria colectiva* (I. Sancho-Arroyo, Trad.). Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza. (Trabalho original publicado em 1950).

Lenno, M. & Dias, N. S. (2023). Educação para o patrimônio cultural e suas aplicações: O caso de Senador Pompeu-CE. In *Anais do Seminário Nacional de Direito do Patrimônio Cultural* (pp. 237-244). Ouro Preto.

Lima, M. L. H. (2018). *Requalificação do sítio histórico da barragem do Patu em Senador Pompeu - CE* (Monografia de Graduação). Centro Universitário Católica de Quixadá.

Martins, R. A. P. (2017). *Das Santas Almas da Barragem à Caminhada da Seca* (1ª ed.). Fortaleza: Museu do Ceará/SECULT - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará.

Nora, P. (1993). Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP*, (10), 7-28.

Pérez, X. P. (2009). *Turismo Cultural: Uma visão antropológica*. El Sauzal, Tenerife, Espanha: ACA y PASOS, RTPC.

Ricouer, P. 1913. A Memória, a História, o Esquecimento. Tradução: Alain François. Campinas, SP. Editora da Unicamp, 2007.

Rios, K. S. (2001). *Campos de concentração no Ceará: Isolamento e poder na seca de 1932*. Fortaleza: Museu do Ceará/Secretaria da Cultura e Desporto do Ceará.

Scifoni, S. (2022). Patrimônio e educação patrimonial no Brasil: O que há de novo? In *Dossiê: Identidades, Patrimônios e Educação em Perspectiva Internacional: Questões para o século XX. Educação e Sociedade*, 43, e255310.

Silva, K. Q., & Neves, F. C. (2016). "Viva as almas da barragem!": A igreja libertadora e a caminhada da seca, Senador Pompeu-CE (1962-1983). *Revista Encontros Universitários da UFC*, 1(1).

Smith, L. *Uses of Heritage*. 2. ed. Londres: Routledge, 2021. 368 p.

Uchoa, C. A. (2013). A seca de 1932 no Ceará e os campos de concentração: Reflexões acerca da viabilidade de proteção dos lugares de memória do município de Senador Pompeu. In *Anais do 2º Encontro Internacional de Direitos Culturais* (pp. 1-10). Fortaleza, CE: UNIFOR. Disponível em http://www.direitosculturais.com.br/anais_interna.php?id=3. Acesso em: 11 de agosto de 2024.

Circuito de Herança Africana. (n.d.). Instituto Pretos Novos. Disponível em: https://pretosnovos.com.br/educativo/circuito-de-heranca-africana/. Acesso em: 16 de agosto de 2024.

Instituto Pretos Novos. (n.d.). Disponível em: https://pretosnovos.com.br/ipn/. Acesso em: 16 de agosto de 2024.

CAPÍTULO 9

Barreiras de Acessibilidade e a Interpretação do Patrimônio: Inclusão de Pessoas com Deficiência nos Museus

Accessibility Barriers and the Interpretation of Heritage: Inclusion of People with Disabilities in Museums

QUADROS, Rebecca

Resumo

A acessibilidade de pessoas com deficiência é um tema que abrange todos os setores da sociedade e que vem tomando espaço nas discussões e nos estudos relacionados ao turismo e ao patrimônio, principalmente a partir do início do século XXI. No entanto, na prática, ainda há uma grande dificuldade por parte dos espaços patrimoniais em eliminar as diversas barreiras físicas, comunicacionais, metodológicas, instrumentais, programáticas e atitudinais, que dificultam ou impedem a inclusão, a aproximação e a interação entre as pessoas com deficiência e o patrimônio visitado, e, consequentemente, a sua interpretação do que é exposto. No contexto dos museus, isso ocorre porque, na maioria dos casos, são conservados como patrimônio, não sendo permitidas interações físicas com o acervo ou mudanças estruturais nos espaços, por exemplo. No entanto, há a necessidade de atender à demanda dos visitantes com deficiência, convidando este público a também se envolver no processo de interpretação do patrimônio, criando meios que possibilitem o surgimento de um sentimento de pertencimento, para que esses espaços mantenham a sua função social enquanto patrimônios. O presente capítulo tem como objetivo realizar uma pesquisa bibliográfica acerca dos desafios de interpretação do patrimônio por parte das pessoas com deficiência, considerando as diversas barreiras de acessibilidade e inclusão presentes nos museus, bem como apresentar exemplos de iniciativas bem sucedidas nesse sentido, tendo como parâmetro a realidade brasileira.

Palavras-chave

Acessibilidade, Inclusão, Museus, Património Cultural, Pessoas com Deficiência

Abstract

Accessibility for people with disabilities is a topic that covers all sectors of society and has been gaining ground in discussions and studies related to tourism and heritage, especially since the beginning of the 21st century. However, in practice, there is still great difficulty on the part of heritage spaces in eliminating the various physical, communicational, methodological, instrumental, programmatic, and attitudinal barriers, that hinder or prevent inclusion, rapprochement, and interaction between people with disabilities and the heritage visited, and, consequently, your interpretation of what is exposed. In the context of

museums, this occurs because, in most cases, they are conserved as heritage, and physical interactions with the collection or structural changes to the spaces are not permitted, for example. However, there is a need to meet the demand of visitors with disabilities, inviting this public to also get involved in the process of interpreting heritage, creating means that enable the emergence of a feeling of belonging, so that these spaces maintain their social function as assets. This chapter aims to carry out bibliographical research on the challenges of interpreting heritage by people with disabilities, considering the various accessibility and inclusion barriers present in museums, as well as presenting examples of successful initiatives in this regard, taking as a parameter the Brazilian reality.

Keywords

Accessibility, Inclusion, Museums, Cultural Heritage, People with Disabilities

1. Introdução

A acessibilidade é tema presente em diversos estudos relacionados ao turismo e ao patrimônio, principalmente a partir do séc. XXI (Cohen et al., 2012; Gastal & Moesch, 2007; Gonçalves, 2017; Kaitavuori, 2008; Scheiner, 2017). Sassaki (2009) entende a acessibilidade como uma facilidade buscada pelas pessoas "em todos os contextos e aspectos da atividade humana" (p. 11), podendo ser compreendida em seis dimensões, sendo elas:

> *arquitetônica (sem barreiras físicas), comunicacional (sem barreiras na comunicação entre pessoas), metodológica (sem barreiras nos métodos e técnicas de lazer, trabalho, educação etc.), instrumental (sem barreiras instrumentos [sic], ferramentas, utensílios etc.), programática (sem barreiras embutidas em políticas públicas, legislações, normas etc.) e atitudinal (sem preconceitos, estereótipos, estigmas e discriminações nos comportamentos da sociedade para pessoas que têm deficiência). (pp. 10-11).*

Esse conjunto de barreiras citadas pelo autor representa os impedimentos que todos os cidadãos podem vir a enfrentar em seu cotidiano, sobretudo aqueles que possuem algum tipo de deficiência e se vêem privados de usufruir plenamente de seus direitos, dentre eles, o turismo (Carrillo, 2020; Destro & Brega Filho, 2019; Eichhorn & Buhalis, 2011).

Em meio à grande variedade de equipamentos que compõem a atividade turística, se destacam os museus. Sarraf (2022) lembra que "o acesso ao patrimônio cultural preservado pelos museus é um direito do cidadão" (p. 28), assegurado pela *Declaração Internacional dos Direitos Humanos* de 1948 e, em âmbito nacional, pela *Lei nº 13.146*, de 2015. No entanto, considerando as especificidades arquitetônicas e de conservação do patrimônio preservado, por diversas vezes, muitos museus enfrentam desafios ao tentarem tornar seu espaço e acervo acessíveis a todos.

Apesar dos obstáculos, algumas instituições têm avançado no sentido de incluir os visitantes, possibilitando e incentivando experiências de interpretação adaptadas, através de iniciativas

de projetos de inclusão e de ajustes estruturais e na forma como suas exposições são exibidas e interagem com o público.

Dessa forma, o presente capítulo tem o objetivo de realizar um breve histórico da acessibilidade e da inclusão de pessoas com deficiência nos museus, analisar, a partir de pesquisa bibliográfica, os desafios de interpretação do patrimônio, considerando as diversas barreiras de acessibilidade e inclusão presentes nesses espaços, bem como apresentar exemplos de iniciativas bem sucedidas nesse sentido, tendo como parâmetro a realidade brasileira.

2. A Pessoa com Deficiência e a Acessibilidade

Segundo Fernandes et al. (2011) em seu artigo sobre o histórico da deficiência, as primeiras iniciativas de inclusão e reintegração de pessoas com deficiência, em âmbito internacional, surgiram após a Revolução Industrial, a princípio voltadas para a área da educação. No Brasil, isso se deu em meados do séc. XIX, quando o Imperador Dom Pedro II, através do *Decreto Imperial nº 1.428*, de 12 de setembro de 1854, criou o Imperial Instituto dos Meninos Cegos (atualmente Instituto Benjamin Constant) e, posteriormente, em 1857, fundou o Imperial Instituto de Surdos Mudos, que é o atual Instituto Nacional de Educação de Surdos – INES, ambos localizados na cidade do Rio de Janeiro – RJ.

Contudo, as primeiras leis brasileiras voltadas para a inclusão e definição dos direitos das pessoas com deficiência foram promulgadas apenas a partir do início do séc. XXI. Segundo o Art. 2º da *Lei nº 13.146*, que trata da Inclusão da Pessoa com Deficiência, é inserida nesta categoria a pessoa "que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas" (Brasil, 2015, capítulo 2).

Dessa forma, são consideradas Pessoas com Deficiência (ou apenas 'PcDs'), todos os cidadãos que possuem quaisquer destes impedimentos, independente dos seus níveis de dificuldade. Vale ressaltar que o termo *pessoa com deficiência* é a terminologia considerada mais adequada, ao invés de expressões como *pessoa portadora de deficiência*, *portador(a) de necessidades especiais* ou *incapacitado(a)*, comumente utilizados, mas que possuem conotações excludentes e preconceituosas (Sassaki, 2002).

Em relação ao turismo, a acessibilidade apenas se tornou tema relevante nos estudos e produções acadêmicas, a nível nacional, no início do séc. XXI (Nascimento, 2018), sendo ainda hoje um tema emergente (Martins, 2013; Tronca & César, 2020). No entanto, é possível observar um crescente número de publicações relacionadas ao acesso de PcDs à cultura e aos museus (Carrillo, 2020; Carvalho & Duarte, 2014; Castro, 2017; Chalhub et al., 2015; Dantas et al., 2019; Eardley et al., 2016; Fernandes, 2020; Ferreira et al., 2021; Franzen et al., 2014; Gomide, 2017; Neves et al., 2022; Quadros, 2021; Sarraf, 2022).

Ainda segundo Nascimento (2018), desde meados do século XX, intervenções contribuíram para a acessibilidade de PcDs à atividade turística, desde a *Declaração Universal dos Direitos Humanos* da ONU, de 1948, que instituiu os princípios de igualdade entre as pessoas, e as declarações da Organização Mundial do Turismo – OMT, que abordavam questões de acessibilidade para todos, inclusive PcDs. A nível nacional, a *Lei nº 13.146*, no Art. 42, ainda determina os direitos das pessoas com deficiência em relação

> *à cultura, ao esporte, ao turismo e ao lazer em igualdade de oportunidades com as demais pessoas, sendo-lhe garantido o acesso:*
>
> *I – a bens culturais em formato acessível;*
>
> *II – a programas de televisão, cinema, teatro e outras atividades culturais e desportivas em formato acessível; e*
>
> *III – a monumentos e locais de importância cultural e a espaços que ofereçam serviços ou eventos culturais e esportivos (Brasil, 2015, capítulo 9).*

Esses direitos são, portanto, garantidos às PcDs em todos os equipamentos e programas de divulgação cultural, dentre os quais se destacam as instituições museais, bens culturais importantes para a atividade turística, para o lazer e a preservação dos patrimônios, sendo responsáveis por conservar, divulgar e comunicar os bens de valor cultural, de forma aberta ao público e atuando a serviço da sociedade (Brasil, 2009).

3. Museus, Interpretação e Inclusão

Historicamente, até meados do séc. XIX, os museus e espaços de cultura priorizavam sua função de abrigar e preservar seus acervos, exibindo-os apenas para pessoas de alta classe social, mantendo um certo distanciamento do restante da população (Sarraf, 2022). Com a abertura desses espaços para o público geral, os museus se tornaram ambientes atrativos para a sociedade por oferecerem "a oportunidade de interagir com o ambiente real, provendo informação num espaço público com o potencial de integração das dimensões humanas do intelecto, do sentido e da emoção" (Chalhub et al., 2015, p. 2).

No entanto, quando se trata do acesso e da inclusão de PcDs, apesar dos avanços na instituição de leis e nos estudos sobre acessibilidade, através de novos olhares interdisciplinares sobre o tema, trazendo à discussão o pertencimento do museu à sociedade, ainda existem muitos desafios a serem enfrentados, pois "mesmo nas sociedades em que o direito legal de acesso está garantido, a transformação desse direito em prática social cidadã, em realidade cotidianamente vivida exige embates e enfrentamentos sistemáticos" (Cohen et al., 2012, p. 8).

De acordo com a *Museusbr*, plataforma de informações sobre os museus brasileiros operacionalizada pelo Instituto Brasileiro de Museus - Ibram, o Brasil abriga 3.912 museus. Demonstrando a preocupação do Instituto com a temática da inclusão, em 2012 foi realizado um estudo para a elaboração do documento *Cadernos Museológicos – Volume 2: Acessibilidade a Museus*, que apresentou dados pertinentes sobre a realidade brasileira e mundial em

relação ao tema. Os resultados da pesquisa mostraram que, apesar de a acessibilidade ser um tema presente nos documentos fundadores da atual Política Nacional de Museus, coordenada pelo Ibram, "ainda não existe uma real preocupação com a garantia do acesso de todos às ambiências dos museus brasileiros" (Cohen et al., 2012, p. 161), carência essa que demanda maior atenção por parte dos gestores públicos e demais profissionais que atuam nas instituições. Mais recentemente, foi publicado o terceiro volume do documento *Cadernos Museológicos: Planejamento e Realização de Exposições* (Franco, 2018), onde um de seus capítulos também é dedicado à acessibilidade, ainda que de forma breve.

Sarraf (2022), através de dados do *Plano Nacional de Cultura*, afirma que, até o ano de 2019, apenas "40% dos museus brasileiros cumprem requisitos legais de acessibilidade, o que podemos compreender como adequações arquitetônicas e, eventualmente recursos de comunicação acessível" (p. 23). No entanto, segundo a autora, não é possível avaliar com exatidão os níveis de acessibilidade das instituições, visto a falta de informações sobre os métodos de análise utilizados na pesquisa contida no Plano. Mineiro (2017), citado por Neves et al. (2022), afirma que a acessibilidade nos museus deve compreender ainda

> *campos tão diversos quanto a entrada e circulação no edifício, mas também a sinalética, a comunicação e a divulgação, a segurança, a consultoria, o emprego e voluntariado por parte de pessoas com deficiência ou incapacidade, a formação das equipas, a avaliação das práticas correntes para promover o acesso de todos e a política de gestão relativa a todas estas questões [...] (p. 10, como citado em Neves et al., 2022, p. 63).*

Quanto às adaptações físicas nos museus visando a eliminação das barreiras, uma referência, a nível nacional, é a *Instrução Normativa n° 1*, de 25 de novembro de 2003, do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN (Cohen et al., 2012). A Associação Brasileira de Normas e Técnicas - ABNT, através da *Norma NBR 9050:2020*, também "estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quanto ao projeto, construção, instalação e adaptação do meio urbano e rural, e de edificações quanto às condições de acessibilidade" (ABNT, 2020, p. 1), instruções estas que devem ser seguidas pelos espaços de uso público e privado, inclusive museus, visando a autonomia do usuário, independentemente de sua limitação.

Também está presente nesta Norma o conceito de *Desenho Universal*, que determina a organização do espaço de forma a permitir o deslocamento e a utilização de todas as pessoas, de forma simples e sem necessidade de adaptação (ABNT, 2020). O termo surgiu na década de 1970, com o objetivo de adequar a arquitetura a toda a diversidade humana, sendo desmembrado em sete princípios essenciais a todos os projetos acessíveis: igualitário (uso equiparável), adaptável (uso flexível), óbvio (uso simples e intuitivo), conhecido (informação de fácil percepção), seguro (tolerante ao erro), sem esforço (baixo esforço físico) e abrangente (dimensão e espaço para aproximação e uso) (Sarraf, 2008). O Desenho Universal garante que os espaços, como os museus, sejam "utilizados e desfrutados em condições iguais por qualquer pessoa com ou sem deficiência" (Carrillo, 2020, p. 132, tradução minha), auxiliando nos processos de integração e inclusão.

Para Carrillo (2020), a acessibilidade universal do museu pode ser definida como "a qualidade que descreve o grau em que qualquer pessoa é capaz de acessar tanto o ambiente físico quanto os conteúdos de um museu, independentemente de sua situação ou deficiência" (pp. 133-134, tradução minha). Há aqui a preocupação não apenas com o acesso físico, mas também com a capacidade de interagir com o acervo, as exposições e atividades desenvolvidas. Carrillo ainda acrescenta:

> *Um museu projetado para todos, que tem considerado os critérios do desenho universal, permite que uma diversidade de pessoas com diferentes necessidades se aproxime da cultura, e isso resultará em benefícios sociais e econômicos, ou seja, maior número de visitantes, maior interesse turístico, aumento das receitas, melhora da imagem institucional e responsabilidade social e corporativa. Um museu acessível será um museu sustentável, e um museu sustentável será um museu inclusivo e responsável. (2020, p. 134, tradução minha).*

Sarraf (2022) define a acessibilidade cultural como "Um conjunto de adequações, medidas e atitudes que visam proporcionar bem-estar, acolhimento e acesso a [sic] fruição cultural para pessoas com deficiência beneficiando públicos diversos" (p. 22). Para que esse acolhimento seja bem-sucedido, um museu acessível deve incluir também "a aproximação e interação da comunidade com o patrimônio, a cultura e a memória, com o acervo exposto e com a narrativa proposta" (Quadros, 2021, p. 6). Para Scheiner (2017), essa interação compreende o diálogo entre o museu e o público através do ato de contar e ouvir histórias, sendo a imersão uma das possibilidades de interpretação do patrimônio, definida por ela como

> *o estado de engajamento profundo numa atividade, situação ou lugar, e que as exposições têm como objetivo justamente seduzir os visitantes, retirando-os do 'mundo real' para fazê-los adentrar um mundo onírico, através da manipulação do desejo e das sensações positivas: a imersão mantém o individuo [sic] num estado de 'suspensão' onde ele se conecta com a experiência vivenciada através de seu mundo interior (p.11).*

No entanto, quando se trata de visitantes com deficiência, a conexão que procede desse engajamento está sujeita às barreiras anteriormente citadas, tendo em vista que um grande número de museus têm seus espaços físicos tombados, não sendo permitidas alterações em sua estrutura, ou até mesmo na forma como o acervo é exposto, não havendo possibilidade, por exemplo, de contato através do toque nos itens conservados como patrimônio.

A despeito de todos esses desafios, Scheiner (2017) reforça a primordialidade do protagonismo do público na interpretação dos museus enquanto patrimônios, e Chalhub (2014) concorda ao afirmar que é "fundamental que todos possam se apropriar dos bens culturais e desfrutar do sentimento de pertencimento no museu como espaço de ampliação cultural e educacional, fonte de produção científica e popularização do conhecimento" (p. 342). Assim, para que os museus possam cumprir plenamente sua função social, é necessário que sejam democráticos, e que as iniciativas contemplem as necessidades de todos os envolvidos, sejam eles PcDs ou não, possibilitando a interação e interpretação pessoal com o acervo, garantindo que os direitos de todos os visitantes sejam assistidos. Sarraf (2022) afirma que

> *Os museus que consideram essa disposição inclusiva e acessível garantem benefícios não apenas aos públicos não usuais. Com uma linguagem ergonômica e inovadora, agradam a todos os visitantes que desejam acessar o patrimônio cultural de maneiras diferentes, independente de suas condições físicas, sensoriais ou culturais (p. 27).*

A autora vai além, ao citar Ruiz e Lledó (2013), lembrando que "não se trata de integrar no museu os que são diferentes, mas sim partir do fato de que todos o somos, todos temos capacidades e necessidades diferentes e contribuímos para a sociedade com experiências únicas derivadas dos valores individuais." (p. 19, como citado em Sarraf, 2022, p. 21, tradução minha).

O próximo tópico deste capítulo se dedica a realizar uma análise da realidade dos museus brasileiros em relação à inclusão e à acessibilidade de seus visitantes, principalmente das Pessoas com Deficiência, apresentando iniciativas de eliminação de barreiras e possibilidades de interação e interpretação do patrimônio por parte desse público.

4. Iniciativas de Acessibilidade e Inclusão em Museus Brasileiros

Um exemplo que se destaca a nível nacional é o *Programa Igual Diferente*, do Museu de Arte Moderna de São Paulo - MAM. De acordo com Sarraf (2008), o Programa visava a redução das dificuldades que a Instituição percebia na comunicação com o público surdo em relação aos conteúdos artísticos, oferecendo

> *a oportunidade de formar educadores surdos especializados em mediação de exposições de artes que podem atuar no próprio museu e outras instituições, além disso, proporciona o enriquecimento da Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS, com a inclusão de novos termos inerentes à linguagem cultural e artística (Sarraf, 2008, p. 96).*

O Programa foi criado em 1998 com o objetivo inicial de ofertar cursos ao público deficiente, visando auxiliar e incentivar o "desenvolvimento do [seu] potencial criativo" (Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2015, p. 14) através da arte. Após os bons resultados da aproximação com esse público, o museu percebeu a necessidade de adequar também o seu espaço físico, implementando mudanças com a intenção de eliminar as barreiras existentes (Museu de Arte Moderna de São Paulo, 2015).

Diversos museus brasileiros têm se preocupado com a inclusão de profissionais intérpretes de Libras que atuem como mediadores durante as visitas guiadas, e outros ainda têm introduzido a tradução da Libras nas exposições e nos ambientes virtuais dos museus através do uso de tecnologias, como Ferreira et al. (2021) analisam em seu estudo. Para Martins (2013), a comunicação com os visitantes através da língua de sinais, além de valorizar a cultura surda,

> *é uma forma de assegurar, não apenas um autoconceito positivo nos públicos com deficiência auditiva, mas também, o mesmo ambiente linguístico com que naturalmente se comunica e manifesta, tal como é feito com os outros públicos ouvintes, através da comunicação oral (p. 7).*

Outra iniciativa de destaque é o *Projeto Deficiente Residente*, desenvolvido pelo Museu do Futebol, em São Paulo, através do qual são convidadas pessoas com determinadas deficiências para conviverem com a equipe do museu durante alguns meses e atuarem como mediadoras, promovendo uma aproximação da equipe com as deficiências, abrindo o diálogo e a possibilidade de qualificação, desmistificação e atenção às necessidades dos visitantes com deficiência, e do museu com o público deficiente através das visitas guiadas pelos residentes, eliminando, dessa forma, tanto as barreiras comunicacionais quanto atitudinais. De acordo com o website do Projeto, de 2010 a 2019, foram contempladas as deficiências visual, intelectual, auditiva, física e motora, contando com a participação de doze residentes, tornando-se, assim, uma referência nacional (Museu do Futebol, s.d.).

Em relação às mudanças e adequações físicas, Assis (2012) apresenta em seu estudo alguns exemplos, como os Theatros Municipais do Rio de Janeiro e de São Paulo, a Biblioteca Mário de Andrade, em São Paulo, a Igreja do Nosso Senhor do Bonfim, na Bahia, entre outros, que, apesar de serem construções antigas, projetadas em épocas onde os princípios da acessibilidade ainda não eram considerados, viram nas reformas uma possibilidade de tornar o espaço mais acessível e inclusivo, instalando soluções como elevadores, rampas, plataformas de acesso e banheiros acessíveis. A Pinacoteca de São Paulo também é um exemplo de museu que se preocupou em adequar seu espaço para receber os visitantes com mobilidade reduzida, a despeito das limitações de seu edifício principal tombado pelo Condephaat. Nele, foram instaladas rampas de acesso e construídos banheiros adaptados, e são disponibilizadas cadeiras de rodas manuais e motorizadas, além de contar também com piso tátil para os visitantes cegos ou com baixa visão (Pinacoteca de São Paulo, s.d.).

Essas iniciativas apontam caminhos para museus mais acessíveis e inclusivos, principalmente aquelas que vão além dos decretos e normas que determinam como alcançar a acessibilidade, tornando as pessoas com deficiência as verdadeiras protagonistas, que se envolvem com as instituições, têm voz e são capazes de contribuir com vivências, ideias e opiniões, ocupando espaços que garantam "plena participação e representatividade nos processos de gestão das instituições, prioritariamente no desenho das políticas institucionais, nas ações de curadoria e difusão do patrimônio seja ele material ou imaterial" (Sarraf, 2022, p. 22).

5. Considerações Finais

Mesmo após a publicação de leis e decretos acerca da acessibilidade e da inclusão de PcDs, bem como a produção de estudos acadêmicos, esse ainda é um tema emergente nas instituições museais.

Como pode ser observado através dos exemplos apresentados, já existem iniciativas que buscam tornar os museus espaços inclusivos e democráticos, facilitando o acesso de PcDs, possibilitando a interação com os acervos apresentados e incentivando a interpretação do patrimônio cultural por parte do indivíduo, seja por meio de adequações estruturais ou soluções para as barreiras comunicacionais e atitudinais enfrentadas pelos visitantes.

No entanto, essas são iniciativas pontuais. Através de pesquisas bibliográficas em artigos acadêmicos e websites dos museus, ainda é difícil encontrar informações concretas sobre acessibilidade, o que impossibilita não apenas pesquisas com resultados precisos, mas, principalmente, a divulgação de informações acerca da acessibilidade para potenciais visitantes desses espaços.

Apesar dos avanços nas questões de acessibilidade, ainda há um longo caminho a ser percorrido, que demanda atenção e ação por parte das instituições, dos gestores, da equipe envolvida, e da sociedade como um todo, para que as barreiras sejam derrubadas e todos possam se apropriar e desenvolver o sentimento de pertencimento ao patrimônio, que é a sua própria história preservada.

Referências

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. (2020). *Acessibilidade a edificações, mobiliários, espaços e equipamentos urbanos* (NBR 9050, 4ª ed.). ABNT.

Assis, E. P. D. (2012). *Acessibilidade nos bens culturais imóveis: possibilidade e limites nos museus e centros culturais*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo. https://doi.org/10.11606/D.16.2012.tde-23052012-144557. Acesso em: 31 jul. 2024.

Brasil. (2009). *Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009*. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm. Acesso em: 02 fev. 2021.

Brasil. (2015). *Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015*. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 18 jan. 2021.

Carrillo, M. J. M. (2020). Museos accesibles para todos. Diagnóstico de la accesibilidad universal de los museos de Caen (Francia). *Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio*, 4(2), 128–157. https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.12931. Acesso em: 03 fev. 2021.

Carvalho, R. L., & Duarte, D. C. (2014). O acesso dos deficientes visuais à cultura: Um estudo nos museus da cidade de Pirenópolis-Goiás. *Tourism and Hospitality International Journal*, 3(2), 56-72. https://doi.org/10.57883/thij3(2)2014.30151. Acesso em: 02 mar. 2021.

Castro, T. A. (2017). *Estudio de Caso: Análisis de las facilidades de turismo accesible en el Museo de la Ciudad, del Centro Histórico de Quito*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidad de las Américas. https://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/ir-:33000-6513. Acesso em: 03 fev. 2021.

Chalhub, T., Benchimol, A., & Rocha, L. M. G. M. (2015). Acessibilidade e inclusão: a informação em museus para os surdos. In: *XVI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação*. http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/view/2863. Acesso em: 02 mar. 2021.

Cohen, R., Duarte, C., & Brasileiro, A. (2012). *Cadernos Museológicos Vol. 2 - Acessibilidade a museus*. MinC/Ibram. https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2013/07/acessibilidade_a_museu_miolo.pdf. Acesso em: 18 jan. 2021.

Dantas, J. C. S., Silva, C. R. S., & Nunez, A. L. V. (2019). Passado e Presente – Um comparativo do turismo acessível entre dois atrativos turísticos do município do Rio de Janeiro. *Fólio*, (2), 59-69. https://www.metodista.br/revistas/revistas-ipa/index.php/folio/article/view/842/75. Acesso em: 18 jan. 2021.

Destro, C. R. F., & Brega Filho, V. (2020). O aparente conflito existente entre o direito à acessibilidade e a preservação do patrimônio cultural. *RFD- Revista da Faculdade de Direito da UERJ*, (36), 158–176. https://doi.org/10.12957/rfd.2019.40261. Acesso em: 28 jun. 2021.

Eardley, A. F., Mineiro, C., Neves, J., & Ride, P. (2016). Redefining Access: Embracing multimodality, memorability and shared experience in Museums. *Curator: The Museum Journal*, 59(3), 263-286. https://doi.org/10.1111/cura.12163. Acesso em: 28 jun. 2021.

Eichhorn, V., & Buhalis, D. (2011). Accessibility—A Key Objective for the Tourism Industry. In. *Accessible Tourism: Concepts and Issues*; Buhalis, D., Darcy, S. Channel View Publications. https://doi.org/10.21832/9781845411626-006. Acesso em: 28 jun. 2021.

Fernandes, B. G. M. (2020). Turismo e Equipamentos Culturais: Uma Análise das Ações em Acessibilidade Comunicacional (AC) nos Museus da Cidade do Recife. *Revista Caravana*, 5(1), 120-137. http://caravana.ifpe.edu.br/index.php/caravana/article/view/402. Acesso em: 18 jan. 2021.

Fernandes, L. B., Schlesener, A., & Mosquera, C. (2011). Breve Histórico da Deficiência e seus Paradigmas. *Revista InCantare*, 2(1), 132-144. https://doi.org/10.33871/2317417x.2011.2.1.181. Acesso em: 18 jan. 2021.

Ferreira, A. T. S., Alves, G. H. V. S., & Madeira, L. F. (2021). A língua de sinais em museus: acessibilidade através de guias multimídias. *Interfaces Científicas-Humanas e Sociais*, 9(1), 8-23. https://periodicos.set.edu.br/humanas/article/view/8866. Acesso em: 04 jul. 2024.

Franco, M. I. M. (2018). *Cadernos Museológicos Vol. 3 - Planejamento e Realização de Exposições*. Ibram. https://www.gov.br/museus/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/cadernos-e-revistas/cadernos-museologicos-volume-3-planejamento-e-realizacao-de-exposicoes.pdf/@@download/file. Acesso em: 20 jun. 2024.

Franzen, L. I., Tricárico, L. T., & Christoffoli, A. R. (2014). Turismo cultural: acessibilidade da infraestrutura física no Museu Etnográfico – Casa dos Açores, Biguaçu/SC, Brasil. *Tourism and Hospitality International Journal*, 2(1), 213-233. https://www.researchgate.net/publication/337179906_Turismo_cultural_acessibilidade_da_infraestrutura_fisica_no_Museu_Etnografico_-_Casa_dos_Acores_BiguacuSC_Brasil. Acesso em: 31 jan. 2021.

Gastal, S. & Moesch, M. (2007). *Turismo, políticas públicas e cidadania*. Aleph.

Gomide, D. S. (2017). *Dilemas e Possibilidades da Acessibilidade Simbólica e Física no Museu Professor Lucas Marques do Amaral - Museu da Farmácia da Universidade Federal de Juiz de Fora*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Juiz de Fora.

Gonçalves, A. R. (2017). Museus, Turismo e Sociedade–uma reflexão. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, 7(3), 26-67. https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/4173. Acesso em: 18 jan. 2021.

Kaitavuori, K. (2008). From accessibility to participation – museum as a public space. In: *Conference publication of making cultural heritage truly inclusive conference*, 5-8. https://www.academia.edu/6903253/From_accessibility_to_participation_museum_as_a_public_space. Acesso em: 28 jun. 2021.

Martins, P. R. (2013). A inclusão social tem influência nas práticas museais? O acesso dos públicos com deficiência. *Midas*, (2). https://doi.org/10.4000/midas.246. Acesso em: 01 fev. 2021.

Museu de Arte Moderna de São Paulo. (2015). *Programa igual diferente*. MAM. https://mam.org.br/wp-content/uploads/2016/08/IGUAL.pdf. Acesso em: 11 jun. 2024.

Museu do Futebol. (s.d.). *Projeto Deficiente Residente*. Museu do Futebol. https://museudofutebol.org.br/acessibilidade/projeto-deficiente-residente/. Acesso em: 28 maio 2024.

Nascimento, E. D. (2018). *Análise da produção teórica brasileira sobre o turismo e acessibilidade de 1987 a 2016*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo. https://doi.org/10.11606/D.100.2018.tde-17052018-132627. Acesso em: 02 fev. 2021.

Neves, A. S., Bailão, A., & Henriques, F. (2022). Uma Revisão de Estratégias de Acessibilidade e Inclusão nos Museus. *Atas do II Encontro Acessibilidade e Inclusão na Arte e no Património*, 61-74. https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/64095/1/Livro%20de%20Atas_2%C2%AA%20edi%C3%A7%C3%A3o_2022.pdf#page=62. Acesso em: 03 jun. 2024.

Pinacoteca. (s.d.). *Acessibilidade*. Pinacoteca. https://pinacoteca.org.br/visita/acessibilidade/. Acesso em: 28 maio 2024.

Quadros, R. (2021). *Museus e Acessibilidade - Iniciativas e desafios na inclusão de cegos e surdos na interação com o acervo da Fundação Museu Mariano Procópio em Juiz de Fora - MG*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Juiz de Fora.

Sarraf, V. P. (2008). *Reabilitação do Museu: Políticas de inclusão cultural por meio da acessibilidade*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo. https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-17112008-142728/pt-br.php. Acesso em: 18 jan. 2021.

Sarraf, V. (2022). Museus para a Igualdade – Diversidade e Inclusão - Como as premissas da Acessibilidade Cultural corroboram com a Função Social dos Museus. *Cadernos De Sociomuseologia*, 63(19), 21-30. https://doi.org/10.36572/csm.2022.vol.63.02. Acesso em: 08 maio 2024.

Sassaki, R. K. (2002). Terminologia sobre deficiência na era da inclusão. *Revista Nacional de Reabilitação (Reação)*, 5(24), 6-9. https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/211/o/TERMINOLOGIA_SOBRE_DEFICIENCIA_NA_ERA_DA.pdf. Acesso em: 03 fev. 2021.

Sassaki, R. K. (2009). Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. *Revista Nacional de Reabilitação (Reação)*, (Ano XII, mar./abr.), 10–16. https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/211/o/SASSAKI_-_Acessibilidade.pdf?1473203319. Acesso em: 25 fev. 2021.

Scheiner, T. C. M. (2017). Reflexões sobre Museus, Turismo, Patrimônio e Sociedade. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, 7(3), 6-25. https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/4172/2994. Acesso em: 18 jan. 2021.

Tronca, B., & César, P. A. B. (2020). Turismo e Acessibilidade: Um Estudo Bibliométrico. *Ateliê do Turismo*, 4(2), 129-149. https://doi.org/10.4000/midas.246. Acesso em: 02 fev. 2021.

CAPÍTULO 10

República da Arménia: História das Tradições Vinícolas, Destinos Vinícolos e Perspetivas de Desenvolvimento do Enoturismo

Republic of Armenia: History of Winemaking Traditions, Wine Destinations and Enotourism Development Perspectives

BAKHSHETSYAN, Zhanna

1. Introduction

The Republic of Armenia is a growing destination and developing country. The Republic of Armenia is a country, which is situated in the western part of Asia, and occupies the north-eastern part of the Armenian plateau – between Caucasus and Nearest Asia (the inter-river territory between the middle flows of the rivers Kur and Araks). The area is 29743 km2 (like Belgium's and Albania's territory sizes) Average Altitude Above Sea Level is 1800 m (76.5% of the republican territory is on the height of 1000-2500 m above sea level)

State border:

- In the North with Georgia,
- In the East with Azerbaijan,
- In the West and South-West with Turkey,
- In the South with Iran

The greatest extend:

1. from North-West to South-East comprises 360 km
2. from West to East 200 km

Earth's lowest point:

- The underflow region of Debed River 375 m
- Mountain, Plateaus 36.4 % (in the Republic of Armenia)- the highest elevation - Peak of Aragats mountain 4090 m

The Republic has been divided into 10 marzes and Yerevan city. 10 regions of the Republic of Armenia are Aragatsotn, Ararat, Armavir, Gegharkunik, Lori, Kotayk, Shirak, Syunik, Vayots Dzor, Tavush and the capital – Yerevan. The Capital- Yerevan city has community status. Administrative Unit - Marz (total number of 10), communities (total number of 502) Including Urban: 49 and including Yerevan city with 12 administrative districts.

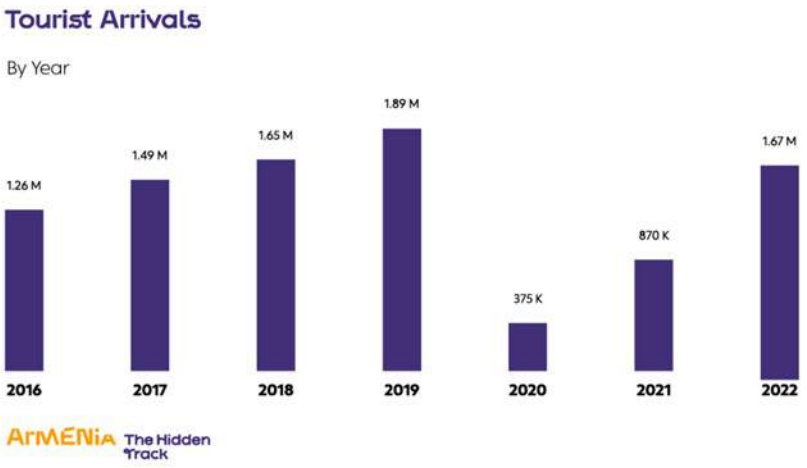
Armenia has a population of 2976.8 thousand (as of January 1, 2023). Ethnic Breakdown: Armenians - 98.1% Minorities: Russians, Yezidis, Kurds, Assyrians, Greeks, Ukrainians, Jews, and others.

Religion: Christian Church: Armenian Apostolic. Religious Center: St. Etchmiadzin, the Cathedral of the Armenian Apostolic Church, and the Residence of the Catholicos (Patriarch) of all Armenians.

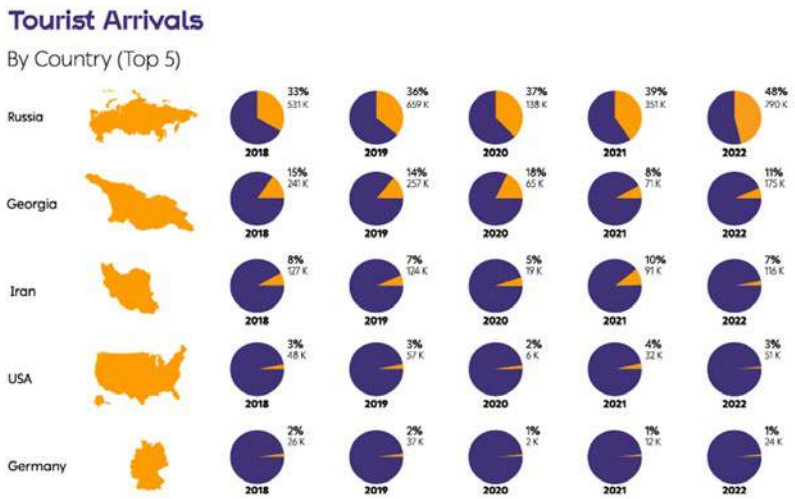
2. Tourism and Wine Tourism in Armenia

Tourism is one of the fastest-growing sectors of the world economy. The number of international tourist visits has increased significantly over the past decades. Every year new tourism offers, popular directions, and destinations are increasingly appearing, which attract many tourists.

In Armenia, tourism is announced as the main sector of the economy. In recent years the number of tourists has increased. Tourism in Armenia attracts visitors with its accessibility, safety, and diversity. From 2010 to 2020, Armenia registered an annual tourism growth rate of nearly 15 percent, making it one of the world's fastest-growing tourist destinations. In 2020, due to COVID and regional hostilities, Armenia registered the fewest number of international tourists since 2005. The number of travelers increased significantly in 2021 but was still below pre-COVID levels. International tourism numbers in 2022 totaled 1.67 million visitors, in part due to large volumes of Russian travelers following the invasion of Ukraine. Armenia is expected to surpass its pre-COVID statistics in 2023. In the first half of 2023, Armenia was visited by nearly 1 mil. tourists, which exceeds the historically highest result of the comparable period of 2019 by about 30%.



Graph 1. Tourism arrivals by year



Graph 2. Tourist arrivals by country

The geographical distribution of tourists arriving in Armenia is quite concentrated. This year, more than half of the 10 countries that provided the main tourist growth are the RF, Georgia, Iran, USA, Germany, France, India, Ukraine, China, Belarus, etc.. About 64% of tourists prefer to visit Armenia by air (Zvartnots and Shirak airports, which had a record number of 3mil. 697 thous. passengers in 2022), and the most popular among the 5 land routes is the Bagratashen border checkpoint on Armenian-Georgian border for 21.6%, followed by Bavra for 9% and the Meghri border checkpoint on Armenian-Iranian border for around 4%.

Armenia provides opportunities for different types of tourism: cultural, religious, ecological, agricultural, wine, water and recreational, culinary, nature, and adventure.

Armenia has huge potential for inbound and domestic tourism. The country features a variety of cultural, natural, and historical sites, medieval monasteries, churches, and fortresses – more than 24400 cultural monuments.

UNESCO World Heritage sites:

- Haghpat Monastery of the X-XIII centuries and Sanahin Monastery of the X century (in 1996 and 2000)
- Etchmiadzin Cathedral of the IV century and the churches of St. Hripsime (618), St. Gayane (630), archaeological excavations in Zvartnots of the VII century (in 2000)
- Monastery of the IV-XIII centuries - Geghard (in 2000)
- Valley of the upper Azat River and Garni fortress (in 2000)
- Music of the Armenian Duduk (2005)
- Armenian khachkars, symbols, and skills of their creation (in 2010)
- Armenian epic «David of Sasun» (2012)
- «Lavash: Making traditional bread, meaning and cultural manifestations in Armenia» (2014), etc.

The most iconic tourist destinations are - Yerevan, Garni Pegan temple, Stone Symphony natural basalt stones, Geghard medieval cave-monastery, Vagharshapat city with Echmiadzin cathedral and St. Hripsime Church, St. Gayane Church, Zvartnots, Tsakhkadzor city with Kecharis monastery, Lake Sevan and Sevanavank monastery, Dilijan city with Goshavank and Haghartsin monasteries, Ashtarak city, Mughni, Saghmosavank and Ohanavank monasteries, Amberd fortress, Byurakan, Kobayr, Haghpat and Sanahin monasteries, Odzun, Akhtala, Mastara, Talin, Arichavank, Aruch, Gyumri city, Marmashen, Khor Virap, Areni village and Areni cave, Noravank, Jermuk, Tatev, Qarahunj, Goris, Khndzoresk, etc.

Wine tourism in Armenia also is one of the fastest-growing types of tourism. Wine tourism (Enotourism), as a subtype of gastronomic tourism, refers to tourism whose purpose is to visit vineyards, and wineries, tasting, consuming, and/or purchasing wine, often at or near the production and the source.

Wine tourism is often included in several types of tourism as gastrotourism, rural tourism, agrotourism, local tourism, green tourism, sustainable tourism, etc.

Wine tourism has a positive impact on various areas:

- development of regional tourism
- increase in direct sales to wineries and producers
- construction of related infrastructure
- preservation of regional traditions, etc.

Wine tourism is not only tasting and evaluating wines, but also wine tourism is accompanied by historical and cultural tours, and familiarization with the traditions and way of life of the country. Wine tourism helps preserve local winemaking traditions.

The Republic of Armenia is known as an agro-industrial country, where vine cultivation and winemaking are essential elements of the economy. By smartly combining centuries-old winemaking experience, traditions, and innovative knowledge and methods of wine production, Armenian wineries gradually reach reputable international levels, confidently starting to compete in the international arena. By using the climatic and relief conditions of the country smartly, the producers receive excellent grapes and make unique and impressive wines later.

