



1930s sunny coast & the spanish market: A Blast from the Past .....	12
A Arquitetura Militar do Algarve: da <i>retroterra</i> serrana às Fortificações marítimas. Um Património a preservar e a divulgar. ....	13
A canção de protesto no Brasil e em Portugal (1964-1974): de histórico instrumento político à turistificação da memória dos sons .....	14
A cooperação entre atores no desenvolvimento do turismo: a valorização do património e dos recursos culturais nos territórios rurais.....	15
A criação de um novo destino turístico em territórios de baixa densidade: o caso de Boticas .....	16
A cultura imigrante: entre a história e o turismo .....	17
A evolução do alojamento nos primórdios do turismo em Portugal: discursos e realizações (1800-1906) .....	18
A evolução dos primeiros meios de hospedagem no Brasil e seus serviços até a atual hotelaria hospitalar ...	19
A Fortaleza de Sagres no Algarve - entre o mito, o destino de turismo cultural e a Marca do Património Europeu .....	20
A gastronomia como património intangível: tendências e modificações recentes na cidade de Lisboa .....	21
A história do Teatro Guarany de Pelotas/RS e o uso turístico desse património .....	22
A importância das tradições orais do Algarve enquanto Património Cultural Imaterial como fator de desenvolvimento de novos mercados turísticos. ....	23
A legislação do alojamento turístico na valorização do património cultural: uma visão comparativa Portugal-Brasil.....	24
A linha de Cascais como estudo de caso da inovação turística e ferroviária portuguesa .....	25
A literatura de viagens e os olhares femininos sobre os acores setecentistas e oitocentistas. ....	26
A marcação turística do Romantismo .....	27
A norma de qualidade e os desafios que se colocam ao turismo industrial .....	28
A prática turística na praia de Boa Viagem em Recife-PE na década de 1950: uma construção que perdura..	29
A propaganda da nação: turismo ferroviário em Portugal nos anos trinta .....	30
A tapeçaria de lagoa do carro, Pernambuco, Brasil, como produto turístico cultural .....	31
A variante estratégica turística de alcobaça: herança e sustentabilidade .....	32
A vila operária de galópolis: uma discussão acerca do património industrial.....	33
Alte – a arte de contar e promover histórias de aldeia.....	34



---

Arquitetura, Turismo de experiência, Patrimônio Intangível: uma conexão possível? .....	35
Arrábida: Cartografia do Horizonte .....	36
Arte Santeira: patrimônio e recurso turístico cultural do estado do Piauí (Brasil) .....	37
As quintas da Madeira como fator de valorização da história da Madeira .....	38
Boas infraestruturas chamam turistas e visitantes-do-dia para Vidago (1908-1968) .....	39
Beyond sight and sound – fado of coimbra, intangible heritage with touristic value .....	40
Boas infraestruturas chamam turistas e visitantes-do-dia para Vidago (1908-1968) .....	41
Civic participation and public spaces: a key factor for sustainable tourism in historic cities .....	42
Comensalidade e hospitalidade: estudo de caso da festa da Nossa Senhora Achirópita no bairro do Bixiga/SP .....	43
Como comunicar uma manifestação religiosa no séc. xxi: o caso da mãe soberana de loulé .....	44
Concepções contemporâneas de currículo e propostas curriculares dos cursos de pós-graduação stricto sensu em Turismo no Brasil .....	45
Conhecer a história, valorizar a cultura e o turismo no Algarve .....	46
Cultura como recurso turístico: o caso do descendente de imigrante italiano em Arvorezinha/rs .....	48
Da modelação à realidade virtual e aumentada para a preservação e dinamização do património .....	49
Das Viagens dos Cientistas no século XIX aos Modernistas: a mineiridade e o despertar do interesse turístico das cidades históricas de Minas Gerais .....	50
Do cante ao chocalho: memória e identidade como estratégia de afirmação turística do alentejo .....	51
E se o património documental atraísse os turistas? Reflexões sobre o potencial turístico de bibliotecas e arquivos históricos.....	52
Ecossistema comunicacional indígena no cenário dos povos contemporâneos. Aproximações de amorosidade com os índios da Amazônia.....	53
Educação Indígena na Região Ingarikó: Um Breve Diálogo com o Etnodesenvolvimento – Estado de Roraima .....	54
El patrimonio en uso. un recorrido por el mercado central de valencia (españa) .....	55
Espaço e tempo: o turismo e a valorização do patrimônio histórico-cultural desde o sertão roseano.....	56
Espeleoturismo em Portugal: panorama geral do uso turístico das cavidades naturais .....	57
Estudo comparativo entre (de)usos do patrimônio entre Ouro Preto-BR e Porto-PT. ....	58
Estudo comparativo sobre uso da internet entre Porto-PT e Ouro Preto-Brasil .....	59



---

Expressão cultural e produto de consumo, a comida sob a pós-modernidade: o caso de Antônio Prado.....	60
Fado como Património Imaterial da Humanidade: Interconexões com o Turismo na cidade de Lisboa.....	61
Fashion Cities and Tourism – the cases of Lisbon and Porto.....	62
Feira Nacional do Cavalo: Dinâmica Identitária e Turística.....	63
Festa da uva: patrimônio cultural, identidade e atrativo cultural em Caxias do Sul (rs). ....	64
Festa do divino espírito santo em alcântara: a presença histórica e memorialística das caixeiros.....	65
Figurado português e produto turístico: do projeto de valorização do artesanato de António Ferro às candidaturas a património cultural imaterial da humanidade .....	66
Florianópolis/SC – Brasil: Cidade UNESCO da Gastronomia .....	67
Folclore e turismo entre a reconstituição e a estilização .....	68
Gestão social e turismo social: aproximando elementos constitutivos .....	69
História ambiental y patrimonio: construyendo rutas con el turismo .....	70
História do Turismo: Uma procura holística .....	71
História, património cultural e museologia, lazer/turismo e desenvolvimento.....	72
Historias Convenientes: El contenido histórico-cultural en los productos Turísticos .....	73
Imagem turística sob o ponto de vista dos residentes: o caso de Joinville – sc, Brasil .....	74
Imaginário, cinema e turismo: uma viagem por clichês culturais, associados ao Brasil, no filme <i>rio 2</i> .....	75
Importância do patrimônio e de sua acessibilidade para o turismo em Diamantina/MG: Patrimônio Cultural da Humanidade/UNESCO.....	76
Influência na Decisão do Destino: Relação entre Imagem, <i>Branding</i> e Diferenciação Baseada na Componente ‘ <i>Unique</i> ’ do Destino. ....	77
Interpretação do patrimônio no turismo cultural: estudo de caso do chá imperial no museu casa da hera (Rio de Janeiro, Brasil).....	78
La ermita del castillo de lebrija (sevilla). contextualización y aproximación histórica .....	79
La ermita del castillo de lebrija (sevilla): algunas cuestiones en torno al patrimonio inmueble y su potencialidad turística .....	80
La percepción del patrimonio cultural en la ciudad de trinidad, cuba .....	81
Lisboa – Rio de Janeiro – Porto Alegre, da chegada da família real aos turistas de saúde. ....	82
Longe da vista, perto da imaginação: os audioguias na acessibilidade museológica .....	83
Mercantilização turística do título patrimonio da humanidade em São Cristóvão–SE.....	84