The volumes of wine production in Armenia grow year by year. For 2021 wine production in Armenia was 13,082 thousand liters. The number of winemaking companies in Armenia was 67 companies in 2019, in 2021 it is almost doubled reaching 111, out of which 13 are producing more than 200 thousand bottles of wine, 52 companies produce more than 50,000 bottles of wine and 46 companies are small and annual productivity up to 5000 bottles of wine. As of 2020, 21% of wine produced in Armenia is exported, with the Russian Federation remaining the largest export market. In 2015 Armenian wines were exported to 15 countries, while as of 2020 the export geography has been expanded to 36 countries. Wine export volume of Armenia in 2021 compared to 2020 increased by 5.8%. The main part - 75% of wine exports go to Russia, 5.2% to China and the other part to EU countries and others. Over the recent years, the share

of wine in the total consumption structure of alcoholic beverages has significantly increased in the domestic market. During 2018-2019, in particular, per capita wine consumption has grown considerably from 2.5 to 3.5 liters. Per capita wine consumption in 2021 was 4.2 liters. This indicator in comparison with 2020 was increased by 20%.

The winemaking is based on both main big producers and private, small houses of enthusiasts, who impress the delicate consumers with new aromas and flavors, matching the high standards at the same time.

3. History of Winemaking in Armenia in Ancient Times

The Armenian Highlands played a significant role in the history of winemaking. Therefore, it is quite natural that much written evidence and artifacts show that the Armenian Highlands and neighboring areas are the cradle of viticulture. Winemaking thus existed long before the creation and propagation of the written word. However, some of the ancient scripts in the forms of myths and legends contain vital information about the origin and spread of viticulture.

4. Legents

There are beautiful legends about wine and winemaking in Armenian history, culture, and religion. According to the Bible, by lading on Armenian mountains, firstly Noah planted vineyards, made wine, and drank it. "On the seventeenth day of the seventh month the ark came to rest on the mountains of Ararat." (Genesis 8:4) … "Noah, a man of the soil, proceeded to plant a vineyard. When he drank some of its wine, he became drunk…" (Genesis 9:21-22)

Figure 1. The story of wine in Armenia begins when Noah landed on Mt. Ararat and planted a vine (Bible: Genesis 9:20)

Likewise, in their myths and legends, the ancient Greeks often mentioned the invention of winemaking to the eastern peripheries of their known world. For instance, it is said that Dionysus, the ancient Greek god of wine, came to Greece and brought the art of winemaking with him from the Phrygian hills, which, according to Greek historian Herodotus, had connections with Armenian mountains (Herodotus VII, 73).

Linking to these ancient legends, Dr Patrick Edward McGovern (Scientific Director of the Biomolecular Archeology laboratory and an Adjunct Professor of Anthropology at the University of Pennsylvania Museum) in his book "Ancient Wine: The Search for the Origins of viniculture" mentions: "We can assume that the history of Flood contains memories about the origins of viticulture, or at least, about widely spread culture in antique times, and that Mount Ararat is considered the most favorable territory. Ararat is close to the earliest Neolithic settlements, which provided the earliest evidence about the domestication of the Eurasian grape."

5. Historical Facts

However, apart from the ancient legends, historical scripts, and illustrations confirm the history of Armenian winemaking; bodies of evidence come from historical records and depictions left by ancient historians, scholars, military leaders, and even kings. For example, Assyrian king Sargon II (722-705 BC) in his stories told that during his eighth military campaign, his army had crossed the territory of Armenia. He described a multitude of fruit trees and vines. After reaching the mighty fortress of Ararat he had been impressed by the massive vineyards, and after tasting the wine, his army had destroyed the majority of the wine stored in giant ceramic vessels, known as "Karas" in Armenian. Unfortunately, Assyrians also ruined a large number of vineyards.

Other confirmations are available on the walls of the old Iranian city of Persepolis, the ancient capital of the Achaemenid Empire, established by King Darius the Great (522-486 BC). Some monuments, including reliefs on the East Stair of Apadana, have survived among the city ruins, showing a procession of people bringing tribute to the Achaemenid king. In the illustration Armenian delegation is pictured bringing as gifts horses and wine, which Armenia was famous for, in beautiful metal vessels, demonstrating the rich tradition of winemaking in ancient Armenia. Greek historians also mention Armenians connected with wine and the massive export of wine. For example, in his famous book "Anabasis": 4.5, Xenophon speaks of Armenians who used to make wine out of barley and drink it out of reed straws.

"There were stores within of wheat and barley and vegetables, and wine made from barley in great big bowls; the grains of barley malt lay floating in the beverage up to the lip of the vessel, and reeds lay in them, some longer, some shorter, without joints; when you were thirsty you must take one of these into your mouth, and suck. The beverage without admixture of water was very strong, and of a delicious flavor."

Likewise the ancient Greek historian Herodotus (around 450 BC) in his work "The Histories" provides some details on wine trade between Armenia and Babylon. In the book I: 180 Herodotus writes: "…the city (Babylon) is divided into two parts; for it is cut in half by a river named Euphrates, a wide, deep, and swift river, flowing from Armenia and issuing into the Red Sea…" Book I:194 "…their boats which ply the river and go to Babylon are all of skins, and round. They make these in Armenia, higher up the stream than Assyria. First they cut frames of willow, then they stretch hides over these for a covering, making as it were a hold; they neither broaden the stern nor narrow the prow, but the boat is round, like a shield. They then fill it with reeds and send it floating down the river with a cargo; and it is for the most part palm wood casks of wine that they carry down…

So when they have floated down to Babylon and disposed of their cargo, they sell the framework of the boat and all the reeds; the hides are set on the backs of asses, which are then driven back to Armenia, for it is not by any means possible to go upstream by water, because of the swiftness of the current; it is for this reason that they make their boats of hides and not of wood. When they have driven their asses back into Armenia, they make more boats in the same way."

6. Archeology of Ancient Armenia

Armenian Highlands is a real treasure for archaeological discoveries, where some of the earliest settlements, known among humans, are uncovered regularly. The historical Armenian environment covers much bigger territories, part of which is in the East of Turkey, North of Iran, Syria, Azerbaijan, and South of Georgia nowadays. Even on the small land of the present Republic of Armenia, it is possible to find some pieces of evidence about the world's earliest settlements.

Dr. Patrick Edward McGovern also claims that archaeological and historical data confirm the earliest wine, which was produced in uplands, in the northern parts of the Middle East (Armenian Highlands). According to a more realistic scenario, from here wine was regularly distributed to neighboring countries like Egypt and Lower Mesopotamia (around 3500-3000 BC). Later on, it appeared also in Crete (in 2200 BC). Continually the Old World elixir reached the East - Rome and its colonies, later on – to Europe by the main rivers. Right from here the plants of Eurasian species developed and expanded in the New World.

It is worthy to note the fact of the most significant and outstanding recent discovery– the most ancient winemaking facility in the world, uncovered in the South of Armenia, in Areni cave. Next to the cave, in the same place where the oldest leather shoe was found, archaeologists discovered a 6100-year-old press for wine production, vessels for fermentation and storing the wine, bawls for drinking, and old dried vines, skins, and seeds. Accordingly, these discoveries once again claim that this region was the center of winemaking more than 6000 years ago.

In her article, called "Wine's Ancient Armenian Roots", Caroline Gilby MW a wine expert, in details describes the findings and the chemical analysis carried out later on. The following artifact was discovered during the Areni – 1 Cave investigations in 2007-2011 near the Southern border of Iran. There is weighty evidence that this is the earliest full-line facility of wine production that has ever been discovered in the world. It includes grape seeds, vine shoots, remains of pressed grapes, a vestigial wine press, and a giant clay vessel, which was used for fermentation.

In the result of chemical analysis, a pigment that is available only in grape and pomegranate (no remains of this plant were found though), malvidin was found, and the morphology of that grape was similar to Vitis vinifera. According to radiocarbon dating, the grape seed dates back to 4000 BC.

7. Modern History of Winemaking and Viniculture

Nowadays, there are five main wine-growing regions in the Republic of Armenia - Armavir, Aragatsotn, Ararat, Vayots Dzor, and Tavush. All of them have interesting terroir and different types of landscapes. The major part of the country's territory is situated 1000 m above the sea level - between 38° and 42° northern parallels. Despite its small area, the country boasts diverse climate conditions, resulting from the vast variety of geographic terrains and significant differences in altitudes. The lowest point with vineyards is located 420 m above the sea level and borders Georgia, and the highest point with vineyards is situated 1750 m above the sea level.

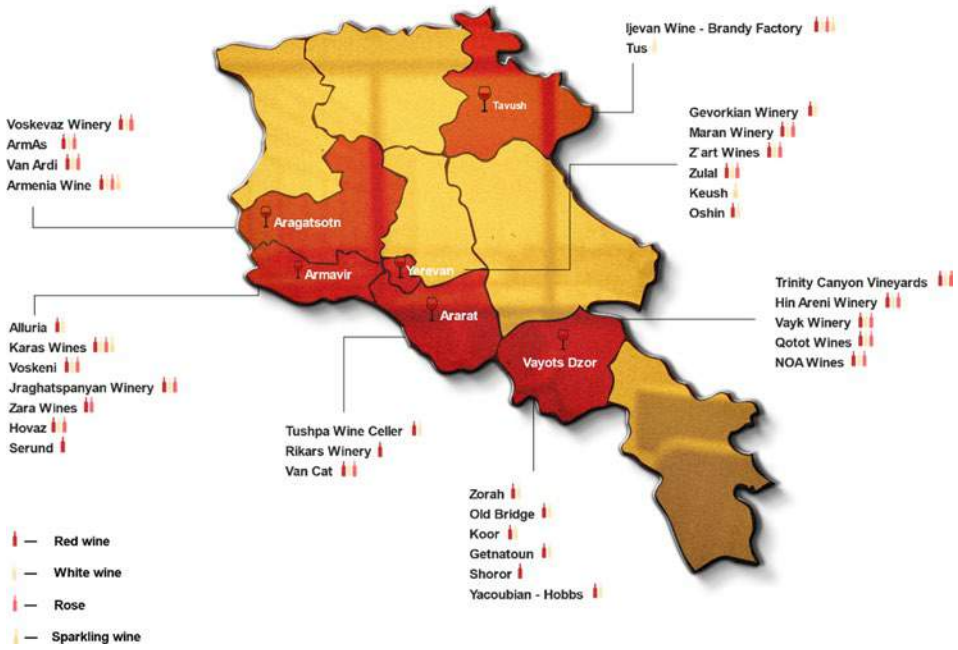


Figure 2. Armenian winemaking regions map

Due to this exposure, highland vineyards get enough quantity of solar energy for grape maturation. The soil structure is comprised of diverse soil covers that include 5 layers and 14 types of soil. Besides, the soil has a prevailing volcanic character. Dark red and dark brown soil with salt flakes is common in relatively low altitudes. One can see black soil in the middle heights and the mountain chains, while at higher altitudes meadow soils are common. The fertile layer of the soil is quite thin, continued with limestone slap in many places. The groundwater is deep. Vine grows almost everywhere in Armenia, whereas high-altitude winemaking is possible only in particular areas. Now, there are more than 40 big, medium, and small wine producers in Armenia. 85–90% of all the wine is produced in the following six regions mentioned – the Western lands of the Urartu Kingdom, where most vineyards used to be located during the second half of the first millennium BC, so this is why it's the cradle of Armenian winemaking and viticulture.

Armenia has a rich diversity of grape varieties, winemaking methods, and wine styles that reflect its long history and unique terroir. Only 2.500 Ha of the territory of vineyards are for winemaking, and 70% of grapes grow in the Ararat and Armavir regions. The diversity of climate, soils, and vineyard locations create favorable conditions for growing several unique grape varieties in each region.

8. Regions, Terroirs, Varieties of Grapes

Ararat

Terroir

Two western provinces of Armenia, Ararat, and Armavir geographically unite as Ararat Valley. Vineyards grow at the altitude of 850 – 1000 m above sea level.

The climate is continental, with a moderate hot summer. Because of the characteristic strict continental climate here, there is the biggest difference between summer and winter temperatures among all winemaking regions in the world. Irrigation in agriculture is developed in the plain. The waters of Araks and its left streams Sevjur, Qasakh, and Hrazdan irrigate the fields in the region. Part of the Ararat Valley of Ararat province is dried semi-desert. Here not

more than 180-200 mm of precipitations fall per year, white in the hot season 90 days in a row can pass without any precipitations. No vineyard can live without irrigation.

The soil is poor, rocky, sand-clayey. Soil structure is based on Volcanic remains. Red and black tuff, pumice and basalt can be found in the vineyards.

Varieties of grapes

Karmrahyut, Garan Dmak, Mskhali, Kakhet. Rkatsiteli, Chilar, Haghtanak, Kangun and Voskehat.

Armavir

Terroir

The terroir of the region creates favorable conditions for both viticulture and winemaking. Armavir is the largest vine-growing province. Climate, relief, and soil support the creation of unique conditions for the cultivation of both autochthonous grape varieties and international ones. The region is characterized by a dry, continental climate, with a relatively low quantity of precipitations – 250-500 mm per year for more than 6500 ha of vineyards. Short, freezing winters and long, hot, and dry summers are typical for this region. In winter the temperature rarely holds at -10O C to -12O C several days in a row, and very often it can drop to -20O C and lower. In July the average temperature reaches 30O C: in summer it can hold at 40O C for several days in a row. The altitude of the region varies from 900 to 1000 m above sea level. The principal challenge for the region is Phylloxera, the presence of which has officially been claimed. It was first discovered in the territory of the valley in 2015: due to quarantine measurements, its spread was localized.

Varieties of grapes

Local grapes: Kangun, Garan Dmak, Mskhali, and Haghtanak, International grapes: Syrah, Petit Verdot, Cabernet Franc, Tannat, Malbec, Montepulciano, Ancellotta, Chardonnay, Chenin Blanc, Colombard, and Viognier.

Aragatsotn

Terroir

The name of the region means "the foothill of Aragats". Aragatsotn occupies the north-western part of the physical-geographical region of Ararat: the massive of the Mount Aragats, ridges and slopes of Pambak and Tsakhkun mountain ranges, Aparan valley, the height of Talin, including Arteni, Irind, Tsakhkasar and other volcanoes, as well as basins of upstream and downstream of the river Qasakh. The absolute altitude of the lowest point is 950 m, and the highest one is 4090 m above sea level. The region is dominated with intermittent foothill and mountainous places, volcanic and erosional landforms. The region is unique with its diverse climatic conditions. The average temperature and precipitation quantity can vary greatly depending on the altitudes. The average temperature on the steppe of the mountains during the warmest period of the year can be not less than 24 °C, while on the hilltops it is not more than 6 °C. In the territories closer to the heights of Aragats the number of precipitations reaches 850-900 mm per year, while in lower areas (1000m) – 300mm. Closer to the Ararat valley summers are hot, and winters are moderately cool. Vineyards are at a high risk of hailstorms at the end of spring and the beginning of summer. The latest activities of volcanos are visible everywhere in these territories: the lands are strewn with volcanic stones of different sizes. The soil of the region is dark brown, based on volcanic remains – tuff, basalt, and pumice, as well as there are carbonic soils, and various types of limestone. The unique terroir creates exceptional conditions for the cultivation of different grape varieties. There are heat-addicted and frost-resistant grapes, as well as late and early-ripening cultivars adapted to this region.

Varieties of grapes

Kangoun, Karmrahyut, Voskehat, Areni Noir, Rkatsiteli, Haghtanak.

Vayots Dzor

Terroir

The name of the region is translated as "the gorge of weeping", connected with the high seismic activity of this mountainous region, rich in gorges, lakes, and caves. There are elevations in most of the region, without any forest cover; only 20% of the land is plugged. The rivers Yeghegis and Arpa flow through this territory. The altitude can vary between 850 m and 3522 m (Mount Vardenis). The diversity of landscape and relief is specific to this region, demonstrated in the diversity of flora and fauna. There are three remarkable territories: the basin of Arpa, the folded-block ridge of Vayk, and the volcanic mass of Vardenis. The western border with Syunik is marked with the mountain chain of Zangezur. The climate differs with dryness. The number of precipitations varies between 300 and 800 mm per year; the summers are relatively mild in the mountains. The terrain is mainly semi-desert and slop. Large reserves of copper, tuff, limestone, clay, sand, basalt, granite, felsite, quartz sand, and mineral water have been discovered in the region. Vineyards grow 1200-1800 m above sea level. The soil structure is volcanic, and stony. Harvest starts quite late in this region and can last until November. In some parts of the region, the vines are buried for the winter. Heavy rain in autumn is one of the biggest risk factors. There has never been Phylloxera in the region, so the vines grow on their roots. It is often possible to come across with 100-year-old vines.

Varieties of grapes

Areni Noir, Tozot, Khatoun Kharji, Voskehat

Tavush

Terroir

The vinicultural region of Tavush is rich enough with natural resources. More 50% of the entire forest reservoir of Armenia is situated here. There are many mountain streams, rivers, lakes, and mineral springs in this territory. Larger lakes here are Agstev, Voskepar, Khachush, Tavush, Getik, Sarnajur. A big part of the territory is located 800-1000 m above sea level. The relief consists of rocky Mountains, covered with a deep green carpet of valleys. The climate is very mild. This zone creates excellent conditions for white wine production. The territory used to be part of the Urartu kingdom, thus later Bagratuni kings used to drink the white wines of Tavush.

Varieties of grapes

Banants, Lalvari, Garan Dmak, Kangun, Karmtahyut.

So, each of these regions specializes in the production of local wines from autochthonous grape varieties, while preserving both the ancient traditions of winemaking and viticulture, using exceptional and unique red and white varieties such as:

- Red varieties - Areni noire, Khndogni, Tozot, Haghtanak, Karmrahyut, Tigrani, Kakhet etc.
- White varieties - Voskehat, Khatoun Kharji, Garan dmak, Kangun, Mskhali, Lalvari, Banants, Chilar etc., and hundreds of other interesting and rare varieties of grapes. (Table 1.)

Table 1. Red varieties of Armenian grapes

Red Varieties	Wine Characteristics
Areni Noire	Areni is a unique grape variety not only for its truly big age but also for its natural potential. It can show up in a full-body structure, and brightly expressed tannins, as well as, coming from different regions of Armenia, it can demonstrate different colors in wine. Areni is a very flexible variety, and everything depends on the winemaker's approach. Areni produces the most diverse styles of wine: bright, sparkling wines, light rose wines, and powerful reds, with long aging potential. Typical aromas of the variety are cherry, black pepper, and black tea.
Khndogni (Sireni)	The berries of Khndoghni have great deposits of color and tannic agents, giving deep-coloured and full-body wines, with significant astringency, at the same time smooth and velvety. The notes of dogwood, cherry, and pomegranate in the bouquet are characteristic of wines from Khndoghni. In case the wine is aged on the must, the thick color is added with significant astringency. The color intensity and extract of the variety are so high that Khndokhni is often used in blends to improve the properties of wine.
Tozot	The grape is used in the production of table and dessert wines of high quality. It is allowed to use in Armenian cognac production. Tozot is often used in blend with other Armenian grape varieties, especially with Areni.

Red Varieties	Wine Characteristics
Haghtanak	Haghtanak is a red grape variety. Wines from Haghtanak have long aging potential, expressed aromas of dark berries and peppery notes. The variety ages well in the oak: as a result, it gains aromas of coffee, chocolate, and cocoa. As well as the aging gives roundness and particular nobility in flavors. The variety is used in the production of high-quality red table wines of different styles – dry, off-dry, sweet, fortified, and even sparkling wines; as well as grape juice. The skin of Haghtanak is quite thick, which helps to get well-coloured and tannic wines with rich aromas.
Karmrahyut	Due to its intense colour and the huge potential for varietal wine production. There are brightly expressed aromas of cranberry, cherry, plum, blackcurrant and rose petals. It's a late-ripening grape variety, which gives an intense colour to wines. The piquant characteristics of Karmrahyut the best pair with aged cheeses and spicy meat ragout. Bright aromas and elegant texture create excellent pairings.

Armenian wine is known for its high quality and unique characteristics that distinguish it from other wines from different regions. Armenian wines tend to have a strong, rich taste, which is usually associated with the high acidity characteristic of ripe grapes.

Table 2. White varieties of Armenian grapes

White Varieties	Wine Characteristics
Voskehat	Voskehat is used for wine, grape juice, and resin production, as well as it is consumed freshly as a table grape. The variety allows producing wines of diverse styles and types. Those can be fortified wines like sherry, in case of late harvest – dessert wines. In the highland areas of Armenia, it is possible to produce nice dry wines from light and fresh style to buttery and complex ones, as well as lively sparkling wines. The dominant aromas of this variety are pier, melon, and flowery notes. The variety has a very good aging potential.
Khatoun Kharji	The variety produces wonderful fresh wines, with noble aromas and high quality. Its unique bouquet of aromas delivers great pleasure. In fine wines, Khatun Kharji demonstrates apian flower aromas, citrus notes, and gentle pineapple. It is possible to enjoy the wonderful wines from this variety more, paired with salads, as well as nice aromatic dishes with seafood and chicken.
Garan Dmak	Garan Dmak is used in the production of the wine material for white table wines and fortified wines. It is also used in the production of brandy and grape juice.

White Varieties	Wine Characteristics
Kangun	Kangun was initially created and cultivated for the production of brandy. The variety was so well settled in the Armenian terroir that nowadays it excellently demonstrates its sustainable character in white dry and dessert wines; it is under the strict attention of large producers. Kangun partners well in the blend with other grape varieties and also in sparkling wines. Perfect Kangun wines impress with light straw colour with the notes of white fruits, valley flowers, honey, and quince: a wine with abundant freshness and prolonged aftertaste. Wines from Kangun are lovely paired with fresh seafood salads, the game with light souses, fruit pie, and sorbet from exotic fruits.
Mskhali	Mskhali is used in the production of high-quality table wines, fortified wines, and dessert wines. It is optional for consuming freshly, as well as for winter storage and shipping. Due to slow and relatively low sugar absorption and low acidity wines produced from Mskhali are low-quality, with a lack of freshness. The grape is best demonstrated in fortified wine, particularly Armenian sherry production. The consumption of Mskhalin freshly as a table grape is widely expended.
Lalvari	This grape is used to produce light white table wine and sparkling wine and brandy materials. The grapes are also consumed freshly.

White Varieties	Wine Characteristics
Chilar	Chilar is unique with its high sugar content. In blend with Kharji, it is possible to produce high-quality fortified wines – white portwein or sherry, also for brandy.

9. The Wine Route and Destinations of Armenia

9.1. Vayots Dzor Region – The Heart of Armenian Winemaking

Throughout the history of Armenia, wine has been an integral part of the life of the Armenian people. It has penetrated everyday human life, art, and architecture. There are so many facts, sculptures and traditions related to wine that confirm the importance of wine in armenian culture and history. One of the significant wine routes is situated in Armenia. Just two hours south of Yerevan, Vayots Dzor is home to busy wineries and stunning vineyards. (Figure 3, Figure 4. Wine map of Armenia 2024)

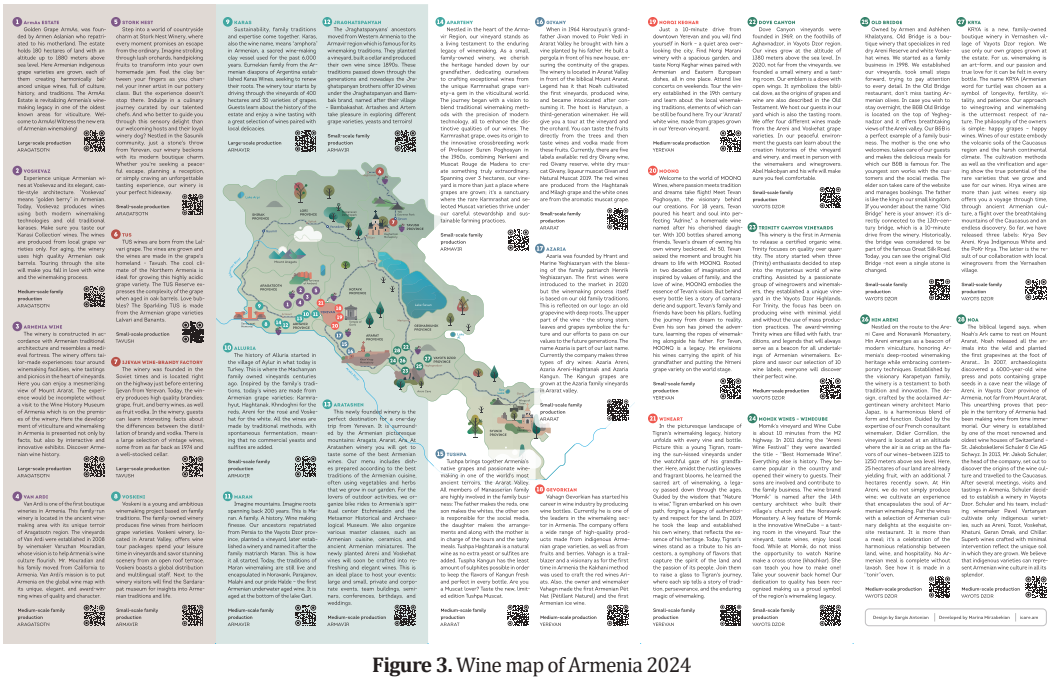


Figure 3. Wine map of Armenia 2024

Figure 4. Wine map of Armenia 2024

At the heart of the ancient Silk Road, Vayots Dzor has been situated for millennia at the crossroads of many cultures. This region offers remnants of ancient, medieval, and modern societies which dot the cultural and natural landscape.

At the heart of the Vayots Dzor Wine Route is the Areni-1 Cave, the site of the oldest known winery in the world. Thanks to this site, we know that Armenian wines have been gracing Armenian tables for at least 6000 years. Today, this wine culture is kept alive by a handful of enthusiastic winemakers who continue to cultivate ancient varietals. Spend a day or two exploring one of Vayots Dzor's winemaking facilities, taking a tour of the production process, and tasting local wines. Along the Vayots Dzor Wine Route, six wineries offer regular tours and tastings: Areni Wine Factory, Getnatoun Winery, Hin Areni Winery, Old Bridge Winery, Momik Wine Cube, and Trinity Canyon Vineyards. Most of them are easily accessed via the Yerevan Highway, just Momik is reached through Areni town, Following the road signs on the way will help to reach them. Beginning in the village of Areni and extending to the city of Yeghegnadzor, the Vayots Dzor Wine Route extends about 20 kilometers through one of Armenia's most fertile wine-growing regions.

Besides the Vayots Dzor region, in Armenian different regions, we have interesting wine and food pairings. Wine enthusiasts could get interesting experiences in the wineries that are always open for tourists and touristic visits. Here are some interesting wine tourism destinations and tourist wineries in Armenia (table 3.)

Table 3. Touristic wine destinations of Armenia

Touristic Wineries of Armenia					
Ararat	**Aragatsotn**	**Armavir**	**Vayots Dzor**	**Tavush**	**Yerevan**
Vedi Alco	Armenian Wine	Alluria Wines	Areni Wine Factory	Hovaz wine room	Moonq
Tushpa Wine Cellar	Voskevaz Wine	Jaraghatspanyan Winery	Trinity Canyon Vineyards	Ijevan wine factory	Keghar
Glvany wines	Van Ardi	Terras de Armenia (Karas Wines)	Hin Areni	Berkri guesthouse	365 Wines
	Armas Wines	Voskeni	Old Bridge	Aygepani tnak wine yard	Wineart
	Yeganyans gastroyard	Machanents	Noah winery	Northern terroir (TUS and ZOE wines)	Gevorgyan winery
	Mnatsakanyan gastroyard		Stepanyans gastroyard		Decant wine shop
	Proshyan wine factory		Momik		Invino wine shop
			Getnatoun		Wine Works
			Maran winery		Manukyan Winery

Armenia also developed wine tourism due to organizing festivals and wine degustations. Mostly visited and the biggest two events and festival parties are the Areni Wine Festival in Vayots Dzor region and Yerevan Wine Days in Yerevan.

9.2. Areni Wine Festival/Yerevan Wine Days/ Yerevan Gastronomic Shows

Each year on the first Saturday of October organized already a tradition **Areni Wine Festival**. The purpose of the festival is to develop event tourism in the community, raise the living standard of the village, contribute to the economic circulation, as well as present Armenia as a leading country in wine production in the international area.

During these years, a few changes have taken place in the community. Through the event developed wine tourism, opened new wineries, and Gastro yards have been added: There were only 5 guesthouses 15 years ago, and today their number reaches 23. There are 9 wineries instead of 4 today, parallel to that, 5 new home restaurants were also opened. And the number of family winemakers increased by about 130.

The festival is organized by the Areni Festival Foundation with the support of the Areni Municipality and the Tourism Committee of the RA.

In 2024, the **Yerevan Wine Days** festival will take place on June 7-9 at the intersections of Moskovyan, Tumanyan, and Saryan streets. Dozens of winemakers, restaurants, Armenian

and international musicians, businessmen, and charitable foundations will unite in the heart of Yerevan. Combining a number of fields, the event is an educational, entertainment, and social function.

This year the event will be split between four zones. They are:

1. Wine zone
2. Food zone
3. Charity zone
4. Music zone

Entry of the festival is free, but if visitors want to try wine, they will need to purchase the Wine Enjoying Package, which includes a cloth case, wine glass, 12 tickets, and an information booklet. For 8 years, EventTura - Event Tourism Developing Agency took on the function of promoting Armenian wine in the international market. The company implemented this through the Yerevan Wine Days festival, which has already become a tradition. By promoting the activation of the Armenian winemaking potential, the festival contributed to the development of event tourism as well as the economy of the republic. In 2023, the festival had 120,000 visitors, of which around 30,000 were tourists.

Figure 4. Yerevan wine days

Thanks to this tourist flow, the festival provided an average profit of 25 million dollars to the economy. Participating winemakers sold more than 30,000 bottles of wine in 3 days. In 2017, the festival had 20 participating winemakers, in 2023 the number of winemakers has reached 70, representing around 600 types of wine. In addition to large wine companies, small and newly opened wineries also participate in the trade, and the festival is the best platform to talk about their winery and the products they offer.

Yerevan Gastro Shows are remarkable gastronomic events held in the heart of the city, bringing together international culinary stars on a single platform. Its primary objective is to integrate Armenia into the global gastronomy scene and establish a fresh focal point for event tourism enthusiasts. Beyond its primary goal, the Gastro Shows encompass several components, including addressing relevant social issues.

In 2024, they extended an invitation to Leila Fatallah, a specialist in combating **f**ood waste in the Middle Asia region, to shed light on this critical issue. Chef Leila, renowned for her work and influence, particularly among young women in the region, has extended her impact by collaborating with UN Environment programs, notably supporting the Recipe for Change campaign, aimed at reducing food loss and waste.

On the inaugural day of the Gastro Shows, this prominent figure from Central Asia will grace Armenia's stages, hosting a distinctive gastronomic showcase for attendees. Through her, attendees will glean insights into cooking while minimizing unnecessary food waste. To tackle this issue comprehensively, panel discussions will delve into legal frameworks and potential solutions. Surprise speakers, industry representatives, and small to medium-sized entrepreneurs from Armenia will present a series of discussions pertinent to the theme. In addition to Leila Fatallah, the event will feature several other renowned stars from around the globe. Among them is the acclaimed French-Armenian chef, Alen Aleksanyan, boasting two Michelin stars. Renowned for his advocacy of healthy and organic cuisine, Chef Aleksanyan specializes in Armenian culinary traditions and will exclusively showcase Armenian products during the Gastro Shows. Also in attendance will be the famous American chef and TV personality, alongside Italian chef Marco Leoni and Latvian art critic Artur Cech. Among the local talents, Armenian chefs Arbi Karakhani and Tigran Ghambaryan will host their gastronomic shows. Additionally, internationally renowned Armenian sommeliers will conduct a wine master class during the event.

Yerevan Gastro Shows for 2024 are scheduled for June 7-9 at the intersection of Moskovyan-Baghramyan streets. By bolstering event tourism, this initiative represents another stride towards elevating the city's profile and establishing it as a premier destination for travelers.

9.3. Unwto and Wine Tourism International Conference in Armenia 2024

Also, 2024 is a very remarkable year for Armenia. This year Un Tourism and the Government of Armenia will organize the 8th UN Tourism Global Conference on Wine Tourism on 11-13 September in Yerevan, Armenia.

This annual Conference represents a unique opportunity for experts from across the growing field of wine tourism to work together to find concrete solutions to make tourism an enabler of the way forward towards a more sustainable, inclusive and resilient future for communities.

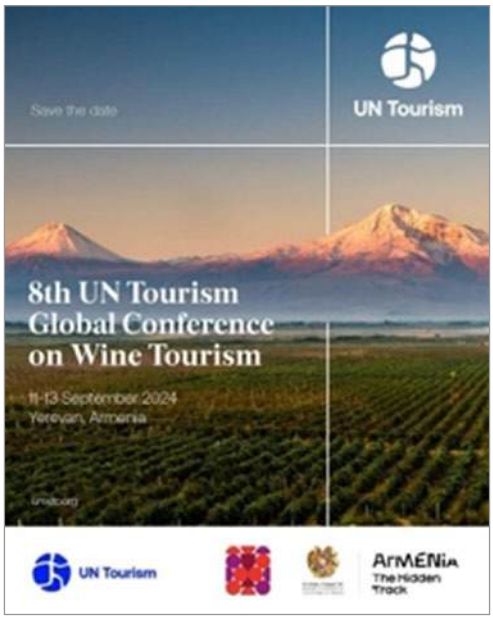


Figure 6. UN Tourism global conference on wine tourism

10. International Project in Wine and Tourism: Guidemaster Educational Project For Tour Guides

Starting in 2021, the ICARE Foundation is launching a training program for wine tour guides. The project is implemented by the ICARE Foundation with the support of the program "Development of the Private Sector and VET in the South Caucasus" of the German Agency for International Cooperation (GIZ), acting on behalf of the German Government, in cooperation with the Tourism Committee of the Ministry of Economy of Armenia and the Viticulture and Winemaking Foundation of Armenia.

The GuideMASTER program includes two main training modules: history, art and culture, and viticulture and winemaking, but an important educational component of the program is also practical training in specialized wine tasting and organoleptic assessment, conducted by leading experts in this field.

Project Modules: All academic modules of the GuideMASTER program are conducted both in classrooms and in the field. The certificate program is offered in Armenian with classes conducted 2-3 times per week.

History, Arts, Culture - The module covers the historical conditions and cultural life in the ancient winemaking regions of Armenia and gives general knowledge of Armenian wine history, culture, traditions, and customs. It explores the growth of Armenian wine production and trade over the past 6000 years. The academic part is accompanied by a number of informative field trips to the main sites of historical excavations, including Areni-1 Cave, Gnishikadzor Canyon, Agarak, Aruch, and Aghdzq, etc.

Viticulture and Oenology - This module provides an introduction to the Armenian wine regions, the terroir and climatic conditions, wine growing, and winemaking techniques. The course

participants gain fundamental knowledge in all sustainable and environmentally friendly viticultural and wine production aspects and have practical visits to vineyards and wineries.

Sensory Evaluation and Wine Tasting Techniques - The participants also have special wine-tasting classes with the best experts in the field, to gain basic knowledge about sensory perception and wine assessment. A practical wine-tasting class includes deep knowledge of tasting and serving the wine, such as what glasses to use or how to taste and recognize major Armenian grape varieties.

Project outcomes - By the end of the GuideMASTER program the course participants can:

- design and perform/offer qualified wine tours competently,
- make guests feel enthusiastic about the Armenian wine-growing landscape, history, variety, and regions of wines,
- become a better-trained workforce for the market and industry.

Figure 7. Wine Guides of Armenia, GuideMaster2 program

The course gives a special certification and recognition process by the respective state institution to be sustainably offered as an institutionalized certificate course by ICARE.

Nowadays, the project already implements 3 courses and has 60 wine guides over the Republic of Armenia. So, the aim of the GuideMASTER program is to improve the quality of wine tourism

in Armenia through the professional training of wine guides and to raise the international rating of Armenia as an ancient wine country.

As it was shown in this article, wine tourism and wine destinations in Armenia have many opportunities and development perspectives. The Republic of Armenia can really become one of the lovely wine corners in the world of tourism and wine maps.

Hope to see you in Armenia!

References

Vine and Wine Foundation of Armenia. https://vwfa.am/

Wines of Armenia NGO. https://www.woa.am/en

Wines of Armenia online store for shopping. https://winesofarmenia.store/

ICare Armenia. https://icare.am/

GIZ Armenia. https://www.giz.de/en/worldwide/374.html

Guide Master program. https://icare.am/the-guidemaster-wine-tour-guide-training-program/

Vayots Dzor Wine Route. https://vayotsdzorwineroute.com/

Armenian wine guide. https://vini.am/

Wine shop. https://www.invino.am/

Eventtoura. https://www.yerewinedays.am/en/

Armenian national statistics. https://www.armstat.am/en/

Tourism Committee of the Republic of Armenia. https://www.mineconomy.am/en/page/89 , https://armenia.travel/

Wine 8th UN Tourism Global Conference on Wine Tourism. https://www.unwto.org/8-UN-Tourism-Global-Conference-Wine-Tourism

Mineconomy.am. https://www.mineconomy.am/page/89

Gov.am. https://www.gov.am/en/

Mfa.am. https://www.mfa.am/en/overview

Unesco.org. https://www.unesco.org/en

CAPÍTULO 11

Cultura à Mesa: Explorar a identidade regional através da oferta culinária nos restaurantes tradicionais da Área Metropolitana do Porto

Culture at the Table: Exploring regional identity through the culinary offerings of traditional restaurants in the Porto Metropolitan Area

SALVADO, Josefina

Resumo

A alimentação é um dos principais veículos de troca cultural, permitindo às sociedades expressarem os seus valores, identidade e tradições, enquanto proporcionam momentos de prazer e sociabilização. Nos dias de hoje, as experiências gastronómicas vão muito além do simples ato de comer, transformando os restaurantes em espaços de descoberta, onde os clientes podem explorar a diversidade e as tradições culinárias, relaxar e fortalecer laços sociais com as comunidades locais. A pergunta que se coloca é, "de que modo a oferta dos restaurantes tradicionais pode valorizar e promover os Patrimónios Alimentares (PAs) das regiões?" o que nos conduz ao objetivo principal de analisar a oferta culinária de 193 restaurantes na AMP (Área Metropolitana do Porto) analisando os menus (pratos/vinhos mais vendidos da ementa) e verificar através dos livros de cozinha regional, a sua matriz identitária. A investigação seguiu uma abordagem de triangulação (fontes, dados e óticas) estando ancorada num constante diálogo entre o passado e o presente dos PAs. O estudo identificou que a maioria dos profissionais inquiridos possuía uma vasta experiência, predominando indivíduos do género masculino, de meia-idade e com formação secundária. Observou-se uma forte ligação afetiva à região, refletida na presença de vinhos e pratos típicos nas ementas, bem como na valorização de produtos locais. O vinho destaca-se como a principal bebida e as ementas apresentam uma diversidade de pratos tradicionais enquadrados no património alimentar do Norte de Portugal. Embora o público-alvo seja maioritariamente nacional, os restaurantes demonstram abertura ao turismo através da disponibilização de ementas em vários idiomas e da divulgação da sua oferta gastronómica online.

Palavras-Chave

Patrimónios Alimentares, Restauração Tradicional, Gastronomia, Turismo, Porto

Abstract

Food is one of the main vehicles of cultural exchange, allowing societies to express their values, identity, and traditions while providing moments of pleasure and social interaction. Nowadays, gastronomic experiences go far beyond the simple act of eating, transforming restaurants into spaces of discovery where customers can explore culinary diversity and

traditions, relax, and strengthen social ties with local communities. The key question is: "How can traditional restaurants enhance and promote the Food Heritage (FH) of their regions?" This leads to the main objective of analysing the culinary offerings of 193 restaurants in the Metropolitan Area of Porto (AMP) by examining their menus (most sold dishes and wines) and verifying their identity matrix through regional cookbooks. The research followed a triangulation approach (sources, data, and perspectives), anchored in a constant dialogue between the past and present of FH. The study found that most of the surveyed professionals had extensive experience, with a predominance of middle-aged male individuals with secondary education. A strong emotional connection to the region was observed, reflected in the presence of traditional wines and dishes on the menus, as well as in the emphasis on local products. Wine stands out as the primary beverage, and the menus feature a diverse range of traditional dishes aligned with the food heritage of Northern Portugal. Although the target audience is predominantly national, the restaurants show openness to tourism by offering multilingual menus and promoting their gastronomic offerings online.

Keywords

Food Heritage, Traditional Restaurants, Gastronomy, Tourism, Porto

1. Introdução

"A mesa estabelece uma espécie de vínculo entre o que oferece e o que recebe, (…) e torna os convivas mais aptos a receber certas impressões e a submeter-se a certas influências"

Brillat- Savarin (1989, p.57)

A comida e a bebida integradas na experiência turística são expressões culturais dos territórios (Handszuh, 2000; Bernard & Zaragoza, 1999; Hjalager & Corigliano, 2000) e as formas como os produtos são combinados e cozinhados (culinária) formam um importante elemento da identidade nacional (Bessiere, 1998). Estes factos oferecem autenticidade às experiências gastronómicas, o que contribui para a atratividade dos destinos turísticos (du Rand, Heath & Alberts, 2003). O Turismo de Portugal reconhece e corrobora este argumento no seu documento "Estratégia Turismo 2017", pois "*Receber bem em Portugal não é mero marketing: é cultura, é atitude, é identidade, expressando-se na forma de nos relacionarmos.*" (TdP 2017, p. 47).

Partindo da premissa de Montanari (2008) que vê a alimentação como cultura, Salvado (2020) advoga que a escolha alimentar e a perceção da alteridade são determinantes da cultura e pontos básicos para entender a identidade. Thomé-Ortiz (2018) reforça esta ideia afirmando que as heranças alimentares constituem uma das principais atrações turísticas de qualquer destino, uma vez que a comida é um marco da identidade regional. De notar que o conceito de gastronomia como fenómeno social surgiu durante a primeira metade do século XIX após a Revolução Francesa, promovido por várias individualidades, como Brillat-Savarin (considerado o primeiro 'gourmet' da história) e Antonine Carême, o chef mais influente da época

(Viau, 2002), que dão relevância aos sentidos ligados à culinária (especialmente gosto, cheiro, visão) a convivialidade e a vontade de agradar aos comensais (Bouvier, 2005).

Na obra "Fisiologia do Gosto", Brillat-Savarin (1989, p. 64) refere que o gosto pela comida (Gourmandise) é um dos principais vínculos da sociedade, alargando o espírito de sociabilidade e estreitando relações entre convivas. A mesa é um espaço privilegiado de rituais, celebração, ostentação, encenações e representações (manifestando poder e riqueza, ou visando influenciar ou humilhar), podendo a sociabilidade originar vários sentimentos: amor, amizade, negócios, especulação, poder, ambição e intriga. Portanto, a mesa é vista como um microcosmo de retórica social e de codificação de hierarquias, fazendo perpetuar, através do tempo, práticas e simbolismos de comensalidade que visam situar cada indivíduo num espaço concreto e relacionar-se com as mais diversas finalidades, positivas e negativas.

Gustafsson et al. (2006) defendem que, na contemporaneidade, as pessoas procuram experiências que vão para além da comida, usando o restaurante como uma arena onde podem relaxar, desfrutar e conviver. Sidali et al. (2015) sublinham os valores e significados diversos associáveis à degustação e partilha de gastronomia tradicional, no contexto da experiência turística em territórios rurais, tornando os convívios gastronómicos únicos, memoráveis, potenciadores de proximidade emocional entre visitantes e anfitriões e incrementando a diferenciação dos respetivos destinos como locais únicos em contexto de hábitos alimentares globais, cada vez mais indiferenciados.

Em Portugal, a restauração de tipo tradicional (CAE-Código de Atividade Económica, 56101) tem, efetivamente, o poder de oferecer uma cozinha de aconchego (físico, cultural e emocional), onde "enxames de preparadores" (Brillat-Savarin, 1989, p.133) laboriosos e criativos executam com o coração as receitas herdadas dos antepassados (seguindo processos de adaptação e acomodação de produtos) e colocam em cada detalhe do processo, a perícia e a emoção de mimar os comensais.

Em Portugal, a gastronomia e vinhos tem vindo a fazer parte dos diversos Planos Estratégicos para o Turismo, estando contemplados nos Eixos Estratégicos para 2027 como ativo qualificador. Alicerça a estrutura "Valorizar o território e as comunidades" (TdP 2017, p. 50) ao "conservar, valorizar e usufruir o património histórico-cultural e identitário" pela via de ações de reconhecimento e autenticidade dos produtos endógenos regionais e com dinâmicas de apreço e divulgação da identidade local, envolvendo as próprias comunidades. A sua influência aporta ainda benefícios que visam a "sustentabilidade e a competitividade do destino Portugal" "enriquece(ndo) a experiência turística e/ou acrescenta(ndo) valor à oferta dos territórios, alavancados pelos ativos diferenciadores do destino" (TdP 2017, p. 46).

Podemos assim afirmar que a comida e a bebida são importantes expressões culturais dos territórios (Handszuh, 2000; Bernard & Zaragoza, 1999; Hjalager & Corigliano, 2000), tendo a capacidade de gerar notoriedade aos destinos turísticos.

2. Revisão de Literatura

2.1. Os Patrimónios Alimentares

O território é o berço dos Patrimónios Alimentares (PAs), servindo de base para a gastronomia local e regional e funcionando como repositório da memória coletiva das comunidades locais.

As paisagens alimentares refletem essa expressão cultural, articulando os marcadores culturais e de identidade (história, antropologia, sociologia e outras disciplinas) (Salvado & Kastenholz, 2021), como mostra a Figura 1. A interação entre recursos naturais e culturais molda a identidade dos territórios, influenciando a transmissão dinâmica das suas heranças culturais (Oliveira Jorge, 2005; Montanari, 2008), tendo nos sistemas culinários os espaços de inovação (criatividade) e permanência (tradições) e no sentido sociocultural das práticas culinárias, a valorização das "materialidades alimentares e as ideologias alimentares" (Soares, 2014). O património alimentar reforça a identidade territorial, distinguindo cada região ao longo do tempo (Peixoto, 2002).

Figura 1. Elementos dos Patrimónios Alimentares .
Fonte: produção própria com base nos autores Oliveira Jorge, 2005; Montanari, 2006; Soares, 2014

Sendo a comida um marco da identidade regional e um elemento importante na experiência turística (Carvalho, Kastenholz &Carneiro, 2021; Fusté-Forné, 2019; Thomé-Ortiz, 2018), o ato de comer está ancorado em fatores fisiológicos, emocionais, simbólicos e socioculturais (Dias, 2015; Poulain & Proença, 2003).

No contexto da globalização, a valorização do património surge como resposta à homogeneização cultural, reafirmando a autenticidade e a singularidade dos territórios (Hervieu-Léger, 2000; Sidali et al., 2015). O conceito de Património Alimentar (PA) resulta assim da interseção

entre património e alimentação. Prats (1997) define património como uma construção social e simbólica da identidade, enquanto Malinowski (2004) destaca a dimensão cultural da alimentação, regulada por normas sociais para além da sua função biológica. "Aquilo a que chamamos cultura tem lugar onde a tradição e a inovação se cruzam" Massimo Montanari (2008, p. 7). A preservação desses elementos é essencial para manter viva a identidade cultural associada ao património alimentar.

A alimentação no tocante ao seu consumo, assume a conotação de **Ativo Patrimonial** (Figura 2), pois agrega Valores de Uso, de Troca, Simbólico e Integrador.

Figura 2. Valores da Alimentação como Ativo Patrimonial
Fonte: produção própria com base nos autores (1) Hunt & Lautzenheiser, (2013); (2) Baudrillard, (1995).

Hunt & Lautzenheiser, (2013) ao referir Karl Marx, advogam que a alimentação tem **Valor de Uso** (com utilidade para satisfazer necessidades humanas) e **Valor de Troca** (com potencial de ser vendido no mercado, em troca de dinheiro).

Por seu turno, Baudrillard, (1995) acrescenta o **Valor de Simbólico**, assente num sistema de troca social mediado por signos culturais, históricos, religiosos, estilo de vida, entre outros. Se associarmos o valor simbólico da alimentação ao turismo ele fortalece a identidade do destino, diferenciando-o da concorrência, pois a comida não é apenas um produto comercializável, ela carrega narrativas históricas, sociais e culturais que robustecem a autenticidade da experiência turística.

Em nosso entender o modelo inclui também um **Valor Integrador**, pois a alimentação ao expressar uma identidade, reforça a coesão social e a partilha cultural, tornando as experiências turísticas autênticas. A gastronomia cria espaços de encontro entre turistas e residentes, promovendo a hospitalidade e a troca cultural. A alimentação não se reduz à satisfação de necessidades básicas dos visitantes, ela permite a vivência de experiências imersivas que ligam os turistas ao território. A gastronomia, quando inserida em roteiros e festivais, transforma-se num atrativo que gera memórias sensoriais e emocionais, dando a conhecer aos

visitantes a história e as tradições locais. O valor integrador da alimentação na experiência turística demonstra como a gastronomia se torna um elemento central na valorização do destino e na dinamização dos territórios.

A complementar o referido supra, através da alimentação é possível mobilizar uma rede diversificada de atores locais, incluindo produtores, chefs, artesãos, guias turísticos e comunidades, que em conjunto, promovem um turismo mais autêntico e sustentável. A valorização da gastronomia como um ativo patrimonial impulsiona estratégias de turismo regenerativo, indo além do consumo, preservando saberes tradicionais e dinamizando economicamente a região, ao mesmo tempo que promove um turismo mais consciente e responsável.

Em suma, **o valor integrador da alimentação na experiência turística** reside na sua capacidade de gerar experiências autênticas, conectar pessoas e culturas, dinamizar economias locais e fortalecer a identidade dos territórios. Isso faz da gastronomia não apenas um atrativo turístico, mas um verdadeiro motor de desenvolvimento sustentável. Práticas como refeições comunitárias, workshops de cozinha tradicional e storytelling gastronómico permitem que o visitante se conecte emocionalmente com o território, fortalecendo laços e fomentando um turismo mais relacional.

Assim, os restaurantes apropriam-se desses "valores" e assumem um papel de embaixadores dos PAs e da gastronomia tradicional, usando as ementas e cartas de vinhos como escaparate dos produtos autóctones e da identidade culinária.

2.2. A Gastronomia Tradicional

A noção de "cozinha tradicional portuguesa" surgiu em Portugal no século XIX, impulsionada por António Maria de Oliveira Bello, num contexto de exaltação da identidade nacional promovida pelo Estado Novo (Braga, 1994). No final desse século e início do século XX, consolidaram-se as cozinhas regionais, resultado de diversos fatores, como a melhoria dos transportes e das condições de vida, o crescimento das atividades de lazer e o aparecimento dos primeiros guias turísticos e gastronómicos. Estes desenvolvimentos alinharam-se com a propaganda política do Estado Novo, que reforçava a valorização da cultura e dos produtos nacionais (Braga, 1994).

Nesse período, a gastronomia tornou-se um agente de transformação, refletido nas pousadas e restaurantes que, ao adotarem mobiliário tradicional, louça regional e ingredientes de origem portuguesa, promoviam a diversidade e qualidade dos produtos locais. Assim, as cozinhas locais, cujas receitas tinham frequentemente raízes em contextos de escassez, passaram a ser reconhecidas não apenas como património cultural, mas também como um importante recurso económico.

Atualmente, a gastronomia ocupa um papel fundamental no turismo, pois viajar e comer são experiências inseparáveis. No entanto, a relação entre ambos tem evoluído ao longo da última década, dando origem a um novo segmento: o turismo gastronómico, integrado no

turismo cultural. Esse fenómeno expandiu as fronteiras do turismo para além da degustação, incorporando dimensões hedonistas, culturais, emocionais, criativas, cocriativas e de aprendizagem, impulsionadas pela singularidade e qualidade da culinária (Carvalho, Kastenholz & Carneiro, 2021a; Fusté-Forné, 2019).

A gastronomia, a culinária e os alimentos autóctones de cada território são reconhecidos como elementos diferenciadores, capazes de tornar os destinos turísticos mais atrativos (UNWTOc, 2019). Além disso, desempenham um papel estratégico no desenvolvimento sustentável das regiões, promovendo a valorização dos recursos locais e o fortalecimento das comunidades.

A cozinha tradicional portuguesa, observada pela lente dos PAs, viu consagrada a sua importância como um bem imaterial integrante do património cultural de Portugal, expressando-se nos territórios através de vários agentes (entre outros restaurantes e produtores), que trazem para o palco principal as suas particularidades, como destacado na DR - Resolução do Conselho de Ministros nº 96/2000, p.3618.

> *"... [na] identidade cultural dos povos, (...) figuram, entre outras, as artes culinárias. Entendida como o fruto de saberes tradicionais que atestam a própria evolução histórica e social do povo português, a gastronomia nacional integra, pois, o património intangível que cumpre salvaguardar e promover. O reconhecimento de um tal valor às artes culinárias cria responsabilidades acrescidas no que respeita à defesa da sua autenticidade, bem como à sua valorização e divulgação, tanto no plano interno quanto internacionalmente."*

Este tema ganhou destaque com Levi-Strauss (1964) que entendia a cozinha de uma região como uma linguagem na qual ela traduzia inconscientemente as suas estruturas, e quando a UNESCO, 2003) incluiu a comida típica de 39 países ou regiões na lista dos patrimónios imateriais da humanidade (desde 2008). Em Portugal, e seguindo o argumento anteriormente desenvolvido, a Estratégia para o Turismo 2027 refere a Gastronomia e Vinhos como património cultural qualificador, integrando-o no eixo 'valorizar o território e as comunidades':

> *"a gastronomia tradicional está presente em todo o país. Portugal está entre os países com o melhor peixe do mundo; dispõe de chefs internacionalmente reconhecidos e de vários restaurantes agraciados com estrelas Michelin. Os prémios alcançados pelos vinhos portugueses colocam o país entre os melhores do mundo, sendo um cartão-de-visita para potenciar o Enoturismo." (TdP, 2017, p. 48)*

Assim, as heranças alimentares constituem uma das principais atrações turísticas de qualquer destino, pois "o interesse dos visitantes pelo turismo gastronómico, está a crescer em conjunto com o gosto pela cultura, tradições, emoções, experiências e criatividade" (Kiralova & Hamarneh, 2017, p.18). O Turismo Gastronómico tem evoluído, equilibrando inovação e tradição, e desempenha um papel estratégico na valorização dos territórios, promovendo a autenticidade e fortalecendo as economias locais.

Segundo Erik Wolf (2019), o Turismo Gastronómico evoluiu segundo 3 etapas: no período 2001 a 2012 surgiram os conceitos de turismo culinário, turismo gastronómico, turismo gourmet, turismo de degustação e enoturismo, focados na busca do prazer de experiências

únicas e memoráveis de comida e bebida. No período de 2012 – 2018, o turismo gastronómico inclui toda a gama de experiências, aulas de culinária, visitas a produtores, degustação de comida de rua, descoberta de pubs, até então só frequentados por moradores locais, passeios enoturismo ou visita a restaurantes únicos. E de 2018 – ao Presente, a alimentação torna-se na principal motivação para os viajantes escolherem os seus destinos. Os viajantes gastam mais tempo e dinheiro em experiências únicas de alimentação e bebidas.

Perante esta evolução na procura, assiste-se a um aumento global de empresas de turismo gastronómico, eventos e esforços de marketing focados em alimentos e bebidas. Kiralova & Hamarneh, (2017, p.18) reforça, dizendo que "o interesse dos visitantes pelo turismo gastronómico, está a crescer em conjunto com o gosto pela cultura, tradições, emoções, experiências e criatividade".

3. Metodologia/ Abordagem

No turismo enogastronómico, a cocriação de valor tem sido amplamente estudada sob a ótica da procura, enfatizando o papel ativo do turista no processo (Carvalho et al., 2021a; Rachão et al., 2020). No entanto, há menos investigações focadas na oferta de experiências turísticas associadas aos produtos alimentares locais (Okumus, Koseoglu & Ma, 2018).

Neste estudo de caso, os restaurantes da AMP podem desempenhar um papel estratégico na valorização dos patrimónios alimentares regionais, transformando as suas ementas em verdadeiras montras de produtos autóctones e da cozinha tradicional. A promoção da gastronomia local pode ser significativamente aprimorada ao considerar as novas tendências de consumo e os princípios da economia das experiências, bem como a teoria da intimidade (Sidali, Kastenholz & Bianchi, 2015).

Contudo, articular os principais atores locais — visitantes, residentes e agentes de conexão sociocultural — para conceber e promover um produto turístico sustentável e competitivo, centrado na gastronomia regional, continua a ser um grande desafio. Como destaca o relatório da World Food Travel Association (2019, p.14 e 20), disponível em [https://www.robertagaribaldi.it/wp-content/uploads/2019/07/2019-State-of-the-Food-Travel-Industry_FINAL-compressed.pdf2019 (p.14 e 20)], a implementação eficaz dessas estratégias exige uma coordenação cuidadosa e uma visão integrada do território.

Para analisar o contexto da oferta na restauração da Área Metropolitana do Porto (AMP), foi elaborado um inquérito por questionário, aplicado sob a forma de entrevista a 193 profissionais do setor. Com base nos resultados, desenvolveu-se um modelo estratégico assente nos 5 R's da Gastronomia Local (modelo próprio, fundamentado em Du Rand, Heath e Alberts, 2003; Handszuh, 2000; Bernard & Zaragoza, 1999; e Hjalager & Corigliano, 2000) (Figura 3), condicionados por um conjunto de 4 fatores modeladores: Perfil do empreendedor e do estabelecimento, bem como o segmentos de clientes e eventos externos que afetam o negócio.

Figura 3. Modelo dos 5 Rs Estratégicos para a Promoção da Gastronomia Local
Fonte: produção própria com base em Du Rand, Heath e Alberts, (2003), Handszuh, (2000); Bernard & Zaragoza, (1999) e Hjalager & Corigliano, (2000)

Realçar a identidade e autenticidade da gastronomia regional

Promover a valorização dos produtos e receitas tradicionais, respeitando as técnicas culinárias locais e privilegiando ingredientes típicos da região. O objetivo é preservar a singularidade da gastronomia portuense e diferenciá-la em mercados cada vez mais globalizados.

Reforçar a ligação à comunidade

Dinâmicas de envolvimento ativo com as comunidades, expressando o sentimento de pertença e o gosto por trabalhar na região.

Revitalizar as Marca destino Norte de Portugal

Fortalecer a imagem da gastronomia da AMP como um ativo cultural e turístico, associando-a à identidade territorial. Isto implica uma comunicação eficaz e estratégias de branding que reforcem o seu reconhecimento e atratividade tanto a nível nacional quanto internacional.

Recordar a génese das heranças e patrimónios alimentares regionais

Resgatar saberes e práticas culinárias ancestrais, promovendo a transmissão intergeracional de conhecimento. Envolve a preservação do património alimentar através de iniciativas como roteiros gastronómicos, eventos temáticos e documentação histórica das tradições culinárias.

Robustecer a sustentabilidade da agricultura local

Fomentar a ligação entre a restauração e os produtores locais, incentivando o uso de ingredientes de origem sustentável e promovendo cadeias curtas de abastecimento. Esta dimensão contribui para a dinamização da economia rural, a valorização dos pequenos produtores e a redução da pegada ecológica do setor alimentar.

4. Discussão Resultados

4.1. Perfil da restauração em Portugal

O perfil da Restauração e Similares (CAE -56) em Portugal no ano 2020 contabiliza 36553 estabelecimentos, dos quais 16,3% se encontram na AMP. Deste conjunto o número de restaurantes de tipo tradicional na AMP é de 14,6% (13904 estabelecimentos), como mostrado na Figura 4.

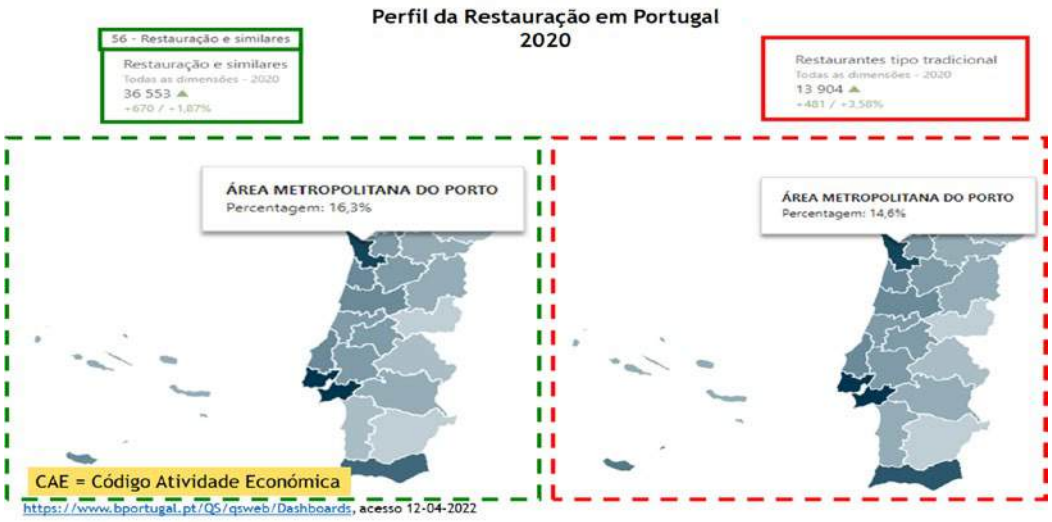


Figura 4. Perfil do setor da Restauração em Portugal no ano 2020
Fonte: produção própria com base nos dados do Banco de Portugal

4.2. Fatores Modeladores

Os resultados da aplicação dos 193 inquérito deste estudo de caso na AMP, revelaram **Perfil dos proprietários/gerentes** se encontram no escalão etário dos 45-54 anos (40,4%), sendo maioritariamente (79,3%) do género masculino (Figura 5).

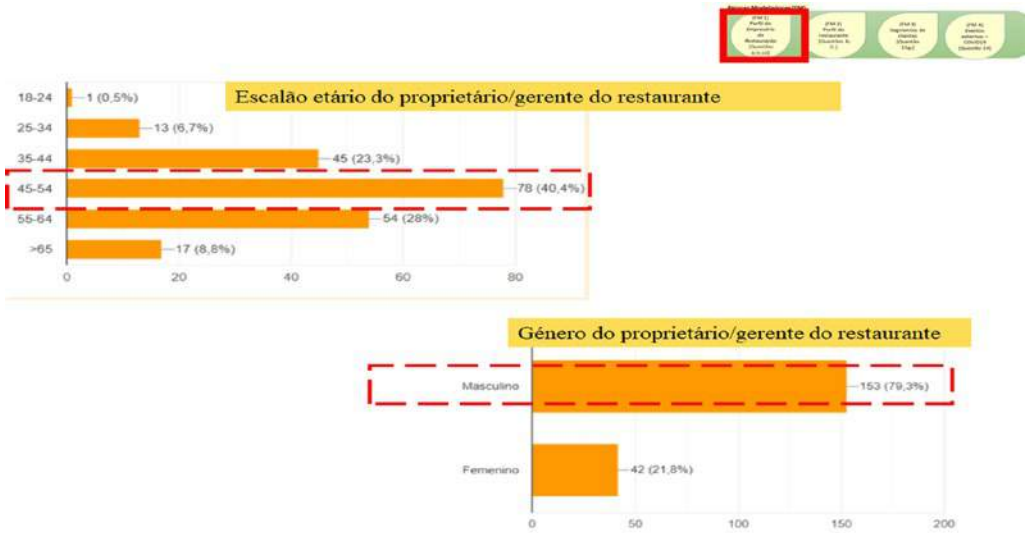


Figura 5. Perfil etário e género do empresário . **Fonte:** produção própria

Quanto às habilitações literárias e anos de trabalho na região (Figura 6) os valores revelam a grande maioria com o ensino secundário e com mais de 10 anos de prática no setor.

Figura 6. Habilitações Literárias/anos de trabalho na região . **Fonte:** produção própria

Quanto à caracterização do **estabelecimento**, 50,8% tem capacidade de mais de 41 lugares, onde 76% se caracteriza como restaurante tradicional, (mas os restantes consideram ser tascas, tabernas ou casas de pasto) (Figura 7)

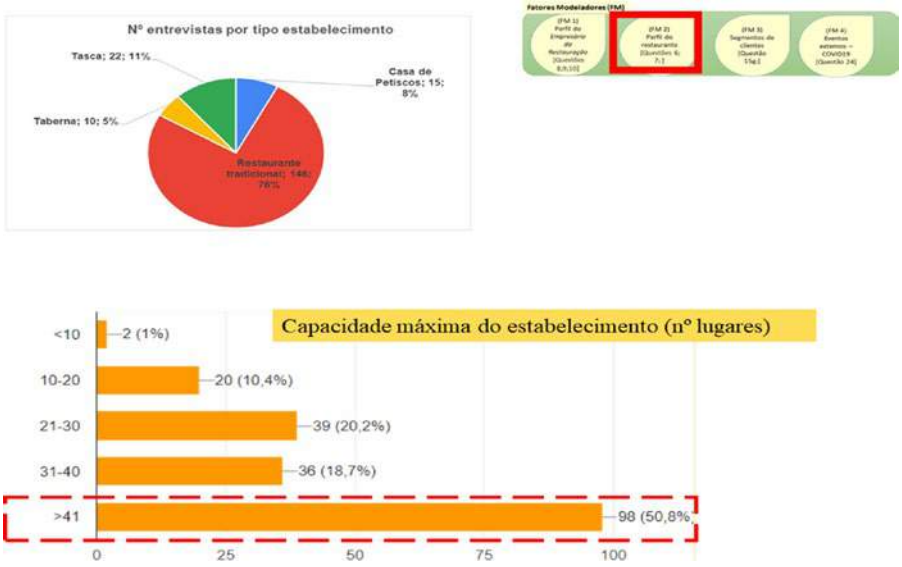


Figura 7. Perfil do estabelecimento . **Fonte:** produção própria

Quanto ao **segmento de clientes**, a maioria (87%) são nacionais (Figura 8).

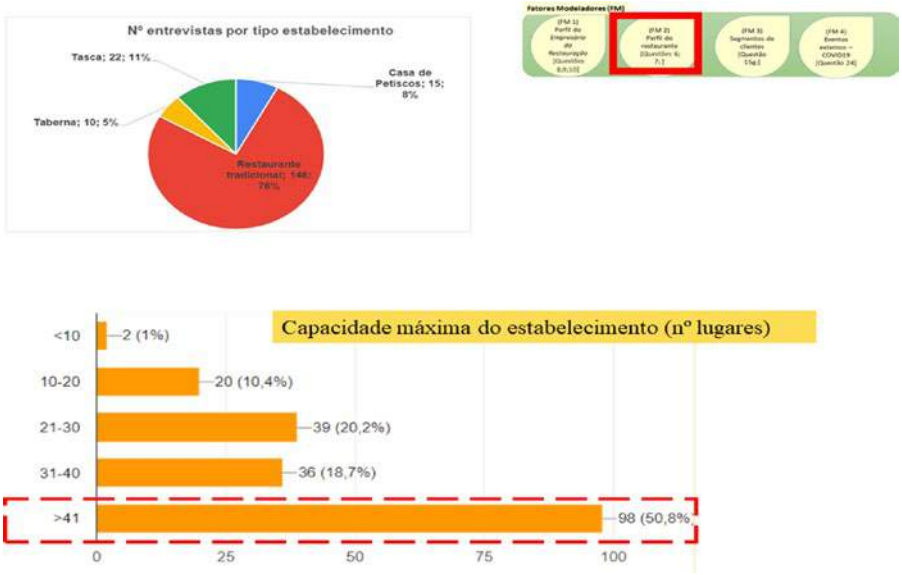


Figura 7. Perfil da clientela . **Fonte:** produção própria

Quanto aos **eventos externos (como o COVID)** (Figura 9) os impactos mais fortes no negócio sentiram-se no volume de vendas e número de clientes e menos na composição das ementas.

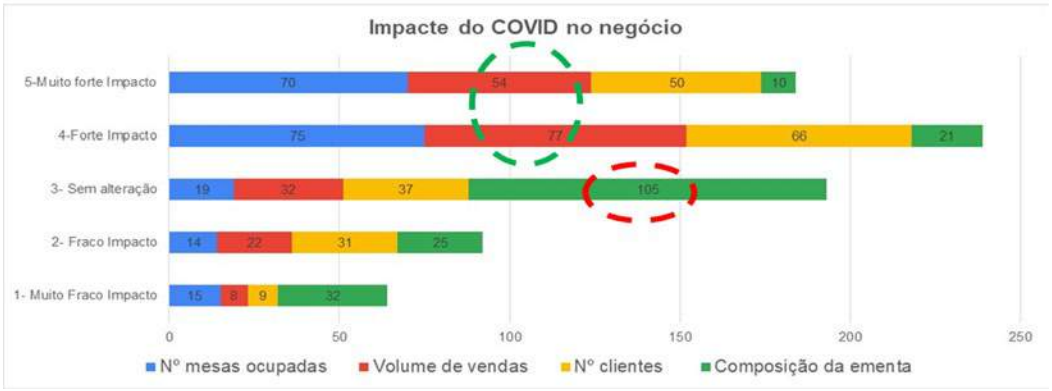


Figura 9 . Eventos externos – impactos do COVID . **Fonte:** produção própria

4.3. Estratégias de Promoção da Gastronomia Local

1. Realçar a identidade e autenticidade da gastronomia regional

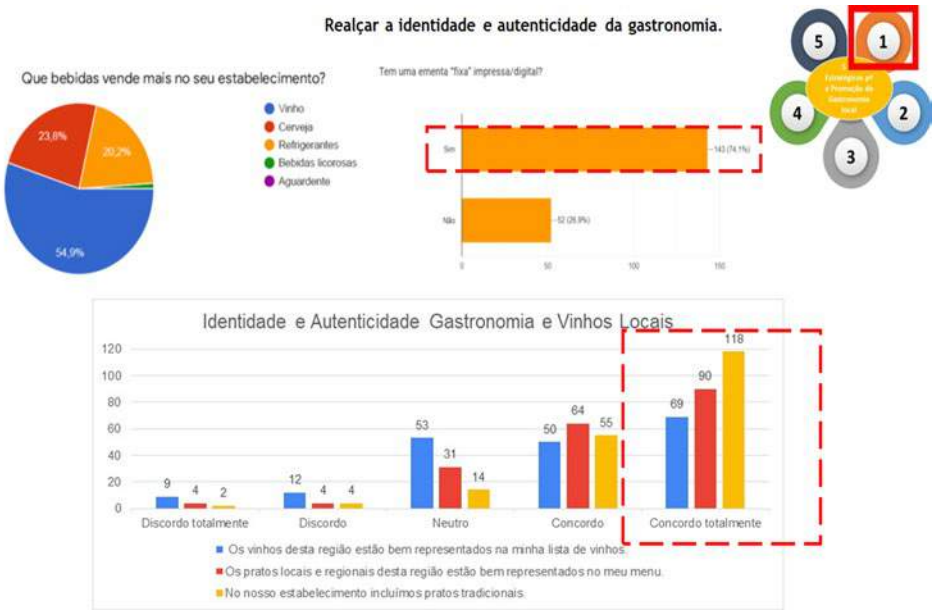


Figura 10 . Realçar a Identidade e Autenticidade da Gastronomia . **Fonte:** produção própria

Encontrámos o vinho como principal bebida e uma diversidade de pratos tradicionais nas ementas, que se enquadram na matriz dos PA do Norte de Portugal. Praticam um cardápio de diárias para clientes nacionais, embora tenham ementas em diversos idiomas (mostrando que estão preparados para acolher turistas).

2. Reforçar a ligação à comunidade

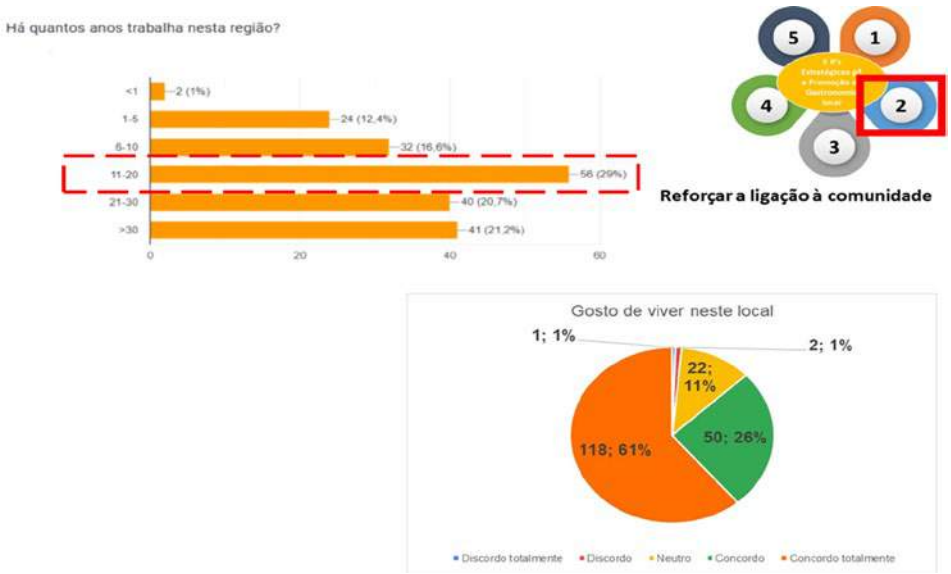


Figura 11 . Reforçar a Ligação à Comunidade . **Fonte:** produção própria

É notória ligação à comunidade refletida no gosto em trabalhar (70,9%) e viver na região (81%) (Figura 11).

3. Revitalizar as Marca destino pela lente da alteridade dos PAs

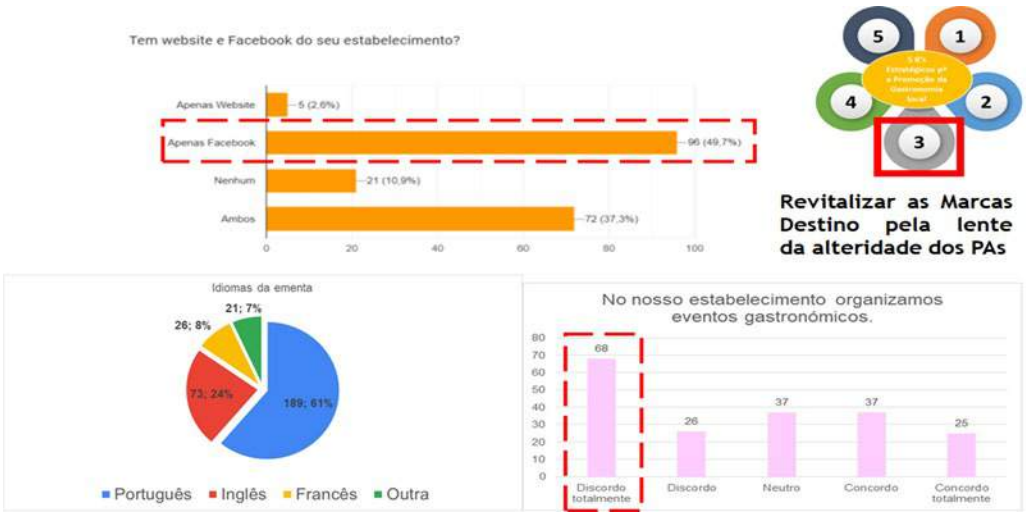


Figura 12 . Revitalizar as Marcas destino . **Fonte:** produção própria

Existe um fortalecimento da imagem da gastronomia da AMP como um ativo cultural e turístico, realizando eventos gastronómicos e divulgando a sua cozinha através da Web (2,6%) e das Redes Sociais (49,7%), Figura 12).

4. Recordar a génese das heranças e patrimónios alimentares regionais

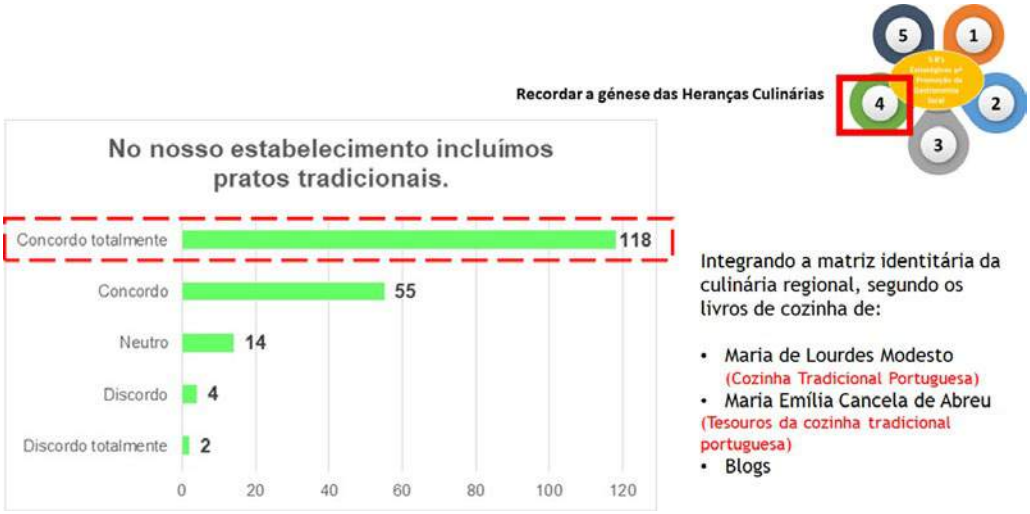


Figura 13 . Recordar a génese das heranças gastronómicas . **Fonte:** produção própria

Nos estabelecimentos de restauração incluem pratos tradicionais (89%) (Figura 13) e integrando no menu pratos da matriz identitária da culinária regional, segundo os livros de cozinha de Maria de Lourdes Modesto e de Maria Emília Cancela Abreu (Figura 14).

Entradas/petiscos	sopas	pratos de carne	pratos de peixe	sobremesas
Pão, Broa	• Caldo Verde • Canja • Sopa de Legumes	• Anho assado, • Cozido à portuguesa • Arroz de Cabidela	• Bacalhau à Brás, Gomes de Sá, Lagareiro • (...)	• Bolo de bolacha • Leite creme • Arroz doce •
• Azeitonas • Bolinhos de Bacalhau • Pataniscas de Bacalhau • Presunto/Enchidos • Moelas	• Sopa à lavrador • Sopa da Pedra • Sopa tradicional de feijão encarnado	• Arroz de Pato, • Vitela Assada, • Francesinha • Carne de porco à alentejana • Assado de vitela • cabrito assado no forno • Feijoada • Tripas • Posta à Mirandesa	• Filetes de pescada • sardinha assada • Polvo à Lagareiro • Robalo assado na brasa	• mousse chocolate • Pudim • Maçã Assada • natas do céu • Rabanadas • Salada de fruta

Figura 14 . Detalhe de pratos da Matriz gastronómica . **Fonte:** produção própria

5. Robustecer a sustentabilidade da agricultura local

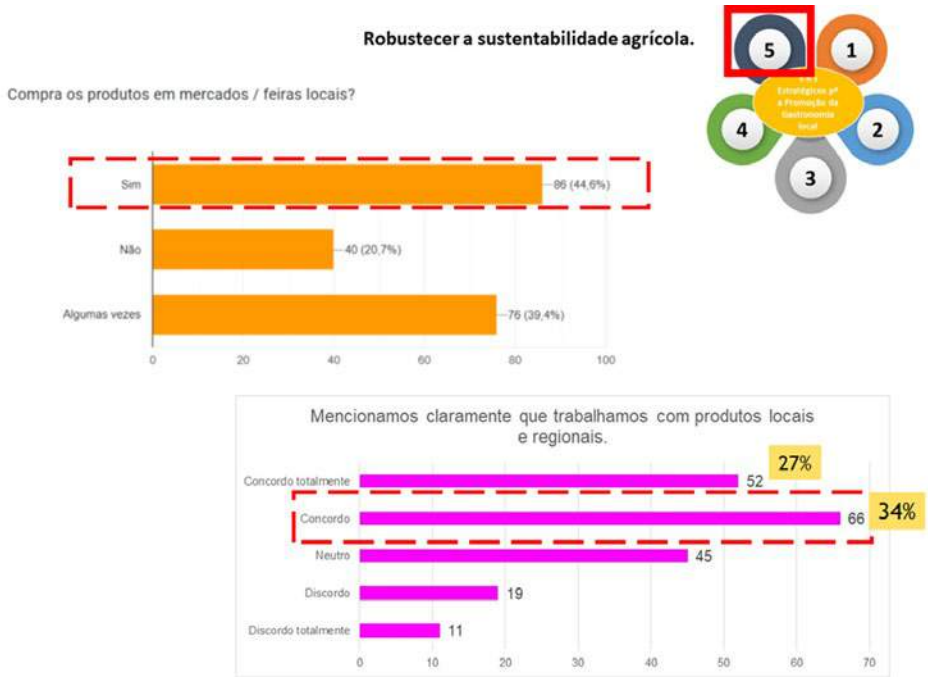


Figura 15 . Robustecer a sustentabilidade agrícola . **Fonte:** produção própria

Os restaurantes compram local em apenas 44,6% e concordam em 61% que mencionam que trabalham com produtos locais, valorizando os pequenos produtores e promovendo cadeias curtas de abastecimento (Figura 15).

5. Conclusões

A comida está ligada à construção de identidades, tanto individuais quanto coletivas (Bourdieu, 1984; Fischler,1993) e as tradições culinárias frequentemente tornam-se símbolos icónicos dos lugares (Tellström et al., 2006). Por outro lado, a cozinha de uma região é uma linguagem na qual ela traduz inconscientemente as suas estruturas (Levi-Strauss, 1964), importando por isso assegurar a salvaguarda e a valorização do património cultural imaterial (Unesco 2003 e 2015). Vários autores têm escrito sobre o Turismo Gastronómico, que oferece uma diversidade de benefícios aos visitantes que vão desde o prazer, entretenimento e emoções (Lopez-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2012), passando pela aquisição de conhecimento e entendimento da cultura, das tradições e da história locais resultando em sentimentos de envolvimento e apego ao lugar e ainda a descoberta de novas experiências gastronómicas autênticas (Gyimothy & Mykletun, 2009). Com todos estes predicados os visitantes encontram argumentos e motivação para a escolha dos destinos de viagem (Pesonen et al., 2011).

Os restaurantes, como agentes da oferta turística, devem transformar-se em guardiões da identidade gastronómica local, indo além da simples reprodução de receitas tradicionais. Para isso, podem criar experiências imersivas que contem histórias dos pratos, conectar os clientes com produtores locais através de menus sazonais e até integrar realidade aumentada ou elementos interativos na apresentação das refeições. A valorização do património imaterial passa também por colaborações criativas com chefs, artistas e artesãos, reinterpretando tradições sem perder a autenticidade. Além disso, apostar na sustentabilidade e no turismo regenerativo – com desperdício zero, ingredientes autóctones e uma pegada ecológica mínima – fortalece o apelo do destino. Ao aliarem inovação e herança cultural, os restaurantes não só atraem turistas em busca de autenticidade, mas também garantem que a gastronomia se mantenha viva e relevante para as gerações futuras.

Considerando o estudo de caso, o reduzido número de entrevistas realizadas (193) face ao número de estabelecimentos existentes na AMP (13904) os resultados não podem ser extrapolados. Investigações futuras poderiam abordar outras geografias, bem como a análise de como práticas sustentáveis e regenerativas podem ser integradas nos restaurantes e à cadeia alimentar local, para minimizar impactos ambientais e fortalecer a economia regional.

Referências

Baudrillard, J. (1995). A sociedade de consumo. Edições 70. Lisboa. ISBN 972-44-0776-4

Bernard, A., & Zaragoza, I. (1999). Art and gastronomy routes: An unexplored tourism proposal for Latin America. Paper presented at the first Pan-American Conference.

Bessière, J. (1998), Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. Sociologia Ruralis, 38: 21-34. https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061

Bourdieu, P. (1984). Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bouvier L. (2005). A taste for words: gastronomy and the writing of loss in Brillat-Savarin's du gout. Mosaic J. 38, pp. 95–111. Available online at: https://www.jstor.org/stable/44029672.

Braga, T. (1885 v.orig; 1994). O Povo Português nos seus Costumes, Crenças e Tradições. Lisboa: Livraria Ferreira. 2ª edição

Brillat-Savarin, J.A. (1989). A fisiologia do gosto. Salamandra Consultoria Editorial, Rio de Janeiro, Brasil.

Carvalho, M., Kastenholz, E. & Carneiro, M. J. (2021a). Co-creative tourism experiences–a conceptual framework and its application to food & wine tourism. Tourism Recreation Research. doi:10.1080/02508281.2021.1948719.

Dias, P.B. (2015). A Grande Refeição – metáforas alimentares na descrição do transcendente religioso na cultura ocidental. In Odisseia de sabores da lusofonia. Imprensa da Universidade de Coimbra.

DR-Resulução Conselho Ministros nº 96/2000

du Rand, G., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing. A South African Situation Analysys. Journal of travel & tourism marketing, 14: 3-4, 97-112. DOI: 10.1300/J073v14n03_06.

Fischler, C.L. (1993). Homnivore: Le Goût, La Cuisine Et Le Corps. Odile Jacob,

Gustafsson, I.B, Ostom, A, Joahansson, J. & Mossberg, L. (2006). The Five Aspects Meal Model: A tool for developing meal services in restaurants. In: Journal of Foodservice, 17, pp. 84–93.

Gyimóthy, S., & Mykletun, R. J. (2009). Scary food: Commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism. Journal of vacation marketing, 15(3), 259-273.

Handszuh, H. (2000). Local food in tourism policies. Paper presented at the international conference on local food and tourism, Larnaka. Cyprus.

Hervieu-Leger, D. (2000). Religion as a Chain of Memory. Oxford. Polity Press.

Hjalager, A., & Corigliano, M. A. (2000). Food for tourists-determinants of na image. International Journal of tourism research, 2, pp. 281-293.

Hunt, E. K, & Lautzenheiser, M. (2013). History of Economic Thought.Elsevier Editora Ltda. ISBN original: 978-0-7656-2599-1; ISBN (versão eletrônica): 978-85-352-5609-3

Kiralova, A. & Hamarneh, I. (2017). Local gastronomy as a prerequisite of food tourism development in the Czech Republic. In Marketing & Management of Innovations, (2), pp.15–25.

López-Guzmán, T., & Cañizares, S. M. S. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural, 10(5), 575-584.

Malinowski, B. (2004). Magic, Science and Religion and Other Essays 1948. Kessinger Publishing.

Montanari, M. (2008). Comida como cultura. São Paulo: Senac São Paulo.

Okumus, B., Koseoglu, M. & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. International Journal of Hospitality Management 73(2):64-74. DOI:10.1016/j.ijhm.2018.01.020

Oliveira Jorge, V. (2005). Espaço, meio, paisagem, território, região e lugar na experiência de um arqueólogo: alguns contributos reflexivos. Vol. 45 N.º 3-4 (2005): Trabalhos de Antropologia e Etnologia (pp. 159-172), in https://ojs.letras.up.pt/index.php/tae/article/view/9892/9080, acesso em 24-01-2023.

Peixoto, P. (2002). Os meios rurais e a descoberta do património, nº 175. Oficina do CES.

Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C. and Peters, M. (2011), "Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism", Tourism Review, Vol. 66 No. 3, pp. 32-49. https://doi.org/10.1108/16605371111175311

Poulain, J. P.& Proença, R. (2003). O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares. Revista de Nutrição, Campinas, 16, 3, 245-256.

Prats, L. (1997). Antropología y Patrimonio. Barcelona. Editorial Ariel.

Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C. & Joukes, V. (2020). Cocreation of tourism experiences: Are food-related activities being explored? British Food Journal. 122, pp. 910–928.

Salvado, J. & Kastenholz, E. (2021). As Paisagens Alimentares na Poesia Barroca do Séc. XVII e o Turismo. Um contributo para a criação de narrativas de Storytelling diferenciadoras. In Simões, O. (2021) Atas do VIII Congresso de Estudos Rurais & VIII Encontro Rural RePort - Paisagens culturais: heranças e desafios no território, pp. 513-533, Lisboa: SPER - Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais; eISBN: 978-972-96347-5-8.

Salvado, J. (2020). Turismo Gastronómico e Patrimónios Alimentares Portugueses. In Carvalho, A., Pinto, J.R. & Tavares F. (Coord) (2020). Turismo: Desafios e Perspetivas, (pp. 121-141. Porto, Edições Afrontamento – ISCET. ISBN: 978-972-36-1810-5.

Sidali, K. L., Kastenholz, E., & Bianchi, R. (2015). Food tourism, niche markets and products in rural tourism: Combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. Journal of sustainable tourism, 23(8-9), 1179-1197.

Soares, C. (2014). Pão e vinho sobre a mesa. Um "clássico" da Alimentação Portuguesa. In Ensaios sobre Património alimentar luso-brasileiro. Imprensa da Universidade de Coimbra. Annablume Editora. In http://hdl.handle.net/10316.2/34018, pp. 17-50.

TdP - Turismo de Portugal I.P. (2017). Estratégia Turismo 2027. In https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf, acesso 13-04-2022.

Tellström, R., Gustafsson, I-B & Mossberg, L. (2006). Consuming heritage: The use of local food culture in branding. Place Branding 2(2):130-143. DOI:10.1057/palgrave.pb.5990051

Thomé-Ortiz, H. (2018). Heritage cuisine and identity: free time and its relation to the social reproduction of local food. Journal of Heritage Tourism, Volume 13, 2018 - Issue 2: Heritage and Identity: Technology, Values and Experiences. doi.org/10.1080/1743873X.2017.1343336

UNESCO Convenção (2003). Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (17 de Outubro de 2003). In https://unescoportugal.mne.gov.pt/images/Comunica%C3%A7%C3%A3o/convencao_para_a_salvaguarda_do_patrimonio_imaterial.pdf.