---

Modelling tourism demand in Madeira since 1946: and historical overview based on a time series approach .....	85
Novas tecnologias e turismo patrimonial: o sig na elaboração de roteiros culturais de são cristóvão/se - brasil .....	86
O Alto Douro paisagístico e vinhateiro, património potenciador de turismo literário e artístico .....	87
O cemitério, a cidade e as narrativas: as memórias construídas através da leitura dos túmulos.....	88
O Desenvolvimento do Turismo em Diamantina após o Título de Patrimônio Cultural da Humanidade. ....	89
O design como forma de preservação da literatura oral do Algarve num contexto turístico .....	90
O impacto da classificação de património cultural da humanidade pela UNESCO na procura turística cultural do porto.....	91
O legado missionário e o turismo - dehonianos em moçambique .....	92
O muro de Berlim: turismo, história e mobilidade .....	93
O olhar do viajante na valorização do patrimônio arquitetônico e urbano brasileiro .....	94
O olhar ibérico sobre o Brasil e o legado colonial.....	95
O papel ferroviário na definição do território turístico e da hotelaria: um recorte no Desvio Blauth .....	96
O património imaterial como produto de turismo cultural: atratividade e (re)construção dos territórios .....	97
O Turismo e a difusão do património cultural: Reflexões em torno de um caso prático.....	98
O Turismo em Cidades Históricas: uma abordagem ao património mundial da UNESCO. ....	99
Organismos de carácter internacional relacionados con el patrimonio .....	100
Os estereótipos turísticos como forma de manipulação durante a ditadura militar brasileira .....	101
Ouro Preto (MG) e seus atrativos: cidade de muitos patrimônios.....	102
Para a história do turismo na ilha de São Miguel (açores) – a sociedade <i>terra nostra</i> .....	103
Patrimônio alimentar e interação entre sujeitos rurais e turistas: efeitos nos modos de vida dos proprietários da Pousada Fazenda do Amor .....	104
Patrimônio cultural e turismo: apropriação, reinvenção e espetacularização da <i> festa do divino</i> em espírito santo do pinhal/sp.....	105
Património Histórico-Cultural Vinícola no Entre Douro e Minho como Recurso Turístico .....	106
Period drama as a boost to heritage tourism .....	107
Portugal e República Dominicana: de um “plano português” inovador para o turismo dominicano (1995-1997) à realidade actual (2016).....	108



---

Potencialidades turísticas da serra grande - município do cantá – estado de Roraima.....	109
Produtos turísticos emergentes: o rio Amazonas como potencializador de turismo criativo-cultural.....	110
Projetos turísticos e retomadas identitárias: a estrada real como metonímia da “mineiridade” .....	111
Re-designing sardinia's identity: the expo2015 experience .....	112
Relação entre turismo e conservação do património arquitetónico: o caso dos conventos capuchos da província de piedade, Portugal .....	113
Repercussões da convenção do património mundial sobre as políticas públicas de turismo para Olinda .....	114
Salvador, cidade capital, cidade património .....	115
Serra da Capivara, World Heritage (1991), Tourism and history at the service of humanism. ....	116
Territory, heritage and tourism destination – the case of boticas .....	117
The understanding of the touristic value of Portuguese overseas monuments: the case of Angola (1959-1974) .....	118
Tourism and history: water landscapes.....	119
Tourism dynamics and architectural, cultural and symbolic heritage: the case of Oporto city centre .....	120
Tourists’ motivation toward visiting a world heritage site: the case of Guimarães .....	121
Turismo & história: o futuro do passado para o diálogo intercultural e o desenvolvimento sustentável. ....	122
Turismo Cultural como forma de interpretação do património e educação patrimonial do município de Diamantina/MG.....	123
Turismo cultural, identidad e historias de inmigración .....	124
en aldeas rurales de Argentina .....	124
Turismo e a dimensão ambiental na formação do turismólogo: análise de documentos oficiais brasileiros .	125
Turismo e ciclo natalino: o sonho de natal, em Canela, RS, Brasil .....	126
Turismo e identidade cultural: os pendões mirandeses .....	127
Turismo e Património: A Dieta Mediterrânica e a Gastronomia Tradicional Algarvia, fatores de valorização dos produtos tradicionais e da imagem consolidada do destino turístico Algarve .....	128
Francisco SERRA(*) .....	128
Turismo gastronômico e construção de identidade para a cidade de Bento Gonçalves.....	130
Turismo na Reserva da Biosfera da Serra do Espinhaço: oportunidades e ameaças ao património cultural e natural .....	131
Turismo Religioso ou Turismo Cultural? Um estudo de caso da Semana Santa de Ouro Preto/MG.....	132



---

Turismo, fé e identidade luso-brasileira: A Festa de Nossa Senhora dos Navegantes de São José do Norte, RS .....	133
Turismo, Identidad y Patrimonio Cultural .....	134
Salvador, cidade capital, cidade patrimônio .....	135
Turismo, mídiatização e amorosidade: sinalizadores para a mutação das narrativas que valorizam os territórios turísticos .....	136
Um roteiro patrimonial a descobrir: a talha retabular na diocese de Lamego .....	137
Uma análise do perfil e das motivações de viagem push e pull dos enoturistas do “Velho Mundo” e “Novo Mundo” no Pólo de Turismo do Douro .....	138
Uma ferramenta tecnológica para melhorar a experiência do turista religioso A Religious Tourism Experience Framework .....	139
Uso didáctico del patrimonio cultural en lagos de moreno, jalisco: estudio de caso con niños locales.....	140
Valorização da identidade cultural ligada ao vinho: as estratégias de enoturismo em Portugal e na região do alentejo .....	141
World heritage, grassroots management: a community participation experience in inventorying six “milongas” in Buenos Aires.....	142



## 1930s sunny coast & the spanish market: A Blast from the Past

Cristina CARVALHO(\*)