UNWTO (2019b). UNWTO World Tourism Barometer. In http://marketintelligence.unwto.org/content/unwto-world-tourism-barometer, acesso 20-08-2019

Viau R. (2002). From Grimod de la Reyniere to Escoffier, or how Paris became the capital city of 19th century gastronomy. Liberte, 44, pp. 127–35. Available online at: https://id.erudit.org/iderudit/32973ac.

wolf, E. (2019). World Food Travel Report. State-of-the-Food-Travel-Industry_FINAL-compressed.pdf (robertagaribaldi.it). In https://www.robertagaribaldi.it/wp-content/uploads/2019/07/2019-State-of-the-Food-Travel-Industry_FINAL-compressed.pdf

World Food Travel Report (2019). State-of-the-Food-Travel-Industry_FINAL-compressed.pdf (robertagaribaldi.it). In https://www.robertagaribaldi.it/wp-content/uploads/2019/07/2019-State-of-the-Food-Travel-Industry_FINAL-compressed.pdf

CAPÍTULO 12

O Cabo Espichel: Lugar de Culto e de Peregrinação

The Cabo Espichel: Place of Worship and Pilgrimage

MOREIRA, Raquel

Resumo

O Cabo Espichel, localizado no concelho de Sesimbra (Portugal), constitui um dos lugares mais ocidentais do território português e europeu. Debruçado sobre o mar, é um lugar de grande valor cénico e ambiental, de excecional beleza, um lugar místico, religioso, de culto e de peregrinação. Aí se encontra um imponente Santuário e outros edifícios ligados ao Culto a Nossa Senhora do Cabo, e um Farol. O Cabo é palco de manifestações religiosas que envolvem populações da região de Lisboa, agregando comunidades que vão desde Sintra, a norte, a Setúbal, ao sul. O culto a Nossa Senhora e o misticismo do Cabo Espichel têm raízes antigas e têm atraído peregrinos e visitantes ao longo de séculos. A Lenda de Nossa Senhora do Cabo é o elemento aglutinador do lugar e dos lugares de origem de peregrinação ligados pela crença religiosa e pelos rituais festivos a ela associados – os Círios. A lenda remete para a visão de uma luz a brilhar no sítio do Cabo Espichel por parte de um homem de Alcabideche e de uma mulher da Caparica, sem qualquer relação entre si, e que irão encontrar-se a caminho do Cabo com o intuito de desvendar o mistério. Nela podemos encontrar a explicação mitológica do sentido do culto e da peregrinação e também a ligação às populações saloias e marítimas, tão marcantes no povoamento da Área Metropolitana de Lisboa (AML). O património cultural (material e imaterial), nas suas diferentes formas, as práticas, os saberes, os espaços, os objetos a ele associados, constituem elementos culturais com fortes potencialidades de descoberta, visibilidade, valorização e desenvolvimento dos territórios e das comunidades locais. Neste capítulo irá desenvolver-se esta temática através do desvendar deste lugar e das suas vivências pelas populações e visitantes. A metodologia assenta na pesquisa documental, na observação direta e nas conversas formais e informais a ela inerentes.

Palavras-chave

Património, festividades, turismo, peregrinação, alimentação

Abstract

Cabo Espichel, located in the municipality of Sesimbra (Portugal), is one of the westernmost points of both Portuguese and European territory. Overlooking the sea, it is a place of great scenic and environmental value, of exceptional beauty, and a mystical, religious site of worship and pilgrimage. It is home to an imposing Sanctuary, other buildings related to the Cult of Our Lady of Cabo, and a Lighthouse. Cabo Espichel is a site of religious manifestations that involve

local populations from the Lisbon region, gathering communities ranging from Sintra, in the north, to Setúbal, in the south. The cult of Our Lady and the mysticism of Cabo Espichel have deep historical roots and have attracted pilgrims and visitors for centuries. The Legend of Our Lady of Cabo serves as the unifying element of the site and the pilgrimage origins, linked by religious belief and the festive rituals associated with it – the Círios. The legend refers to the vision of a light shining at Cabo Espichel, seen by a man from Alcabideche and a woman from Caparica, who, though unrelated, meet on their way to the Cabo to unravel the mystery. In this narrative, one can find the mythological explanation for the meaning of the cult and pilgrimage, as well as the connection to the rural and maritime populations that were key to the settlement of the Lisbon Metropolitan Area (AML). Cultural heritage (both material and immaterial), in its various forms – practices, knowledge, spaces, and objects associated with it – represents elements with strong potential for discovery, visibility, valorisation, and territorial and local community development. This chapter will explore this theme by delving into the experiences of local populations and visitors to the site. The methodology is based on documentary research, direct observation, and formal and informal conversations inherent to the study.

Keywords

heritage, festivities, tourism, pilgrimage, food

1. Introdução

Conheço o Cabo Espichel desde os anos oitenta do século passado. Sempre me fascinou! Em 2018, o desenvolvimento do projeto de investigação *Tourfly – Inovação e Futuro: Contributos para o Desenho da Oferta Turística na Área Metropolitana de Lisboa* (2017-2019, Lisboa-01-0145-Feder-023368, https//:tourfly.pt) levou-me de novo ao Cabo, desta vez com um olhar de pesquisa, mais analítico e metódico, em busca do seu significado. Voltei várias vezes. Em 2022 acompanhei algumas práticas das celebrações do Círio de Palmela (15 de agosto) e estive também nas festas do Círio de Sesimbra (último fim-de-semana de setembro).

É esta a génese deste capítulo, cuja temática é a abordagem do Cabo Espichel numa perspetiva cultural e patrimonial – material e imaterial – focando-se especialmente nas vivências religiosas e populares de que tem sido objeto desde tempos imemoriais. Essa religiosidade agrega comunidades de uma vasta região em torno da cidade de Lisboa, localizadas quer na margem norte do rio Tejo, quer na margem sul, onde está situado o Cabo. Ao longo do texto são tratados o lugar do Cabo nas suas diferentes dimensões (geográfica, paisagística, mística, religiosa, histórica e patrimonial), o conjunto edificado aí existente (património material), a religiosidade específica do lugar, a sua contextualização na religiosidade portuguesa, as práticas de peregrinação (património imaterial), e ainda a sua relação com o turismo.

Importa referir que, apesar das obras de melhoramento realizadas pela Câmara Municipal de Sesimbra (Casa da Água, Horta, Cisterna e Aqueduto), o conjunto edificado central do

Santuário apresenta um elevado estado de degradação e de abandono, especialmente as antigas hospedarias dos romeiros. Ainda assim, a devoção religiosa e as peregrinações mantêm-se adaptando-se às contingências do espaço. A Igreja está relativamente conservada e acolhe visitantes, peregrinos e festividades. Como exemplo dessas práticas religiosas e de modo a melhor compreender a tradição dos círios, aborda-se neste capítulo o caso do Círio de Palmela ou Festas em Honra de Nossa Senhora do Cabo.

A metodologia utilizada baseou-se neste contacto com o lugar do Cabo, visitado sob diferentes perspetivas, na observação das Festas do Círio de Palmela (2022) e na participação em algumas das suas atividades. Recorreu-se a técnicas de pesquisa qualitativa de cariz antropológico, estruturada na articulação entre pesquisa documental e observação direta e participante, bem como nas conversas formais e informais dela decorrentes.

Existem diversos estudos e publicações relativas ao Cabo Espichel, do ponto de vista histórico e paisagístico, e aos Círios de Nossa Senhora do Cabo, na perspetiva histórica e religiosa. Contudo, relativamente à organização e realização dos círios na atualidade, são mais escassas as fontes de informação. De entre essas fontes, do ponto de vista religioso, os primeiros documentos escritos que se referem ao Cabo são os de Frei Agostinho de Santa-Maria, *Santuario Mariano, e História das Imagens Milagrosas de Nossa Senhora, e das Milagrosamente Apparecidas, em Graça dos Prègadores, & Dos Devotos da Mesma Senhora* (1707), de Frei Cláudio da Conceição, *Memoria da Prodigiosa Imagem da Senhora do Cabo: Descrição do Triunfo com que os Festeiros, e Mais Povo de Benfica a Conduiziram à sua Parochia em 1817, para a Festejarem em 1817* (1817), e de Francisco Ildefonso dos Santos, *Memorias sobre a Antiguidade das Romarias, e da Romaria ao Sitio de Nossa Senhora do Cabo* [Manuscrito] (1857) (Marques, 2007; Roque & Fortes, 2018). Em termos de estudos atuais e mais relevantes e em que baseamos a nossa pesquisa, salientam-se as obras de natureza antropológica e histórica, designadamente: Marques (2007), Pato (s.d., 2008), Pereira (2014), e Roque & Fortes (2018). Relativamente à dimensão arquitetónica e patrimonial, existem dois tipos de estudos elaborados no sentido da recuperação e requalificação do espaço do santuário, sendo que até ao presente nenhuma desses projetos se concretizou. Trata-se de um estudo da Fundação Calouste Gulbenkian, de 1964, com vista à recuperação do Santuário, em que participaram vários arquitetos, entre eles Francisco Keil do Amaral, e, mais recentemente, o projeto de recuperação e requalificação para fins turísticos, mantendo uma parte dos edifícios com a função religiosa, da responsabilidade do Estado Português através do programa REVIVE - Reabilitação, Património e Turismo (2016).

2. O lugar e o conjunto edificado

O Cabo Espichel fica situado na costa sudoeste de Portugal, a sul de Lisboa. É o ponto mais ocidental de Portugal e do continente europeu, uma finisterra. "Um planalto desabrigado por ventos de todos os quadrantes, sendo especialmente impetuosos os de Norte e Oeste", nas palavras do célebre geografo Orlando Ribeiro (*A Arrábida*, cit. por Marques, 2007, p.16). É, no entanto, um espaço de múltiplos significados e atratividades. Desde logo a grande beleza

natural e o valor cénico do lugar. Mas também o valor histórico e arqueológico, patrimonial e cultural. O valor cénico deste espaço é marcado pela simbiose entre a sua configuração natural e o conjunto arquitetónico de grande valor histórico, religioso e artístico, edificado em diferentes épocas e remetendo para diferentes estilos. O resultado é um lugar e uma paisagem de rara beleza, que suscita no visitante sentimentos contraditórios. É, sem dúvida, desde tempos difusos, um lugar de culto e de peregrinação.

Fica localizado no território do concelho de Sesimbra e faz parte do Parque Natural da Serra da Arrábida. A aldeia de Azóia é a povoação mais próxima. A partir daí, e até alcançar o Cabo, é uma paisagem deserto e selvagem que se percorre através de uma estrada estreita, ou por trilhos pedestres, onde o Santuário e o Cabo se vão tornando cada vez mais nítidos, proporcionado uma experiência de despojamento e de deslumbramento. Por vezes, em certas épocas do ano, observam-se rebanhos de ovelhas, alimentando-se da vegetação natural, cujo leite é utilizado na preparação do Queijo da Azóia.

A chegada ao Cabo é impactante e dramática. Vegetação rasteira, solo árido, vento permanente e o som das ondas do mar. No horizonte, o olhar vai alcançando o Santuário em frente, o Farol, à esquerda, o Aqueduto que leva a água da Azóia e que desemboca no conjunto da Casa da Água, recentemente recuperado, à direita.

O Santuário propriamente dito é um edificado em forma de U, com a Igreja de Nossa Senhora do Cabo ao centro e os dois extensos edifícios de hospedarias de peregrinos dos lados (estes últimos em desuso e em processo de degradação), formando um amplo Terreiro - também designado como o *Arraial* – onde têm lugar as celebrações religiosas e lúdicas dos Círios, como são conhecidas as festividades em honra de Nossa Senhora do Cabo. Um Cruzeiro assinala a entrada neste espaço, ponto de chegada das peregrinações e objeto de diversos rituais relacionados com as festividades. Contíguos às hospedarias, de ambos os lados, observam-se as ruínas de antigos edifícios, certamente de apoio às atividades do Santuário (cozinhas, casa do forno, cavalariças), e também a Casa da Ópera, onde efetivamente funcionou uma ópera e outros espetáculos. Todo este conjunto data do século XVIII. (Marques, 2007; Pereira, 2014; Roque & Fortes, 2018; S.a., 1982).

Atravessando o terreiro, dois arcos ao lado da Igreja dão acesso ao espaço inóspito e belo do promontório em direção ao mar. Do lado direito, encontra-se a mais antiga construção deste conjunto: a Ermida da Memória, ligada à lenda da Pedra da Mua. Junto à ermida, esculpidas na rocha observam-se as pegadas de dinossauro datadas do período Cretácico, tratando-se de uma das mais antigas e mais importantes jazidas de pistas de dinossauros em Portugal.

Segundo a lenda mais conhecida foi aqui que teve origem o culto a Nossa Senhora do Cabo, também conhecida como Nossa Senhora de Santa Maria e Nossa Senhora da Pedra da Mua, e as pegadas seriam da mula que terá conduzido Nossa Senhora do mar para terra. Foi a partir desta lenda que se desenvolveu o culto católico e se desencadeou a construção dos vários edifícios hoje existentes e que remontam a diferentes épocas e estilos artísticos e arquitetónicos.

3. A religiosidade: a lenda e a história deste culto

O culto deste lugar é ancestral e expressa-se através de diferentes formas de espiritualidade. José Leite de Vasconcelos (1905) a ele se referiu como tendo origens pagãs, que tanto podem "provir dos tempos proto-históricos, como de outros anteriores ou posteriores, embora pré-cristãos." (cit. por Marques, 2007, p.20; Pereira, 2014). Também Pereira (2014, p. 120) refere que é "provável que o culto a Nossa Senhora do Cabo constitua a cristianização tardia de cultos muito anteriores, numa espécie de contínuo de sucessivas sacralizações que se entendem desde os tempos pré-históricos até ao domínio muçulmano". Contudo, é no final da Idade Média, período em que Portugal se constitui como nação, e como nação católica, que se desenvolve a devoção a este lugar e a Nossa Senhora do Cabo. A atração mística pelo Cabo precede, assim, as crenças da religião católica.

Existem várias lendas explicativas desse culto. A mais conhecida é a que refere um homem de Alcabideche, na margem norte, e uma mulher da Caparica, na margem sul, que, sem se conhecerem, terão ambos sido atraídos por uma luz forte para a qual se dirigem chegando ao Cabo. Diz a lenda que um homem de Alcabideche, localidade situada numa zona rural a norte da cidade de Lisboa, sonhou com uma luz intensa e se pôs ao caminho em direção a ela. Pelo caminho, no lugar da Caparica, uma zona de mar e de pescadores já situada na margem sul rio Tejo, se cruzou com uma mulher que tivera o mesmo sonho. Combinam caminhar ir juntos no dia seguinte, mas a mulher saiu mais cedo e alcançou o Cabo em primeiro lugar. Aí terão encontrado a imagem de Nossa Senhora no lugar onde atualmente se encontra a Ermida da Memória, a construção mais antiga existente no Cabo (iniciada em 1490). Segundo Roque & Fontes (2018, p. 52), "o tema da luz é transversal a vários domínios religiosos e mitos", e naturalmente ao Cristianismo. "Em confronto com as trevas, a luz é o signo do conhecimento". A luz indica o caminho.

Uma outra lenda diz que Nossa Senhora subiu do mar montada numa mula cujas marcas das patadas ficaram para sempre na rocha. Este rochedo tem a designação de Pedra da Mua e sabe-se que as marcas são afinal pegadas de dinossauros. A primeira destas lendas foi registada pela escrita por Frei Cláudio da Conceição, em 1817. Em 1857, as duas são descritas por Francisco Ildefonso dos Santos, no manuscrito *Memórias sobre a Antiguidade das Romarias, e da Romaria ao Sítio de Nossa Senhora do Cabo*.

Se a lenda da Pedra da Mua explica a origem da imagem de Nossa Senhora no Cabo Espichel, a lenda da mulher caparicana, de terras marítimas, e o homem de Alcabideche, de território rural, justificam o início da forma que esta devoção viria a tomar – a dos círios oriundos de um vasto território em torno da cidade de Lisboa, e a prática da peregrinação inerente a este culto.

O culto a Nossa Senhora do Cabo remonta ao final da Idade Média e mantem-se até ao presente. Data da segunda metade do século XIV (1366) um documento da Chancelaria de D. Pedro I, que refere os "romeiros de Azeitão que vão em peregrinação a Santa Maria do Cabo" (Cabaça, 2018, p. 73). No século XV é construída a Ermida da Memória, o edifício mais antigo do Cabo, debruçada sobre o mar no lugar onde Nossa Senhora terá aparecido, testemunhando

a evidência do culto nessa época. Durante o século XVI a peste negra assola o país, tendo sido mais intensa no norte do país do que no sul. Este facto é atribuído à proteção de Nossa Senhora do Cabo, reforçando-se a devoção (Costa, 1989; Cabaça, 2018).

No século XVII, o culto a Nossa Senhora do cabo chama a atenção da alta nobreza e da Corte, o que irá também contribuir para aumentar a sua importância, que atinge o seu o apogeu no século seguinte. "Toda a família real, no século XVIII, demonstrou grande devoção pela Senhora do Cabo, chegando a própria Rainha D. Maria I a bordar o próprio manto da Virgem e seu pai a financiar monetariamente os festejos" (RTCA, 1997, p.20). Em 1701 inicia-se a Construção do Santuário (Igreja e Hospedarias) que irá perdurar até 1707. Segue-se a construção do conjunto do Aqueduto, Cisterna, Casa da Água, Horta ou Jardim, e também da Casa da Ópera, em 1770 (Pereira, 2014, p. 123). Certamente como celebração destas construções, "em 1770 as festas tiveram a presença da Corte. Montaram-se centenas de tendas, houve três touradas e dezasseis bois de bodo". Num folheto da Câmara Municipal de Sesimbra, com textos da autoria de Heitor Baptista Pato lê-se a seguinte descrição destes festejos:

> *No ano de 1770 o rei D. José assistiu aos festejos do círio saloio, sendo juiz o seu neto príncipe D. José, filho da princesa (e depois rainha) D. Maria. Nos festejos participou toda a Família Real, na companhia de muita da grande nobreza do Reino, entre a quinta-feira 24 e o domingo 27 de maio.*

Para acolher os romeiros restauraram-se a igreja e os altares, repararam-se as hospedarias, foram armadas centenas de barracas da parte sul do santuário, houve três tardes de touros e deu o rei 16 bois para o bodo. Na mesma ocasião edificou-se a Casa da Água com horta anexa, alimentadas por aqueduto próprio. (Pato, s.d.)

A riqueza geral do país e o ouro do Brasil terão propiciado a prosperidade que permitiu o investimento neste Santuário, como em muitos outras igrejas de norte a sul do território.

No decorrer das Invasões Francesas, em 1807, as hospedarias são ocupadas por militares e o Santuário é pilhado (Marques, 2007; Cabaça, 2018; Roque & Fortes, 2018). "A partir de 1887, o Círio [Saloio] deixou de ir em peregrinação ao Santuário do Cabo e a entrega das insígnias passou a realizar-se no território das freguesias" (Pato, 2008, cit. por Roque & Fortes, 2018, p. 74). No início do século XX, com a passagem da Monarquia à República (1910) e posteriormente com as aparições de Fátima e a promoção do respetivo culto, verifica-se o declínio gradual da devoção a Nossa Senhora do Cabo. Se esta era a divindade associada à Monarquia, Fátima é a santa associada à República, e especialmente ao Estado Novo (Real, 2020). Ao longo de todo o século XX o Estado Novo incentiva a devoção a Fátima, como parte da sua ideologia em que a religião foi um pilar fundamental. Foi o Portugal dos três F's: Fátima, Fado e Futebol.

O culto a Nossa Senhora do Cabo mantém-se, embora sem a pujança dos séculos XVII a XIX, e o Cabo continua a ser palco das mais diversas atividades e de peregrinações sejam elas religiosas ou turísticas. É um dos lugares mais visitados da região de Setúbal e da Serra da Arrábida. Os motivos dessas visitas são essencialmente de três tipos: espirituais e religiosos, históricos e patrimoniais, e ambientais e paisagísticos. Como sucede também com o Cabo da

Roca, localizado a norte de Lisboa, o Cabo Espichel é ponto de encontro e de convívio dominical de dezenas de motards. Contudo, é difícil obter dados sobre o número de visitantes, dado não existir no local nenhum posto turístico nem uma forma de registar quem ali se desloca.

4. O culto a Nossa Senhora do Cabo na atualidade

Esta devoção a Nossa Senhora inscreve-se no culto mariano e expressa-se através dos círios, que abrangem um vasto conjunto de freguesias e localidades da região de Lisboa, situadas a norte e a sul do rio Tejo. Cada uma destas freguesias organiza as suas próprias celebrações em diferentes datas ao longo do ano, tendo em comum a divindade venerada e as peregrinações ao Cabo. O culto mariano remonta ao início do Cristianismo e assume uma grande importância na religiosidade portuguesa. É em Fátima que se encontra o mais importante local de peregrinação em Portugal. É uma Santa – Nossa Senhora da Conceição – a padroeira de Portugal. No território em que se localiza o Cabo Espichel, um levantamento de festividades publicado na obra *Festas, Feiras e Romarias. Percursos na Costa Azul* (1997) são identificadas 24 festividades religiosas, das quais 16 são referentes ao culto mariano.

Ernesto Veiga de Oliveira (1995) associa os Círios às romarias na antiga região da Estremadura (que inclui Lisboa).

> *Na Estremadura, as romarias levam preferentemente o nome de círios, e mostram aspectos diferentes; os festeiros pertencem por direitos complexos, e em alguns casos seculares, a localidades por vezes muito distantes do santuário, e a festa consiste precisamente na condução solene do círio – outrora efectivamente um círio, agora normalmente um guião – ao santuário, por um itinerário fixo e com paragens consagradas, para descanso e merenda. O círio ainda hoje, às vezes, é transportado em carros de bois ou carroças armadas e muito ornamentadas, com colchas e flores, e em grande número, os mordomos do ano à frente levando o guião e o gaiteiro, que faz a música cerimonial e toca à passagem nas povoações do percurso. (Veiga de Oliveira, 1995, p. 220)*

O termo círio significa grande vela, embora atualmente essa tradição tenha caído em desuso e se usem outros símbolos, como bandeiras e estandartes. Círio é também a confraria popular que em determinada data se deslocava a um santuário "em cumprimento de uma promessa antiga que a povoação ou aldeia teria feito em tempos idos (míticos)" (Marques, 2007, p.106; Roque & Fortes, 2018).

Na região de Lisboa, na atualidade, mantêm-se ativos os Círios de Palmela (15 de agosto) e de Sesimbra (último fim-de-semana de setembro), na margem sul do rio Tejo, e o Círio dos Saloios, abrangendo 26 freguesias, na margem norte. Existiram ainda outros Círios, designadamente: Caparica, Almada, Azeitão, Arrentela/Amora e Lisboa. A Igreja de Nossa Senhora do Cabo Espichel "possui dez altares oferecidos pelos «*Círios*» de Lisboa, Almada, Palmela, Sesimbra, Setúbal, Caparica, Azeitão, Arrentela/Amora e naturalmente também pelos «*Círios* saloios» da margem norte do Tejo"(Pereira, 2014, p.123; Marques, 2007).

Embora unidos pelo culto da mesma divindade, os círios constituem festividades autónomas, tendo em comum a realização de peregrinações ao mesmo espaço sagrado e o cumprimento de rituais próprios, também eles tendo práticas em comum, tais como: missas, procissões, orações, e comida partilhada.

No caso do Círio de Sesimbra, e, ficando uma localidade piscatória e turística à beira do Atlântico, as Festas são organizadas por uma Comissão de Festas formada essencialmente por pescadores e suas famílias. Do ponto de vista lúdico, assemelha-se a uma romaria, com a sua parte de feira, de venda de produtos da região e de comidas e bebidas, a que não falta a componente musical, especialmente com o género "pimba", aspetos comuns à globalidade das festas religiosas de Verão por todo o Portugal.

No caso do Círio dos Saloios, a mesma imagem da Santa circula anualmente entre 26 freguesias diferentes, pertencentes a 7 concelhos, incluindo Lisboa, permanecendo um ano em cada uma delas. As celebrações e atividades durante esse ano dependem da organização podendo diferir de freguesia para freguesia. É, portanto, uma Santa Itinerante que apenas de 26 em 26 anos volta ao mesmo lugar. A Confraria do Círio dos Saloios de Nossa Senhora do Cabo Espichel está atualmente sedeada em Belas (concelho de Sintra). Em cada uma das 26 freguesias que partilham este culto e a mesma Santa intervêm também outras entidades ligadas à paróquia e à organização das celebrações. O giro do círio segue uma ordem fixa conforme o quadro abaixo, e a passagem da Santa de uma freguesia à seguinte é feita em ritual próprio no mês de outubro.

Durante o Ano de 2022, a imagem de Nossa Senhora do Cabo Espichel e as celebrações couberam à freguesia de Bucelas (concelho de Loures), tendo entrado na localidade em 23 de outubro de 2021 vinda de Santo Antão do Tojal (também no concelho de Loures). A Bucelas seguiu-se a freguesia de Benfica (concelho de Lisboa) (ver quadro).

4.1. O Giro Saloio

Ordem	Ano	Freguesia	Concelho
11	2021-2022	Nossa Senhora da Purificação de Bucelas	Loures
12	2022-2023	Nossa Senhora do Amparo de Benfica	Lisboa
13	2023-2024	São Domingos de Rana	Cascais
14	2024-2025	São João das Lampas	Sintra
15	2025-2026	Nossa Senhora da Purificação de Montelavar	Sintra
16	2026-2027	Nossa Senhora de Belém de Rio de Mouro	Sintra
17	2027-2028	Nossa Senhora da Ajuda de Belém	Lisboa
18	2028-2029	Ascensão e Ressurreição de Cascais	Cascais
19	2029-2030	Santo Nome de Jesus de Odivelas	Odivelas
20	2030-2031	São Martinho de Sintra	Sintra
21	2031-2032	São Pedro de Almargem do Bispo	Sintra

22	2032-2033	Santo Estêvão das Galés	Mafra
23	2033-2034	Nossa Senhora da Conceição da Igreja Nova	Mafra
24	2034-2035	São João Degolado da Terrugem	Sintra
25	2035-2036	São Saturnino de Fanhões	Loures
26	2036-2037	Santa Maria e São Miguel de Sintra	Sintra
		------ 23.º GIRO -----	
1	2037-2038	São Vicente de Alcabideche	Cascais
2	2038-2039	Nossa Senhora do Cabo de Linda-a-Velha	Oeiras
3	2039-2040	São Julião do Tojal	Sintra
4	2040-2041	São Pedro de Penaferrim	Sintra
5	2041-2042	Nossa Senhora da Misericórdia de Belas	Sintra
6	2042-2043	Santa Maria de Loures	Loures
7	2043-2044	São Lourenço de Arranhó	Arruda dos Vinhos
8	2044-2045	São Pedro de Barcarena	Oeiras
9	2019-2020	São Pedro de Lousa	Loures
10	2020-2021	Santo Antão do Tojal	Loures

Fonte: Confraria do Círio dos Saloios de Nossa Senhora do Cabo Espichel. https://www.facebook.com/saloiosdocaboespichel/about

Peregrinar constitui, portanto, um dos elementos comuns a todos estes círios e diversidade de celebrações. No âmbito das festividades religiosas, a prática da peregrinação está associada a lugares fora das localidades, pressupondo a deslocação das populações num território alargado. Não se trata de venerar uma divindade de uma comunidade, mas de uma região mais vasta que através da festa se encontra e se socializa, reforçando laços e constituindo formas de coesão social e territorial, através da religiosidade.

Peregrinar é caminhar. Caminhar como ato espiritual, caminhar como forma de estimular a meditação. Caminhar como forma de aliviar ou de aclarar a mente. Caminhar como forma de purificação. "Cada caminhada é uma pequena cruzada" (Thoreau, 2021, p. 14). Para Theroux (2012) "caminhar é um ato espiritual; caminhar sozinho induz meditação" (Theroux, 2012, p. 174). É resolver-se andando, encontrar-se a si mesmo. "Caminhar é a forma mais antiga de viajar, a mais fundamental, talvez a mais reveladora" (Theroux, 2012, p. 175). Numa perspetiva religiosa, Tolentino Mendonça (2019) estabelece uma convergência entre peregrino e turista.

> *O turista e o peregrino têm mais em comum do que possa parecer. Um pelo caminho do lazer, outro pela volta do sagrado: é, contudo, um impulso antropológico semelhante que os move. A experiência da saída de si, o desejo de outras paisagens, a busca de alteridade são traços reconhecíveis tanto num como noutro. O peregrino conserva alguma coisa do turista. O caminho da peregrinação, mesmo quando assume um carácter penitencial, não perde um tom festivo, uma quase ligeireza, que não é distração, mas celebração. Tal com o turista conserva coisas do peregrino. (Mendonça, 2019, p. 148)*

5. O Círio de Palmela

O círio de Palmela, localidade situada a sul de Lisboa no distrito de Setúbal, realiza-se no dia 15 de agosto, que é data inicialmente instituída para as peregrinações ao Cabo (Roque & Fortes, 2018). Estas celebrações remontam, pelo menos, ao início do século XVIII, e desde 1864 são organizadas ininterruptamente pela Sociedade Filarmónica Humanitária. Tendo participado nas festividades no ano de 2022, escolhi este círio como exemplo do culto a Nossa Senhora do Cabo Espichel na região de Lisboa.

Assim, neste capítulo, aborda-se o Círio de Palmela como exemplo de uma das manifestações, que tem lugar no dia 15 de agosto, como exemplo de uma dessas manifestações religiosas em Honra de Nossa Senhora do Cabo, como base no meu próprio testemunho de observação e vivência das festividades no ano de 2022. Palmela é uma vila portuguesa e sede do concelho com a mesma designação. O seu território integra o Parque Natural da Serra da Arrábida, e é essencialmente agrícola e vitivinícola, fazendo ainda parte da região de produção do famoso Queijo de Azeitão, um queijo de ovelha de grande qualidade. É também no centro da Vila que se encontra a Casa Mãe da Rota de Vinhos da Península de Setúbal, um espaço dedicado ao vinho e a produtos locais. Palmela é também uma cidade onde a música tem um importante papel nas sociabilidades e na vida artística local, nela coexistindo duas Sociedade Filarmónicas. É uma delas – a Sociedade Filarmónica Humanitária (SFH), fundada em 1864 – que organiza as Festas do Círios de Palmela. É também nesta Sociedade que está instalado o Conservatório de Música de Palmela.

Desde a sua fundação que a Sociedade Filarmónica Humanitária de Palmela organiza ininterruptamente as celebrações do Círio de Palmela ao Cabo Espichel. Estas celebrações são, contudo, mais antigas, sabendo-se que já se realizavam no início do século XVIII, com alguma importância, uma vez que na Igreja do Cabo Espichel encontra-se um altar, datado de 1722, que terá sido mandado fazer e oferecido pelo Círio de Palmela com as suas esmolas. Provavelmente, o círio seria organizado de outro modo, talvez mais popular, antes de passar a ser a Sociedade Filarmónica Humanitária a fazê-lo.

Conforme referido, em 2022 acompanhei as celebrações deste Círio. Seguindo os princípios metodológicos da observação participante, observei, perguntei e escutei, participei, registei (texto e imagem) e vivenciei a festa juntamente com a comunidade local. A fase da observação foi complementada com a pesquisa documental feita antes e depois das celebrações. Nesta pesquisa foram fundamentais as obras do antropólogo Luís Marques (2007), que durante anos acompanhou estas festas, de Barros e Costa (2003), da Região de Turismo da Costa Azul (1997) e de Roque & Fortes (2018).

Ao longo da sua história as celebrações do Círio de Palmela incluíram e incluem vários rituais, designadamente: rituais religiosos na Vila de Palmela e no Santuário, a peregrinação, música e dança, por vezes teatro e jogos tradicionais, comidas e rituais alimentares. Para além da parte estritamente religiosa a estadia no Cabo Espichel, incluía outros rituais e um grande *arraial* no Terreiro do Santuário.

Em 2022, o Programa das Festas foi o seguinte:

- Dia 13 de agosto | Palmela

  Acolhimento da Imagem de Nossa Senhora proveniente da casa onde permaneceu desde o ano anterior.

  Saída do *Cavalinho* para a recolha das Bandeiras, junto das casas onde permaneceram desde o ano anterior.

  Oração do Terço.

- Dia 15 de agosto | Palmela – Cabo Espichel

  Peregrinação a pé, com início à 1 hora da madrugada, em direção ao Cabo Espichel.

  Deslocação em meio de transporte automóvel em direção ao Cabo Espichel.

- Dia 15 de agosto | Cabo Espichel

  Chegada da Imagem da Santa ao Cabo Espichel, seguida da oração do Terço.

  Peditório, acompanhado pelo *Cavalinho*.

  Almoço partilhado entre famílias.

  "Batismos" no Cruzeiro.

  Celebração da Missa seguida da Procissão.

  Arrematação das Bandeiras e da Imagem de Nossa Senhora do Cabo Espichel pelos habitantes de Palmela.

  Regresso a Palmela.

O *Cavalinho* ou *Charanga* (Marques, 2007) é constituído pelos músicos mais jovens da Banda da Sociedade Filarmónica Humanitária. Quer o *Cavalinho* quer a própria Banda Filarmónica acompanham diversos rituais durante os dias das celebrações. Ao final da tarde do dia 13 de agosto, saindo das instalações da Sociedade e o *Cavalinho,* percorreu as ruas de Palmela, tocando em determinados pontos. Dirigimo-nos a casas de famílias detentoras de Bandeiras arrematadas no ano anterior. Ao entrarmos na casa encontramos a bandeira exposta, o *Cavalinho* toca uma moda e segue-se uma pequena refeição. Nessa refeição comem-se sobretudo: bolos, bolos pequenos, salgadinhos, queijos, presunto, compotas, pão e bebidas (vinhos, cervejas, refrigerantes, vinhos doces). A mesa, mais ou menos composta, mais ou menos rica, reflete a posição social de quem recebe. À noite rezou-se o Terço a Nossa Senhora do Cabo.

Na madrugada do dia 15 de agosto tem lugar a Peregrinação a pé com início em Palmela, à 1h da manhã, em direção ao Cabo Espichel, atravessando todo o Parque Natural da Arrábida. São sobretudo os mais jovens que participam nesta caminhada. Chegam ao Cabo pela manhã e são recebidos pelas famílias que, entretanto, vão chegando e organizando as suas mesas

para o almoço. Parte destes jovens são também os que integram o *Cavalinho*, pelo que após uma refeição leve e um breve descanso iniciam o Peditório. Ao som da música, o *Cavalinho* vai-se dirigindo aos peregrinos que se vão acomodando sob as arcadas das hospedarias, solicitando-lhes apoio financeiro para a festa e retribuindo com música em tempo e esmero de acordo com a generosidade da oferta. Em seguida os músicos servem-se da mesa posta.

Marques (2007) refere-se a este peditório do seguinte modo:

> *Pouco depois, sempre ao som do grupo filarmónico, a Comissão de Festas e demais acompanhantes, procedia a um peditório pelas duas alas das casas dos Círios, sempre de portas abertas, onde eram recebidos com a oferta de bolos («bolo podre com canela», «bolo de família», biscoitos de Azeitão vulgarmente conhecidos por "esses", e vinho abafado", vinho Moscatel, licores e outras bebidas para "molhar a palheta", o que proporciona um descontraído e divertido convívio. (Marques, 2007, pp.119-120)*

Em 2022 pude observar a presença de salgadinhos, como bolinhos de bacalhau, pataniscas de bacalhau, croquetes, rissóis, torresmos, queijos, pão, compotas de fruta, bolos e bebidas (vinho, licores, refrigerantes e cervejas).

Não há festa sem comida nem bebida e a componente alimentar marca fortemente as festividades religiosas locais, representando o reforço dos laços de sociabilidade e as identidades de comunidade. É assim também nestas festividades. Ao Peditório, segue-se o almoço partilhado em família alargada. Nas várias mesas dispostas, sob a sombra das arcadas das hospedarias, pude observar e, por vezes, degustar:

- Salgadinhos, como bolinhos de bacalhau, pataniscas de bacalhau, croquetes, rissóis, torresmos, panadinhos de peru;
- Pão, queijos e requeijão, fiambre, presunto, compotas de fruta;
- Carapaus de escabeche, frango frito, frango assado, frango na púcara, carne assada (fatiada), arroz de pato, bacalhau com natas;
- Arroz-doce, bolos e bolinhos;
- Frutas: melão, figos, pêssegos, maçã riscadinha de Palmela;
- Bebidas: vinho, licores, refrigerantes, cervejas, sem faltar o Moscatel de Setúbal e Vinho do Porto.

Dos pratos tradicionais, referidos por Marques (2007), apenas registei os carapaus de escabeche, não encontrando nas mesas outros pratos de outrora, como o coelho frito ou à caçadora, ou o bacalhau cozido com grão ou com batatas, assim como o bolo podre com canela e o bolo de família, embora estes dois bolos me tenham sido referidos como uma sendo feitos por algumas famílias em Palmela. Mantem-se a tradição de a maior parte das comidas serem preparadas em casa, sendo que as famílias se esmeram nesses preparativos, e numa espécie de rivalidade, especialmente em torno dos doces (Turmo, Ouardani & Aallali, 2007).

Ao convívio em torno da mesa segue-se o ritual dos "batismos" no Cruzeiro. Quem vai pela primeira vez a esta festividade é erguido por duas pessoas que encostam o principiante três vezes ao Cruzeiro como ritual de iniciação e de aceitação pelo grupo.

A meio da tarde teve lugar a Missa e a Procissão. Saindo da Igreja do Cabo Espichel, percorre todo o Terreiro e regressa à igreja. As celebrações terminam com a Arrematação das Bandeiras e da Imagem da Santa, que permanecerão até ao ano seguinte em casa da pessoa que as arrematou. Entretanto, vão-se arrumando as comidas, as mesas e os bancos e regressa-se a casa, cumprindo mais uma vez a devoção a Nossa Senhora do Cabo Espichel.

Na descrição das festividades do Círio de Palmela, Marques (2007) relata que, em geral, as celebrações no Cabo Espichel eram acompanhadas de um *Arraial*, com comidas, bebidas, música, bailes e outras atividades lúdicas. Recorde-se que as deslocações eram mais demoradas do que atualmente. Era preciso mais do que um dia para chegar ao Cabo e aí se permanecia por mais de um dia, utilizando-se as casas dos peregrinos que formam o conjunto arquitetónico do Cabo Espichel, com a Igreja ao centro. O percurso fazia-se, outrora, em carroças, nas quais eram visíveis os víveres para os dias passados no Cabo.

> *Para além dos produtos alimentares pouco perecíveis, os coelhos, as galinhas e os patos eram colocados em canastras [cestos quadrados com asas], penduradas na parte exterior traseira da carroça. Por baixo dos dois bancos laterais, que nesta viagem se acrescentavam, iam cabazes de fruta miúda, melões e melancias, acomodadas entre sacos, malas e caixas. (Marques, 2007, pp. 116-117)*

Mais adiante, o mesmo autor, reportando-se aos primeiros momentos de ocupação das casas dos círios, refere "o perfume proveniente das caixas de fruta (maçã riscadinha, pêssegos, melões e já alguns marmelos…) ou do café de cevada a ferver em grandes cafeteiras" (Marques, 2007, p. 117-118).

Essas vivências só eram possíveis quando se pernoitava no Cabo, o que deixou de se ser permitido em março de 1996 (Marques, 2007). Essa decisão foi bastante impactante nas celebrações dos Círios e no sentido da peregrinação, tendo-se traduzido em várias mudanças. Desde logo implicou a diminuição dos dias de festa e de permanência no Santuário, e consequentemente dos rituais habituais. No caso do Círio de Palmela os dias de festas foram encurtados de três para dois, e só um deles tem como palco o Santuário. Perdeu-se o Arraial no terreiro e toda a componente de música, baile e também de jogos populares. As festividades de palmela chegaram a incluir uma componente artística e teatral realizada na Casa da Ópera, mesmo em ruínas (Marques, 2007), o que deixou igualmente de se realizar. De um modo geral, todos os momentos e rituais de chegada às casas dos romeiros, de preparação das comidas e das roupas para a festa ficaram na memória desses tempos em que se pernoitava no Cabo e em que aí se vivia efetivamente um tempo de festa. Mas a festa, essa perdurou, sobrepondo-se às contingências do espaço físico e das suas materialidades. É a tradição que persiste, adaptando-se continuamente ao presente.

6. Reflexões finais: património(s), religiosidade e turismo

A paisagem do Cabo Espichel é uma simbiose entre valores naturais e culturais em que se cruzam o material e o imaterial. É também da singularidade desta simbiose que resulta o potencial valor turístico deste lugar. O conjunto edificado do Santuário tem passado por várias vicissitudes e não se tem conseguido a implementação de uma estratégia de recuperação e preservação dos edifícios. Em 1950 o Santuário do Cabo Espichel foi classificado como Imóvel de Interesse Público (Decreto n.º 37728, de 5 de janeiro), pelo que "a sua salvaguarda arquitetónica, cenográfica e paisagística tem de ser assegurada", lê-se na Memória Descritiva do Projeto REVIVE, da autoria de Margarida Elias (2016).

Na sequência desta classificação, nos anos cinquenta e sessenta do século XX, foram realizados estudos com vista à sua recuperação, um deles despoletado pela Fundação Calouste Gulbenkian e em que esteve envolvido o arquiteto Keil do Amaral, e entre 1964 e 1975, foram realizadas diversas intervenções a cargo da Direcção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais (Elias, 2016). Em 1986 foi criado um grupo de trabalho que para além dos organismos ligados à cultura e ao património (Direcção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais e Instituto Português do Património Cultural) integrou o sector do turismo, através da Direcção-Geral do Turismo e do ENATUR – Empresa Nacional de Turismo. Vem desde essa época a ideia de partilhar a funcionalidade do conjunto edificado entre a componente religiosa e o usufruto turístico.

Em 2016, o Estado Português cria o Programa REVIVE, com vista à recuperação e requalificação para fins turísticos de edifícios de elevado valor histórico e patrimonial. O Projeto Revive para o Cabo Espichel, incluído desde logo nesse programa, previa a recuperação e requalificação para fins turísticos da ala Norte e parte da ala Sul do Santuário, sendo que a Igreja e a parte restante da ala Sul manteriam a sua função religiosa (REVIVE, 2016; Elias, 2016). A criação de um Regulamento de Utilização do Terreiro do Santuário de Nossa Senhora do Cabo (REVIVE, 2016), ao abrigo deste projeto, e o compromisso de respeitar a traça arquitetónico dos edifícios constituíam a garantia de compatibilização entre o sentido religioso e a componente turística do espaço. Uma boa aliança entre património e turismo, a que se poderia juntar o usufruto da natureza, através de um programa de atividades e de percursos pedestres.

Contudo, chegados a 2024, uma vez mais, os planos para o Cabo Espichel continuam por concretizar. A Câmara Municipal de Sesimbra, é certo, tem efetuado intervenções de melhoramento no espaço do Santuário, desde 2008, designadamente "a instalação de eletricidade, [a] regularização do piso do terreiro, e a pintura das alas da Ermida da Memória. Em 2015 foi melhorado o estacionamento, efetuada a requalificação do cercado da horta e do jardim e criado um percurso museológico" (CMS, 2024). E o sentido do lugar e o peregrinar em direção ao Cabo, seja com que motivação e em que modalidade, esses persistem.

Este é um trabalho em curso dada a vastidão de práticas religiosas e rituais festivos que se inscrevem no Culto a Nossa Senhora do Cabo. Conforme foi referido no início, apesar da existência de vários estudos sobre os aspetos históricos, arquitetónicos e patrimoniais do Cabo

Espichel, a componente da vivência mais atual das festividades encontra-se pouco estudada. Essa abordagem é, contudo, morosa. Compreender cada círio, tal como qualquer festividade cíclica anual, só é exequível no contexto desse período, tornando possível o acompanhamento da sua organização, rituais e intervenientes, bem como as dinâmicas de mudança que trazem a tradição para o presente, reafirmando-a e revivendo-a.

Bibliografia

Barros. J. & Costa, S. M. (2003). *Festas e Tradições Portuguesas. Setembro e Outubro*. Círculo de Leitores.

Câmara Municipal de Sesimbra (2024). https://www.sesimbra.pt/ [17/10/2024].

Elias, M. (2016). *Santuário do Cabo Espichel. Memória Artística e Histórica do Imóvel. Projeto REVIVE para o Cabo Espichel*. https://revive.turismodeportugal.pt/pt-pt/santuario-espichel

Figueiredo, S., Carvalho, C., Cunha, P. & Carvalho, I. (2021) New Dinosaur Tracks from the Lower Barremian of Portugal (Areia do Mastro Formation, Cape Espichel). *Journal of Geoscience and Environment Protection*, 9, pp. 84-96.

Gros, F. (2024). *Caminhar. Uma Filosofia*. Antígona.

Marques, L. (2007). *O paraíso do «fim do mundo». O culto de Nossa Senhora do Cabo*. Sextante.

Mendonça, J. T. (2019). *Uma Beleza que nos Pertence*. Quetzal.

Modesto, M. L., Praça, A. & Calvet, N. (1999). *Festas e Comeres do Povo Português*. Verbo.

Oliveira, E.V. (1995). *Festividades Cíclicas em Portugal*. Dom Quixote.

Pato, H. B. (2008). *Nossa Senhora do Cabo. Um culto nas terras do fim*. Artemágica.

Pato, H. B. (s.d.). *Santuário do Cabo Espichel. A Casa da Água e a sua Horta Murada*. Câmara Municipal de Sesimbra. [Folheto]

Pereira, F. A. B. (2014). "O Santuário do Cabo Espichel: a Lenda, o Espírito do Lugar e o modo de os dar-a-ver", *Revista Santuários, Arte, Romarias, Peregrinações, Paisagens e Pessoas*, Vol. 1(1), pp. 116-125.

Proença, R. (1991 [1.ª edição 1924]). *Guia de Portugal. Generalidades. Lisboa e Arredores*. Fundação Calouste Gulbenkian.

Programa Revive - Reabilitação, Património e Turismo. Santuário de Cabo Espichel. https://revive.turismodeportugal.pt/pt-pt/santuario-espichel [17/10/2024].

Real, M. (2018). *Fátima e a Cultura Portuguesa*. Dom Quixote.

Roque, M.I. & Fortes, M.J. (2018). Senhora do Cabo: Santuário, Culto e Turismo. Entre a Tradição e a Transformação. *Gaudium Scinedi*, 14, pp. 51-83.

RTCA – Região de Turismo da Costa Azul (1997). *Festas, Feiras e Romarias. Percursos na Costa Azul*. RTCA.

S.a. (1982). *À Descoberta de Portugal*. Seleções Reader's Digest.

Theroux, P. (2012). *A Arte da Viagem*. Quetzal.

Thoureau, H. D. (2021). *Andar a Pé*. Alma do Livros.

Turmo, I. G., Ouardani, F.E. & Aallali, A.E. (2007). *Rojo y verde. Alimentación y cocinas en Marrocos*. Trea.

CAPÍTULO 13

Turismo do Vinho na Campanha Gaúcha: O Elemento Cultural na Oferta de Experiências

Wine Tourism in the Gaúcha Campaign: The Cultural Element in Offering Experiences

CHIATTONE, Priscila · FIGUEIRA, Michel · SEABRA, Claudia

Resumo

O enoturismo é uma atividade que auxilia no desenvolvimento econômico de regiões rurais promovendo e valorizando as suas identidades culturais. Este estudo tem como objetivo apresentar a Rota *Vinhos da Campanha Gaúcha*, localizada no sudoeste do Estado do Rio grande do Sul, Brasil, e verificar se ocorre a inserção da cultura gaúcha nas experiências enoturísticas ofertadas. O *gauchismo* representa a identidade cultural que singulariza antropologicamente o Bioma Pampa, território onde a região da Campanha e suas vinícolas encontram-se inseridas. Esta é uma região rica culturalmente, que conta com uma história e gastronomia peculiares e que possui excelente *terroir* para produção de uvas *vitis viníferas*. No entanto, a *Rota Vinhos da Campanha*, criada em 2021, ainda dá seus primeiros passos na oferta e na divulgação de experiências enoturísticas. A metodologia desse estudo tem caráter qualitativo, utilizando como método um estudo de caso descritivo, sendo acionada por meio da observação participativa da realidade ofertada pelas vinícolas que compõe esta Rota. Os principais resultados demonstram que esta é uma Rota extremamente longa, são 505,8 quilômetros entre a primeira e a última vinícola, que as visitações precisam de agendamento prévio e que as experiências ainda são deficientes no tangente à inclusão da história e da cultura regional na oferta de atividades mais envolventes e participativas, visto que, atualmente, estas são essenciais para a satisfação do visitante em experiências enoturísticas.

Palavras-chave

Cultura, Enoturismo, Experiências, Campanha Gaúcha

Abstract

Wine tourism is an activity that helps in the economic development of rural regions by promoting and valuing their cultural identities. This study aims to present the Rota Vinhos da Campanha Gaúcha, located in the southwest of the State of Rio Grande do Sul, Brazil, and verify whether the Gaucho culture is included in the wine tourism experiences offered. Gauchism represents the cultural identity that anthropologically singles out the Pampa Biome, the territory where the Campanha region and its wineries are located. This is a culturally rich region, which has a peculiar history and gastronomy and which has excellent terroir for

the production of wine grapes. However, Rota Vinhos da Campanha, created in 2021, is still taking its first steps in offering and promoting wine tourism experiences. The methodology of this study has a qualitative character, using a descriptive case study as a method, being activated through participatory observation of the reality offered by the wineries that make up this Route. The main results demonstrate that this is an extremely long route, 505.8 kilometers between the first and last wineries, that visits require prior scheduling, and that the experiences are still deficient in terms of the inclusion of regional history and culture in the offering more engaging and participatory activities, as these are currently essential for visitor satisfaction in wine tourism experiences.

Keywords
Culture, Wine Tourism, Experiences, Gaúcha Campaign

1. Introdução

O turismo do vinho é uma atividade em crescimento que contribui para o desenvolvimento econômico e social de regiões vitivinícolas, especialmente em regiões rurais (Alonso et al., 2015), onde as atividades encontram-se relacionadas à paisagem, às atividades agrícolas e aos modos de vida tradicionais que lhes são associados (Tănase et al., 2022, Vukovic et al., 2020).

A fim de promover o turismo do vinho na Região da Campanha Gaúcha (sul do Brasil), a Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha (fundada em 2010), em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, no Estado do Rio Grande do Sul (SEBRAE/RS), Brasil, lançou em setembro de 2021 a *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha*. A Rota, que contempla dez vinícolas, encontra-se localizada ao Sul do Estado do Rio Grande do Sul, no *Bioma Pampa*, ecossistema territorialmente compartilhado com o Uruguai e com a Argentina, países que fazem fronteira com a *Região da Campanha* (Paim et al., 2022).

Particularmente às rotas enológicas, Bruwer (2003) explica que as mesmas se caracterizam pela existência de atrativos, tanto naturais (montanhas, parques naturais e outras paisagens) como físicos (adegas, museus de vinho etc.). Sendo, deste modo, uma mistura de aspectos culturais, ambientais e sociais.

A *Região da Campanha* tem como características singulares a apresentação de excelente *terroir* para a produção de vinhos finos (paralelos 29 a 31) e a preservação da cultura *gaúcha* marcada pela presença de hábitos, costumes, tradições e bens materiais e imateriais que compõem uma identidade única, de um povo culturalmente forjado em um ecossistema chamado *Pampa*.

Na Região da Campanha Gaúcha, a cultura do vinho é relativamente nova. Embora tenha sido palco para a primeira vinícola registrada no país, a J.Marimon & Filhos, que iniciou seu plantio em 1982 e teve sua sede totalmente destruída, é somente a partir dos anos 2000 que os produtores voltaram a olhar para a região com grande potencial produtivo (Torres, 2023).

Assim, não há nesta região a presença de vinícolas com edificações históricas ou mesmo história de um povo que estabeleceu as vinhas em um processo de imigração, como na região da serra gaúcha, por exemplo (Lavandoski et al., 2012).

A Campanha é caracterizada por grandes extensões de terra onde a principal cultura é a pecuária, e não a vitivinicultura. E é justamente isso que torna essa paisagem distinta e atrativa, a intersecção de bovinos e ovinos em pastos onde também têm se cultivado as vinhas. Sobremaneira, o patrimônio cultural dessa região não se encontra relacionado aos vinhedos ou edificações associadas ao vinho, como apresentado em alguns estudos do velho mundo (Suárez & Franco, 2020; Silva et al., 2018; Albaladejo et al., 2013), e sim na história e cultura dos gaúchos do Pampa.

Na *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha*, o cultivo das vinhas encontra-se inserido no meio rural das estâncias gaúchas, onde as atividades principais ainda são a pecuária e a agricultura, sendo esse um cenário único para o visitante e uma oportunidade ímpar de promoção turística de um destino diferenciado por suas características identitárias singulares. Mas estão as vinícolas a ofertar experiências que insiram o elemento histórico e cultural *gaúcho* no enoturismo? As vinícolas estão a destacar e a valorizar o ecossistema *pampa* para o cenário do enoturismo regional?

A fim de elucidar essas questões, realizou-se, com esse trabalho, um estudo *in loco* com a apresentação da *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha*, das experiências ofertadas pelas vinícolas que a compõem e se esses empreendimentos realizam a inserção da história e da cultura *gaúcha*, bem como do cenário do *pampa gaúcho*, nas experiências ofertadas.

Uma das motivações dos enoturistas, estudadas e apresentadas pela literatura, é o aprendizado (Getz et al., 2008). E esse pode ser adquirido no momento da degustação de vinhos, na realização de tours pelas vinícolas, através de *storytelling* (contação de história) sobre a região de inserção das vinícolas e sobre as propriedades visitadas, bem como na vivência de experiências que incluam e valorizem a tradição e a cultura do território enoturístico.

A investigação científica em enoturismo tem evoluído de acordo com o crescimento dessa atividade turística. Nas últimas décadas a maioria dos estudos tiveram como foco as motivações e características sociodemográficas dos visitantes (Alant., & Bruwer, 2004; Bruwer et al, 2018; Byrd et al., 2016; Carvalho et al., 2017; Charters, Ali-Knight, 2002; Coelho et al., 2021; Grybovych et al., 2013; Lameiras et al., 2013; Nella, & Christou, 2014; Saayman et al., 2012; Sparks, 2007; Torre, & Pérez, 2014; Zanini, & Rocha, 2010). Outros estudos apontam a gestão, oferta, lealdade e satisfação enoturísticas (Alonso, & Liu, 2010; Bianchi et al., 2014; Getz & Brown, 2006; Hall et al., 2000; Leri, & Theodoridis, 2019; Marzo-Navarro & Pedraja-Iglesias, 2012; Mitchell, & Hall, 2003; Molina et al., 2015; Tahar, 2021), e mais recentemente foram publicados estudos relativos às experiencias e às atividades de co-criação no enoturismo (Alexiou, 2020; Brochado et al., 2021; Carvalho et. al, 2021a,b,c,d; Festa et al., 2015; Gu et al., 2020; Kirova, 2021; Kotur, 2023; Rachão et al., 2020b, Rachão et al., 2021, dentre outros).

Embora existam evidencias de pesquisas sobre a importância do patrimônio cultural e dos elementos históricos e culturais na oferta enoturistica, a maioria dos trabalhos se apresentam como estudos teóricos (Gabardo & Valduga, 2018; Kranjyevly & Gartner, 2019; Némethy et al., 2016; Santos et al., 2021) e não como casos empíricos, onde patrimônios culturais são apontados e destacados como elementos de oferta a fim de promover e desenvolver um destino turisticamente de forma sustentável. E quando o fazem, realizam levantamento dos bens culturais patrimoniais unicamente associados ao vinho (Albaladejo et al., 2013) e não à uma cultura local fortemente associada a ele.

Assim, com esse estudo pretende-se fornecer uma referência para preencher a lacuna de pesquisa sobre a identificação de elementos culturais e patrimoniais de uma região específica na oferta do turismo do vinho, bem como realizar sugestionamentos de como tornar esses elementos peculiares em atrativos.

2. O Turismo Cultural na Oferta Enoturística

O turismo cultural é uma prática turística motivada pelo desejo de contato com bens materiais e referências imateriais representativos da identidade cultural de determinado povo, lugar ou país. Vaquero (2006) considera que dentro dessa modalidade de turismo, o deslocamento é motivado pelo desejo de entrar em contato direto com o objeto de consumo, um objeto cujo referente constitui uma identidade e um ambiente histórico especial que é impossível de transferir.

E, quando aciona o seu deslocamento pendular, o próprio turista tende a identificar e legitimar o valor cultural, diferenciado e singular, impresso nos bens e referências materiais e imateriais dos destinos visitados. Essa apreciação crítica está inerente ao olhar cultural do turista, mediada por códigos de percepção balizados em sua formação social que orienta os valores estéticos do observador (Gali, 2010), inclusive gerando uma ligação emocional com os lugares, com a história das localidades (Barretto, 2007). Complementando essa discussão, Robinson e Picard (2006) destacam que os turistas podem despertar o entusiasmo pela valorização da cultura material e imaterial, pois tendem a ser os primeiros a reconhecer as práticas, hábitos, costumes, tradições e acervos culturais dos destinos.

No entanto, a dimensão cultural no enoturismo, enquanto segmento do turismo cultural, é um tema subexplorado pelos estudos de caso e investigações em seu campo científico. Contudo, do pouco que a literatura destaca, podemos observar que o enoturismo tem a característica de proporcionar ao visitante muito mais do que simples lazer ou recreação, conferindo assim a geração de conhecimentos através das experiências ofertadas, bem como permitindo um encontro imaginário com o passado e com a história de gerações anteriores (Brambilla & Vanzella, 2017). Os personagens envoltos na história do vinho, os modos de vida decorrentes do vinho, as paisagens culturais, as ferramentas e as formas de plantio da uva e produção do vinho são componentes essenciais que compõe a cultura do vinho e motivam as visitas enoturísticas (Brambilla & Vanzella, 2017).

O vinho é uma bebida que faz parte da história dos homens e realizar o turismo do vinho é, de fato, vivenciar a cultura de um povo. Assim, a história, a cultura e o vinho podem ser considerados indissociáveis, visto que existe uma história do vinho e uma cultura do vinho, incluindo seus simbolismos, suas memórias, suas práticas produtivas, seus significantes sociais compartilhados e suas técnicas de produção (Simmat & Casanave, 2022)

Mas, também, existem uma história, uma memória e uma cultura que compõem o território de inserção de uma vinícola. E esse território possui uma formação sociocultural, tradições, costumes, paisagens singulares, memória histórica, diversidade étnico-cultural e produções diversas, tais como agropastoris, industriais e comerciais (Gabardo & Valduga, 2019; Elias, 2008).

Para Gabardo e Valduga (2019), o contexto histórico, cultural e natural de cada região tem um forte impacto na maneira em que se formam as paisagens e se desenvolve o enoturismo. Em estudo sobre os sistemas culturais e a paisagem dos vinhedos brasileiros, os autores ainda enfatizaram que a dispersão das vinícolas do *Pampa Gaúcho* em um extenso território, assim como a distância dos grandes centros emissores de turistas, é um desafio a ser superado por essa região.

Dessa forma, é importante pensar que o enoturismo, por fundamentar-se na cultura do vinho e na cultura do território de inserção das vinícolas, pode ser pensado como um segmento do turismo cultural, visto que integra, em sua oferta de experiências, distintas práticas resultantes ou relacionadas às produções humanas de ordem rural, fabril, tradicional e criativa. Ou seja, o enoturismo se apropria da cultura em suas produções experienciais.

Ademais, a viticultura e o enoturismo são alternativas para a revalorização do patrimônio rural onde estão inseridos, sendo estratégias para o desenvolvimento regional de áreas rurais (Gabardo & Valduga, 2019).

3. Património Cultural dos Pampas: A Tradição Cultural Gaúcha

A cultura é dinâmica e esse dinamismo envolve transformações radicais ou continuísmo estético e comportamental. Por sua dinâmica natural, referenciada na contemporaneidade e suas influências, a cultura é um mecanismo identitário de significação, em um tempo e espaço particulares, de códigos, comportamentos, produções e adesões sociais da experiência humana. E o instrumento prático que possibilita a continuidade, com um mínimo de interferência estética e comportamental, de um processo cultural é o que chamamos de *tradição*.

A tradição é uma ação de reprodução cultural que permite ao homem a continuidade no tempo, os vínculos com o passado e a força da conveniência de agir de acordo com seus interesses mais particulares ou conforme os interesses de um determinado grupo social. O estudioso inglês Anthony Giddens (2002) explica que "a palavra inglesa *tradition* tem origem no termo latino *tradere*, que significa transmitir, ou confiar algo à guarda de alguém" (p.49).

E é com base na tradição, como reflexo da sua relação com um território, com uma temporalidade, com conveniências sociais e com a transmissão de conhecimentos, hábitos e sistemas de adaptação cultural que se forjou a figura típica do *gaúcho*. O *gaúcho* é um homem do campo, da campanha, do bioma *pampa*, o qual ocupa o oeste e o sul do Estado do Rio Grande do Sul, no Brasil. A configuração do tipo social gaúcho no Rio Grande do Sul foi permeada por condições sócio-históricas e culturais em meio às implicações políticas e sociológicas dos conflitos e guerras de fronteira com o Uruguai e com a Argentina, já que o bioma não é exclusivamente brasileiro.

O *gaúcho*, enquanto sujeito sociocultural, originou-se da miscigenação entre nativos indígenas (charruas, guenoás, minuanos e tupi-guaranís), portugueses, espanhóis e africanos, resultando como um tipo social de uma região que não se restringe apenas ao território brasileiro (Tatsch, 2014). Ou seja, há gaúchos na Argentina e no Uruguai, pois o *pampa gaúcho*, além de metade sul do Rio Grande do Sul, ocupa parte de um extenso ecossistema com mais de 750 mil km^2 que abrange todo o Uruguai, o centro-leste da Argentina e ainda o extremo sudeste do Paraguai. Geograficamente, o *pampa* inicia-se a partir do paralelo 30 de latitude sul, formando um complexo sistema de campos naturais (Bencke et al, 2016).

A cultura e as tradições *gaúchas* foram construídas sobre os campos nativos de um território de fronteira flutuante e em íntima associação com as atividades mais antigas na região: a criação extensiva de gado e a lida com cavalos, em especial com o cavalo de raça *crioula*. Já os traços culturais do *gaúcho* se manifestam na sua indumentária típica, no cancioneiro regional, em seus costumes, na culinária, na arquitetura e nas lidas campeiras, fazendo do *pampa* uma verdadeira paisagem cultural (Bencke et al, 2016).

Particularmente, a criação de gado foi determinante para a formação da figura do *gaúcho*, fazendo da pecuária e seus derivados, um dos pilares de sua cultura (Silva & Souza, 2004). Dessa forma, o território de formação do *gaúcho* é popularmente chamado de *campanha*, visto que a relação com o campo determinou o surgimento e a manifestação tradicional de bens e referências, materiais e imateriais, que determinam as características antropológicas do *gaúcho*.

4. Metodologia

A metodologia de investigação foi de abordagem qualitativa, utilizando como método um estudo de caso descritivo, a *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha*. Segundo Godoy (1995) a pesquisa qualitativa ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes. A autora enfatiza que a abordagem qualitativa oferece três diferentes possibilidades de se realizar pesquisa: a pesquisa documental, o estudo de caso (utilizado neste estudo) e a etnografia. O estudo de caso se caracteriza como um tipo de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa profundamente. Visa ao exame detalhado de um ambiente, de um simples sujeito ou de uma situação em particular (Godoy, 1995).

A análise de conteúdo foi realizada a partir de observação participativa durante as visitas *in loco* nas vinícolas que contemplam a Rota e que estavam disponíveis para a recepção de visitantes, sendo essa a amostra de pesquisa. A observação tem um papel essencial no estudo de caso, podendo ser essa de caráter participante, quando o pesquisador se coloca na posição dos outros elementos envolvidos no fenômeno em questão, ou não-participante, quando o pesquisador atua apenas como espectador atento (Godoy, 1995). Para DeWalt e DeWalt (2010), a observação participativa é um método empírico onde o pesquisador experiencia a realidade local e descreve as conclusões de forma objetiva.

Para a coleta dos dados, os pesquisadores entraram em contato com todas as vinícolas que contemplam a Rota e, através de agendamento prévio e disponibilidade das mesmas, visitaram dez propriedades, apresentadas na tabela 1, durante os meses de agosto e setembro de 2022.

Tabela 1. Objeto de estudo: vinícolas da Rota Vinhos da Campanha Gaúcha

Rota Vinhos da Campanha Gaúcha			
Propriedade	**Nome**	**Localização**	**Atividades Produtivas**
01	Batalha vinhas e vinhos	Candiota	Vinho
02	Quinta do Seival (Miolo)	Candiota	Vinho
03	Estância Paraízo	Bagé	Vinho, Pecuária
04	Peruzzo	Bagé	Vinho, Pecuária
05	Cerros de Gaya	Bagé/Dom Pedrito	Vinho, Azeite, Pecuária
06	Guatambu	Dom Pedrito	Vinho, Pecuária
07	Cordilheira de Sant'Ana	Livramento	Vinho
08	Almadén (Miolo)	Livramento	Vinho
09	Bodega Sossego	Uruguaiana	Vinho, Pecuária
10	Campos de Cima	Itaqui	Vinho, Pecuária

O registro da observação foi realizado com auxílio de bloco de notas, caneta, tablet e câmera fotográfica. A análise dos dados foi realizada de forma descritiva.

5. Resultados e Discussões

5.1. Rota Vinhos da Campanha Gaúcha

A *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha*, inaugurada no ano de 2021, encontra-se no território das *Regiões Turísticas do Pampa Gaúcho e da Fronteira Gaúcha*, ambas no *Bioma Pampa*, compartilhado ainda com o Uruguai e a Argentina, países que marcam as fronteiras da região (Paim et al., 2022).

A *Região turística da Fronteira Gaúcha* é formada pelos municípios de Alegrete, Barra do Quaraí, Itaqui, Manoel Viana, Quaraí, Rosário do Sul, Santa Margarida do Sul, Sant'Ana do Livramento, São Gabriel e Uruguaiana. Nessa região, o visitante encontra o verdadeiro *gaúcho* pelas ruas das cidades, pois ainda se preservam as tradições do Rio Grande do Sul no dia a dia das estâncias, nos rodeios e nas festas campeiras. Já a *Região Turística do Pampa Gaúcho* é composta pelos municípios de Aceguá, Bagé, Caçapava do Sul, Candiota, Dom Pedrito, Lavras do Sul e Pinheiro Machado. As duas regiões são caracterizadas por grandes áreas cobertas por campos, incluindo matas ciliares e banhados (Paim et al., 2022).

Na *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha*, o visitante pode observar as belezas do *Bioma Pampa*, com suas colinas popularmente conhecidas como *coxilhas*, celebrações campeiras e culinária a base de carnes bovina e ovina, tais como o "churrasco de fogo de chão", o "carreteiro" e o "espinhaço de ovelha", incluindo uma doçaria tradicional composta por doces como a ambrosia, as frutas em calda e sua tradicional bebida: o chimarrão, cuja composição se dá pela infusão de erva-mate em um *porongo* (tipo de cabaça - *gourd*) usando uma espécie de canudo (bomba) para sugar a bebida (Paim et al., 2022).

Ademais, o cultivo das vinhas encontra-se inserido no meio rural das estâncias, onde as atividades principais ainda são a pecuária e a agricultura, podendo o visitante interagir com a cultura local em suas experiências enoturísticas. De fato, esse é um território onde a tranquilidade do campo também dá espaço à dinamicidade e o movimento típico de regiões fronteiriças, com zonas de *free shops* e práticas de intercâmbio cultural e comercial (Paim et al., 2022).

No ano de 2020, essa região adquiriu, para vinhos finos brancos, rosados, tintos e espumantes, o Selo de Indicação Geográfica *Campanha Gaúcha* (Figura 1), o qual foi reconhecido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI na espécie de Indicação de Procedência – IP (Zanella, 2020).

Figura 1. Selo de Indicação de Procedência dos vinhos da Campanha Gaúcha. **Fonte**: Acervo dos autores.

A *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha* é composta por doze vinícolas e possui uma extensão de 505,8 km (distância entre a primeira e a última vinícola), o que demanda maior tempo ao visitante que almeja realizar visitação em todas as propriedades.

Durante o estudo *in loco* foi possível observar que todas as vinícolas cultivam as suas vinhas, mas somente sete realizam o processo de vinificação em suas propriedades, sendo que a 03 e a 05 realizam esse processo em outras vinícolas da Rota e a 09 em vinícola localizada na Serra Gaúcha, região tipicamente de origem imigratória alemã e italiana, localizada no leste do Estado do Rio Grande do Sul. Todas as vinícolas investigadas possuem placa de identificação da Rota na entrada de suas propriedades (Figura 2) e somente atendem visitantes mediante agendamento prévio. Entretanto, possuem lojas abertas para compras durante a semana.

Figura 2. Placa de identificação da Rota Vinhos da Campanha Gaúcha
Fonte: Acervo dos autores.

Aos finais de semana, mediante agendamento, as propriedades atendem somente grupos com no mínimo 10 pessoas. Nenhuma propriedade possui restaurante aberto ao público, algumas realizam eventos somente com datas marcadas e almoços e/ou jantares para grupos, mediante agendamento. Além do cultivo de vinhas e produção de vinhos, a maioria das empresas pesquisadas (seis) desenvolvem atividade pecuária, sendo que somente quatro produzem somente o vinho, e uma delas se dedica ao vinho, a pecuária e, ainda, a produção de azeites.

5.2. Experiências Enoturísticas no Pampa Gaúcho

A seguir serão detalhadas as experiências vivenciadas nas vinícolas que contemplam a Rota *Vinhos da Campanha Gaúcha* e a inserção do elemento cultural nessa oferta. No entanto, conseguiu-se acompanhar as atividades ofertadas, em conjunto à enoturistas, somente nas propriedades 02 e 08, as quais tinham grupos agendados no mesmo momento de aplicação da observação participativa, em trabalho de campo. Nesses locais, foi realizado um maior detalhamento das experiências ofertadas.

Ao chegarmos na propriedade 01, localizada no município de Candiota, pudemos visualizar uma placa de indicação da rota. Após fomos atendidos por uma funcionária administrativa, graduada em nutrição, que nos apresentou as vinhas (ao longe) e, em seguida, nos guiou por um breve tour na vinícola, explicando os tipos de cultivares e vinhos produzidos. Não houve um detalhamento técnico sobre o cultivo e vinificação. Após, fomos direcionados à loja onde foram apresentados todos os vinhos e realizada a degustação de alguns deles. Não observamos quaisquer elementos culturais durante a realização do tour guiado. Durante a degustação e a apresentação dos vinhos observamos apenas indicadores da cultura gaúcha nos rótulos de alguns vinhos da marca. A funcionária explicou que essa propriedade não foca em atividades de enoturismo, mas que as outras vinícolas pertencentes ao mesmo grupo, sim. As outras vinícolas do grupo encontram-se distribuídas entre a *Serra Gaúcha*, a *Região do Vale do São Francisco* (Região Nordeste do Brasil) e na cidade de Santanna do Livramento, sendo que essa última também pertence à *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha* e será apresentada posteriormente.

Na vinícola 02, com agendamento prévio, conseguimos acompanhar as atividades ofertadas juntamente com um grupo de visitantes. Ao chegarmos na vinícola fomos recepcionados por funcionários *pilchados* (usando *pilcha*, vestimenta típica do gaúcho que inclui calças, camisa, chapéu, dentre outros adereços) que nos direcionaram a um espaço de eventos e serviram uma taça de espumante. Neste local, um dos sócios da empresa, também *pilchado*, realizou a apresentação da propriedade com explanação sobre o histórico da vinícola, da rota e da região, assim como também aspectos técnicos de cultivo e vinificação. As pessoas que compunham o grupo eram na sua maioria idosos. Neste momento, notou-se uma dispersão e conversa paralela durante o momento da explanação mais técnica sobre a vitivinicultura. Esse fato foi observado também por Rachão et al. (2021) que demonstra que há menor interesse dos enoturistas por atividades mais técnicas.

Notamos uma boa interação entre os visitantes e entre esses com os funcionários da propriedade, resultando assim em uma descontração durante a atividade. Outros estudos também demonstram a importância da dimensão *interação* nas experiências enoturísticas (Carvalho et al., 2021d; Rachão et al, 2020b; Rachão et al., 2021). Na sequência, fomos guiados, de maneira descontraída, até o local de processo de vinificação, onde outras explicações técnicas foram informadas. Não fomos guiados até o vinhedo. Após, retornamos ao salão para o almoço harmonizado: churrasco fogo de chão, arroz e saladas harmonizados com vinhos da propriedade, com destaque ao cabernet *sauvignon* e ao *tannat,* os quais harmonizaram com as carnes servidas. Durante o almoço o sócio da empresa circulou conversando com os visitantes e, adiante, fomos convidados a conhecer a loja da vinícola.

Importante contribuir que, entre as melhorias de experiência que poderiam ser adotadas por essa propriedade, poder-se-iam incluir a participação dos convidados na realização do churrasco de fogo de chão, explicando o seu processo de preparo, além da realização do tour diretamente nas vinhas, contemplando a paisagem do pampa.

A terceira propriedade visitada fica localizada no município de Bagé. Após agendamento, fomos recepcionados pelos proprietários, os quais nos mostraram toda a estância e nos contaram, de maneira muito envolvente, a história da região, da família, da propriedade e dos vinhedos. Segundo Herskoviz & Crystal (2010), o *storytelling* é capaz de criar um vínculo emocional duradouro com a marca, fato importante na fidelização de clientes.

Durante o tour pela bela fazenda pudemos desfrutar das vinhas, da paisagem do *pampa*, da flora e da fauna presentes no local. A literatura já concluiu que a experiência de visitação de vinícolas é bem mais sucedida quando também inclui atividades não relacionadas com o vinho, como apreciar a paisagem, o ambiente, a comida, a socialização e a aprendizagem (Stergiou, 2018; Rachão et al., 2020a).

O proprietário também nos relatou que a estância já está sendo administrada pela décima geração de sua família e que o cultivo das videiras teve início no ano de 2000, após uma crise da agropecuária (posterior ao ano de 1995, causadas por problemáticas de gestão governamental) e pelo incentivo de uma vinícola da *Serra Gaúcha* que, sabedora do excelente *terroir* da *Região da Campanha,* importou mudas de vinhas da Europa e as distribuiu para pecuaristas da região cultivarem, inicialmente, apenas cinco hectares. Atualmente, outras vinícolas da região da *Serra Gaúcha* possuem seus melhores vinhos, elaborados com uvas cultivadas nas vinhas da *Campanha*.

Aos finais de semana, e esporadicamente, essa propriedade recebe visitantes sob agendamento, porém com grupos acima de dez pessoas. No entanto, não hesitou em nos recepcionar. Dentre as atividades ofertadas estão almoços e jantares harmonizados em um salão com paredes de pedras (antiga casa de funcionários que foi reformada) e a observação de estrelas. O final de nossa experiência foi brindado com degustação de um vinho na casa de pedras, a qual também abriga a adega e a loja para comercialização de produtos que incluem vinhos, com rótulos identitários da cultura gaúcha, livros, dentre outros. Cabe salientar que a vinificação dos vinhos da propriedade é terceirizada e realizada por outra vinícola que contempla a rota. Durante a visitação notamos muito presente a cultura gaúcha, pois a propriedade é uma fazenda ativa que foca na pecuária e na agricultura desde 1790.

A quarta propriedade também se localiza no município de Bagé. Nesta fomos recepcionados por uma funcionária administrativa da vinícola em uma estrutura que conta com espaço para eventos (degustações) e loja para comercialização de seus produtos. A funcionária realizou um tour pela vinícola nos mostrando o processo de vinificação e apontando o local de cultivo das vinhas. Também nos informou que a vinícola tem projeto para a construção de uma pousada e que, sob agendamento de grupos, realizam almoços harmonizados. Não identificamos o elemento histórico cultural na experiência ofertada. No entanto, a loja comercializa produtos e vestimentas típicas gaúchas e aposta em rótulos que enfatizam o gaúcho (Figuras 3 e 4).

Figuras 3 e 4. Comercialização de produtos típicos gaúchos e rótulo
Fonte: Acervo dos autores

A quinta propriedade visitada oferta experiências apenas para um número mínimo de dez pessoas, e somente por meio de datas exclusivas divulgadas em seu website e em suas redes sociais. Ao chegarmos no estabelecimento fomos recepcionados por uma funcionária e por uma enóloga que nos informaram que a propriedade possui cultivo de videiras e produção de azeites, cultivo de oliveiras e vinificação em vinícola terceirizada da *Região da Campanha*, incluindo, ainda, produção pecuária. Nosso grupo de visitação sofreu um atraso, assim realizamos a experiência sem o contato e a participação do mesmo. A experiência ofertada pela vinícola é composta pela contemplação da paisagem e do pôr-do-sol, em uma área semiaberta, com a degustação de vinhos e harmonização com tábua de frios e frutas. O ambiente é rústico, decorado com pelegos de ovelha, fogo de chão e possui uma vista para as oliveiras, para as videiras e para o gado pastando. Não houve quaisquer explicações históricas e culturais, bem como nenhum tipo de tour guiado ou explicações mais técnicas sobre cultivos ou produções, sendo essas as sugestões que a propriedade poderia adotar para qualificar a experiência enoturística.

A sexta propriedade visitada encontra-se no município de Dom Pedrito. Esta é visivelmente a vinícola que possui o enoturismo mais consolidado, ofertando visitações sob agendamento, mas também realizando eventos todos os sábados, incluindo, uma vez ao mês, a oferta de um almoço tradicional harmonizado, e nos finais de semana restantes, a oferta de piquenique em seu jardim, o qual é decorado com elementos da cultura gaúcha (Figuras 5 e 6).

Figuras 5 e 6. Jardim de vinícola com elementos culturais gaúchos
Fonte: Acervo dos autores

Ao chegarmos nessa vinícola, fomos recepcionados pela enóloga e dirigidos para o auditório onde assistimos um vídeo institucional contando a história da família e da propriedade. Além da vinícola e suas atividades de enoturismo, a propriedade desenvolve atividade agropecuária e preocupa-se com as questões ambientais, já que é autossuficiente em energia elétrica. Após realizamos um tour guiado, incluindo degustações durante todo o processo de vinificação. Durante o *tour* houve interação com a enóloga a qual transmitiu diversos conhecimentos sobre vitivinicultura e vinificação. Ao final, fomos direcionados para a loja de comercialização de seus vinhos, os quais utilizam nomenclaturas populares que remetem à cultura e à região em que a propriedade se encontra inserida, tais como lendas, rastros, pampa e estância.

A sétima propriedade visitada possui como atividade somente a vitivinicultura e encontra-se localizada no município de Santana do Livramento, há apenas 10 km de distância do Uruguai. Através de agendamento é possível realizar visitação com degustação. Porém, as degustações, incluindo **tábua de frios ou refeição leve** (*escondidinho de charque*, prato composto por purê de mandioca com *charque*, tipo de carne seca produzida regionalmente), são ofertadas apenas para grupos. Nesta visitação, fomos recebidos por funcionária administrativa, que nos passou informações, nos guiou por um tour pela vinícola e mostrou a vista para os vinhedos e para o *Cerro Palomas*, cartão postal do município. Ao final da visitação não foi ofertada degustação.

A próxima visitação realizada foi na propriedade 08, também pertencente ao *Grupo Miolo*. Ao chegarmos na vinícola, fomos direcionados à área de recepção de turistas, onde compramos o ticket de visitação e realizamos um tour de visitação guiado que incluiu museu da vinícola,

observação das vinhas em deck panorâmico, área de vinificação e capela. Salientamos que não havia outros visitantes no horário agendado, assim, não houve interação com outros enoturistas. O funcionário que conduziu o tour contou a história da vinícola e, no museu, nos mostrou a linha do tempo da propriedade.

A vinícola foi fundada em 1852, na Califórnia, Estados Unidos da América, e no ano de 1970 mapeou novos locais propícios para a sua expansão, escolhendo o paralelo 31°, na *Campanha Gaúcha*, como nova sede no Brasil. No ano de 1973, a vinícola realizou o plantio das suas primeiras mudas e em, 1980, construiu sua sede em Santanna do Livramento. Em 2009, a propriedade de Pernod Ricard foi adquirida pelo *Grupo Miolo* que revitalizou os vinhedos e reformulou o perfil dos seus vinhos e rótulos. Atualmente a vinícola conta com 450 hectares de vinhedos próprios e elaboração de aproximadamente 4 milhões de litros/ano.

Após a realização do tour realizamos degustações de alguns vinhos em sala própria. Para esse fim e na sequência, fomos direcionados para o *freeshop* da vinícola, onde é possível realizar a compra dos vinhos sem impostos. Pudemos observar que a vinícola conta com um complexo enoturístico, mas que não há preocupação em inserir a cultura gaúcha na oferta turística.

A nona propriedade, localizada no município de Uruguaiana, não possui estrutura para a vinificação. No entanto, terceiriza o serviço em uma vinícola localizada na *Serra Gaúcha*. Essa estância divulgou em seu site as datas de seu evento de enoturismo e fizemos agendamento prévio com agência de turismo receptivo local, a qual se responsabilizou pelo transporte dos enoturistas, saindo da praça central da cidade de Uruguaiana em direção à propriedade. Neste evento, acompanhamos um grupo de 30 pessoas e foi possível observar e vivenciar as experiências de forma mais autêntica.

Ao chegarmos na fazenda fomos recepcionados pelos proprietários com um brinde de boas-vindas com espumantes. A seguir, realizamos um *tour* guiado pelos parreirais onde nos foram apresentadas, de maneira detalhada e descontraída, as cultivares produzidas e outras curiosidades. Durante o *tour*, os visitantes puderam observar os parreirais juntamente com um rebanho de ovelhas e com a presença de gado Bradford (Figura 7). Ao final do *tour* fomos direcionados à uma degustação harmonizada com produtos típicos da região, incluindo música ao vivo e fogo de chão. Toda a experiência aconteceu ao ar livre, em estrutura montada e preparada para essa finalidade e, ao final da tarde, pudemos contemplar o pôr-do-sol e a belíssima paisagem do Pampa. Notamos interação entre as pessoas do grupo e dessas com os proprietários, além de descontração e contentamento ao realizar a atividade realizada totalmente ao ar livre, em meio aos campos da fazenda.

Figura 7. Gado em vinhedos do Pampa Gaúcho
Fonte: Os autores

A última visitação foi realizada em uma vinícola no município de Itaqui, onde fomos recepcionados pela proprietária que nos contou a história da família, da fazenda e da vinícola, incluindo a apresentação de um vídeo institucional. A recepção foi realizada em uma sala decorada com requinte e elementos da cultura gaúcha, espaço também utilizado para degustações harmonizadas, além de almoços e jantares realizados sob agendamento**.** Nesta sala, decorada com quadros de artistas locais, também são comercializados os vinhos produzidos pela vinícola, cosméticos feitos com a uva, vestimentas típicas e livros, possuindo ainda uma vista envidraçada para a **área de produção** (Figuras 8 e 9).

Figuras 8 e 9. Área de recepção de visitantes de vinícola da Campanha Gaúcha
Fonte: Os autores

Na sequência, a proprietária nos guiou por um *tour* pela vinícola e, após, realizamos uma degustação dos vinhos produzidos harmonizados com uma pequena tábua de frios. A proprietária também nos informou que os vinhedos se encontram a 100 km de distância da vinícola, na fazenda da família, e que a vinícola foi instalada no atual endereço – em uma rodovia – por questões logísticas. Essa vinícola ainda conta com uma casa para hospedagem de visitantes e que, segundo a proprietária, já recebeu turistas internacionais.

Por fim, os resultados dessa pesquisa corroboram com o estudo mais similar encontrado na literatura, o qual Fotini et al. (2022) demonstram que algumas rotas de turismo do vinho da Toscana, na Itália, como a de Montecucco, para além do vinho, contempla outros elementos e produtos cultivados na região, como mel, azeitonas e castanhas. Na Toscana, portanto, essa oferta encontra-se mais consolidada, uma vez que as vinícolas ofertam produtos e serviços vinícos associados à hospedagem e às oficinas de gastronomia, isso com o intuito de promover seus produtos e cultura local. A exemplo de outras rotas, como a de Montecucco na Toscana, a *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha*, de maneira ainda tímida, inclui seus produtos e elementos culturais da oferta do enoturismo, além de ressaltar locais de interesse histórico e sua paisagem única.

Importa refletir, com essa investigação, que o sucesso das rotas enoturisticas está na oferta de produtos, tradições, hábitos e costumes da região onde estas encontram-se inseridas, ou seja, desenvolvendo um produto turístico completo (Fotini et al., 2022).

6. Considerações Finais

A experiência vivenciada durante a realização da *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha* foi considerada um estudo de caso, visto que analisou a rota, as atividades ofertadas pelas vinícolas que a compõem, bem como a inserção do elemento histórico-cultural na sua oferta.

Através de observação participativa os pesquisadores concluíram que a *Rota Vinhos da Campanha Gaúcha* ainda está dando os seus primeiros passos, uma vez que todas as visitas precisam ser agendadas, há pouco fluxo turístico, a rota não integra outros estabelecimentos, além das vinícolas, somente uma propriedade possui uma casa de hospedagem e a oferta de almoços harmonizados necessita de grupos fechados com o mínimo de dez pessoas.

Ademais, os empreendimentos poderiam inserir diversas outras atividades rurais e que valorizassem a história e a cultura do *Pampa Gaúcho*, tais como: museus do vinho, museus de história e cultura gaúcha, museus das propriedades, passeios de charretes, passeios a cavalo nas vinhas, contos gauchescos, exposições culturais, um evento específico da Rota (onde todas as vinícolas estivessem abertas ao público durante um determinado período e com oferta especifica, por exemplo), oficinas de culinária típica, manejo e alimentação animal, plantio, poda e colheita, dentre outros. Vinhos e rotas vitivinícolas são encontrados em diversas partes do mundo, o que os tornam distintos e únicos são seus *terroirs,* daí a importância da oferta de atividades que valorizem a paisagem, a história e a cultura local.

A *Campanha Gaúcha* é uma região que possui grande potencial turístico, mas que ainda é pouco explorada nesse sentido. Assim, há muitas outras possibilidades de estudo junto à mesma, tais como pesquisas adicionais na área de gestão e planejamento.

Salienta-se, por fim que, o desenvolvimento do turismo do vinho na *Região da Campanha Gaúcha*, não beneficiará economicamente somente os vitivinicultores, onde nessa região são caracterizados na sua maioria por grandes pecuaristas ou grandes empresas, mas, também, de maneira indireta, à todas as comunidades onde as vinícolas encontram-se inseridas, proporcionando desenvolvimento social e econômico, podendo, ainda, serem propulsoras do desenvolvimento turístico do Sul do Rio Grande do Sul, no Brasil.

Além do mais, de um ponto de vista científico, pretende-se que esse estudo venha a contribuir para a ampliação dos horizontes das pesquisas culturais associadas ao turismo do vinho, uma vez que o segmento tem crescido consideravelmente nas últimas décadas e tem a característica de estimular os sentidos dos visitantes, envolvendo-os em atividades memoráveis por meio de experiências sensoriais dinâmicas e criativas. Ademais, há uma escassez literária de trabalhos empíricos que investiguem a inserção de elementos culturais locais na oferta de experiências enoturísticas.

Por fim, pretende-se que esse estudo contribua com os empreendedores do turismo do vinho na *Região da Campanha Gaúcha*, diagnosticando sua realidade, bem como propondo ações estratégicas no que concerne os usos da cultura gaúcha no desenvolvimento de projetos e produtos que ampliem e qualifiquem a qualidade da experiência em uma região em pleno desenvolvimento enoturístico.

Referências

Alant, K., & Bruwer, J. (2004). Wine Tourism Behaviour in the Context of a Motivational Framework for Wine Regions and Cellar Doors. *Journal of Wine Research,* 15(1), 27-37. https://doi.org/10.1080/0957126042000300308

Albaladejo, F. J. M-., Muñoz, J.-M. R.-, Carrión, J. M. M-. (2013). The Promotion of Wine and Vine Heritage in the Monastrell Landscape. In: Vine and Wine Cultural Heritage. Pérez, S. C. & Pérez, J. B. Publisher: UAM Ediciones. p. 291-301.

Alexiou, M.-V. (2020). Experience economy and co-creation in a cultural heritage festival: Consumers' views. *Journal of Heritage Tourism*, 15(2), 200–216. https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1632867

Alonso, A. D.; Bressan, A.; O'shea, M.; Krajsic, V. (2015). Perceived benefits and challenges to wine tourism involvment: na internetional perspective. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 66-81. DOI: 10.1002/jtr.1967

Alonso, A. D.; Liu, Y. (2010). Wine tourism development in emerging Western Australian regions. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 22(2), 245- 262.

Barretto, M. (2007). *Cultura e turismo: discussões contemporâneas*. Papirus.