**Resumo:** Em 1914 Fausto Figueiredo apresentou o ousado projecto que visava erguer de raiz a 1ª estância internacional em Portugal. Como Hall defende, regimes autoritários não repelem turistas e o Estoril foi galvanizado pelo apoio das ditaduras ao Jogo concessionado e à vitalidade financeira percebida na estância, que cedo atraiu poderosos e derrubados, a maioria de origens britânica e espanhola, como notou Gibbons em 1936. A preferência ibérica derivava da comoção que, desde 1931, enviava para o exílio personagens como o General Sanjurjo. De modo a servir tais fluxos, Cascais tinha Vice-Consulado, Monte Estoril um hotel gerido por galegos, Estoril uma panóplia de deleites de lazer e a Rádio *Club de Parede* (RCP) emitia apoio aos rebeldes durante a Guerra Civil. A Costa do Sol tornou-se na sede oficiosa de Franco e cedo rumores sobre a falta de segurança em Portugal afastou muitos turistas. Após sumário do contexto ibérico do início do Século XX (1910-1939), este artigo recorda a Costa do Sol como pano de fundo para a Guerra Civil de Espanha; depois foca-se em estratégias formuladas para suplantar rumores e enterrar heróis. Conclusão e fontes de investigação completam o documento, trazendo o tema ao Século XXI com vestígios remanescentes pelo concelho de Cascais. Este estudo empírico baseia-se no doutoramento da autora, e a reflexão teórica em dados recolhidos de periódicos dos Anos 30 e em abordagens actuais sobre essa década a nível da História Política, da Guerra, do Turismo e do Lazer.

**Palavras Chave:** Década de 1930, Estoril, Guerra Civil de Espanha, Costa do Sol, Turismo.

(\*) [cristina.carvalho@eshte.pt](mailto:cristina.carvalho@eshte.pt)





## A Arquitetura Militar do Algarve: da *retroterra* serrana às Fortificações marítimas. Um Património a preservar e a divulgar.

Célia CORUJO (\*)

**Resumo:** O tema do nosso objeto de estudo, a Arquitetura Militar do Algarve dos séculos XVI-XVIII, é um tema fascinante pois é legatária de um rico património que abrange um legado que é o património muçulmano, patente em Silves, Alcoutim e Castro Marim; aditando novas muralhas, cercas, castelos, torres e atalaias, reparos --- desde a conquista do Algarve no século XIII, às fortificações de transição, *modernas*, ou as novas fortalezas da Idade Moderna, edificadas entre os séculos XVI-XVIII, em que preponderou sempre a defesa contra os piratas, corsários e inimigos vindos pelo mar. Uma constante foi a necessidade imperativa de construir novas fortalezas marítimas para assegurar a defesa das populações e do reino, acompanhando os avanços da pirobalística, o que se refletiu na geometria arquitetónica dos equipamentos defensivos. A pesquisa cruza a historiografia, as fontes documentais e cartográficas sobre a fortificação no Algarve dos séculos XVI-XVIII. Os testemunhos cartográficos, alguns anónimos, atestam a importância das fortalezas marítimas, que procuramos recuperar no quadro do conhecimento da ciência da Fortificação na Idade Moderna. Pretendemos compreender nas fases do sistema defensivo, os motivos que as regularam, quer pela análise de testemunhos cartográficos, chamando à colação arquitetos e engenheiros militares que contribuíram para a edificação ou *reparo*. Destacamos figuras de renome como Miguel de Arruda, Afonso Álvares, Tomás Benedito de Pésaro, Alexandre Massai, Pedro de Santa Colombe e o excepcional de José Sande de Vasconcellos. Compreendemos que a fase de transição foi crucial na construção de uma rede de fortalezas que rompem com a tradição do antigo, a *charneira* de todo o processo, iniciado no século XVI, e a *transição* no reinado de D. Sebastião; no período Filipino foi *controlo e obra*; na Restauração, uma empresa *edificatória* delinea a reedificação e construção de praças de guerra abaluartadas e baterias ao longo da fronteira terrestre e marítima; o século XVIII assiste-se ao primado da engenharia militar e a afirmação do poder político. A configuração da costa algarvia sofreu várias alterações motivadas por fenómenos naturais e erosivos e influenciou o destino de algumas fortificações, como o forte de S. Lourenço hoje submerso, ou a fortaleza de Santo António de Tavira, ainda ativos nos séculos XVII e XVIII, pugnamos pela sua preservação e reabilitação. Urge proteger e divulgar este património através da sensibilização da sociedade civil, da educação patrimonial, da criação de circuitos turísticos-culturais que valorizem estes ex-libris integrados na imagem de marca do Algarve.

**Palavras Chave:** Arquitetura Militar, Fortificações, Património, Rotas e Circuitos turísticos

(\*)Doutoranda da Universidade Nova em História da Arte Moderna, Investigadora, Professora ME, Portugal, [celia.corujo@hotmail.com](mailto:celia.corujo@hotmail.com)





## A canção de protesto no Brasil e em Portugal (1964-1974): de histórico instrumento político à turistificação da memória dos sons

Bárbara SOUSA(\*), Jorge MANGORRINHA (\*\*)

**Resumo:** As canções tomaram uma importância relevante em períodos conturbados da vida política no Brasil e em Portugal, durante parte das décadas de 1960 e 1970, aspecto relacionado com os regimes vigentes e com as expectativas de vida da juventude, do Golpe Militar no Brasil (1964) ao fim do Regime em Portugal (1974), período que coincide com regimes totalitários em ambos os países. No Brasil, a esse modelo de governação respondeu-se com a organização de reuniões do Grupo Opinião, de protestos de rua e de mensagens subliminares de revolta nas palavras musicadas, bem como a participação nas edições de festivais de música (Festival TV Record e Festival da Canção Popular). O caso de Portugal assenta na clandestinidade contra o regime e a guerra colonial e, também, no furo do meio televisivo, sobretudo quando no final dos anos 60 alguns protagonistas rompem pontualmente o cinzentismo vigente, com a sua presença no Grande Prémio TV da Canção e no Zip-Zip. Em ambos os países, crescia a ilusão. A história tem o poder de nos construir, de forma alguma deve ser apagada, deverá ser conservada e lembrada, valorizando o legado mesmo de períodos mais cinzentos. Nesta linha de pensamento, surge a ideia de estudar tiranias análogas e o seu impacto na reivindicação social através da música; torna-se essencial comparar, identificar e analisar semelhanças e diferenças nas músicas de intervenção de dois regimes idênticos em contextos diferentes. À volta de um conjunto vasto de canções passa o nosso desafio de proceder a uma análise comparada entre os dois países – cuja investigação de base a esta conferência se alarga até ao fim da ditadura no Brasil (1985), no quadro da realização/orientação de uma dissertação de mestrado em Ciência Política – e propor o enquadramento das memórias num processo de turistificação, social e politicamente contextualizadas, homenageando os criadores e as suas criações, através de um Roteiro de Tributos.