Brambilla, M.M.B., Vanzella, E. (2017). Enoturismo: a cultura, o vinho e o turismo. In:

Brambilla, M.M.B., Vanzella, E., Silveira, L. Cultura e Turismo: interfaces metodológicas e investigações em Portugal e no Brasil. João Pessoa: Editora do CCTA.

Bencke, G. A.; Chomenko, L.; Sant'Anna, D.M. (2016). O que é o pampa? In: Chomenko, L. & Bencke, G.A. (Eds.), *Nosso Pampa desconhecido* (pp. 17-44). Fundação Zoobotânica do Rio Grande do Sul.

Bianchi, C., Drennan, J., & Proud, B. (2014). Antecedents of consumer brand loyalty in the Australian wine industry. *Journal of Wine Research*, 25(2), 91-104. https://doi.org/10.1080/09571264.2014.888650

Byrd, E.T; Canziani, B.; Hsieh, Y.C. J.; Debbage, K.; Sonmez, S. (2016). Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary services. *Tourism Management*, 52, 19-29. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.009

Brochado, A., Stoleriu, O., & Lupu, C. (2021). Wine tourism: A Multisensory experience. *Current Issues in Tourism*, 24 (5), 597-615.

Bruwer, J., Prayag, G., & Disegna, M. (2018). Why wine tourists visit cellar doors: Segmenting motivation and destination image. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 355–366. https://doi.org/10.1002/jtr.2187

Bruwer, J. (2003). South Africa Wine Routes: Some Perspectives on the Wine Tourism Industry´s Structural Dimensions and Wine Tourism Product. *Tourism Management*, 24(4), 423-435. DOI: 10.1016/S0261-5177(02)00105-X

Carvalho, L., Barroco, C. e Antunes, J. (2017) Análise do perfil e das principais motivações do enoturista na Região Vitivinícola do Dão, Revista Turismo & Desenvolvimento, 1(27/28), 871-881. DOI: 10.34624/rtd.v1i27/28.9007.

Carvalho, M.S, Kastenholz, E., & Carneiro, M. (2021a). Co-creative tourism experiences – a conceptual framework and its application to food & wine tourism, *Tourism Recreation research*. https:// doi.org /10.1080/02508281.2021.1948719

Carvalho, M.S, Kastenholz, E., & Carneiro, M. (2021b). A co-criação de experiencias enogastronómicas: O caso da rota da Bairrada. *Journal of Tourism & Development*, 36(1), 325-339. https:// doi.org/10.34624/rtd.v1i36.10695

Carvalho, M.S, Kastenholz, E., & Carneiro, M. (2021c). Pairing Co-Creation with food and wine experiences – a holistic perspective of tourist experiences in Dão, a Portuguese wine region. *Sustainability*, 13, 1-25, Article 13416. https://doi.org/10.3390/su132313416

Carvalho, M.S, Kastenholz, E., & Carneiro, M. (2021d). Interaction as a central element of co-creative wine tourism experiences – evidence from Bairrada, a Portuguese wine-producing region. *Sustainability,* 13, 1-20, Article 9374. https://doi.org/10.3390/su13169374

Charters, M.W.S., & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 3(3), 311-319.

Coelho, S.; Remondes, J.; Costa, A. P. (2021). Estudo do perfil e motivações do enoturista: o caso da Quinta da Gaivosa. *Revista Cultur*, 15(2), 1-29.

Dewalt, K. M.; & Dewalt, B. R. (2010). *Participant observation: a guide for fieldworkers*. 2 ed. AltaMira Press.

Elias, L. V. (2008). Paisaje del viñedo: Património y recurso. *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (2), 137-158.

Festa, G., Vrontis, D., Thrassou, A., & Ciasullo, M. (2015). A value co-creation model for wine tourism. *International Journal of Management Practice*, 8(3), 247-267.

Fotini, M., Vasileiros, V., & Irene, A. (2022). Cultural heritage, entrepreneurship and wine roads in Tuscany, *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 4(2), 126-130.

Gabardo, W.O. ,& Valduga, V. (2019). Los sistemas culturales y el paisaje del viñedo brasileño: recursos para el enoturismo. *Estudios y perspectivas em turismo*, 28 (3), 759-779.

Galí, N. (2010). Imagen turística y patrimonio cultural. In: Ribeiro, M. (Eds), *Olhares sobre o patrimônio cultural: reflexões e realidade* (pp.47-57). Coleção Tempo e Espaço. Asterisco.

Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical analysis factors for wine tourism regions: A demand analysis. *Tourism Management*, 1(27), 146-158.

Getz, D., Carlsen, J., & Havitz, G.B.M. (2008). Wine tourism and consumers. In: *Tourism management: analysis, behaviour and strategy.* DOI: 10.1079/9781845933234.0245

Giddens, A. (2002). *Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives*. Routledge.

Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades*. RAE - Revista de Administração de Empresas*, 35(2), 57-63.

Grybovych, O; Lankford, J.; Lankford, S. (2013). Motivations of wine travelers in rural Northeast Iowa. *International Journal of Wine Business Research*, 25(4), 285-309. https://doi.org/10.1108/IJWBR-07-2012-0023

Gu, Q., Qiu, H., King, B., & Huang, S. (2020). Understanding the wine tourism experience: The roles of facilitators, constraints, and involvement. *Journal of Vacation Marketing*, 26(2), 211-229. https://doi.org/10.1177/1356766719880253

Hall, C. M.; Johnson, G.; Cambourne, B.; Macionis, N.; Mitchell, R.; Sharples, L. (Eds.). (2000). *Wine tourism around the word: Development, manegement and markets.* Butterworth-Heinemann.

Herskovitz, S., & Crystal, M. (2010). The essential brand persona: storytelling and branding. *Journal of Business Strategy*, *31*(3), 21–28. DOI: 10.1108/02756661011036673

Kranjyevly, J. & Gartner, W., C. (2019). Características sectoriais do patrimônio para o desenvolvimento de regiões vínicas: a influência da agricultura, cultura e turismo. Acta turistica, 31(1), 7-34. https://doi.org/10.22598/at/2019.31.1.7

Kirova, V. (2021). Value co-creation and value co-destruction through interactive technology in tourism: The case of 'La Cité du Vin' wine museum, Bordeaux, France. Current Issues in Tourism, 24(5), p.637–650. https://doi.org/10.1080/ 13683500.2020.1732883

Kotur, A.S. (2023). A bibliometric review of research in wine tourism experiences: insights and future research directions. International Journal of Wine Business Research, ahead-of-print. https://doi.org/10.1108/IJWBR-07-2022-0024

Lameiras, E.T.M.S., Mendes, J.C., & Pinto, P.S.L.G.S. (2013). A segmentação do enoturista: o caso português, Revista Turismo – Visão e ação, 18 (3), 471-496.

Lavandoski, J., Tonini, H., Barretto, M. (2012). Uva, vinho e identidade cultural na Serra Gaúcha (RS, Brasil). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo,* 6 (2), 90-106.

Leri, I., & Theodoridis, P. (2019). The effects of winery visitor experience on emotions, satisfaction and on post-visit behavior intentions. *Tourism Review*, 74(3), 480-502. https://doi.org/10.1108/TR-07-2018-0092.

Marzo-Navarro, M.; Pedraja-Iglesias, M. (2012). Critical factors of wine tourism: incentives and barriers from the potential tourist's perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality*, 24(2), 312-334. https://doi.org/10.1108/09596111211206196

Mitchell, R., & Hall, M. (2003). Seasonality in New Zealand winery visitation: An issue of demand and supply. Journal of Travel & Tourism Marketing, 14(3-4), p.155–173.

Molina, A., Gomez, M., Gonzalez-Diaz, B., Esteban, A. (2015) Market segmentation in wine tourism: strategies for wineries and destinations in Spain. *Journal of Wine Research,* 26(3), 192-224. https://doi.org/10.1080/09571264.2015.1051218

Nella, A., & Christou, E. (2014). Segmenting Wine Tourists on the Basis of Involvement with Wine. Journal of Travel & Tourism Marketing, 31(7), p.783-798. https://doi.org/10.1080/10548408.2014.889639

Némethy, S., Lagerqvist, B., Walas, B., Dinya, L., & Bujdosó, Z. (2016). *Scientife Journal of the European Ecocycles Society,* 2(1) 9-17.

Paim, A.B.H.; Gross, F.B.M.; Potter, V.J.; Fávero, I.M.R. (2022). Rota vinhos da Campanha Gaúcha. E-book. https://www.vinhosdacampanha.com.br

Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2020a). Cocreation of tourism experiences: Are food-related activities being explored? *British Food Journal*, 122(3), 910–928. https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0769

Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2020b) Food and-wine experiences towards co-creation in tourism. *Tourism Review*, 1-34. https://doi.org/10.1108/TR-01-2019-0026

Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2021). Drivers of experience co-creation in food-and-wine tourism: An exploratory quantitative analysis. *Tourism Management Perspectives,* 37, 1-15. https://doi.org/10.1016/j. tmp.2020.100783.

Robinson, M. & Picard, D. (2006). Tourism, culture and sustainable development. Programme. *Culture, Tourism, Development*, Division of Cultural Policies and Interculture Dialogue. Culture Sector, Unesco.

Saayman, M., Saayman, A., & Joubert, E-M. (2012). Expenditure-based segmentation of visitors to the Wacky wine festival. *Tourism recreation research*, 37(3), 215-225.

Santos, V., Dias, A., Ramos, P., Madeira, A., & Sousa, B. (2021). Mapping the wine visit experience for tourist excitement and cultural experience. *Annals of Leisure Research,* DOI: 10.1080/11745398.2021.2010225

Silva, M. F. & Souza, M. (2004). *O gaúcho turístico do pampa*. Proceedings of the IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa do Intercon, XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1-15. https://www.portalintercom.org.br

Silva, A. L. da, M., Pires, J. F.-, Aguiar, F. B. de- (2018). Portuguese vines and wines: heritage, quality symbol, tourism asset. *Ciência Téc. Vitiv*. 33(1) 31-46.

Simmat, B. & Casanave, D. (2022). A incrível história do Vinho: da pré-história aos nossos dias. Porto Alegre, L&PM Editores, 304p.

Sparks, B. (2007). Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions. *Tourism Management*, 28, 1180-1192.

Stergiou, D. P., Airey, D., & Apostolakis, A. (2018). The winery experience from the perspective of Generation Z. *International Journal of Wine Business Research*, 30(2), 169-184. https://doi.org/10.1108/IJWBR-03-2017-0018

Suárez, M. A.-, & Franco, I. C.- (2020). The Relationship between Industrial Heritage, Wine Tourism, and Sustainability: A Case of Local Community Perspective. Sustainability, 12, 7453. 10.3390/SU12187453.

Tahar, Y.B., Haller, C., & Massa, C. (2021). Business tourism in the wine sector: an exploratory study. *Journal of Wine Research*, (32(4), 262-280. https://doi.org/10.1080/09571264.2021.2012442

Tănase, M.O., Dina, R,Isac, F-L.,Rusu, S., Nistoreanu, P., & Mirea, C.N. (2022). Romanian Wine Tourism - A Paved Road or a Footpath in Rural Tourism? Sustainability, 14(7), 4026. https://doi.org/10.3390/su14074026

Tatsch, J. (2014). O discurso regional na constituição da identidade do gaúcho. *Revista Escrita, Gávea*, 19, 243-253.

Torres, E. (2023). Região sul, campanha e oeste. Jornal do comércio. https://www.jornaldocomercio.com/mapa-economico/2023/06/1114042-da-uva-ao-vinho-cria-se-uma-nova-agricultura.html

Vaquero, M. C. (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. Ariel.

Vukovic, D.B., Maiti, M., Vujko, A. and Shams, R. (2020). Residents' perceptions of wine tourism on the rural destinations development. *British Food Journal*, 122(8), 2739-2753. https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2019-0291

Zanella, V. (2020, may 27). *Ciência ajuda vinho da Campanha Gaúcha a conquistar Indicação Geográfica*. Embrapa. https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/52668635/ciencia-ajuda-vinho-da-campanha-gaucha-a-conquistar-indicacao-geografica

Zanini, T. V.; Rocha, J.M. (2010). O enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vitivinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE). *Turismo em Análise*, 21(1).

CAPÍTULO 14

Ecoturismo e Património nas Apas Bororé-Colônia e Capivarí-Monos São Paulo Brasil

Ecotourism and Heritage in the Apas Bororé-Colônia and Capivarí-Monos São Paulo Brazil

PARFITT, Claure

Resumo

O ecoturismo é uma atividade turística que se baseia na utilização sustentável do patrimônio natural e cultural. Esta prática pode ocorrer em Áreas de Proteção Ambiental (APAs), que são Unidades de Conservação geralmente amplas, com algum nível de ocupação humana. As APAs possuem atributos abióticos, bióticos, estéticos ou culturais que são particularmente significativos para a qualidade de vida e o bem-estar das populações humanas. As Áreas de Proteção Ambiental Bororé-Colônia e Capivari-Monos, situadas na zona sul de São Paulo, são de grande relevância ambiental, por sua vasta extensão e pela diversidade de ecossistemas que englobam. Tendo em vista a importância desses espaços para a qualidade de vida na metrópole Paulista e para a preservação do seu patrimônio natural e cultural, o capítulo objetiva conhecer o potencial para o desenvolvimento do ecoturismo das Áreas de Proteção Ambiental Capivarí- Monos e Bororé- Colônia São Paulo, Brasil relacionando-o com patrimônio natural local. Observa-se que APAs constituem patrimônio de São Paulo, bem como, a presença dos seguintes valores patrimoniais para o desenvolvimento do ecoturismo: a Mata Atlântica, fauna e flora (espécies ameaçadas), rios de águas límpidas, cachoeiras a Cratera de Colônia; Praia e Corredeira do Rio Capivarí Engenheiro Marsilac; Ninhário de Garças no Sítio Paiquerê; Cachoeira do Sagui; Nascente do Ribeirão Bororé; Cachoeira das Virgens; Mirante de Evangelista de Souza; Cachoeira do Capivari e encontro dos rios Capivari e Monos e a Nascente do Ribeirão Bororé. Destaca-se a relevância das APAs para a preservação do patrimônio natural e cultural, além de seu papel no desenvolvimento do turismo local.

Palavras-Chave

Ecoturismo, Património Natural e Cultural, Áreas de Proteção Ambiental Bororé-Colônia e Capivari-Monos

Abstract

Ecotourism is a tourist activity that is based on the sustainable use of natural and cultural heritage. This practice can occur in Environmental Protection Areas (APAs), which are generally large Conservation Units, with some level of human occupation. APAs have abiotic, biotic, aesthetic, or cultural attributes that are particularly significant for the quality of life and

well-being of human populations. The Bororé-Colônia and Capivari-Monos Environmental Protection Areas, located in the south of São Paulo, are of great environmental relevance, due to their vast extension and the diversity of ecosystems they encompass. Bearing in mind the importance of these spaces for the quality of life in the São Paulo metropolis and the preservation of its natural and cultural heritage, the chapter aims to understand the potential for the development of ecotourism in the Environmental Protection Areas Capivarí- Monos and Bororé- Colônia São Paulo, Brazil relating it to local natural heritage. It is observed that APAs constitute São Paulo's heritage, as well as the presence of the following heritage values for the development of ecotourism: the Atlantic Forest, fauna and flora (endangered species), rivers with clear waters, waterfalls, and the Colônia Crater; Beach and Rapids of the Capivarí River Engenheiro Marsilac; Heron Nest at Sítio Paiquerê; Sagui Waterfall; Source of Ribeirão Bororé; Cachoeira das Virgens; Evangelista de Souza viewpoint; Capivari Waterfall and meeting of the Capivari and Monos rivers and the Ribeirão Bororé Spring. The relevance of APAs for the preservation of natural and cultural heritage stands out, in addition to their role in the development of local tourism.

Keywords

Ecotourism, Natural and Cultural Heritage, Bororé-Colônia and Capivari-Monos Environmental Protection Areas

1. Introdução

São Paulo é uma cidade global com mais de 11 milhões de habitantes. Apesar de sua densidade populacional, cerca de 40% do território do município ainda é coberto por vegetação. Nas áreas centrais, a vegetação é mais esparsa, enquanto as florestas mais bem preservadas se encontram na zona norte, na Serra da Cantareira, e principalmente na zona sul, nas Áreas de Proteção Ambiental (APAs) Capivari-Monos e Bororé-Colônia. Essas áreas fazem parte da Mata Atlântica, um dos biomas mais ricos e ameaçados do planeta. A Mata Atlântica, com seus altos índices de biodiversidade, tem sofrido drásticas alterações em seus ecossistemas devido à ocupação humana, e atualmente está bastante fragmentada (UNESCO,2024). Originalmente, esse bioma ocupava mais de 1,3 milhões de km^2 em 17 estados do território brasileiro, estendendo-se por grande parte da costa do país. No entanto, devido à ocupação e às atividades humanas, hoje resta cerca de 29% de sua cobertura original. Por essa razão, a Mata Atlântica está entre as 25 regiões prioritárias para conservação no mundo, conhecidas como *Hotspots* (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE,2024).

As Áreas de Proteção Ambiental (APAs) Capivari-Monos e Bororé-Colônia constituem importantes Unidades de Conservação, (UCs) cobrindo ecossistemas que, juntos, representam um quinto do território do município de São Paulo. Nessas áreas, encontra-se uma impressionante biodiversidade, com muitos quilômetros de Mata Atlântica intocada, rios de águas límpidas e cachoeiras. Além disso, essas regiões abrigam comunidades indígenas que preservam suas tradições, culturas, crenças e histórias. (PREFEITURA DE SÃO PAULO,2024 a).

Nessas áreas, o patrimônio natural é um registro dos processos naturais e das interações entre seus elementos, funcionando como uma lembrança viva da natureza. Também é uma parte importante da memória humana, pois possui significado e relevância para diferentes grupos sociais (SCIFONI,2006); (SCIFONI; RIBEIRO, 2007).

Assim, por sua atratividade e importância, as Unidades de Conservação são reconhecidas mundialmente como estratégias essenciais para a preservação da biodiversidade e a oferta de serviços ambientais. Além disso, elas servem como locais ideais para o desenvolvimento de atividades de ecoturismo e turismo patrimonial.

Nesse sentido, autores como Ventura (2002), Maciel (2016), Carlos (2022) abordam as possibilidades de desenvolvimento do turismo sustentável e ecoturismo nas APAS Capivarí-Monos e Bororé-Colônia, de forma específica, turismo e patrimônio natural.

O capítulo trata de turismo, patrimônio e natureza objetiva conhecer os valores patrimoniais atrativos naturais; relacionados ao ecoturismo das Áreas de Proteção Ambiental Capivarí-Monos e Bororé-Colônia São Paulo, Brasil. Sua importância está em apresentar o valor e o que essas áreas podem representar para a qualidade de vida da população da metrópole paulista, assim demonstrar como o lazer e o turismo podem tornar-se elementos chave através dos quais as pessoas podem lançar mão, na busca incessante do "novo", de novas emoções, de modo que as tirem por alguns momentos, da vida cotidianal.

2. Património Turismo e Meio Ambiente

O patrimônio natural serve como um registro dos processos naturais e das interações entre seus elementos, funcionando como um testemunho da natureza. Também faz parte da memória humana, ganhando significado e relevância para diversos grupos sociais.

De acordo com a convenção para a proteção do patrimônio mundial cultural e natural (UNESCO,1972) são considerados "patrimônio natural":

- os monumentos naturais constituídos por formações físicas e biológicas ou por conjuntos de formações de valor universal excepcional do ponto de vista estético ou científico;

- as formações geológicas e fisiográficas, e as zonas estritamente delimitadas que constituam habitat de espécies animais e vegetais ameaçadas de valor universal excepcional do ponto de vista estético ou científico,

- os sítios naturais ou as áreas naturais estritamente delimitadas detentoras de valor universal excepcional do ponto de vista da ciência, da conservação ou da beleza natural.

O conteúdo desses espaços é significativo para a sociedade, tanto em termos simbólicos quanto comerciais. O aproveitamento de seus atributos patrimoniais pode transformá-los em destinos turísticos atraentes.

Quando a atividade turística é orientada e desenvolvida em torno do patrimônio natural, como por exemplo parques, reservas e áreas protegidas, ela pode ser classificada como turismo patrimonial. Este tipo de turismo enfatiza a preservação e apreciação dos recursos naturais, muitas vezes combinando educação ambiental, recreação e conscientização sobre a importância da conservação.

O desenvolvimento do turismo patrimonial tem sido impulsionado significativamente pelo papel desempenhado por organizações como a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), além de outros organismos nacionais e internacionais focados na preservação e promoção do patrimônio cultural e natural (FIGUEIRA, 2022).

A UNESCO desempenha um papel crucial ao reconhecer e proteger locais de importância cultural e natural através da designação de Patrimônio Mundial. Esses locais, uma vez listados pela UNESCO, muitas vezes experimentam um aumento no interesse turístico, o que pode levar ao desenvolvimento de produtos turísticos específicos e ao aumento do consumo desses destinos.

Essa dinâmica envolve uma interação complexa entre a preservação do patrimônio, os interesses do mercado turístico e as necessidades das comunidades locais, buscando equilibrar o desenvolvimento sustentável com a conservação dos recursos patrimoniais.

De acordo com Figueira (2022), essa forma de turismo manifesta uma condição motivacional similar a qualquer forma de viagem. O turista patrimonial possui a característica de ser motivado (principalmente) ou orientado (secundariamente) pelo deslocamento contato e ou consumo de atrativos e destinos valorizados. Essa valorização confere visibilidade e prestígio ao patrimônio que se torna atrativo.

Poria *et al.* (2003) comentam que no turismo patrimonial, a motivação principal dos visitantes é geralmente o interesse em explorar e vivenciar locais que são percebidos como parte do seu próprio patrimônio cultural ou natural, mesmo que não seja diretamente relacionado à sua herança pessoal. Em outros termos, este turismo não só de deve entender desde a oferta, senão desde a demanda (DELA SANTA; TIATCO, 2019), (ALBERCA-SIALER, 2021). No entanto para, Prats (2003) o turismo patrimonial implica viajar a um destino para incorporar, através do patrimônio do lugar visitado, dentro da própria identidade pessoal cosmopolita aspectos significativos desses espaços e culturas.

Nesse sentido, por sua atratividade e valor as Unidades de Conservação desempenham um papel crucial tanto na conservação da biodiversidade quanto na prestação de serviços ambientais essenciais, como a regulação climática e o fornecimento de água limpa. Além disso, essas áreas protegidas também têm um grande potencial para o desenvolvimento de atividades turísticas, especialmente dentro do contexto do turismo patrimonial.

3. Unidades de Conservação

O Parque Nacional de Yellowstone, criado em 1872, é frequentemente citado como o marco inicial da atual política de conservação dos recursos naturais, sendo o primeiro parque nacional estabelecido no mundo. Inspirado por essa iniciativa, o engenheiro André Rebouças também vislumbrou a criação de parques nacionais no Brasil, começando seus esforços ainda no século 19.

Rebouças foi um dos pioneiros na promoção da conservação ambiental no Brasil, defendendo a proteção de lugares especiais como a ilha do Bananal e as Sete Quedas. No entanto, seus planos só foram concretizados após sua morte, com a criação do Parque Nacional do Itatiaia em 1937, o que marca um importante passo na história da conservação ambiental no país (FONSECA *et al*. 2010).

No Brasil as Unidades de Conservação (UCs) são a forma mais difundida de proteção da natureza. As (UCs) são espaços territoriais criados pelo poder público, podendo ser instituídos nas esferas municipal, regional ou federal com a finalidade de preservar o meio ambiente, seus recursos naturais, sua diversidade biológica e suas estéticas paisagísticas. São reguladas em todo o território brasileiro pela lei n° 9.985, de 18 de julho de 2000, que efetiva o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC), define em seu Art. 2°:

> *I - Unidade de conservação: espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituído pelo Poder Público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção (Brasil, 2000).*

O SNUC ainda estipula a segmentação das UCs, em dois grupos distintos sendo um grupo de *Proteção Integral* e um grupo de *Uso Sustentável*.

O grupo de *Proteção Integral* cujo propósito está em conservar o meio ambiente natural, neste caso é permitido exclusivamente a utilização indireta de seus recursos naturais, formado por cinco categorias sendo elas *Estação Ecológica, Reserva Biológica, Parque Nacional, Monumento Natural e Refúgio de Vida Silvestre.*

O grupo de *Uso Sustentável*, se destina a harmonizar a preservação do meio ambiente com a utilização sustentável de seus recursos naturais, formado por sete categorias sendo elas Área de Proteção Ambiental, Área de Relevante Interesse Ecológico, Floresta Nacional, Reserva Extrativista, Reserva de Fauna, Reserva de Desenvolvimento Sustentável e Reserva Particular do Patrimônio Natural.

As áreas protegidas, como as Unidades de Conservação (UCs), desempenham um papel crucial na sociedade por várias razões. Elas são uma resposta cultural às ameaças enfrentadas pela natureza, incluindo a perda de habitats, a degradação ambiental e a pressão sobre a biodiversidade. Além de preservar a exuberante flora, fauna e belezas cênicas, essas áreas têm um impacto significativo na manutenção dos serviços ambientais essenciais.

Portanto, as UCs não apenas protegem a natureza por seu valor intrínseco, mas também são fundamentais para garantir a resiliência dos sistemas naturais e a qualidade de vida das sociedades humanas, oferecendo benefícios econômicos, sociais e ambientais a longo prazo.

Assim, a efetividade dos sistemas de Unidades de Conservação depende da capacidade dessas unidades em cumprir suas missões específicas em diferentes locais e coletivamente contribuir para a salvaguarda da biodiversidade de um país.

4. Unidades de Conservação (Apas) na Zona Sul de São Paulo

A Área de Proteção Ambiental (APA) é uma categoria de manejo integrante do grupo de Unidades de Conservação de Uso Sustentável, e seu objetivo básico é proteger a diversidade biológica, disciplinar o processo de ocupação e assegurar a sustentabilidade do uso dos recursos naturais. A natureza jurídica e as características da APA estão devidamente disciplinadas pelo artigo 15 da Lei do SNUC, que assim dispõe:

> *Art. 15. A Área de Proteção Ambiental é uma área em geral extensa, com um certo grau de ocupação humana, dotada de atributos abióticos, bióticos, estéticos ou culturais especialmente importantes para a qualidade de vida e o bem-estar das populações humanas, e tem como objetivos básicos proteger a diversidade biológica, disciplinar o processo de ocupação e assegurar a sustentabilidade do uso dos recursos naturais (BRASIL,2000).*

As APAs Bororé-Colônia e Capivari-Monos, localizadas na zona sul de São Paulo, (Figura 1) representam áreas de extrema importância ambiental devido à sua significativa extensão de aproximadamente 25 mil hectares e à diversidade impressionante de ecossistemas que abrangem.

Essas áreas protegidas desempenham um papel crucial na conservação da biodiversidade, preservando remanescentes significativos de Mata Atlântica, áreas de cerrado e uma rede hidrográfica vital que inclui os rios Capivari e Monos. Além de servirem como habitats essenciais para uma variedade de espécies de flora e fauna, as APAs também desempenham um papel fundamental na prestação de serviços ecossistêmicos.

Além de seus benefícios ambientais diretos, as APAs também promovem o bem-estar da população local e regional ao oferecerem áreas para recreação, educação ambiental e turismo sustentável. A conservação dessas áreas não apenas protege a biodiversidade, mas também contribui para a qualidade de vida das comunidades próximas, demonstrando a importância crucial das políticas de conservação e gestão ambiental urbana.

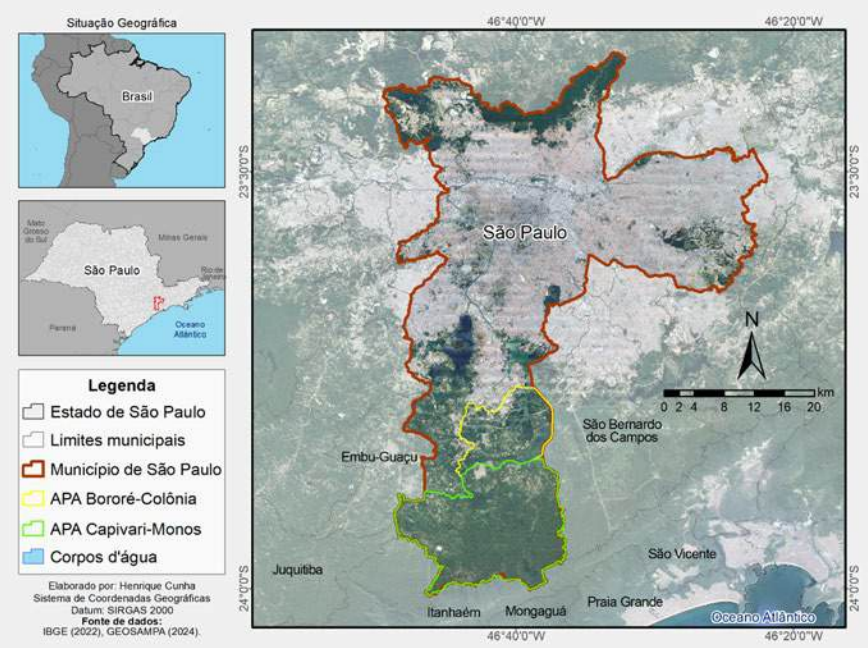


Figura 1. Área de Proteção Ambiental Bororé- Colônia e Capivari- Monos
Fonte: Autor (2024)

5. Apa Capivari Monos

Através da Lei Municipal nº 13.136, de 09 de junho de 2001, foi criada a Área de Proteção Ambiental – APA Capivari-Monos, a primeira Unidade de Conservação Municipal de São Paulo, uma área protegida de 25.138 hectares (251 km^2) o que equivale a 1/6 do território da cidade.

APA Capivari-Monos, situada no extremo sul do município de São Paulo, abrange os distritos de Parelheiros e Marsilac dentro da Subprefeitura de Parelheiros. Essa área protegida é de grande importância ambiental devido à sua localização próxima a outras unidades de conservação e áreas preservadas.

Além da vizinhança com a APA Bororé-Colônia, que é a segunda Unidade de Conservação de Uso Sustentável da cidade, a APA Capivari-Monos compartilha limites com outras áreas protegidas significativas, como:

Terra Indígena Tenondé-Porã: Área destinada à preservação e uso sustentável dos recursos naturais pelos povos indígenas Guarani.

Reserva Particular do Patrimônio Natural - RPPN Sítio Curucutu: Uma área privada destinada à conservação da biodiversidade, incluindo remanescentes de Mata Atlântica e outros ecossistemas.

Parque Estadual da Serra do Mar - PESM Núcleo Curucutu: Parte do sistema estadual de unidades de conservação da Serra do Mar, que protege extensas áreas de Mata Atlântica e serviços ecossistêmicos cruciais.

A coexistência dessas áreas protegidas forma um complexo de conservação significativo essencial para a preservação da biodiversidade local, a regulação ambiental e a promoção de atividades sustentáveis. A interconexão dessas unidades ajuda a garantir a integridade dos ecossistemas e contribui para o bem-estar das comunidades humanas que dependem desses recursos naturais (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2024 a).

6. A Apa Bororé Colônia

Criada pela Lei n. 14.162, de 24 de maio de 2006, a Área de Proteção Ambiental (APA) Municipal Bororé- Colônia inserida em uma importante área do município de São Paulo.

A Área de Proteção Ambiental (APA) Bororé Colônia, localizada também na zona sul de São Paulo, abrange aproximadamente 25 mil hectares e é uma das Unidades de Conservação de uso sustentável mais importantes da cidade. Esta APA preserva uma diversidade impressionante de ecossistemas, incluindo remanescentes significativos de Mata Atlântica, áreas de cerrado e uma rede hidrográfica essencial que inclui os rios Capivari e Monos. Além de suas riquezas naturais, a APA Bororé-Colônia é vizinha de outras áreas protegidas como a Terra Indígena Tenondé-Porã, a RPPN Sítio Curucutu e o Parque Estadual da Serra do Mar (Núcleo Curucutu), formando um complexo crucial para a conservação da biodiversidade urbana e prestação de serviços ecossistêmicos fundamentais, como regulação climática e manutenção da qualidade da água. Essa área desempenha um papel essencial não apenas na preservação da natureza, mas também na promoção do bem-estar das comunidades locais através de atividades sustentáveis e educação ambiental.

O incentivo ao turismo ecológico, ciclo turismo, turismo cultural e turismo rural sustentável é incentivado na APA (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2024 b). Essas práticas respeitam o meio ambiente, ao mesmo tempo em que oferecem oportunidades econômicas que beneficiam e sustentam as comunidades locais. Dessa forma, essas atividades não apenas promovem a conservação ambiental, mas também impulsionam o desenvolvimento sustentável das regiões onde são praticadas.

7. Ecoturismo e Patrimônio nas Apas Bororé Colônia e Capivari Monos

Uma das principais definições, de ecoturismo é a da *The Ecotourism Society* diz o seguinte: Ecoturismo "é a visita responsável a áreas naturais, visando preservar o meio ambiente e o bem-estar das populações locais" (LINDBERG; HAWKINS, 1996).

Segundo Ceballos-Lascurain (1996), Hernandez (2005) e Fannel (2020), o ecoturismo consiste em viajar para áreas naturais com o objetivo específico de estudar, admirar e fruir a paisagem e as manifestações culturais (do passado e do presente) existentes nas áreas de destino turístico. A expectativa é de que os praticantes do ecoturismo tenham a chance de se conectar com a natureza de uma forma que geralmente não é viável no ambiente urbano.

A partir desses conceitos, compreende-se que o ecoturismo surge como uma abordagem para promover o desenvolvimento sustentável em regiões que possuem conjuntos naturais de alto valor ecológico e paisagístico, além de ser uma estratégia para conservar as culturas tradicionais.

Dessa forma, os espaços naturais são considerados locais ideais para o ecoturismo, especialmente aqueles encontrados em países que possuem características paisagísticas únicas, como é o caso do Brasil.

Portanto, é crucial lembrar que as Unidades de Conservação não devem ser consideradas apenas como meios de proteção ambiental, mas também como uma oportunidade para promover o desenvolvimento econômico sustentável da região. O ecoturismo pode emergir como uma das principais atividades econômicas promovidas pelas UCs. (DE AGUIAR JUNIOR; BARROS,2023).

Nesse sentido, áreas de proteção ambiental (APAs), *Capivari-Monos e Bororé-Colônia cobrindo mais de 1/5 do território municipal de São Paulo são Unidades de Conservação buscam compatibilizar a conservação da natureza com o desenvolvimento socioeconômico em particular. Nelas o ecoturismo é desenvolvido sendo incentivado a partir da lei* LEI Nº 15.953, DE 7 DE JANEIRO DE 2014 que dispõe sobre a criação do Polo de Ecoturismo na zona sul de São Paulo.

A áreas possuem um patrimônio natural rico que pode ser explorado através de atividades de ecoturismo, como as relacionadas aos remanescentes da Mata Atlântica, à flora e também à fauna local. Essas áreas de preservação desempenham um papel crucial como filtros de biosfera, influenciando na regulação climática e na manutenção da qualidade ambiental da cidade e do município de São Paulo.

Já foram identificadas no local, (APAs) mais de 700 espécies vegetais, dentre as quais, espécies ameaçadas de extinção, como a palmeira-juçara (*Euterpe edulis*), jaborandi (*Piper lanceolatum*) e o cedro-do-brejo (*Cedrela odorata*).

Vale ressaltar o valor da fauna existente no local. Na APA Capivari-Monos já foram registradas mais de 500 espécies de animais, sendo que destas, cerca de 400 são de vertebrados, dentre as quais, o mono-carvoeiro (*Brachyteles arachnoides*), o maior primata das Américas; a anta (*Tapirus terrestris*), o maior mamífero brasileiro e considerada a "jardineira da floresta" devido a seu papel ecológico na dispersão de sementes; o sagui-da-serra-escuro (*Callithrix aurita*), espécie de primata endêmica da Mata Atlântica; a perereca-flautinha (*Aplastodiscus albosignatus*); a maria-leque-do-sudeste (*Onychorhynchus swainsoni*), uma ave restrita a poucas áreas de Mata Atlântica no Estado de São Paulo; a onça-pintada (*Panthera onca*), o terceiro maior felino do mundo e; a onça-parda ou suçuarana (*Puma concolor*), espécie símbolo da cidade de São Paulo e o segundo maior felino do Brasil (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2024 b), (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2024 c).

Além das belezas naturais da APA Capivari-Monos, é importante destacar também os aspectos culturais, históricos e turísticos da região. Um exemplo notável é a Terra Indígena Guarani

(Mbya) Tenondé-Porã, onde o povo preserva suas tradições ancestrais e práticas sustentáveis em relação à Terra. Outro destaque significativo é a Cratera de Colônia, um importante sítio geológico com relevância histórica, científica e ambiental, formado pelo impacto de um corpo celeste há milhões de anos. Este local tem sido objeto de estudos científicos intensivos, tanto nacionais quanto internacionais. Dentro da Cratera, encontra-se o Parque Natural Municipal (PNM) Cratera de Colônia, o segundo parque natural municipal criado na cidade de São Paulo.

A Área de Proteção Ambiental Capivari-Monos se distingue por suas vastas áreas naturais, oferecendo aos visitantes atrativos turísticos como florestas preservadas, aldeias indígenas guarani, rios de águas cristalinas e cachoeiras acessíveis por trilhas. Já na APA Bororé-Colônia, destacam-se o patrimônio histórico e a imponente represa Billings. O bairro Bororé, um dos mais singulares de São Paulo, é acessado principalmente por uma balsa que cruza a represa, criando uma atmosfera isolada que deu à paisagem uma característica única. Apesar de ser uma península, é conhecido como Ilha do Bororé, sendo um local ideal para observação de pássaros e passeios de barco.

Já o Parque Estadual da Serra do Mar - Núcleo Curucutu é o maior parque do estado de São Paulo, abrangendo uma área de 315.390 hectares e estendendo-se por 39 municípios. Ele é dividido administrativamente em oito núcleos: Picinguaba, Caraguatatuba, São Sebastião, Santa Virgínia, Cunha, Curucutu, Itutinga-Pilões e Itariru. Este parque se sobrepõe em cerca de 4.500 hectares à Área de Proteção Ambiental Capivari-Monos. A APA atua como uma zona de amortecimento, contribuindo para a proteção do parque ao organizar e orientar os tipos de uso na área circundante.

Dentro da Área de Proteção Ambiental Bororé, encontram-se excelentes áreas para observação de aves aquáticas e para passeios de barco. No local está situado o bairro de Colônia Paulista, que remonta a 1829, inicialmente conhecido como Colônia Alemã, sendo um dos primeiros pontos de colonização estrangeira no Brasil.

Nas duas APA's tem sido incentivada práticas agrícolas menos agressivas ao meio ambiente, com programas de capacitação.

Há uma abundância de atrações naturais que exploram o patrimônio natural, oferecendo atividades de ecoturismo como trilhas pela Mata Atlântica e visitas a cachoeiras. Além disso, são praticadas atividades como tirolesa, boia-Cross, canoagem, rapel e técnicas de sobrevivência na selva. Também estão disponíveis roteiros histórico-culturais, que incluem visitas à Cratera de Colônia, aldeias indígenas e programas educativos ao ar livre. Os principais atrativos naturais das áreas estão organizados no quadro a seguir:

Atrativos Naturais das APAS Bororé Colônia e Capivari Monos	
Represa e Barragem do Capivari	Local onde o rio Capivari é represado e bombeado para a Guarapiranga. Lá funciona o Centro de Defesa das Águas Rio Capivari que recebe grupos para atividades de educação ambiental.
Cratera de Colônia	situada na APA Capivari- Monos é o possível resquício de um fenômeno astronômico- o impacto de um corpo celeste com a terra. Estima-se que ele tenha ocorrido há cerca de 36 milhões de anos. Em 2003 foi tombada Condepaat e elevada à condição de monumento geológico do estado pelo Conselho Estadual de Monumentos Geológicos. Como medida adicional de proteção no interior da cratera foi criado o Parque Municipal da Cratera de Colônia.
Praia Corredeira do rio Capivari eng. Marsilac	situada no final da estrada do Capivari e bastante frequentada pela comunidade local nos fins de semanas e feriados.
Cachoeira das Virgens	Esta bonita cachoeira está situada na confluência do Ribeirão dos Monos com um pequeno afluente, Forma um poço onde é possível mergulhar.
Mirante de Evangelista de Souza	Situado no alto de um morro acessível por trilha curta a partir da estrada de Evangelista de Souza de onde se descortina ampla vista das matas e da Vila Ferroviária de Evangelista de Souza.
Cachoeira do Capivari e encontro dos rios Capivari e Monos	Situada em Evangelista de Souza, a fazenda da fica na confluência dos rios Capivari e Monos. Após a confluência dos dois rios existe uma bela cachoeira e uma praia de águas verdes areias brancas ambas acessíveis por trilha margeando o rio.
Represa Billings braços Taquacetuba e praias do Bororé	Nesses locais é possível admirar a paisagem junto a água e natureza.
Ninhario de Garças no sítio Paiquerê	Durante o verão centenas de garças fazem seus ninhos às margens da represa Billigas, na mata preservada do sítio Paiquerê.
Aldeias Guaranis	o povo Guarani não conhece fronteiras já habitava a região antes da chegada dos portugueses em 1500. Os Guaranis da APA Capivari- Monos conservam práticas e saberes tradicionais e os transmitem aos mais novos num notável esforço de resistência cultural. No local há duas aldeias abertas à visitação monitorada.

Fonte: Guia Ecoturismo e Agroecologia no Extremo Sul de São Paulo (2024)

Para concluir, o ecoturismo nas Áreas de Proteção Ambiental (APAs) Bororé-Colônia e Capivari-Monos, em São Paulo, destaca-se pela integração entre preservação ambiental e valorização do patrimônio natural. Essas regiões são ricas em biodiversidade, com paisagens de mata atlântica preservada, rios e cachoeiras que atraem visitantes em busca de contato com a natureza. Além disso, abrigam comunidades tradicionais que mantêm vivas práticas culturais e modos de vida sustentáveis. O ecoturismo nessas APAS promove o desenvolvimento local proporcionando renda para os moradores através de atividades como trilhas ecológicas, passeios de barco e visitas a sítios históricos, ao mesmo tempo em que incentiva a conservação dos recursos naturais e culturais, assegurando que essas riquezas sejam preservadas para as futuras gerações.

8. Considerações Finais

O ecoturismo possui um potencial educativo significativo para a conservação da natureza, pois proporciona experiências e sensações únicas ao estar em contato direto com o meio ambiente.

O capítulo objetivou conhecer o potencial para o desenvolvimento do ecoturismo nas Áreas de Proteção Ambiental Capivarí-Monos e Bororé-Colônia São Paulo, Brasil relacionando-o com patrimônio natural local.Na região sul de São Paulo, o ecoturismo e o turismo patrimonial são promovidos pelo contato com a biodiversidade local (fauna e flora), os principais atrativos naturais e a presença da comunidade Guarani.

Com relação ao patrimônio natural de interesse para o ecoturismo, estão os remanescentes da Mata Atlântica, que são áreas de preservação obrigatória. Esses remanescentes funcionam como filtros da Biosfera, contribuindo para a regulação climática e a manutenção da qualidade ambiental do centro urbano e do município de São Paulo.

Vale fazer referência a lei LEI Nº 15.953, DE 7 DE JANEIRO DE 2014 que dispõe sobre a criação do Polo de Ecoturismo nos Distritos de Parelheiros e Marsilac até os limites da Área de Proteção Ambiental Bororé-Colônia, e dá outras providências e a presença de valores patrimoniais para o desenvolvimento do ecoturismo como a Mata Atlântica, a fauna (espécies ameaçadas) rios de águas límpidas cachoeiras e atrativos naturais como; a Cratera de Colônia; Praia e Corredeira do Rio Capivarí Engenheiro Marsilac; Ninhario de Garças no Sítio Paiquerê; Cachoeira do Sagui e trilhas ecológicas; Nascente do Ribeirão Bororé; Cachoeira das Virgens; Mirante de Evangelista de Souza;Cachoeira do Capivari e encontro dos rios Capivari e Monos (Fazenda Nossa Senhora das Graças; Nascente do Ribeirão Bororé

Por fim, considerando a importância desses espaços para a qualidade de vida da população e para os serviços ambientais da metrópole paulista, é essencial destacar sua relevância na preservação do patrimônio natural e cultural, além de seu papel no desenvolvimento do turismo local.

Referências

Alberca-Sialer, F. (2021). Caracterización del turismo patrimonial. *Cultura: Revista de la Asociación de Docentes de la USMP*, *35*.:197-208

Brasil. *Lei Federal Nº 9.985, de 18 de julho de 2000*. Regulamenta o art. 225, § 1o, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Naturezaedáoutrasprovidências. Disponívelem:https://www.planalto.gov.br/ccivil03/leis/l9985.ht. Acesso em: maio 2024.

Brasil. Ministério do Turismo. *Ecoturismo*: orientações básicas. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

Carlos, S. C. S. (2022) *Turismo e Inclusão: reflexos das políticas públicas e ambientais nas periferias do extremo sul da cidade de São Paulo-um estudo sobre o Polo de Ecoturismo de São Paulo.*[Trabalho Conclusão de Curso Turismo], USP Universidade de São Paulo, São Paulo, SP.

Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Iucn. Gland, Switzerland and Cambridge.

de Aguiar Junior, P. R. F., & Barros, J. R. (2023). Ecoturismo e monitoramento de unidade de conservação: possibilidade de geração de renda e proteção ambiental no PETeR (GO), Brasil. *Revista do Departamento de Geografia*, *43*, e194831-e194831.

Santa, E. D., & Tiatco, A. (2019). Tourism, heritage and cultural performance: Developing a modality of heritage tourism. *Tourism Management Perspectives*, *31*, 301-309. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.001

Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism*. Routledge.

Figueira, M. C. (2022) Gestão do patrimônio e o desenvolvimento do turismo patrimonial na cidade histórica de Ouro Preto IN: Parfitt,C. M.& Steigleder C.N. *Planejamento e Gestão Ambiental em Municípios.* São Paulo: Dialética.p 211-232.

Fonseca, M., Lamas, I., & Kasecker, T. (2010). O papel das unidades de conservação. *Scientific American Brasil*, *39*, 18-23.

Hernández, J. B. (2005). Patrimonio Cultural y Turismo Sostenible en el espacio Iberoamericano: retos y oportunidades del presente. *Diálogos-Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História*, *9*(1), 11-21.

Lindberg, K., & Hawkins, D. E. (1995). *Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão*. Senac.

Maciel, A. A. et al .(2017) *Usos sustentáveis na APA Bororé-Colônia: paradigmas da questão fundiária e a preservação ambiental* .[Dissertação], Programa de Pós Graduação em Direito Universidade Católica de Santos, Santos SP.

Ministério do Meio Ambiente. *Mata Atlântica* Disponível em: https://antigo.mma.gov.br/. Acesso em: 14 de maio de 2024.

Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of tourism research*, *30*(1), 238-254. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00064-6

Prats, L. (2003). Patrimonio+ turismo=¿ desarrollo?. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, *1*(2), 127-136.

Prefeitura de São Paulo a *Guia de Ecoturismo e Agroecologia no Extremo Sul de São Paulo.* Disponível em: https://institutokairos.net/wp-content/uploads/2020/11/guia_site.pdf. Acesso em: 14 de maio de 2024

Prefeitura de São Paulo b. *APA Capivari Monos.* Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/meio_ambiente/unid_de_conservacao/apa_capivarimonos. Acesso em: 24 de maio de 2024.

Prefeitura de São Paulo c. *APA Bororé Colônia.* Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/meio_ambiente/unid_de_conservacao/apa_bororecolonia. Acesso em 24 de maio de 2024.

Programa Homem e Biosfera (Mab – Man And The Biosphere) MaB Unesco . https://rbma.org.br/n/mab-unesco/o-programa/ Acesso em maio 2024.

São Paulo**.** *Lei Municipal nº 13.136, de 09 de junho de 2001* Cria a Área de Proteção Ambiental Municipal do Capivari-Monos - APA Capivari-Monos, e dá outras providências. Disponível em: https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/: Acesso em: maio 2024.

São Paulo. *Lei n. 14.162, de 24 de maio de 2006.* Cria a Unidade de Conservação Área de Proteção Ambiental Municipal Bororé-Colônia. Disponível em: https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/ Acesso em: maio 2024.

São Paulo. *Lei nº 15.953, de 7 de janeiro de 2014*. Dispõe sobre a criação do Polo de Ecoturismo nos Distritos de Parelheiros e Marsilac até os limites da Área de Proteção Ambiental Bororé-Colônia, e dá outras providências. Disponível em: https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/leis/ Acesso em maio 2024.

Scifoni, S. (2006). Os diferentes significados do patrimônio natural. *Diálogos-Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História*, *10*(3), 55-78.

Scifoni, S., & Ribeiro, W. C. (2007). Preservar: por que e para quem?. *Patrimônio e memória*, *2*(2), 98-109.

Unesco. (1972) *Convenção para a proteção do Patrimonio Mundial,Cultural e Natural*.Paris: UNESCO.

Ventura, Vânia Nelize. (2002) *Turismo sustentável em áreas de proteção ambiental: a APA do Capivari-Monos*. [Dissertação de Mestrado], Curso de Pós-graduação da FGVEAESP, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP.

CAPÍTULO 15

Consumismo Turístico do Património em Cidades Históricas: Uma Análise Teórico-Crítica

Tourist Consumerism of Heritage in Historic Cities: A Theoretical-Critical Analysis

FIGUEIRA, Michel Constantino

Resumo

Este capítulo apresenta uma reflexão teórico-crítica sobre o fenômeno do consumismo turístico do patrimônio em cidades históricas. Balizado, teoricamente, na produção literária de diversos autores sobre o tema do consumismo e do consumismo turístico cultural, este artigo teoriza sobre o advento, particular, do consumo turístico do patrimônio. Essa forma particular de consumo turístico é motivada pelas necessidades e desejos dos turistas de adquirir e colecionar experiências de contato sensorial com o patrimônio, principalmente a partir do acesso à materialidade e à imaterialidade excepcional do homem, produzidas e comercializadas através de distintas formas criativas de gestão do território de cidades históricas. Neste contexto, por sua categorização temporal singular, essas cidades são ofertadas como produtos turístico-patrimoniais para o deleite dos consumidores de passado. Essa oferta é planejada, gerida e executada a partir da elaboração de uma série de atividades, serviços e produtos desenvolvidos em torno do patrimônio central de uma cidade histórica (conjunto, monumento, lugar, saber-fazer, celebração ou expressão), incluindo a estruturação logística e informativa dos destinos, forjando a transformação da cidade histórica e seus patrimônios, ali inseridos, em uma mercadoria empacotada para satisfazer visitantes motivados pelo consumo de tudo que represente ou possua um selo de antiguidade. Teorizar, criticamente, sobre essa realidade comum a todos os destinos turístico-patrimoniais consolidados, nos permite ampliar o leque de possibilidades interpretativas sobre o turismo patrimonial, particularmente no tangente à cidades históricas, contribuindo para o avanço dos estudos, das discussões e, mesmo, das produções desenvolvidas em torno da relação entre mercado turístico e gestão do patrimônio, resultando, por fim, na busca pela qualificação permanente da experiência turística em sua associação com o patrimônio dos povos.

Palavras-chave

Cidade histórica; património; turismo patrimonial; consumismo

Abstract

This chapter presents a theoretical and critical reflection on the phenomenon of tourist consumerism of heritage in historic cities. Theoretically, based on the literary production of several authors on the theme of consumerism and cultural tourism, this article theorizes

the advent, in particular, of tourist consumption of heritage. This particular form of tourist consumption is motivated by the needs and desires of tourists to acquire and collect experiences of sensory contact with heritage, mainly through access to the exceptional materiality and immateriality of man, produced and commercialized through different creative forms of management of the territory of historic cities. In this context, due to their unique temporal categorization, these cities are offered as tourist-heritage products for the delight of consumers of the past. This offer is planned, managed and executed based on the elaboration of a series of activities, services and products developed around the central heritage of a historic city (ensemble, monument, place, know-how, celebration or expression), including the logistical and informative structuring of destinations, forging the transformation of the historic city and its heritage, inserted there, into a packaged commodity to satisfy visitors motivated by the consumption of everything that represents or has a seal of antiquity. Critically theorizing about this reality common to all consolidated tourist-heritage destinations allows us to expand the range of interpretative possibilities about heritage tourism, particularly about historic cities, contributing to the advancement of studies, discussions and even productions developed around the relationship between the tourist market and heritage management, ultimately resulting in the search for the permanent qualification of the tourist experience in its association with the heritage of the people.

Keywords

Historic city; heritage; heritage tourism; consumerism

1. Introdução

Atualmente, ocorre, no nível global, uma amplificação das necessidades e dos desejos de consumo de tudo que represente o passado, a memória e o antigo. E, inevitavelmente, isto orientou o advento e o fortalecimento do turismo patrimonial, já que, sobretudo nas últimas quatro décadas, o mercado turístico internacional se consolidou como um dos fenômenos de maior manifestação de políticas, programas, serviços e produções criativas que estimulam e oportunizam o consumo de bens e referências patrimoniais, materiais e imateriais, transformados em produtos para um mercado ávido por tudo que seja histórico. Essa condição turístico-mercadológica manifesta-se, especialmente, sobre núcleos urbanos de todos os portes e tamanhos, mas diferenciados pela institucionalização de valores de excepcionalidade memorial, sendo ampla e estrategicamente promovidos, como *lócus* de importância histórica e artística para um país, para uma região, para um território ou para toda a humanidade. Esses núcleos urbanos diferenciados para o turismo patrimonial são conhecidos publicamente como *cidades históricas*.

No contexto produtivo do consumo turístico do patrimônio, as cidades históricas representam produtos de grande valia para a economia de diversos países. Essas cidades e seus bens e

referências são preparados, ofertados e consumidos, como produtos turístico-patrimoniais, por fluxos internacionais de grande proporção de indivíduos, em movimentos pendulares intermitentes sobre espaços urbanos, nomeadamente, antigos e carregados de valores simbólicos. Tais valores baseiam-se no fato desses espaços conterem, em sua urbe, não apenas uma (i) materialidade patrimonial de destaque, mas, sobremaneira, a memória de eventos e personagens de grande importância para a história e para a cultura de um determinado território ou da humanidade como um todo.

Na prática, o consumismo turístico de cidades históricas é marcado pela variedade de oportunidades de contato, de acesso e de experimentação do patrimônio a partir da fruição de visitação e interação com museus, memoriais, festas populares, parques históricos, roteiros temáticos, meios de hospedagens instalados em antigos mosteiros e castelos, restaurantes de gastronomia típica, programas interpretativos, ateliês de arte e artesanato, dentre outros atrativos, equipamentos e recursos que, conjunta ou separadamente, fomentam o consumo de destinos patrimoniais como produtos exclusivos para turistas seduzidos por experiências autênticas de contato com o passado. Essa exclusividade é profundamente mais evidente na oferta de cidades históricas chanceladas, oficialmente, por inscrições patrimoniais, nas esferas nacional e/ou mundial. Essas inscrições, para além de legitimar o reconhecimento público de excepcionalidade patrimonial e a dignidade de sua proteção jurídica, tendem a, inevitavelmente, ampliar a emergência do consumo de uma cidade histórica, enquanto produto turístico-patrimonial.

O objetivo central deste texto é desenvolver uma reflexão teórico-crítica sobre o fenômeno do consumismo turístico do patrimônio em cidades históricas.

A metodologia para a produção desta reflexão baseou-se em duas ações principais:

a) leitura e interpretação de um arcabouço teórico, baseado em referencial literário sobre os temas do consumismo *per se*, do consumismo turístico, do turismo patrimonial e de cidades históricas;

b) proposição de uma teorização inédita sobre a complexidade fenomenológica do consumismo turístico patrimonial em cidades históricas, a partir das contribuições de textos analisados e insights críticos resultantes dessa leitura, sem desconsiderar a experiência do autor, tanto em outras práticas formais de investigação teórica e de campo, quanto na experiência informal do mesmo no consumo de cidades históricas, particularmente, de origem portuguesa.

2. Consumismo: necessidades e desejos por bens, informações, experiências e status

O consumismo é a oficialização material e/ou representação simbólica da aquisição e fruição de bens, símbolos, experiências e informações, condicionando-se às necessidades e aos desejos em torno do objeto consumido.

Ao analisar o consumismo enquanto prática propulsora de posicionamento social e articulação de sociabilidades para os indivíduos, Bauman (2008), conceitua que o mesmo é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, de desejos e de anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, "neutros em relação ao regime", tornando-se a principal força motriz da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação social, bem como a formação de indivíduos humanos, ao mesmo tempo que desempenha um papel importante nos processos de autoidentificação individual e grupal (Bauman, 2008).

O consumismo é a ativação prática, *per se*, o ato concreto e usual do fenômeno do consumo, visto por Canclini (2006) como o conjunto de processos socioculturais nos quais se realizam a apropriação e os usos dos produtos (Canclini, 2006).

A formação do olhar do consumidor, enquanto agente do consumo, é projetada por meio de sua própria formação social e das estratégias de promoção, publicidade, propaganda e marketing que moldam uma imagem emblemática e ampliada do objeto de interesse de aquisição, tornando este objeto atraente, desejado e necessário aos potenciais consumidores. Esses consumidores, portanto, alimentam-se de uma imagem projetada em signos que ativam, antecipadamente, uma percepção individual diferenciada sobre esse objeto, transformando-o em um produto, com um determinado valor, seja financeiro ou simbólico. Neste caso, os potenciais consumidores são adequadamente preparados por gerentes de marketing para assumirem um papel de atores em uma representação imaginada e interpretada, no ato do consumo, como vida real (Bauman, 2008).

Portuguez (2001) explica que os produtores dessa representação imaginária do objeto a ser consumido, garantem que os clientes receberão os recursos e informações necessários para adquiri-lo e, com isso, esses consumidores aprendem a ser compradores perfeitos, capazes de adorar o que adquirem, além de divulgar essa aquisição, o que tende a ser um ciclo permanente que alimenta a busca por uma felicidade de consumo nunca, plenamente, alcançada (Portuguez, 2001).

Já Bauman (2008) aponta que o consumo é uma prática que ele chama de *pós-moderna*, na medida em que a produção é uma marca da modernidade. Essa pós-modernidade demarca o deslocamento de uma sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores, onde os bens consumidos são signos imaginários, cuja preocupação é mais com o significado da aparência do que com a perspectiva da funcionalidade (Bauman, 2008).

Nesta lógica, na superfície da prática consumista, o desejo pela aquisição do objeto (produto, mercadoria e imagem) se torna mais forte do que a satisfação. Nas palavras de Bauman (1998), neste humor flutuante amparado na satisfação efêmera e na aquisição superficial, os consumidores são auxiliados e favorecidos por um mercado que se organiza inteiramente em torno de uma prática vigorosa de controle de uma demanda permanentemente insatisfeita, evitando, assim, a ossificação de quaisquer hábitos adquiridos, e estimulando o apetite dos consumidores por cada sensação mais intensa e por experiências sempre novas (Bauman, 1998).

Portanto, do ponto de vista motivacional, o consumismo é uma prática que envolve a busca permanente por satisfação momentânea dentro de uma insatisfação existencial permanente. Isso porque a prática do consumo é também uma prática de descarte, uma vez que, na medida em que o objeto de satisfação é adquirido, automaticamente é preciso ir para o próximo objeto de contemplação e desejo. Sobre isso, Bauman explica que para suprir todas essas necessidades, impulsos, compulsões e vícios, bem como oferecer novos mecanismos de motivação, orientação e monitoramento do comportamento humano, a economia de consumo deve se apoiar no excesso e no desperdício (Bauman, 2008).

Por outro lado, autores como Urry (2001) e Canclini (2006) consideram que o consumismo não representa apenas a noção de expansão materialista, economicista ou capitalista de natureza momentânea e superficial. Segundo Urry (2006), há uma expectativa de busca de prazer, associada à imaginação, bem como aquisição e uso pragmático do objeto adquirido: "a motivação básica das pessoas em relação ao consumo não é, portanto, simplesmente materialista" (Urry, 2001, p.30). Já Canclini (2006) é mais compreensivo ao argumentar que o consumo não é apenas uma prática irracional inútil, mas uma ação que desperta o pensamento crítico e a cidadania dos consumidores. Ele ressalta que é nesse sentido que se deve reconceitualizar o consumo, não como um simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como uma prática que serve para pensar, e no qual se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica das sociedades (Canclini, 2006, p.14).

Para Canclini (2006), o consumo é uma combinação do pragmático e do prazeroso e serve para pensar e não apenas como um espaço suntuoso do supérfluo no qual os impulsos primários dos indivíduos poderiam ser alinhados, apenas, objetivamente, com estudos de mercado e táticas publicitárias (Canclini, 2006).

Entende-se, por fim, que, independentemente de sua interpretação teórica, o que torna o consumo uma prática prazerosa é a sua representação associada à perspectiva emocional de felicidade e qualidade de vida para os consumidores. Além de sua condição materialista ou papel formativo do indivíduo crítico e ativo, a prática do consumo (da aquisição e da comprovação do ter, do ter visto, do ter sentido e do ter consumido) projeta o consumidor de forma diferenciada nos grupos sociais dos quais ele faz parte ou tenta se inserir. Contudo, essa condição de inclusão deve considerar, também, uma potencial desorientação emocional do consumidor causada pela própria dependência social ao consumismo, aumentando a sua complexidade, visto que, segundo Ziegler (1996), os indivíduos duvidam de si mesmos, se não forem bons produtores e bons consumidores, já que dentro dos circuitos de sociabilidade, o consumismo é um termômetro para a validação dos desempenhos sociais (Ziegler, 1996). Entretanto, em uma perspectiva de desenvolvimento pessoal, à luz de uma análise materialista, gerando ou não neuroses emocionais, consumir é, inevitavelmente, fundamental para se adquirir status em campos, práticas e grupos sociais diversos. E, nesse universo de status social, é onde se forma a coesão peculiar das interações entre os seres humanos, membros comuns de uma sociedade de consumo (Bauman, 2008).

Por status, respeito e alocação social, consumir também é estar na vanguarda da humanidade. Por esta razão, a noção de reconhecimento social é o caminho buscado pelos consumidores de massa, que buscam estar permanentemente na moda (Masi, 2000). Nesta perspectiva, complexa e particular, do fenômeno do consumismo, a participação ativa nos mercados é a principal virtude esperada dos membros de uma sociedade de consumo (Bauman, 2008). E o status associado à cultura de consumo considera que, mesmo em uma atualidade timidamente mais minimalista, anti-materialista e abstraída, ainda há prevalência da força de identidades e comportamentos constantemente formados, avaliados e legitimados pelo que se possui, cultural, moral, intelectual e materialmente. Neste caso, em uma sociedade de consumidores, quem consome é diferente de quem não consome.

E no quadro universal do consumo, considerando as necessidades físico-emocionais, a satisfação momentânea, as práticas pendulares e a busca por ampliação do status social dos indivíduos, ocorre um fenômeno singular, onde ações de produção em torno do patrimônio cultural dos povos e práticas de consumo turístico dessas produções são balizados na emergência de contato sensorial com o passado e na oferta de experiências espetaculares de consumo de núcleos urbanos carregados de signos excepcionais de valor artístico, memorial e histórico: o turismo patrimonial em cidades históricas.

3. A experiência de consumo no turismo patrimonial

Vaquero (2006) explica que, particularmente ao fenômeno socioeconômico do consumismo turístico, o produto não pode ser transportado até os visitantes, são eles que se deslocam até o produto (Vaquero, 2006).

Nessa lógica, o consumo do produto turístico se realiza no local de sua produção e é oferecido fora do espaço cotidiano e geopolítico do turista consumidor. Ou seja, deve ser permanentemente lembrado ao potencial consumidor que o mercado turístico não permite a compra ou a degustação prévia de nenhuma amostra do produto ou mesmo a experimentação antecipada do objeto de desejo. É preciso passar a participar da própria construção do produto consumido, que se desenvolve entre reprodução e adaptação, a partir de uma espiral de expectativa-demanda-consumo-recordação-expectativa (Talavera & Pinto, 2008, p.08).

Particularmente à recordação, citada por Talavera & Pinto (2008), os turistas costumam trazer em sua bagagem subprodutos e percepções da experiência de consumo da viagem. Esses subprodutos servem tanto para a satisfação colecionista dos consumidores, quanto para comprovar a efetivação do consumo turístico em seus quadros sociais particulares, buscando algum tipo de legitimidade junto aos pares. Socialmente, as lembranças de consumo são materializadas, rememoradas e expressadas em imagens capturadas em fotografias e em souvenires (produtos artesanais e artificiais), os quais são utilizados para estimular a memória, para melhorar a autoestima, para gerar satisfação temporária, para instigar novas viagens e para ampliar o status dos turistas consumidores.

De certa forma, contrariando seus próprios pontos de vista anteriores (Bauman, 1998) e se aproximando de um dos fundamentos filosóficos do turismo, Bauman (2008) entende que a vida para consumo não se refere somente à aquisição ou posse, nem tem a ver com se desfazer do que foi adquirido anteontem e orgulhosamente exibido no dia seguinte. Ao contrário, refere-se principalmente, e sobretudo, a estar em movimento (Bauman, 2008). É por isso que, independentemente das imagens e objetos adquiridos, a partir da experimentação dos destinos, viajar, com esperança, é, na vida do consumidor, muito mais prazeroso do que chegar (Bauman, 1998). Ou seja, segundo Bauman (2008), o corolário do consumismo – o que podemos anexar ao debate em torno do consumismo turístico – é o próprio ato de se deslocar.

Portanto, muito mais do que uma prática de aquisição de bens e informações, o consumismo turístico é marcado por uma prática intermitente de deslocamentos para colecionar imagens e experiências presentes em destinos-produtos. E esses deslocamentos encontram-se ancorados em uma programação mental e um comportamento social orientado para uma satisfação efêmera, já que o retorno ao lar é um período de estímulo à novos desejos de consumo de outros destinos, cujos atributos tendem a motivar novos deslocamentos pendulares. Nesta ótica, pode-se observar que, redundante e pragmaticamente, no conjunto circunscrito do consumismo turístico ocorre um movimento pendular marcado por uma intermitente prática de consumo de destinos transformados em produtos, ou produtos transformados em destinos, considerando uma matemática sociocomportamental circular: percepção da imagem + motivação + planejamento + deslocamento + contato + impressão e apreciação + consumo + satisfação + retorno + insatisfação + novas percepções da imagem + novas motivações para viajar.

Figura 1. Consumismo turístico na Feira de Pedra Sabão do Largo de Coimbra, Ouro Preto, Brasil
Autor: Michel Constantino Figueira, 2014

Nesta lógica, a ativação do consumismo turístico do patrimônio ocorre em um tempo-espaço formado por signos de realização de sonhos e desejos em lugares específicos, tratando-se da satisfação momentânea dos indivíduos. E o espaço-temporal do consumismo turístico consiste em uma gama simbiótica de atividades produzidas por meio da interrelação direta (e indireta) entre consumo, lugar, tempo e pessoas (Portuguez, 2001). Essa interrelação pode ser interpretada como a projeção material do consumo como prática de experimentação sensorial dos destinos, a qual deve incluir a liberdade e os recursos para se deslocar, as permissões jurídicas, morais e bases logísticas para o deslocamento, a contratação de serviços exclusivos do turismo e a aquisição de bens, experiências e informações (produtos, práticas e imagens) diretamente nos destinos, em um tempo determinado, em um espaço circunscrito. E essa dimensão *produção + consumo* – processada na interrelação entre espaço, tempo, pessoas e recursos – é desenvolvida na integração mercadológica entre três campos distintos que formam a geografia do consumismo turístico: o núcleo emissor, o núcleo intermediário e o núcleo visitado/consumido.

Já, quanto à efetividade da satisfação do turista consumidor em torno das imagens dos destinos e da qualidade da experiência junto ao mesmo, observa-se que há uma necessidade permanente de valorização da essência do lugar (Vaquero, 2006). Essa essência é caracterizada, basicamente, pelo conjunto de atributos simbólicos e materiais que formam o imaginário e a idealização da noção de autenticidade em um destino turístico (Vaquero, 2006). Essa autenticidade é a formalização imaginada de uma diferença simbólico-material projetada criativa e politicamente por agentes responsáveis pela condução mercadológica desses destinos a serem oferecidos para o consumo.

Por fim, no tangente ao fenômeno turístico internacional, o acesso especial à uma autenticidade de lugar, ancorada em atributos simbólicos que estimulem o imaginário, gerem satisfação existencial e promovam o status social para os turistas consumidores pós-modernos, um tipo singular de deslocamento pendular organizado ocupa o seu reinado: o turismo patrimonial.

4. Consumismo turístico do patrimônio

Enquanto segmento de mercado, o turismo patrimonial é uma prática de consumo do patrimônio chancelado como excepcional diante de seus atributos e reconhecimentos públicos de valor. Esse valor é interpretado, legitimado e expressado em termos artísticos, memoriais, educacionais e, inevitavelmente, econômicos.

Sensorialmente, o consumismo turístico exclusivo de elementos de cunho patrimonial se manifesta dentro de uma dialética pós-moderna marcada, objetivamente, pela passividade diante de tudo que possua um selo de antiguidade. Essa passividade considera que, na esteira do deslocamento pendular do turismo patrimonial, como prática social pós-moderna, o consumismo do patrimônio se manifeste, não apenas como gerador de status, mas também como prática de recomposição físico-emocional e espiritual, diante da perda de significados comunitários, da nostalgia por raízes culturais, do desaparecimento de hábitos tradicionais e da carência por referências memoriais que gerem segurança e afetividade.

Para o turista ávido por tudo que expresse o ontem, o fetiche de sua contemplação e o usufruto consumista de bens e referências que simulam temporalidades, representam o pico da satisfação de seus desejos por viajar, já que, naturalmente, um simples deslocamento se torna um tipo de viagem no tempo, considerando, sobretudo, que o patrimônio consumido possua um selo especial que o designa como um testemunho vivo do processo histórico de formação dos destinos visitados.

Nesta contemplação e ecumenismo pelo consumo do passado, através do turismo patrimonial, não resta dúvidas de que estamos assistindo a um processo de comercialização do patrimônio que é adornado, classificado e vendido por um preço variável de acordo com uma ampla tipologia de consumidores (Santana, 2006). E, nessa acepção, o produto-patrimônio é inventado e comercializado para a satisfação plena dos turistas consumidores, considerando a estipulação de valores pré-estabelecidos e a materialização de experiências enaltecedoras.

Por ora, cabe citar, que a estetização patrimonial, orientada para atender ao mercado de turistas patrimoniais, embala o passado seguindo, rigorosamente, um conjunto de critérios técnicos e jurídicos pré-estabelecidos. Ou seja, há uma invenção do que se mostrar (inscrição; reconhecimento público; seleção) e de como mostrar (revitalização; restauração; estetização; espetacularização). E o mercado turístico comercializa a institucionalização material/imaterial do passado como um produto passível de consumo. E esse processo de produção patrimonial para o consumo turístico resulta, por fim, no estímulo e acionamento de um movimento global de indivíduos atraídos por cores, signos, atributos e símbolos, claramente inventados, onde os grandes sistemas de representação do mundo são tomados como objetos de consumo efêmeros (Santos, 2007).

A apreciação de Santos (2007), acima, sobre o processo de consumo como um ato efêmero, orienta a interpretação do consumismo turístico patrimonial também como um fenômeno efêmero, já que ilude o consumidor com a posse temporária do passado, da memória e da identidade, mesmo que esses elementos não lhe pertençam, simbolicamente, nem ativem a sua memória individual. Neste caso, entende-se que há uma confusão direta entre imagem e realidade na absorção sensorial do espaço turístico-patrimonial consumido. Contudo, por outro lado, para os turistas consumidores essa aquisição irreal e imaginária do passado se justifica, sobretudo, diante do desequilíbrio emocional associado à vida pós-moderna que faz a história perseguir a sociedade como um espectro (Debord, 1997).

Llorenç Prats (2006) adentra a discussão argumentando que, para o mercado do turismo patrimonial as questões de irrealidade são insignificantes, já que a eficácia do consumismo turístico desses símbolos ilusórios e inventados deve ser medida pelo nível de satisfação dos visitantes no ato de consumir o objeto desejado, considerando, principalmente, o número de visitantes em um determinado destino patrimonial (Prats, 2006). Qual seja, independentemente das emoções, motivações e invenções, a lógica que permanece, no complexo fenômeno do consumismo turístico do patrimônio, é de ordem econômica.

E, nesta lógica mercadológica, que foca na satisfação plena de consumo para o turista patrimonial, as práticas de revitalização do patrimônio histórico-cultural, aliadas às melhorias

da infraestrutura urbana, incluindo a qualificação permanente de produtos e serviços ofertados, proporcionam espaços e experiências agradáveis, divertidas e atrativas às massas de consumidores de passado. Para isso, os governos constroem novas centralidades em espaços muitas vezes degradados e marginalizados, agora remodelados e mercantilizados pelo fluxo do capital (Teobaldo, 2010).

Por fim, registra-se que o patrimônio é interpretado pelos investidores do mercado turístico não como um bem simbólico, nem mesmo um autêntico testemunho do passado a serviço da humanidade, mas sim como uma mercadoria, um produto, com um valor determinado para acesso e usufruto, gerando grandes margens de lucro, sobretudo em destinos já consolidados (Silva, 2012).

E, nessa vanguarda internacional do mercado turístico do patrimônio, o turista consumidor atinge o auge da satisfação efêmera de seus desejos e necessidades de consumo de produtos que simbolizem fortemente o passado, o antigo e a formação civilizatória, ao adquirir, interagir, envolver-se e deixar-se seduzir por tudo que é ofertado em sua experiência de consumo em núcleos urbanos reconhecidos e prestigiados por sua importância para a memória e para a cultura de um país ou da humanidade como um todo. No mundo todo, esses núcleos urbanos são conhecidos como cidades, bairros e centros históricos.

5. Cidades históricas: da importância patrimonial à figuração espetacular

Uma cidade histórica pode ser classificada como um conjunto urbano de monumentos, objetos e lugares reconhecidos, jurídica e simbolicamente, por sua importância artística e memorial para um determinado país, para uma determinada região ou mesmo para toda a humanidade.

De um ponto de vista patrimonial – considerando que o patrimônio é o principal símbolo de seu destaque excepcional –, uma cidade histórica é identificada, ainda, por sua autenticidade arquitetônico-urbana (com características construtivas, paisagísticas e espaciais únicas), seus lugares de acontecimentos memoráveis, seus personagens de grande relevância universal e uma evidente importância artística. Com um pensamento sustentável, Vaquero (2006) argumenta que uma cidade histórica é uma joia autêntica que deve ser preservada nas melhores condições "para seu desfrute pelas gerações futuras" (Vaquero, 2006, p.17).

Mnemonicamente, os diversos núcleos urbanos de uma cidade histórica projetam paisagens e ambientes que expressam a presença do passado em memórias, intangibilidades e elementos materiais que definem essa cidade como um testemunho vívido (ou depreciado) da diversidade criativa humana e do processo civilizatório como um todo, integrando-a na contemporaneidade (Unesco, 1976). Essa vida contemporânea impõe, inevitavelmente, a necessidade de associação do conjunto patrimonial que compõe uma cidade histórica às vivências atuais, integrando, na paisagem urbana, bens, monumentos, lugares, saberes, manifestações artísticas, visitantes, visitados, estruturas, tecnologias, informações e coleções, sem deixar de incluir, inevitavelmente, diversas artificialidades que não dialogam com a identidade, com

o patrimônio e com o processo histórico de formação dessa cidade, pois isto engessaria a própria natureza desse processo histórico, ou seja, a sua dinâmica.

Dentre os grupos de maior destaque no prestígio patrimonial internacional, as cidades históricas ocupam um lugar especial. Os centros e bairros históricos, assim como a cidade como um todo, a partir de um registro oficial de valor patrimonial, passam a ser vistos como conjuntos urbanos que ilustram uma ou mais etapas significativas da história da humanidade (Norrild, 2002). E, como em todas as práticas patrimoniais, o reconhecimento da universalidade de uma cidade histórica é baseado em uma ação político-institucional promovida pelos agentes públicos e privados de seus Estados e territórios de inserção geopolítica, a partir de parâmetros, técnicas, procedimentos criteriosos e medidas jurídicas específicas de seleção, conservação, restauração, promoção, institucionalização e comercialização, particularmente turística, da mesma. São os especialistas do patrimônio – particularmente arquitetos, urbanistas, arqueólogos, antropólogos, restauradores e outros profissionais ligados ao estudo e a preservação dos componentes histórico-urbanos – que interpretam, analisam, julgam, intervêm e potencializam a necessidade de preservação e orientam as formas de zelo e usufruto (com ações desenvolvidas em parceria com o mercado turístico), especificamente direcionados ao perfil de cada patrimônio urbano de importância histórica.

E este usufruto, associado ao zelo protecionista, segunda as palavras de Choay (2009), faz de uma cidade histórica viva um objeto duplamente engendrado como um bem digno de proteção e um palco de experiências espetaculares. Neste contexto, a cidade histórica é iluminada, maquiada, vestida para fins de embelezamento e mídia, servindo de palco de festivais, celebrações, congressos e acontecimentos que multiplicam o número de visitantes de acordo com a engenhosidade dos animadores culturais (Choay, 2009).

Porém, é justamente na sua figuração espetacular que reside parte da excepcionalidade patrimonial destacada em uma cidade histórica, visto que, por ser produzida esteticamente e servir como palco de acontecimentos diversos, esse conjunto urbano detém valores que ultrapassam a sua importância memorial, simbólica e artística, já que tende a atrair visitantes dos mais distintos lugares, servindo à distintos interesses para além do científico. Qual seja, a cidade histórica torna-se um produto disponível para o deleite de turistas consumidores de passado que buscam conhecimento, status, experiência de vida e recomposição físico-emocional, bem como um lócus de geração de emprego, renda, autoestima e desenvolvimento pessoal e profissional para moradores e empreendedores locais. Tal contextualização conduz ao ponto de partida na tentativa de se elucidar o fenômeno sócio-econômico-cultural do consumismo turístico do patrimônio em cidades históricas.

6. Consumismo turístico do patrimônio em cidades históricas

Na atualidade, em uma escala global, o espelhamento da homogeneidade turístico-patrimonial, como estratégia de desenvolvimento econômico de cidades de importância histórica, considera, massivamente, a espetacularização memorial e criativa dos centros urbanos como

forma de atrair muitos visitantes, dentro de um mercado internacional altamente competitivo (Jeudy, 2005).

E, consumidas pelo turismo patrimonial, as cidades históricas, suas memórias e seus patrimônios, funcionam como um paliativo para as angústias, desejos, necessidades e problemáticas físicas e mentais dos viajantes. Isto, porque, estimulam o equilíbrio emocional associado à oportunidade de reencontro com o passado, mesmo que este encontro seja imaginado, espetacularizado, inventado, efêmero e homogeneizado, segundo padrões repetitivos de conservacionismo e produção mercadológica no turismo patrimonial: museus, hotéis históricos, lojas de souvenires, memoriais, restaurantes típicos, dentre outros. Na visão de Jacques (2003), essa homogeneização de áreas urbanas preservadas provoca uma "dissolução da especificidade local em favor da padronização de imagens turísticas para serem consumidas globalmente" (Jacques, 2003, p.36).

Contudo, independentemente de seguir determinados padrões criativos e comerciais, que maximizam a sua inserção em uma lógica de homogeneidade técnica, como um produto turístico, uma cidade histórica representa um universo de potenciais experiências extraordinárias e tende a motivar o deslocamento de indivíduos ávidos pelo contato sensorial com o passado impresso em elementos que integram seu conjunto urbano. Esse conjunto é promovido como um lócus excepcional para a memória, considerando, especialmente, seu processo de formação histórica e valores artísticos. Além disso, o reconhecimento patrimonial de um conjunto urbano - cidade, bairro ou centro histórico – , seja no nível nacional ou internacional, externa dele um conteúdo de valor que motiva deslocamentos em massa, suportados por recursos logísticos, estruturais, operacionais, financeiros e humanos. Há toda uma maquinaria turístico-patrimonial para estimular e suportar esse fenômeno de deslocamentos pendulares. E tais deslocamentos são pautados, pragmaticamente, na idealização, na produção e na comercialização estratégica do passado no presente.

Politicamente, sem desconsiderar a organicidade da urbe, ocorre uma inevitável plasticidade da cidade histórica para servir ao conforto do olhar e da projeção fotográfica da memória turística. E a fundação de um marco patrimonial, como observam Funari & Pelegrini (2006), é a baliza para a consolidação de uma imagem singular e excepcional que associa os bens patrimoniais ao mercado turístico, o que corrobora para o aumento do consumo das cidades históricas. Qual seja, ao pensar a cidade que se quer, escolhe-se o patrimônio como norteador desenvolvimentista, principalmente quando o patrimônio cultural é utilizado como o principal objeto de marketing de uma cidade histórica (Funari & Pelegrini, 2006).

Figura 2. Turistas patrimoniais asiáticos fotografam a Cidade Histórica de Sintra, Portugal
Autor: Michel Constantino Figueira, 2015

Segundo Choay (2009), o vetor de promoção ao consumismo das chamadas cidades históricas é impulsionado, objetivamente, por uma indústria do patrimônio. Esta indústria, em parceria com a indústria do turismo, é responsável pelo reconhecimento e chancela oficial de um bem ou referência cultural, material ou imaterial, como um patrimônio, digno dessa nomenclatura especial amparada em um processo de seleção.

Infelizmente, na maioria dos casos internacionais, em razão de seus métodos de valorização público-privada, com interesses políticos associados à fins mercadológicos de curto prazo, esse processo de seleção tende à condução de fenômenos como a *gentrificação* dos bairros e cidades históricos, cuja especificidade está na expulsão informal ou no êxodo voluntário de antigos moradores diante do aumento da especulação imobiliária dos imóveis inseridos no território patrimonial urbano. Com isso, núcleos anteriormente vívidos de vizinhança, suas criatividades e práticas de sociabilidade, são substituídos por ambientes e rotinas sem organicidade.

Dessa forma, sob uma ótica sustentável, é radicalmente fundamental que as comunidades detentoras morais da memória e do patrimônio de cidades históricas sejam inseridas e plenamente pró-ativas no processo político-mercadológico de planejamento e gestão do espaço turístico-patrimonial. Isso permite, além da geração de emprego, renda e autoestima, a manutenção do próprio significado patrimonial, já que o patrimônio é um resultado histórico das produções humanas sobre o espaço, o que inclui o resgate e a revitalização de hábitos e práticas socioculturais em desaparecimento que podem ser incluídas no processo de experimentação turístico-patrimonial dos centros urbanos.

Agora, objetivamente sob o ponto de vista do interesse do consumidor, observa-se que a potencialização das produções turístico-patrimoniais sobre o território urbano de cidades

históricas estimulam e deixam-se orientar por um retorno contemporâneo à aspirações românticas, por um excesso midiático e informacional em torno da palavra *nostalgia*, pela natureza curiosa do *homo sapiens* diante da diferença, pela necessidade de sobrevivência emocional-afetiva diante da perda de significados simbólicos e referenciais comunitários, pelo desejo, intermitente, de colecionismo de experiências e pela busca por amplificação de status. Ou seja, no tangente a este último, imaginar, na sociedade atual, um sujeito que desfrutou de férias em Sintra, Ouro Preto, Colônia do Sacramento, Ilha de Moçambique e Macau – todos patrimônios mundiais – é colocá-lo em uma alçada especial, enquanto indivíduo, no seio de distintos grupos sociais.

Já, para os agentes mercadológicos, essa procura massiva dos consumidores de passado por conhecimento, experiências enaltecedoras e status, representa uma oportunidade potencialíssima de investimentos. Assim vão surgindo, no seio das cidades históricas, hotéis-patrimônios, galerias de arte, antiquários, restaurantes de gastronomia típica, passeios de carruagem, centros de interpretação do patrimônio, abertura de mausoléus, igrejas, mosteiros e castelos para visitação, roteiros turísticos temáticos ambientados no passado e com guias caracterizados com vestuário de outras épocas, passeios em trens antigos, memoriais e museus interativos, dentre outros produtos. Ora, a cidade histórica, como um monumento individual, transforma-se, assim, em um produto pronto para um consumo turístico-patrimonial lúdico, beneficiando-se simbolicamente de seu status histórico, mas não se subordinando a ele (Choay, 2009).

7. Consumismo turístico do patrimônio em cidades históricas: uma prática negativa ou positiva?

Como amparo literário para a ampliação do debate teórico sobre o processo de consumo turístico do patrimônio cultural, tendo como referência o produto *cidade histórica*, Canclini (2006) considera, negativamente, que o consumismo turístico do patrimônio cultural representa um modismo que gera satisfação momentânea e depois esquecimento, servindo como uma ação exploratória que leva ao esgotamento ou à simples banalização do patrimônio (Canclini, 2006). O mesmo autor explica que qualquer experiência de consumo turístico do patrimônio cultural em cidades históricas é esquecível. Ou seja, os consumidores colecionam experiências, mas sua satisfação é momentânea e efêmera (Canclini, 2006).

Por outro lado, o mesmo autor explicita, um tanto contraditoriamente, que "logo devemos admitir que, no consumo, construímos parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade" (Canclini, 2006, p.63), aproximando os povos. Neste caso, no que concerne o turismo patrimonial, o consumo tende a incentivar a interação entre visitantes e visitantes, já que integra produtores locais com consumidores turístico-patrimoniais em um mesmo espaço de sociabilidades e trocas, sejam simbólicas ou comerciais.

Antropologicamente, essa integração comunicativa entre produtores e consumidores é institucionalizada, no processo social do consumo, pelo princípio da diferença. Há o "eu" e há

o "outro". Quem produz e quem consome. Isso, permite, por exemplo, que artesãos adaptem seus "saberes para interagir com os turistas" (Canclini, 2006, p.68).

De um ponto de vista exclusivamente local, no que concerne à realidade de comunidades receptoras empobrecidas, cujas problemáticas sociais e econômicas tendem a levar, inevitavelmente, ao desaparecimento do seu próprio patrimônio, material e imaterial, o estímulo ao consumismo turístico-patrimonial pode ser interpretado como uma estratégia para minimizar dilemas como desemprego, baixa autoestima, carência de perspectivas e ausência de sentimento de pertencimento. Isto, porque, o turismo patrimonial pode, de fato, contribuir para a geração de alternativas de trabalho e renda, valorizar práticas criativas e construtivas locais, estimular a autoestima e elevar o prestígio em torno do patrimônio cultural dos povos e comunidades receptores.

E especificamente no que diz respeito a conservação patrimonial, o processo de consumo turístico de cidades históricas, com planejamento participativo e qualificação permanente das experiências de visitação, irá contribuir, estrategicamente, para a conservação de bens e referências que simbolizam a identidade cultural dos destinos visitados e consumidos, mantendo a sustentabilidade mercadológica do turismo patrimonial associada à solidez preservacionista do patrimônio, já que sem este patrimônio, vivo e funcional, não há turismo patrimonial.

Neste contexto, defende-se, ainda, que a qualificação permanente e consciente da gestão patrimonial, com a participação proativa dos detentores morais do patrimônio, ou seja, a comunidade local, contribuirá não apenas para a conservação de bens de ordem material, mas, também, para a preservação de práticas intangíveis com alto valor cultural e memorial, tais como saberes, fazeres, expressões, hábitos e celebrações, evitando o seu esquecimento e desaparecimento e os integrando às produções turístico-patrimoniais desenvolvidas.

Figura 3. Passeio guiado no Bairro Histórico de Colônia do Sacramento, Uruguai, antiga cidadela portuguesa
Autor: Michel Constantino Figueira, 2013

Agora, no que tange, particularmente, a qualidade mental dos visitantes, a contribuição paliativa do consumo turístico-patrimonial de cidades históricas pode ser medida pelo efeito dessa prática sobre turistas que buscam escapar de problemáticas físico-emocionais decorrentes de uma rotina repetitiva e estressante, com forte dependência tecnológica, com busca irrefreada por atingir metas produtivas, com insônia persistente e uso indiscriminado de medicamentos para tratar a ansiedade. Em outras palavras, o consumismo turístico tende a gerar nos turistas "uma sensação de superação, pelo menos em parte, de suas neuroses pessoais" (Portuguez, 2001, p.10).

Importa pensar que as práticas não turísticas de alienação cotidiana se baseiam em atividades que sobrecarregam mental e fisicamente os indivíduos (Urry, 2001; Pérez, 2009). Portanto, para um potencial turista patrimonial, sobrecarregado pelas responsabilidades do lar e do trabalho, sob a pressão de uma mecanização repetitiva de sua rotina e sob os efeitos da liquidez das relações sociais, o consumismo da diferença e do passado impressos no patrimônio, permite uma ruptura necessária e desejada com a própria realidade. Para este tipo de turista, bem como para todos os outros, "os bens e serviços são consumidos porque geram experiências agradáveis e diferentes" de sua vida cotidiana (Pérez, 2009, p.112).

Além disso, o consumismo turístico do patrimônio tende a gerar aprendizado e transformação pessoal, na medida em que os turistas podem adquirir, em suas práticas consumistas, experiências enriquecedoras que auxiliem em seu desenvolvimento educacional, profissional, social, moral e espiritual. Por isso, são ofertados às massas de turistas patrimoniais, distintos produtos, serviços e estruturas que, através de seu consumo, tendem a gerar experiências que sejam as mais prazerosas e memoráveis possíveis, bem diferentes das experiências rotineiras do dia a dia.