**Palavras Chave:** Portugal, Brasil, Música, Política, Turismo.

(\*)Universidade de Aveiro. Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território, Campus Universitário de Santiago, 3810-193 Aveiro [barbara.sousa@ua.pt](mailto:barbara.sousa@ua.pt)

(\*\*)Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Departamento de Turismo, Campo Grande, 376, 1749-024 Lisboa [jorge.mangorrinha@ulusofona.pt](mailto:jorge.mangorrinha@ulusofona.pt)



## A cooperação entre atores no desenvolvimento do turismo: a valorização do património e dos recursos culturais nos territórios rurais

Marta AMARAL(\*), Eduardo FIGUEIRA (\*\*)

**Resumo:** A cooperação entre os agentes turísticos é, comprovadamente, e de acordo com a literatura sobre esta temática, uma forma de promover o desenvolvimento sustentável dos territórios, possibilitando a concertação de esforços e a partilha de mecanismos comuns para recuperar, valorizar e dinamizar o património cultural (material e imaterial). E este fato é particularmente representativo nos territórios rurais, usualmente menos providos para conduzir, de forma cooperante, esses processos de valorização e dinamização do património cultural, considera-se que tal dinâmica constitui um elemento fulcral na conceção e comercialização de pacotes e de itinerários turísticos. Tomando por base o contexto teórico descrito, o objetivo do artigo é propor compreender a perceção de um conjunto de atores turísticos da sub-região do Baixo Alentejo, sobre as áreas em que os mesmos podem cooperar para promover o desenvolvimento e competitividade da região identificada e se essas áreas pressupõem a dinamização dos recursos culturais. Para tal finalidade, e enquadrado numa investigação de Doutoramento, realizou-se um estudo de caso, baseado na aplicação de um questionário fechado a três categorias de atores: o setor público, o setor empresarial privado e o setor associativo. Os resultados do estudo realizado permitem concluir, que as áreas consideradas mais importantes para os atores cooperarem na região consistem na valorização da cultura existente, seguida do desenvolvimento de recursos e produtos turísticos em conjunto e da organização conjunta de atividades promocionais. Os dirigentes do setor público e os empresários estão de acordo com a necessidade de cooperar numa aposta concreta na valorização dos recursos culturais locais e regionais, e o Baixo Alentejo (e o Alentejo em geral) possui excelentes recursos desta qualidade que, bem dinamizados, podem constituir um excelente fator de diferenciação relativamente a outras regiões do país.

**Palavras Chave:** Cooperação, atores, desenvolvimento sustentável, património, recursos culturais.

(\*) Instituto Politécnico de Beja, [marta.amaral@ipbeja.pt](mailto:marta.amaral@ipbeja.pt)

(\*\*) Universidade Lusófona, [edufigueira@academus.pt](mailto:edufigueira@academus.pt)



## A criação de um novo destino turístico em territórios de baixa densidade: o caso de Boticas

Hélder LOPES (\*), Paula REMOALDO (\*\*),  
Vitor RIBEIRO (\*\*\*), José CADIMA RIBEIRO (\*\*\*\*),  
Sara SILVA (\*\*\*\*\*)

**Resumo:** O fraco dinamismo demográfico das áreas mais ruralizadas do interior e a incapacidade de levar por diante iniciativas públicas que impliquem um processo participativo dos agentes locais (stakeholders), concorrem para a fragilidade do tecido socioeconómico de vastas áreas do território nacional. Neste contexto, para contrariar a respetiva desvitalização, é fundamental conceber estratégias que, partindo dos recursos endógenos (recursos paisagístico-naturais e culturais, entre outros), potenciem o desenvolvimento desses territórios, sem questionar a preservação dos recursos. O turismo pode ser um dos instrumentos desse processo de desenvolvimento, o que, em todo o caso, implica uma atuação que previna possíveis efeitos de musealização de práticas e costumes das comunidades rurais. O propósito desta comunicação é contribuir para a identificação de recursos e produtos turísticos que possam concorrer para o desenvolvimento e sustentabilidade do turismo no município de Boticas, localizado no nordeste de Portugal, a curto e médio prazo. Neste sentido, a investigação de que se dá notícia na presente comunicação pretendeu: (i) fazer um primeiro diagnóstico do potencial turístico do município de Boticas; e (ii) identificar as perceções de vários intervenientes locais sobre o potencial turístico deste município. Para tal, recorreu-se à análise de conteúdo de entrevistas semiestruturadas preliminares realizadas (em 2014) a agentes locais e regionais e à realização de duas sessões de focus group (concretizadas em 2015), que tiveram como intervenientes os principais agentes locais de diversas áreas de atuação. Os resultados obtidos apontam para três factos basilares: primeiro, que existem recursos turísticos não explorados, passíveis de se ajustarem a certos nichos de procura turística; segundo, que o território tem vindo a apostar na diversificação da oferta de atividades de lazer e recreio, bem como das infraestruturas de apoio à atividade turística; por último, que continuam a persistir entraves à constituição de redes de agentes locais e de municípios da região que possam atuar ao nível da promoção articulada do território, o que perpetua a ausência de estratégias consequentes neste território. Daí se retiram diversas ilações de política não apenas para o município objeto de análise mas igualmente para outros territórios rurais com problemas semelhantes.

**Palavras Chave:** Turismo; Desenvolvimento Rural; Governança; *Stakeholders*.

(\*)Lab2PT- Laboratório de Paisagem, Património e Território da Universidade do Minho, Universidade do Minho, *e-mail*: [htsltiago@gmail.com](mailto:htsltiago@gmail.com)

(\*\*)Lab2PT- Laboratório de Paisagem, Património e Território da Universidade do Minho, Universidade do Minho, *e-mail*: [premoaldo@geografia.uminho.pt](mailto:premoaldo@geografia.uminho.pt)

(\*\*\*) Lab2PT- Laboratório de Paisagem, Património e Território da Universidade do Minho, Universidade do Minho, *e-mail*: [vitor.geografia@gmail.com](mailto:vitor.geografia@gmail.com)

(\*\*\*\*) NIPE e Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, *e-mail*: [jcadima@eeg.uminho.pt](mailto:jcadima@eeg.uminho.pt)

(\*\*\*\*\*) Lab2PT- Laboratório de Paisagem, Património e Território da Universidade do Minho, Universidade do Minho, *e-mail*: [sara.catarina.g@gmail.com](mailto:sara.catarina.g@gmail.com)



## A cultura imigrante: entre a história e o turismo

Lia Cristine FORTES (\*), Roberto RADÜNZ (\*\*)

**Resumo:** Um dos maiores focos de apelo turístico no sul do Brasil está nas supostas tradições imigrantes. Por meio da cultura trazida pelo processo de imigração europeia, desenvolveu-se uma série de atrativos para turistas visitarem cidades do Brasil meridional. Estes, buscam remontar a suposta forma de viver que os imigrantes estabeleceram nessas localidades. O turismo nas zonas de imigração, em geral italiana e alemã, apresenta elementos do cotidiano, da gastronomia, da estética, da música, da religiosidade, etc. O calendário de festas turísticas ligadas a essa temática é vasto e, no decorrer do ano, quase todas as cidades que receberam imigrantes, no Rio Grande do Sul, promovem algum festejo. No entanto, o ensino de história do Brasil, oficializada através do livro didático, não contempla a valorização dessas culturas na região. A maior parte da bibliografia, destinadas aos estudantes brasileiros da Educação Básica, nem mesmo menciona os processos migratórios para o estado gaúcho. A história das imigrações européias para o Rio Grande do Sul, no século XIX, é “ensinada” por meio do aparato turístico. Dessa forma, a cultura imigrante assume aspectos unicamente turístico, não encontrando espaço na história nacional. Este estudo busca evidenciar esse distanciamento refletindo a magnitude do investimento turístico face a ausência de análise histórica.

**Palavras-chave:** turismo, imigração, história, ensino.

(\*) Doutora em História. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em História e do Curso de História da Universidade de Caxias do Sul – UCS. [cflia@ucs.br](mailto:cflia@ucs.br)

(\*\*) Doutor em História. Professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em História e do Curso de História da Universidade de Caxias do Sul – UCS. Professor e pesquisador do Curso de História da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. [rradunz@ucs.br](mailto:rradunz@ucs.br)



## A evolução do alojamento nos primórdios do turismo em Portugal: discursos e realizações (1800-1906)

Miguel Dias SANTOS(\*)

**Resumo:** Este artigo analisa a evolução do alojamento em Portugal ao longo do século XIX e início do século XX. Tem como objetivo confirmar o diagnóstico produzido pelos atores do turismo sobre o profundo atraso da hotelaria em Portugal, no início do século XX, quando comparada com a Europa. Dada a escassez de fontes, utilizámos preferencialmente guias e literatura de viagens, através das quais procurámos reconstruir imagens e discursos e a realidade do setor hoteleiro. Foi possível concluir que apesar das condições naturais para o desenvolvimento do turismo, não se promoveu uma hotelaria dentro dos padrões europeus que servisse de motor desta atividade económica.

**Palavras Chave:** Hotelaria ,Turismo, Guias, Discursos , História

(\*)CEDTUR/CETRAD; CEIS20-Universidade de Coimbra  
[migueldiassantos2@gmail.com](mailto:migueldiassantos2@gmail.com)



## A evolução dos primeiros meios de hospedagem no Brasil e seus serviços até a atual hotelaria hospitalar

Rafael Rodrigues da COSTA(\*), Pedro G. Sponton Campaña INOJOSA (\*\*)

**Resumo:** A necessidade de se hospedar fora de casa vem acompanhando a trajetória dos seres humanos, desde o início da civilização organizada em grupos não nômades até os dias atuais. Essa necessidade de hospedagem teve início com a procura de abrigos seguros durante viagens comerciais onde os homens iam trocar os seus produtos com produtos de outros grupos distantes, mas logo surgiram os primeiros sanatórios e locais de abrigos de doentes e com isso a necessidade de hospedar tanto os doentes quanto seus familiares. Esse perfil de hospedagem evoluiu de maneira profissional até os dias atuais onde encontramos cada vez mais instituições de saúde preocupadas com o bem estar tanto do seu paciente quanto do seu acompanhante. O objetivo desta pesquisa, intitulada “A evolução dos primeiros meios de hospedagem no Brasil e seus serviços até a atual hotelaria hospitalar” foi descrever e comparar os primeiros meios de hospedagem e os seus serviços oferecidos, sua evolução com o passar dos anos e sua evolução para os atuais serviços de hotelaria dentro das instituições de saúde. A metodologia utilizada realizou um estudo transversal de abordagem descritiva e com base em dados bibliográficos. As variáveis estudadas foram: equipamento hoteleiro; serviços oferecidos; ano e principais características. Como principais resultados encontrados, pode-se citar as relações entre o passar do tempo e a profissionalização e diversificação dos serviços de hospitalidade dentro dos diversos equipamentos hoteleiros incluindo os hospitais, clínicas e ILPIs. Por fim, foi possível verificar que as variáveis estudadas apresentam informações relevantes sobre a evolução dos meios de hospedagem, seus serviços, as atuais instituições de saúde e sua relação e profissionalização com a hospitalidade.

**Palavras Chave:** meios de hospedagem; história; hotelaria hospitalar; serviços de saúde; ILPI.

(\*) Rafael Rodrigues da Costa Centro Universitário FMU de São Paulo/Brasil, [dacosta.rafael@gmail.com](mailto:dacosta.rafael@gmail.com)

(\*\*) Pedro G. Sponton Campaña Inojosa Centro Universitário FMU de São Paulo/Brasil, [campanapedro@hotmail.com](mailto:campanapedro@hotmail.com)



## A Fortaleza de Sagres no Algarve - entre o mito, o destino de turismo cultural e a Marca do Património Europeu

Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues GONÇALVES(\*), Luciano RAFAEL,  
Natércia MAGALHÃES, Rui PARREIRA

**Resumo:** A reflexão em torno da Fortaleza de Sagres, que se constitui como o primacial monumento do Algarve, está envolta de questões complexas, tais como: políticas de território, paisagem, desenvolvimento sustentado, reconstituição cultural e o enorme desafio de capitalizar a comunidade enquanto público deste património. A sustentabilidade cultural do monumento, o sentir do lugar, as histórias que a Fortaleza conta, o lugar como marca territorial, a comunicação e a mediação, os grupos da comunidade, são tópicos a desenvolver na dinamização deste espaço de glórias, num lugar de preservação de memórias e de grandiosidade que procuraremos tratar com significância na abordagem a desenvolver sobre este património. A nova realidade suscitada pela consagração de Marca do Património Europeu faz regressar a ideia de um património que se renova e que possui uma narrativa essencial para a história da região. Veremos como o seu desenvolvimento sustentado é possível e as estratégias associadas a este trabalho.