Por fim, a prática do consumismo turístico do patrimônio também pode ser interpretada como uma atividade de recreação e lazer: "o tempo de lazer é, fundamentalmente, um tempo de consumo" (Pérez, 2009, p.14). E este consumo turístico-patrimonial, enquanto tempo de lazer e recreação, permite aos turistas a fruição da vida e a melhoria da sua qualidade físico-emocional, em um período pendular de não-trabalho, vivenciando e desfrutando, sensorialmente, de momentos enaltecedores com o patrimônio visitado: interagindo com museus, escutando contação de histórias, degustando pratos típicos da gastronomia regional, caminhando por jardins de castelos, participando da colheita de uvas e da produção de azeites, fotografando monumentos históricos, dentre outras atividades.

8. Considerações finais

Neste trabalho, observou-se, teoricamente, que no âmago socioeconômico do fenômeno turístico-patrimonial, há uma dimensão consumível presente no patrimônio que o objetiva como um produto/mercadoria destinado à satisfação de necessidades e desejos dos turistas consumidores de passado.

Na prática, o consumismo turístico do patrimônio promove uma relevância financeira sobre este passado supracitado, capitalizando-o na forma de produto excepcional a ser consumido simultaneamente ao ato de sua produção. E, no tangente a esta análise teórico-crítica, as chamadas cidades históricas são a representação ideal de um produto embalado para o consumo turístico do patrimônio. Sua monumentalidade, carga memorial e dimensão artística são degustadas, emocional, material e sensorialmente, por turistas patrimoniais ávidos por tudo que expresse um selo de antiguidade, em seus movimentos pendulares intermitentes sobre espaços urbanos, publicamente, reconhecidos por seu valor e prestígio patrimonial.

Para o olhar do turista consumidor de passado, a promoção do patrimônio como um bem comum a todos, presume que o mesmo também pertença a ele. Tal interpretação e facilitação comercial de acesso tende, de forma paliativa, a minimizar as suas angústias cotidianas e necessidades por um território histórico comum, incluindo a emergência por uma comunidade e por pertencimento identitário, elementos que os centros urbanos modernizados e o individualismo comportamental retiraram dos indivíduos e presume-se e promove-se que as cidades históricas preservem.

Essa produção turístico-patrimonial sobre o espaço urbano de cidades históricas, além de promover a satisfação das demandas de consumidores de passado, neste caso dos turistas patrimoniais, também tende a gerar satisfação e garantia existencial e emocional paras as comunidades detentoras morais e territoriais da memória e do patrimônio urbano, na medida em que oportuniza a geração de emprego, renda, autoestima, equilíbrio sociocultural e conservação dos próprios bens e referências que compõem o conjunto patrimonial dessas cidades.

Espera-se, por fim, que esta reflexão teórico-crítica contribua com o avanço dos estudos e projetos em torno do fenômeno turístico-patrimonial, especialmente com o tema do consumismo turístico do patrimônio e, particularmente, em comunidades, países e territórios que partilhem a língua portuguesa: o espaço lusófono.

Referências

Bauman, Z. (1998). *O mal estar da pós-modernidade*. Tradução: Gama, M. & Gama, C.M. Revisão técnica de Fridman, L.C. Rio de Janeiro: Zahar.

_____. (2008). *Vida para consumo*: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução Medeiros, C. A. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Canclini, N.G. (2006). *Consumidores e cidadãos*: conflitos multiculturais da globalização. 6°ed. Rio de Janeiro: UFRJ.

Choay, F. (2009). *A alegoria do patrimônio*. Tradução de Machado, L.V. 4ªed. São Paulo: Estação Liberdade: UNESP.

Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Tradução Abreu, E.S. Rio de Janeiro: Contraponto.

Funari, P.P. & Pelegrini, S.C.A. (2006). *Patrimônio histórico e cultural.* 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Jacques, P.B. (2003). Patrimônio cultural urbano: espetáculo contemporâneo? *Revista de Urbanismo e Arquitetura*. Universidade Federal da Bahia, vol.6, n°1, pp. 32 – 39.

Jeudy, H.P. (2005). *Espelho das cidades*. Tradução Janowitzer, R. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.

Masi, D. *O ócio criativo*. (2000). Entrevista a Palieri, M.S, Tradução de Manzi, L. Rio de Janeiro: Sextante.

Norrild, J. (2002). Patrimonio: características y uso. In: Schlüter, R.G. & Norrild, J.A. (Coordinadoras). *Turismo y patrimonio en el siglo XXI*. CIET – Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Talleres CPC: Buenos Aires, pp. 11 – 26.

Pérez, X.P. (2009). Turismo cultural: uma visão antropológica. Colección *PASOS*: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, n°2, Edita: Asociación Canaria de Antropologia, Tenerife.

Portuguez, A.P. (2001). *Consumo e espaço*: turismo, lazer e outros temas. São Paulo: Roca.

Prats, L. (2006). A mercantilização do patrimônio: entre a economia turística e as representações identitárias. PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, n° 58, pp. 72 – 80.

Santana, A. (2006). *Antropologia y turismo:* ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Ariel Antropologia, Ed. Ariel, SA Barcelona.

Santos, C.A.J. (2007). A produção e o consumo de espaços turísticos*. IX Colóquio Internacional de Geocrítica*. Os Problemas do Mundo Atual. Soluções e alternativas da geografia e das ciências sociais. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

Silva, S.S. (2012). Patrimonialização, cultura e desenvolvimento: um estudo comparativo dos bens patrimoniais. Mercadorias ou bens simbólicos. *Relatos de Experiência:* Revista Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Vol.5, n°1, pp. 157 - 183.

Talavera, A.S. & Pinto, R. (2008). O turismo na sociedade de consumo: aportes antropológicos à figuração do subsistema estático*. 26ª Reunião Brasileira de Antropologia*, Porto Seguro.

Teobaldo, I.N.C. (2010). A cidade espetáculo: efeito da globalização. *Sociologia*: Revista do Departamento de Sociologia da FLUP, v. XX, pp. 137 – 148.

Unesco. (1976). Recomendação de Nairobi: Recomendação Relativa à Salvaguarda dos Conjuntos Históricos e sua função na vida contemporânea. 19ª Sessão da Unesco, Nairobi.

Urry, J. (2001). *O olhar do turista*: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Estúdio Nobel: SESC.

Vaquero, M.C. (2006). *A cidade histórica como destino turístico*. 2ª impressão, Barcelona: Ariel.

Ziegler, J. (1996). *A vitória dos vencidos*. Tradução Vivaldo Coelho Martins. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

CAPÍTULO 16

Elaboração de um Roteiro Turístico e Guia Didático através do Dark Tourism em Santa Maria - RS: Museu a Céu Aberto como Local de Memória e Lazer

Preparation of a Tourist Itinerary and Educational Guide Through Dark Tourism in Santa Maria - RS: Open-Air Museum as a Place of Memory and Leisure

SOUZA, Shirley ·NETO, Fernando

Resumo

O presente artigo emerge de um recorte de dissertação de mestrado da autora. Podemos destacar que o *dark tourism* e o *turismo cemiterial* se constituem como segmentos diferenciados no turismo contemporâneo, agregando práticas sociais e culturais que promovem atividades e atrativos não convencionais, reunindo uma determinada narrativa histórica de locais, eventos, pessoas e a memória produzida em torno destes, evidenciando uma determinada forma de patrimônio, de história e de arte. A presente pesquisa propõe, através da educação patrimonial, um circuito de visitações ao Cemitério Ecumênico Municipal de Santa Maria, onde suas obras arquitetônicas e a história da cidade e de suas personalidades se tornam um grande museu a céu aberto. Para compreensão deste novo segmento de *dark tourism* e de *turismo cemiterial* na cidade de Santa Maria, foi desenvolvido um guia didático explicativo acerca de questões da história, da memória e do pertencimento da cidade e região, incluindo informações sobre o turismo e seus segmentos relacionados aos temas abordados.

Palavras-chave

Educação Patrimonial, *Dark Tourism*, Turismo Cemiterial, Roteiro

Abstract

This article emerges from an excerpt from the author's master's dissertation. We can highlight that dark tourism and cemetery tourism constitute distinct segments in contemporary tourism, bringing together social and cultural practices that promote unconventional activities and attractions, bringing together a certain historical narrative of places, events, people and the memory produced around them, highlighting a certain form of heritage, history and art. This research proposes, through heritage education, a circuit of visits to the Municipal Ecumenical Cemetery of Santa Maria, where its architectural works and the history of the city and its personalities become a large open-air museum. To understand this new segment of dark tourism and cemetery tourism in the city of Santa Maria, an explanatory didactic guide was developed on issues of history, memory and belonging to the city and region, including information on tourism and its segments related to the topics covered.

Keywords

Heritage Education, Dark Tourism, Cemetery Tourism, Itinerary

1. Introdução

O desenvolvimento do produto intitulado "Elaboração de um roteiro turístico envolvendo o *dark tourism* e turismo cemiterial em Santa Maria/RS" é uma alternativa de roteiro turístico, entrelaçando os segmentos de *dark tourism*, turismo cemiterial, turismo cultural e de lazer, empregando o cemitério ecumênico municipal como locais de memória, e pertencimento, não somente como locais de traumas coletivos, mas reforçando a questão da memória, da denúncia e da luta por justiça e reparação, alavancando assim o turismo na cidade e consequentemente o desenvolvimento (em seu sentido mais amplo).

O termo Dark Tourism, de origem inglesa, foi mencionado pela primeira vez pelos autores, MalconFoley e John Lennon (1996) em artigo publicado em 1996, no "International Journal of Science of Heritage Studies". Como afirma Russo:

> *{...} Sin embargo, El término "turismo negro" fue acuñado originalmente por Malcom Foley y John Lennon em un artículo "JFK y turismo negro", publicado enunnúmero especial de la Revista Internacional de Estudio sobre el Patrimonio (Foley et. al, 1996). Em el cual se discute la aparente fascinación turística sobre el asesinato del trigésimo quinto presidente de EstadosUnidos John F.Kennedy em 1963. (RUSSO, 2018, p.04)*

São várias as possibilidades de nomear esse tipo de turismo, pois sua tradução não literal assume vários sentidos. Stone (2006) identificou as principais nomenclaturas: turismo macabro, turismo negro, turismo sombrio, turismo mórbido, turismo sinistro, turismo das trevas, dentre outros. Já o turismo cemiterial, subcategoria do *dark tourism*, está relacionado a locais sombrios, misteriosos e temidos; de acordo com Sharpley & Stone (2009), tendo como objetivo principal, introduzir e oferecer conhecimento e entretenimento, tornando visível esse patrimônio por vezes ignorado.

Russo (2018), descreve em seu artigo que o turismo negro ou "*dark tourism*" é relacionado com os jogos de gladiadores na época romana, e com outros fatos como as peregrinações religiosas, as execuções públicas na era medieval, além de conflitos bélicos e outros fatos que compõe a história cultural da sociedade.

Para Stone (2013), o segmento turístico apresenta peculiaridades, tais como uma temática relacionada à ausência, à perda, à tragédia, ao melancólico, à morte, necessitando, portanto, uma proposta de intervenção do olhar diferenciada destes locais ou lugares de memória (como cemitérios, memoriais, locais vinculados a acontecimentos fúnebres, trágicos ou traumáticos); voltado para explorar o lado patrimonial (material e imaterial) desses bens, podendo assim proporcionar para além de um grande potencial econômico (geração de emprego e renda), a recuperação (manutenção e preservação) de espaços patrimoniais, dentro da atividade turística, desconsiderados e abandonados pelo poder público, privado e pela própria comunidade a ele relacionada. Podoshen et al. (2015, p.325) afirma que "o turismo negro não deve ser

visto simplesmente como um sistema homogêneo de significados e experiências coletivos, mas sim como uma práxis contingente à diversidade de experiências vividas e em conjunção com o trabalho afetivo e cognitivo cultural".

Para o desenvolvimento do roteiro, buscou-se trazer formas para contribuir no desenvolvimento do turismo de lazer, através da cultura, da memória e pertencimento, conectando os segmentos, com o intuito de demostrar o conhecimento dos principais atrativos turísticos que envolvem o tema da pesquisa na cidade, visando divulgá-los na forma atrativa e para conhecimento da cidade e região.

2. Turismo e sua Contribuição Atemporal

De acordo com Cooper (2000), indiferentemente de ser um nicho novo, o turismo é uma atividade importante o suficiente para o setor econômico e principalmente em termos acadêmicos, pois seu potencial econômico, social e cultural é digno e muito significativo a ponto de ser compreendido e pesquisado. Neto e Lohmann (2008), afirmam que a epistemologia do turismo ganhou um maior reconhecimento na década de 90, onde o turismo obteve mais estudiosos da área, que de fato estão mais interessados em questões práticas da atividade como "planejamento e políticas públicas". Se pensarmos em alguns fatos, as pessoas podem parecer estranhas por saírem de sua zona de conforto para busca de novas experiências, e trocar seu tempo de descanso, lazer e conforto para ir a lugares turísticos onde a morte, a tragédia, dor e sofrimento são as principais formas de atrativo turístico. Já Urry, afirma que:

Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. Com isso quero dizer que não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas. Na verdade, o olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamento com seu oposto, com formas não turísticas de experiência e de consciência social: o que faz com que um determinado olhar do turista dependa daquilo com que ele contrasta. (Urry, 1996, p.16)

Contudo, segundo Cooper (2000, p.33) "o turismo ainda é uma área de estudo relativamente jovem, o que acarreta várias questões para todos os envolvidos no ensino, na pesquisa e na temática". Desse modo, pode-se compreender que a história mostra que as atividades turísticas são relativamente tratadas como novas no mercado, sendo dignas de investimentos empresariais e acadêmicos.

3. Turismo Cemiterial e Dark Tourism

Pacheco (2012, p.28), afirma que o ser humano passou por momentos nos quais " o homem é o único que dá a morte e aos mortos uma atenção especial, consequência do uso da linguagem, geradora de comunicação e cultura". Já para Bellomo (2004), o Cristianismo, com sua mensagem de ressurreição, criou uma nova concepção de como vencer a morte e preservar

a memória dos mortos. Assim surgiram os cemitérios: palavra de origem latina que significa lugar onde dormem cristãos, sugestivamente também chamados "campos santos".

A palavra cemitério, do grego koimetérion "dormitório", no latim cemiterium, seu significado é o lugar onde se dorme (quarto/dormitório). Na mitologia grega o significado é explicado, pois seria, perder o conhecimento ou a consciência, pois é algo que o deus grego do sono Hipnodecide, mas quem era esse deus? Segundo os gregos, este era irmão gêmeo do deus da Morte, Thanatos (Pacheco, 2012).

Os cemitérios são conhecidos por possuírem caráter cultural através de suas obras arquitetônicas, seus epitáfios, da estatuária e da valorização dos símbolos encontrados ali. Valladares (1972, p.121) afirma que "A história natural dos cemitérios brasileiros tem muito que ver com a história da aventura da pedra de Lisboa". Para ele, "as lápides sepulcrais remotas, são os documentos epigráficos mais antigostrabalhados aqui, encontrados em igrejas seiscentistas e setecentistas" (Valladares, 1972, p.121).

O Turismo cemiterial a partir dos anos 90 vem crescendo no Brasil, através da grande procura em países conhecidos no mundo todo como nos Estados Unidos, França, Alemanha, Inglaterra, Grécia, México e dentre outros. Este tipo de turismo tem como fonte de construção de memória, da história e do patrimônio cultural de suas cidades.

Atualmente pode se afirmar que vários cemitérios se tornaram atrativos turísticos como: MontAuburn (E.U.A), Highgate (Londres), PèreLachaise (Paris) e Woodland (Estocolmo), La Recolheta (Argentina), Cemitério Monumental de Milão, Cemitério de Staglieno, em Gênova, Cemitério de Nápoles ou do Campo Verano, em Roma. Os próprios cemitérios de Veneza e de Florença (S. Miniato al Monte), são alguns dos cemitérios mais visitados. Não podendo esquecer-se também das Pirâmides do Egito. (Pacheco, 2017).

O conceito de *Dark tourism* de acordo com Foley e Lennon (1996) e Lennon e Foley (2000), é um fenômeno ligado ao patrimônio, que remete a visita à lugares reais ou recriados os quais são reinterpretados como espaços para experimentar sensações, inclusive mórbidas. Para Coelho-Costa e Nascimento (2021, p.22) afirma que:

Embora exista há um tempo considerável, somente no século XXI se percebe maior envolvimento e pesquisas acadêmicas sobre o dark tourism (SHARPLEY, 2005; FOLEY, LENNON, 1996). Principalmente, quando se observa o desejo de teóricos em definir atividades ligadas aos interesses turísticos sombrios criando rótulos como 'thanatourism' (DANN, SEATON, 2013; TIMM KNUDSEN, 2011; SLADE,2003; SEATON,1996), turismo mórbido (BLOM,2007; BLOM,2000), turismo de mancha negra [blackspottourism] (ROJEK,1993), ou 'milking the macabre' [ordenhando o macabro] (STONE, 2006; DANN, 1995). Todos esses, abrangem a ideia de gerar visitações a partir de experiências ligadas à morte, ao sofrimento, ao sombrio, às guerras, e que essas experiências ocorrem em locais onde o senso coletivo identifica mortes e sobrevivência diante de rotinas perturbadoras, violentas, individuais ou coletivas. (COELHO-COSTA E NASCIMENTO, 2021 apud ROJEK,1997)

Foi na década de 1990 que este tipo de turismo passou a ser incentivado e explorado. Podoshen et al. (2015) observou que os turistas se envolvem em atividades prazerosas que recriam emoções. O aumento do poder aquisitivo e, consequentemente, do consumo maior de bens culturais ocasionou a procura por atrativos alternativos e não somente os convencionais. Sendo assim, ficou mais acessível a todos a fuga de suas rotinas e de seu cotidiano, buscando novas experiências e mexendo com seu emocional. (Lennon e Foley, 2000)

Prezzi (2009, p.20), afirma que "O Turismo Sombrio é uma área de interesse relativamente nova no campo do turismo. Apesar da literatura sobre essa área crescente do turismo não ser tão ampla, organizações e grupos de discussões têm se tornado mais comuns ultimamente". O *Dark Tourism* é um segmento que gera uma discussão ampla referente aos outros segmentos, pois é uma prática turística polêmica, diferenciada em função de seus atrativos, relacionados com sofrimento, morte, violência, tortura dentre outros.

4. Roteiro Turístico e Guia Didático – Museu a Céu Aberto – Locais de Memória e Lazer

Figura 1. Roteiro turístico envolvendo o Dark Tourism e o Turismo Cemiterial em Santa Maria/RS

O que são roteiros? Para Tavares (2002), eles são uma incógnita, pois os profissionais da área de turismo sabem seu significado, porém existem vários conceitos e definições como afirma a autora, que é uma das muitas "armadilhas" do estudo do turismo quando se tenta integrar teoria e prática. No entanto, a busca pelo conceito correto teve início em dicionários de língua portuguesa, porém a falta deste conceito faz com que seja associado com outros sinônimos de roteiro turístico e recebem outras denominações como itinerários, rotas, pacotes, excursões, circuitos turísticos, programas e dentre outros como de roteiro. Deste modo existem três razões principais que Tavares afirma ser a razão de existir essa dificuldade de definir a relação entre turismo x definições e conceito de roteiro, que são elas:

> *[...] 1- O estudo do turismo e de seus termos técnicos ser bastante recente, o que ainda não permitiu grande integração entre teoria e prática.2- O fato de o turismo ser uma atividade social que está no que se refere ao local onde é praticado, operado ou gerenciado.3-A pouca ou quase inexpressivas uniões das empresas que compõe o mercado turístico (TAVARES, 2002, p. 13).*

Como podemos demonstrar o conceito e a definição de roteiro turístico, segundo Tavares (2002, p. 29 e BAHL, 2004), "é uma descrição do caminho que vai percorrer, uma forma de documentar ou detalhar os trajetos, podendo conter informações que orientam os turistas e seus interesses, são importantes para a organização e comercialização do turismo como produto". Deste modo pode-se descrever para que o roteiro seja uma sequência de atrativos merecedores de serem visitados, estes autores citam três etapas que são elas: a priori, a posteriori e empiricamente. Assim, observamos que, na primeira etapa, o atrativo é estudado e planejado, na segunda etapa se 90 demonstra a apresentação da viagem, sendo ela visual ou oral, e pôr fim a etapa três se dá no momento da vivência do roteiro feito pelos turistas (CISNE, 2010). Portanto pode se afirmar que o roteiro turístico é uma força que impulsiona, sendo planejado e elaborado ou não, se faz através da prática do deslocamento do turista (roteiro empírico) (CISNE, 2016)

5. Conclusão

No decorrer dos anos o turismo cresce constantemente, é neste âmbito que as informações e a tecnologia, se tornam uma nova fonte de conhecimento para proporcionar algo novo e diferente para aqueles turistas que buscam novas experiências. O *Dark Tourism* surge na sociedade como novo segmento do turismo, gerando uma perspectiva sombria, voltado para visitações a lugares que remetem a dor, sofrimento e a morte. Deste modo é importante compartilhar as informações encontradas desta nova temática, para que a população de Santa Maria e região compreenda os conceitos *do dark tourism* e suas subcategorias, já que este segmento se torna um novo nicho no mercado turístico cuja as perspectivas se torna promissor na contemporaneidade.

Os patrimônios encontrados neste segmento, gera um interesse na preservação da memória, da história, deste modo essa atividade turística pode surgir espontaneamente ou pode ser planejada cuidadosamente para reproduzir o real e/ou recriado, através dos fatos de relevância histórica de cada cidade. Em suma o *dark tourism* levou a pratica deste turismo em espaços cemiteriais em várias regiões do Brasil, a partir da década de 1990, onde esses espaços eram marginalizados social e economicamente transformando-os como novos atrativos turísticos para as cidades. O estudo na pesquisa de mestrado verificou que assuntos ligados área do *dark tourism* começou em 2014 através de alguns trabalhos como, teses, artigos publicados em revistas e vem crescendo constantemente nas áreas ligadas ao conhecimento como o turismo, a arquitetura, história e a geografia.

Vale ressaltar a importância de que futuramente possam surgir mais pesquisas sobre o *dark tourism* e o turismo cemiterial na região ou no Brasil, analisando o contexto e o conceito sobre o tema pesquisado, através da valorização das atividades turísticas como diferencial em destinos turísticos com a necessidade de compreender e entender quais as vantagens da demanda e da oferta para cada cidade. E assim oferecendo novas experiências a esses turistas.

Referências

BALH, Miguel. *Viagens e Roteiros Turísticos*. Curitiba: Protexto, 2004.

BARRETO, Maria Renilda Nery: ARAS, Lina Maria Brandão de. Salvador, cidade do mundo: da Alemanha para a Bahia. In: *História Ciência – Saúde*-Manguinhos, Rio de Janeiro, v.10, nº1, 2003.

BARROS, Marcelo Oliveira et al. *O Desenvolvimento do Turismo: Uma visão sistêmica.* In: Congresso Brasileiro de Sistemas. 2008. p. 01-17.

BELLOMO, Harry Rodrigues. *Cemitérios do Rio Grande do Sul: arte, sociedade, ideologia*. EDIPUCRS, 2008.

BENI, Mário Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac, 2003. 8ed

CHURCHMAN, W.C. *Introdução a Teoria dos Sistemas*. Petrópolis-RJ: Vozes, 1968.

COELHO-COSTA, Ewerton Reubens; NASCIMENTO, Francisco Elionardo de Melo. *O Potencial do Centro de Turismo do Ceará (Emcetur) para o Dark Tourism: entre Literatura e História*. T&H, 2021

COOPER, Chris et al. *Turismo: princípios e prática*. Bookman, 2000.

DIAS, Reinaldo; DE AGUIAR, Marina Rodrigues. *Fundamentos do Turismo: conceito, normas e definições.* Alínea, 2002.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LENNON, J. J.; FOLEY, M. (2000). *Dark tourism. Cengage Learning EMEA*.

LENNON, J. J.; FOLEY, M. J*FK and dark tourism: A fascination with assassination. International Journal of Heritage Studies*, v. 2, n. 4, p. 198-211, 1996.

PACHECO, Alberto*. Meio ambiente & cemitérios*. Senac, 2015.

PODOSHEN, J. S., VENKATESH, V., WALLIN, J., ANDRZEJEWSKI, S. A., & JIN, Z. (2015). *Dystopiandark tourism: An exploratoryexamination. Tourism Management [Turismo sombrio distópico: uma pesquisa exploratória. Gerência de Turismo],* 51, 316– 328

SHARPLEY, R., STONE, P. (Eds.). (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism* (pp. 3e23). Bristol: ChannelView.

SOUZA, Shirley Nara Moreira de. *Dark Tourism e turismo cemiterialem Santa Maria: possibilidades?* Trabalho de conclusão de Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo(CCSH/UFSM). Santa Maria, RS: 2017

STONE, P. *A dark tourism spectrum: towards a typologyof death and macabre relates tourist sites, attractions and exhibitions. [Um espectro de turismo sombrio: em direção a uma tipologia de morte e macabra, relacionada à locais turísticos, atrações e exposições.]* Tourism, v. 54, n. 2, p. 145-160, 2006.

TAVARES, Adriana de Menezes. *City tour*. São Paulo: Aleph, 2002.

URRY, John. *Olhar do turista*, O. Studio Nobel, 1996.

CAPÍTULO 17

Património Gastronómico em Contexto Rural: O Impacto da Truticultura

Gastronomic Heritage in a Rural Context: The Impact of Truticulture

LOPES, Eunice · SIMÕES, Jorge · EDAICH, Said

Abstract

The gastronomic heritage of rural areas builds local communities, as it constitutes an important territorial tourist-cultural attraction. Portugal is associated with a "Gastronomy and Wine" destination (ET27). It is, therefore, considered a strategic tourism product focused on assets that aim at the sustainability and competitiveness of the destination Portugal.

Traditional gastronomy is present throughout the country, allowing the most rural areas to become more dynamic. Rural gastronomic heritage encourages experiences of authenticity and the sharing of traditions and culture that allow the identification of regional products of origin, transmitting greater visibility and dynamics of the regions where they are located.

In this context, and recognizing the importance of rural gastronomic heritage, this chapter intends to present two case studies associated with the impact of 1) "Truticulture of Aguincho" on local gastronomy, located on the banks of the Alvoco River, in the middle of Serra da Estrela (Portugal) and, 2) Trout Fishing Ground "Pod Dębem" (Opoloe, Poland).

The study sought to understand the possibility of using gastronomic heritage in a rural context (fish: trout), for the promotion and development of the territory.

The results show a strong impact of trout farming on local cuisine and its general relationship with the community and territory.

Keywords

Rural heritage, gastronomy, trout farming, identity, territory

Resumo

O património gastronómico do meio rural constrói comunidades locais, pois constitui um importante atractivo turístico-cultural territorial. Portugal está associado a um destino "Gastronomia e Vinho" (ET27). É, por isso, considerado um produto turístico estratégico focado em ativos que visam a sustentabilidade e a competitividade do destino Portugal.

A gastronomia tradicional está presente em todo o país, permitindo dinamizar as zonas mais rurais. O património gastronómico rural incentiva experiências de autenticidade e a partilha de tradições e cultura que permitem a identificação dos produtos regionais de origem, transmitindo maior visibilidade e dinâmica das regiões onde estão inseridos.

Neste contexto, e reconhecendo a importância do património gastronómico rural, este capítulo pretende apresentar dois estudos de caso associados ao impacto da 1) "Truticultura de Aguincho" na gastronomia local, localizada nas margens do rio Alvoco, em plena Serra da Estrela (Portugal) e, 2) Trout Fishing Ground "Pod Dębem" (Opoloe, Poland).

O estudo procurou compreender a possibilidade de utilização do património gastronómico em contexto rural (peixe: truta), para promoção e desenvolvimento do território.

Os resultados mostram um forte impacto da truticultura na gastronomia local e na sua relação geral com a comunidade e o território.

Palavras-chave

Património rural, gastronomia, truticultura, identidade, território

1. Introduction

Gastronomic heritage is a phenomenon that has been gaining increasing importance in the configuration of territories, notably in terms of relevance that it assumes as a lever for rural development based on a product (example: trout), around which countless other social experiences are designed - territorial. This phenomenon has attracted more and more visitors to Portugal, resulting in a positive evolution of tourist activities.

The development of new products is of great importance for most rural regions because it favors their promotion and development, counting, among its main contributions, the expansion of markets and the increase in sales for restaurant owners, the increase in employment, the dynamization of the local economic fabric and increased income for residents (Getz, 2000; Brás, 2010).

More than a motivation for visiting rural places, activities related to restoration seem to be a development factor, allowing new audiences to be reached, through an appropriate strategy, as a tourist destination.

Gastronomy constitutes an important tourist-cultural attraction of a place, region, or country. Portugal is identified as one of the best gastronomy destinations in its Tourism Strategy 2027 (www.turismodeportugal.pt).

Gastronomic tourism is associated with a trip outside the usual place of residence, motivated in whole or in part, by the interest in food and drink, and/or in eating and drinking (Mitchell & Hall, 2003), Consequently, it relates to the organization and promotion of food and wine

festivals and events, including visits to primary or secondary food producers, participation in gastronomic festivals and the search for restaurants or specific places where food tasting and the entire inherent experience is the main reason for traveling (Hall & Mitchell, 2002).

In this context, the value of gastronomic identity is also inserted in the processes of creation and development of different destinations, which consider gastronomy as a "secular ritual and cultural manifestation" (Hegarty, et, al., 2001). Because it may happen that confrontation with local food constitutes a problem for tourists who do not like it (Cohen & Avieli, 2004).

The confrontation stated here by this author cannot fail to be understood as an element of constant renewal of gastronomy, as a cultural and tourist product. Gastronomy is then constituted as an experience of participation in a culture, being strictly related to people and places, and having a strong sense of its own identity (Santisch, 2004).

One of the structuring pillars of Portuguese gastronomy is to understand gastronomy as a gastronomic heritage of enjoyment (cultural food traditions) and as a factor in the attractiveness of a region. The exploration of the characteristics of cultural and destination tourism, as well as the endogenous attributes related to gastronomic contexts, also allows us to evaluate that the promotion of gastronomic festivals and/or regional products is part of a sustainability paradigm.

The offer of quality regional products should constitute an element that enhances socioeconomic development (on a local and regional scale) and, consequently, attract and retain new audiences. It is understood that in this dynamic lies the importance of gastronomic heritage in a rural context for territorial development.

With this article, therefore, we intend, based on the analysis of two cases: 1) Truticulture of Aguincho (Seia-Serra da Estrela, Portugal) and, 2) Trout Fishing Ground "Pod Dębem" (Opoloe, Poland), to explore the most favorable impacts from gastronomy (fish: trout), to local development considering that these impacts are normally based on strategies related to local entrepreneurship.

1.1. Alvoco da Serra. Seia (Portugal): socio-territorial context

Alvoco da Serra is a Portuguese parish in the municipality of Seia with a population density of 12.4 inhabitants/km^2. Located in the heart of the Serra da Estrela Natural Park, at 684 meters above sea level, it is the topographically closest village to Torre. Around it, there is no shortage of multiple possibilities for walks, discovering the wonders and secrets of the mountains, among legends and ancient stories (Figure 1).

Figure 1. Location of Alvoco da Serra . **Source:** www.aldeiasdemontanha.pt

Alvoco da Serra is a town with strong traditions and very ancient origins, preserving some traces of the Roman presence, namely a sidewalk where coins from the time were found. As a Municipality, Alvoco da Serra received a charter from D. Manuel I on February 17, 1514. In 1801, it had 667 inhabitants. In 1836, the municipality was extinguished, along with many others, during Antônio de Aguiar's reforms. Between 1836 and 1855 it belonged to the municipality of Loriga and became part of the municipality of Seia (Câmara Municipal de Seia, cm-seia.pt, 2024).

The Serra da Estrela Interpretation Center (CISE) is a structure of the Seia City Council, aimed at developing environmental education activities and enhancing the environmental heritage of Serra da Estrela. Based in a green park of around two hectares, located in Seia, the Serra da Estrela Interpretation Center (CISE), mission is to synthesize and disseminate knowledge about the natural, social, and economic processes that condition life on this mountain, being a privileged place to discover Serra da Estrela. CISE presents a set of multipurpose structures and equipment with unique characteristics in the region for environmental education and dissemination, research and tourism promotion, regularly promoting exhibitions, seminars, training courses, and environmental interpretation visits, among other activities.

1.2. Local impacts in Seia: activities, investment and perception of local actors

The Serra da Estrela Natural Park (PNSE) covers a mountainous area, divided by the municipalities of Celorico da Beira, Covilhã, Gouveia, Guarda, Manteigas, and Seia, constituting one of the most extensive national protected areas.

The Park was created on July 16, 1976 (DOU nº. 557/76), with an initial area of 52 thousand hectares, with its limits redefined in subsequent revisions. In 1979, its area was expanded to 101,060 hectares, (DOU nº 167/79) and, in 2007 (DOU nº 83/2007) it was reduced to 88,850 hectares.

The PNSE comprises a succession of plateaus that extends from Guarda, in the northeast, to the foothills of the Serra do Açor, in the southwest, in the municipality of Seia. It occupies a medium and high mountain area, which includes the highest point on the mainland, at 1993 meters above sea level, and where the best evidence of a glacial landscape can be seen on a national level.

As a result, the Council of Europe (in 1993) designated an area of 10,610 hectares as a Biogenetic Reserve, which represents approximately 12% of the total Natural Park.

Reinforcing its international importance for nature conservation, other planning and management instruments in the mountain area were designated as Sites of Community Interest, proposed to integrate the Natura 2000 Network, in 2000 (Resolution of the Council of Ministers nº 76/00 of 5 July), and the Wetland of International Importance under the Ramsar Convention (in 2005).

Related to the impacts on the levels of activity sector, employers/employees in the municipality, and average monthly earnings (Figure 2).

Between 2013 and 2023, in the sector of activity, there was a percentage growth relative to the tertiary sector (66.8%), in 2023 compared to 63.3% in 2013, affecting 35.8% and 32.2% respectively in the secondary sector. As regards the average monthly earnings (euros), the tertiary sector represents 949.6 Euros, applying in this case to the female gender in 2013, compared to 1 039.4 euros for the male gender.

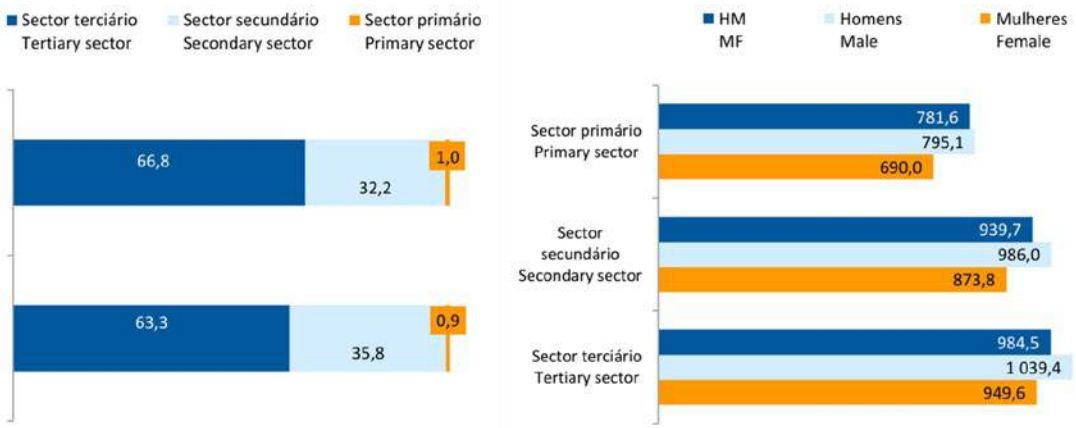


Figure 2. Representation of the sector of activity and average monthly earnings
Source: INE, 2024

As for the secondary sector, it is 873.8 euros (female gender) and 986.0 euros (male gender). For the primary sector, 690.0 (female gender) and 795.1 (male gender) are presented. Overall (men and women) there was a gradual difference in average monthly earnings (euros) between the tertiary sector from 2013 to 2023, situated between 984.5 euros and 781.6 euros, for the primary sector. Furthermore, there is little representation in the same period between the tertiary and secondary sectors, with a difference of 44.8 euros in average monthly earnings.

2. Case Study: Truticultura do Aguincho (Ribeira de Alvoco, Serra da Estrela, Portugal)

It is a space on the riverbank where customers need to fish for trout for their meals. Right behind the dam that forced the waters of the Alvoco stream to flow into the Poço da Broca de Aguincho, there are several cement tanks where the trout that will be served as a gastronomic dish are raised.

The "Truticulture of Aguincho" (Figure 3, 4), is located, as already mentioned, on the banks of the Alvoco river, in the heart of the Serra da Estrela. Ribeira de Alvoco is a tributary of the Alva river and its source is located at more than 1900 meters of altitude, close to Torre. Along its course there is a rich and abundant riverside fauna and flora and numerous mills and mills, testimonies of popular mountain architecture.

Figure 3, 4. Truticultura do Aguincho . **Source:** www.entresocalcos.pt

In this restaurant, the mission is to apply regional products in the preparation of the dishes offered to those who visit the restaurant (Figure 5,6). In fact, the creation of value in regional products as an element of gastronomy empowerment combined with gastronomic heritage in this more rural context provides attractiveness to the territory.

Figure 5, 6. Restaurant "Truticultura do Aguincho" . **Source:** www.nit.pt

Gastronomic products constitute an important element of European culture, identity, and heritage, contributing to the development of rural areas, which implies a focus on product differentiation, both in terms of production and processing (Guerrero, et al., 2009).

The appreciation of local products is generally associated with production methods and their origin, with consumers tending to associate better quality with regional products (Gellynck, et al., 2012).

In this sense, the appreciation of local products must also be accompanied by the restaurant sector that seeks to integrate local ingredients into its menu, providing added value to its customers through gastronomic experiences (Björk et al., 2016). The representational dimension of heritage resources highlights territorial singularities, and it is up to representatives of institutions (public and private) to play an active role in identifying, interpreting, and valuing existing resources and, above all, valuing the territory (Lopes et. al., 2022).

This process highlights a growing interest in gastronomy and all the heritage associated with its production. A context that fits into the most current trends in consumer behavior, triggered by a strong desire to preserve cultural heritage (Rudawska, 2014). In this sense, the gastronomy of a given region promotes natural and cultural heritage, contributing, in more rural contexts, to territorial development.

3. Case Study: Trout Fishing Ground "Pod Dębem" (Opoloe, Poland)

The presentation of this case study, which is a model of local tourist activity, dating back to more than a decade on the outskirts of Opole town, is based on an interview carried out with the owner of the activity. The geographical location of this Trout Fishing Ground (Figure 7), allows it to enjoy a very strategic position because it is surrounded by other small towns that present an attractiveness desired by local, national, and European tourists. It is located in the middle of a "fairytale landscape" with wonderful natural potential offering customers the opportunity to be close to nature.

Figure 7, 8. Location. Łowisko Pstrągowe "Pod Dębem" . **Source:** www.google.com

It is an activity based on raising fish (trout) for fishing, for both professionals and amateurs, also offering a rich and varied gastronomic menu based on fish raised in the field. This menu is a meeting between the local tradition, very rich and differentiated, and the product itself, which is of high quality and grown in the lagoons in the property's fields.

The name of the activity perfectly describes the situation or place where the catering is located. Łowisko Pstrągowe "Pod Dębem" means trout fishing area "under the oak" (Figure 8). The name is confirmed by the presence of a gigantic oak tree in the center of the restaurant's grounds. It is a tree that is almost 300 years old, a specific attraction for those interested in nature.

The idea of the project is a family business that is now in the hands of the second generation and tries to offer a tourist service strongly marked by local factors such as tradition, know-how, and contact with people.

The capital invested in this activity comes from self-financing, the owner until today has never shot down extra funds (like European or regional funds). It is a business that permanently employs 4 people with the aim of developing this activity and obviously taking on other employees.

It is an initiative that plays a role between sports such as fishing and gastronomic service, at the same time the activity grants special attention to families with children because it has equipped its grounds with small plots reserved for animals raising sheep, and goats there are even pony horses that are in direct contact with customers and nature. The fish menu is presented in different ways: fried, fish on grill, smoked fish, and obviously, this does not prevent eating something other than fish in the background.

Figures 9, 10, 11. "Pod Dębem" Menu and surrounding space . **Source:** Lopes, 2024

The constant flow of mountain water and the purity of the stream make the trout healthy and tasty, and this guarantees a unique quality to satisfy customers (Figures 9, 10, 11). For customers attracted by fishing, they can catch the trout themselves. The restaurant's chip shop offers trout produced on the farm and also fresh seafood, as well as smoked fish prepared in the local smokehouse. The restaurant, as part of the variation of its services, organizes events that are a kind of feast in good company.

4. Final Reflections

Gastronomic heritage in its rural dimension, particularly trout farming, represents a true economic factor that can contribute to improving life and the surroundings of the natural areas where it is carried out. The product offered, due to the experience it provides – fishing and choosing the trout to be consumed in your meal – allows the offering of services desired by local or occasional tourists because it presents a well-maintained tradition that connects regional knowledge and products.

It is also important to highlight that, in most cases, this type of experience is accompanied by other attractive activities that attract different categories of customers, young people, the elderly, large families, and others (fishing, horse riding…).

It is an entrepreneurial business involving tourism that affects other sectors, such as transport, hotels, artisanal production, and commerce. It also has an impact on the job market, because there is usually more than one person who takes care of this activity (different tasks and on an ongoing basis), most of which takes the form of a family business, but this does not prevent it from employing young people in the region.

A very favorable point since, in addition to making the location attractive, it adds value in the contribution it makes to job creation.

Without going into the challenges of econometrics, this sector continues to be one of the most important factors in the economic development of regions, offering leisure, satisfaction, and gastronomic knowledge, which is why it deserves special interest and constant support with regard to public policies.

Therefore, if the region manages to foster an entrepreneurial ecosystem, it will be essential for the development of tourism, as it will encourage innovation and the creation of new services that will enrich the visitor experience.

This ecosystem will promote collaboration between companies, the government, and the community, generating synergies that will boost the sector's competitiveness. Furthermore, the ecosystem will support talent development and professional training, essential skills for quality service.

The diversity of initiatives will encourage sustainability, attracting tourists interested in authentic and responsible experiences.

Finally, a dynamic business environment will help attract investment, strengthen tourism infrastructure, and benefit the local and regional economy.

References

Björk, P., Björk, P., Kauppinen-Räisänen, H., & Kauppinen-Räisänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Managemen*t, 28(1), 177-194.

Cohen, E., Avieli, N., (2004). Food in Tourism. Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, Vol.31, nº4, p. 755-778.

Gellynck, X., Banterle, A., Kühne, B., Carraresi, L., & Stranieri, S. (2012). Market orientation and marketing management of traditional food producers in the EU. *British Food Journal*, 114(4), 481-499.

Guerrero, L., Guàrdia, M. D., Xicola, J., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Zakowska Biemans, S., & Scalvedi, M. L. (2009). Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study. Appetite, 52(2), 345-354.

Hall, M., Mitchell, R. (2002). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. *Tourism and Gastronomy*, Hjalager, A. M. Richards, G. (editors). Routledge, pp. 71-90.

Hegarty, J. (2001). Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality Management* 20 (2001) 3-13.

Lopes, E., Simões, J., Simões, J. T., Rosa, M., Silva, J., Santos, J., & Rego, C. (2022). Sustainable management of cultural tourism: enhancement narrative(s). *Journal of Tourism and Heritage Research*, *5*(1), 203-216.

Mitchell, R., Hall, C. M. (2003). Consuming Tourists: food tourism consumer behaviour, Food Tourism Around the World. Development, Management and Markets, Hall, M. et. al. (editors), Butterworth-Heinemann, Oxford, p. 60-80, 2003.

Rudawska, E. (2014). Customer loyalty towards traditional products–Polish market experience. *British Food Journal*, 116(11), 1710-1725.

Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management* 23 (2004) 15 24.

ipt
Instituto
Politécnico
de Tomar

ltgpc
Licenciatura
Turismo e Gestão
do Património Cultural

cTeSP
Curso Técnico Superior Profissional
GESTÃO
DE TURISMO

Escola Turismo de Sucesso

Techn
&Art
CENTRO DE TECNOLOGIA, RESTAURO
E VALORIZAÇÃO DAS ARTES

fct
Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia

FCT: UID/05488/2020

GAMwayTrain
Rede Ferroviária do Médio Tejo
a gamificação no património
ferroviário para valorização turística

FCT: CFPI2023/02