**Palavras Chave:** política e gestão, visitantes, turismo, Marca do Património Europeu.

(\*) alexandra.goncalves@cultalg.pt





## A gastronomia como património intangível: tendências e modificações recentes na cidade de Lisboa

Raquel MOREIRA (\*)

**Resumo:** Nos últimos anos Lisboa tem-se afirmado cada vez mais como uma cidade turística, tendo atingido os quase cinco milhões de turistas em 2015 e alcançado diversos prémios internacionais. Com cerca de trinta e cinco mil visitantes por dia o turismo marca fortemente a economia e a vida quotidiana da cidade, sobretudo nos bairros históricos mais centrais. Face a esta crescente procura turística, Lisboa tem-se transformado para dar resposta a novas realidades sociais, culturais e económicas. O património cultural da cidade, memória presente de um vasto passado, constitui um dos elementos centrais nessa renovação, reconstruindo-se identidades e reforçando-se a diferenciação de Lisboa como destino turístico. Nesta comunicação aborda-se a componente gastronómica desse processo, analisando-se os diferentes aspetos que fazem parte da renovação das práticas, espaços e representações em torno da comida e da restauração na cidade. A gastronomia sempre foi um elemento relevante do património e das práticas de sociabilidade, e também da procura turística, e nas últimas duas décadas ganhou ainda mais importância, tendo vindo a ocorrer um vasto conjunto de modificações no “espaço gastronómico” da cidade. Estas modificações têm a sua génese no final do século passado e acentuaram-se na década de 2000/2010. A gastronomia tem-se inovado e tornado mais central na vivência da cidade. Da análise das diferentes dimensões do processo de gastronomização (Poulain, 2012) da cidade de Lisboa, resultaram sete aspetos relevantes: a renovação da cozinha tradicional e coexistência de diferentes tipos de cozinha (alta cozinha, cozinha popular e cozinhas estrangeiras); o protagonismo dos *chefs* de cozinha; a emergência de novas formas de restauração; a alteração dos modelos estéticos e artísticos associados aos espaços de restauração, de consumo e de venda de alimentos; a modificação da relação da comida com o espaço público (esplanadas, quiosques, *street food*); a realização de grandes eventos gastronómicos; e a criação de símbolos gastronómicos identitários de Lisboa. Do ponto de vista teórico, a análise desse processo é enquadrada pela conceptualização da gastronomia e do património, pela abordagem da articulação entre gastronomia e turismo, de um lado, e da relação global/local, do outro. Em termos metodológicos, recorreu-se à observação direta e à análise de dados estatísticos e documentais sobre gastronomia e restauração, feita em grande parte através da informação disponível na internet, tendo sido consultados e analisados diversos sítios de restaurantes e de *chefs* de cozinha, guias de turismo e guias de restaurantes e blogs de gastronomia.

**Palavras Chave:** gastronomia, património, identidade, turismo, Lisboa.

(\*)Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa (CRIA/FCSH-UNL). Portugal. [raquel.morera@eshte.pt](mailto:raquel.morera@eshte.pt)



## A história do Teatro Guarany de Pelotas/RS e o uso turístico desse patrimônio

Dalila Rosa HALLAL (\*), Dalila MÜLLER (\*\*)

**Resumo:** Dentre os diversos patrimônios edificados de Pelotas está o Teatro Guarany, o qual mantém viva a memória de um período de apogeu vivenciado na época das charqueadas e que hoje se constitui não somente como um dos principais locais para a prática da atividade turística, como também num local de manifestações artístico-culturais da cidade. Este trabalho decorre de uma pesquisa realizada em jornais e revistas do acervo da Biblioteca Pública Pelotense, que aborda a história do Teatro Guarany, que integra o patrimônio cultural de Pelotas, o qual agrega valores como a riqueza de sua estrutura arquitetônica datada da década de 1920, bem como retrata um espaço visto sob o aspecto da sociabilidade – ambos importantes para o desenvolvimento do turismo. O uso turístico do patrimônio histórico, como o Teatro Guarany, possibilita o contato com o passado, com as origens do lugar, além de manter viva a memória e a história de Pelotas, uma vez que o turismo se apropria e depende da valorização do patrimônio para que a atividade se desenvolva. Assim, este trabalho tem por objetivo analisar historicamente o Teatro Guarany, demonstrando a importância deste patrimônio histórico para o turismo em Pelotas. Desenvolveu-se um estudo de natureza qualitativa, uma pesquisa descritivo-exploratória, através de análise bibliográfica e documental de obras que versam sobre a história do Teatro. Os resultados mostram que a inauguração do Teatro foi um importante acontecimento local, como também no Estado e países vizinhos, abrindo as portas não só para as classes abastadas, como também para os “sem casacas”. Ganhou destaque na imprensa, no período que antecedeu sua inauguração, pela iniciativa dos empreendedores, pela suntuosa obra que transcorreu durante um ano trazendo grande parte dos materiais do exterior. Na sua estreia e nos anos seguintes se destacou pelos artistas e companhias de teatro que trazia para a cidade, bem como por proporcionar também espetáculos cinematográficos. Atualmente, visitas guiadas ao interior do Teatro são disponibilizadas para a comunidade local e para os turistas. O Teatro está localizado no Centro Histórico de Pelotas, espaço que reúne diversos patrimônios da cidade, como o Grande Hotel, a Biblioteca Pública, a Praça Coronel Pedro Osório, entre outros. O Teatro Guarany vem passando por um processo de revitalização e, incluindo o turismo como uma forma de conservação desse patrimônio, contribuiu para o desenvolvimento da atividade turística em Pelotas, sendo também considerado um patrimônio do Centro Histórico de Pelotas.

**Palavras Chave:** História; Patrimônio; Teatro Guarany; Pelotas.

(\*) Dalila Rosa Hallal, Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2010). Atualmente é professora Associada do Curso de Turismo da Universidade Federal de Pelotas. dalilahallal@gmail.com

(\*\*) Dalila Müller, Doutora em História pela Universidade Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS (2010).



## A importância das tradições orais do Algarve enquanto Património Cultural Imaterial como fator de desenvolvimento de novos mercados turísticos.

Miguel Brito de OLIVEIRA (\*)

**Resumo:** Com vista a desmistificar os fatores que contribuem para a desvalorização do Património Cultural Imaterial, com especial foco nas tradições da oralidade, citando como um todo, a gíria, o calão, o acento característico, as distorções fonéticas, os provérbios, as lengalengas, as lendas, fábulas e expressões típicas dos falares marginais da região do Algarve, enquanto instrumento catalisador do turismo na região, enquanto meio com capacidade de transmitir cultura e sabedoria popular a quem se debruçar sobre os seus significados e os seus motivos de existência, bem como realçar a sua importância enquanto potenciador de criação de novos mercados turísticos. Com base na bibliografia disponível sobre os costumes e tradições orais característicos desta e de outras regiões, pretende este artigo fundamentar a potencialidade das já referidas tradições orais enquanto Património Cultural e Imaterial, no que concerne a conferir singularidade à região e aumentando a sua capacidade de proporcionar uma experiência turística marcante, mais esclarecida, culturalmente mais rica e a capacidade de neutralizar diferentes sectores de turismo em prol do contacto, compreensão, e penetração por parte dos turistas na cultura e costumes do Algarve enquanto destino recetor. Pretende ainda o este artigo, demonstrar a importância das populações tomarem consciência da potencialidade das tradições orais virem a constar na lista de património cultural imaterial reconhecido pela UNESCO, passando assim a valorizar a sua existência, deixando de merecer apenas a atenção de um grupo restrito de eruditos e investigadores e consecutivamente contribuir para a sua preservação e proliferação, voltando a transmiti-las às novas gerações, como fonte de sabedoria popular, através do boca a boca, bem como propor meios de divulgação deste património cultural imaterial que são as tradições orais entre as comunidades, de modo a não só contribuir para a eficácia da referida preservação e proliferação como também revalorizar a sabedoria popular de que as ditas tradições são portadoras, passando assim a potenciar o seu uso nos planos de turismo.

**Palavras Chave:** Património; Imaterial; Oralidade; Expressões; Turismo;

(\*) miguelbritodeoliveira@hotmail.com



## A legislação do alojamento turístico na valorização do património cultural: uma visão comparativa Portugal-Brasil.

Virgílio Miguel Rodrigues MACHADO(\*)

**Resumo:** É objeto da presente investigação questionar se a legislação do alojamento turístico pode constituir e de que forma um instrumento importante na valorização do património cultural de um território, seja um país, região ou localidade receptora de turistas. Partindo da análise dos ordenamentos jurídicos de Portugal e Brasil sobre protecção e valorização do património cultural, enquanto funções administrativas essenciais estaduais, a investigação utiliza uma metodologia comparativa, funcional e sistémica para análise e interpretação da legislação de alojamento turístico nos dois países na resposta ao problema da investigação. Em suma, pergunta-se se aquelas funções administrativas essenciais podem, pela via da referida legislação, ser adequadamente cumpridas e desenvolvidas por agentes privados deslocalizados no território, seja por empresários de alojamento turístico. Permite-se, assim, uma maior legibilidade das relações entre cultura e alojamento turístico, à luz de uma visão comparativa dos ordenamentos jurídicos brasileiro e português. A análise de partes fundamentais da sua evolução histórica, com projecção na atualidade, permite descortinar a existência de padrões normativos comuns na legislação de alojamento turístico nos dois países, pela tipologia de alojamentos, sua classificação e requisitos de funcionamento, concluindo-se pela existência de uma visão integrada luso-brasileira na função de valorização do património cultural, pelo alojamento turístico. Tal visão será bastante útil para sinergias de organização comum de planos de investimento turístico nos dois países, acesso a programas de formação, cooperação e assistência mútua e criação de um mercado mais amplo de alojamento turístico-cultural luso-brasileiro.

**Palavras Chave:** Legislação, Alojamento, Turístico, Património, Cultura.

(\*)Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve vrmachado@ualg.pt



## A linha de Cascais como estudo de caso da inovação turística e ferroviária portuguesa

Joana Catarina Vieira PAULINO(\*)

**Resumo:** O presente estudo pretende demonstrar o carácter inovador da linha costeira portuguesa que vai do centro de Lisboa (Cais do Sodré) a Cascais. Neste contexto, o conceito de “inovação” encontra-se associado a duas grandes iniciativas, lideradas pelo empresário Fausto Cardoso de Figueiredo (1880-1950) e desenvolvidas durante o início do século XX - o luxuoso Parque Estoril, símbolo de um novo dinamismo num sector económico emergente, o turismo; e, a electrificação pioneira da Linha de Cascais (1926). O objectivo é duplo. Por um lado, passa por revelar a ideologia subjacente à construção do Parque Estoril e a forma como o espaço foi organizado. Este *resort* alcançou um cariz internacional, sendo o empreendimento turístico português com maior reconhecimento - por exemplo, durante a II Guerra Mundial (1939-1945), acolheu monarcas exilados e espões que pretendiam fugir ao conflito. Por outro lado, não podemos negligenciar que o desenvolvimento do Parque Estoril é indissociável de um outro projecto modernizador: a electrificação do caminho-de-ferro de Cascais. É de maior destaque o papel de Fausto de Figueiredo na prossecução deste avanço, nomeadamente, a sua influência junto de empresários e políticos. Figueiredo adaptou-se aos vários regimes em que viveu (Monarquia Constitucional, I República e Estado Novo) em prol da realização destes seus dois grandes projectos de vida. Esta investigação assenta na problematização de fontes manuscritas e impressas, dada a ausência de estudos de fundo sobre o tema. Recorreu-se ao espólio da Fundação Museu Nacional Ferroviário, ao Arquivo Histórico e Fotográfico da C.P., mas também aos debates parlamentares e a outras fontes constantes na Biblioteca Nacional e no Instituto Nacional de Estatística. A linha de Cascais é um exemplo nacional claro da relação simbiótica entre o turismo e as vias-férreas - o caminho-de-ferro atraía um maior número de pessoas para o Parque Estoril, enquanto este último era um local atractivo, ao qual os turistas afluíam de comboio. Não obstante, ambos os projectos só foram possíveis graças à visão progressista e à influência que Fausto de Figueiredo teve na sociedade do seu tempo. Este empresário teve a capacidade de, através da modernização da Linha de Cascais e da criação de um centro turístico de excelência, as suas duas grandes obras-primas, estimular a economia portuguesa

**Palavras Chave:** História Contemporânea, Fausto de Figueiredo, electrificação do caminho-de-ferro, turismo.

(\*)Instituto de História Contemporânea (FCSH-UNL) joana\_paulino40@hotmail.com



## A literatura de viagens e os olhares femininos sobre os açores setecentistas e oitocentistas.

Margarida Vaz do Rego MACHADO (\*)

**Resumo:** Este trabalho pretende através da Literatura de viagens setecentistas e oitocentista, inferir a importância destes relatos na descoberta da vida quotidiana açoriana e em particular do turismo insular. As fontes consultadas, têm a particularidade de terem sido escritas por mulheres, pois também nos interessa realçar os “olhares femininos” destes viajantes. Será que poderemos considerar estas viajantes verdadeiros turistas? A sua atividade nas ilhas poderá ser integrada nas atividades turísticas? Será que é aqui (finais do século XVIII e século XIX) que se poderá encontrar as raízes do turismo açoriano? Estas são as hipóteses que nortearam a nossa análise aos seguintes textos: Diário de Catherine Green Hickling (1786-1789); Diário de Elisa W. Nye /Julho a Novembro de 1847); o último capítulo da obra *A segunda Viagem à volta do Mundo* (1856) de Ida Pfeiffer e *A summer in the Azores with a Glimpse of Madeira*, de Charlotte Alice Baker (1882).

**Palavras Chave:** Açores, viajantes, literatura de viagens, história, turismo

(\*) Departamento de História, Filosofia e Ciências Sociais da Universidade dos Açores/Centro de História d’Aquém e d’Além Mar da FCSH da UNL e UAc. maria.mm.machado@uac.pt



## A marcação turística do Romantismo

José Manuel Figueiredo SANTOS (\*)

**Resumo:** O texto aqui delineado justifica a sua utilidade na busca de contributos do movimento romântico para uma compreensão estruturada do campo turístico, no pressuposto de que é nas formas historicamente contruídas dos imaginários espacio-temporais que se encontram sob formas rejuvenescidas, muitos dos velhos fundamentos que incorporam o turismo contemporâneo. Em termos metodológicos, esta narrativa é perpassada por um meta-discurso histórico de influência fenomenológica que teve como fontes uma imensa massa documental recolhida pelo autor em sede de tese de doutoramento, encontrando na historiografia romântica um campo de excepcional potencialidade para testar os recursos heurísticos e as possibilidades explicativas de algumas estilizações contemporâneas do turismo, associadas ao uso turístico do património cultural. Na verdade, a emergência e edificação do turismo, ao ser trespassada por uma histórica influência seminal da cultura romântica, impõe que se aborde a caracterização de alguns dos seus traços essenciais. Não se procura problematizar os seus enigmas ou a *"sua natureza de coincidentia oppositorum"* (Löwy 1995: 9), mas algumas derivas fundamentais como sejam: uma sensibilidade estética específica do culto das emoções fortes, e projeções utópicas de um mundo de beleza criada pela imaginação, o ímpeto regenerador do passado, como operador da mística e do gosto. Nelas, deposita-se o objetivo da extração dos elementos da mitografia romântica, implicados na modelação da experiência turística contemporânea, dando a ver aos agentes turísticos como o seu aprofundamento pode significar uma fonte potenciadora das suas práticas, na atualidade.

**Palavras Chave:** cultura, nostalgia, património, romantismo, turismo.

(\* ) jfsantos@ualg.pt





## A norma de qualidade e os desafios que se colocam ao turismo industrial

José Manuel Lopes CORDEIRO (\*)

**Resumo:** Nas últimas décadas tem-se registado uma cada vez maior diversificação da oferta turística, com o surgimento de novos segmentos, entre os quais merece destaque o do turismo industrial, ou seja, o aproveitamento turístico do património industrial. Na Europa, mas também na América do Norte e do Sul, assim como na Ásia, têm surgido inúmeros projectos de turismo industrial, muitos deles já em plena actividade, que têm contribuído não só para a valorização deste tipo de património como para a promoção do desenvolvimento socioeconómico das regiões onde se localizam. Em Portugal, embora num número limitado, também têm surgido alguns projectos de turismo industrial, alguns muito bem sucedidos – como é o caso dos Circuitos pelo Património Industrial de S. João da Madeira –, encontrando-se outros em fase de desenvolvimento. A constituição em 2013, pelo Turismo de Portugal I. P., de um Grupo de Trabalho para a elaboração de uma Norma de Qualidade para o Turismo Industrial, coordenado pela Câmara Municipal de S. João da Madeira e orientado pelo Organismo Gestor da Comissão Técnica (OGCT) Turismo de Portugal, I. P., constitui um acontecimento relevante nesta área do turismo industrial e contribuirá, seguramente, para uma considerável melhoria da qualidade da sua oferta turística. Nesta comunicação, o autor efectuará uma análise da Norma para o Turismo Industrial, assim como os desafios que a mesma coloca para garantir boas práticas no domínio deste tipo de oferta turística.

**Palavras Chave:** Turismo; Procura e Oferta Turística; Património Industrial; Normas de Qualidade; Turismo Industrial.

(\* )Universidade do Minho/Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais. Campus de Gualtar, 4710-057 Braga, [jmlopes.cordeiro@gmail.com](mailto:jmlopes.cordeiro@gmail.com)



## A prática turística na praia de Boa Viagem em Recife-PE na década de 1950: uma construção que perdura

Solange Lopes de ALENCAR (\*), Sidnei RAIMUNDO (\*\*)

**Resumo:** A praia como importante elemento de atração e conversão ao turismo de massa é um tema já fartamente debatido, mas esta gênese analisada a partir de um lento processo de inclusões e exclusões dos sujeitos envolvidos, sejam eles o Estado, as Elites e as Classes Trabalhadoras configuram-se num olhar ainda pouco explorado pelos especialistas em turismo. Para minimizar essa lacuna de pesquisas é necessário entender a praia como elemento que consolida uma prática turística dicotômica onde por um lado se tem um amplo acesso ao uso da praia como forma de lazer, e, todavia, por outro lado, mantêm-se uma forte concentração da renda proveniente da exploração do Turismo economicamente. A praia de Boa Viagem em Recife, capital de Pernambuco, apresenta como marco de sua identidade a característica de ser uma área litorânea de prática do turismo e importante campo de estudo para avaliar esses fenômenos. Esses processos de exclusão e interdição produziram falas discursivas que se tornaram, repetidamente, argumentos aceites naturalmente para uso e exploração do território constituído turisticamente e explorado economicamente. Diante deste quadro o presente trabalho tem como objetivo a compreensão deste processo, historicizando as formas pelas quais o Turismo foi sendo construído na localidade, a partir do momento em que formas de exploração capitalistas foram sendo adotadas, sobretudo a partir da década de 1950. Esse período democrático compreendido entre duas ditaduras mostra uma dialética estrutura entre a implantação de um capitalismo visto como dependente por alguns autores e, ao mesmo tempo, de um turismo que transitava confusamente na compreensão dos sujeitos como indústria, como serviço ou ainda como instrumento de manutenção do status social entre as classes. Ao longo do processo histórico do período o Turismo foi sendo implantado nos moldes do capitalismo pós-II Guerra, tipicamente americano, mas se congraçando com as estruturas econômicas, políticas, sociais e culturais da região, de onde acabou por se transformar em mais um instrumento de concentração financeira e exclusão social entre as classes sociais envolvidas. As práticas para implantação do Turismo não se constituíam enquanto uma política a parte de um setor econômico, mas se apresentando, muitas vezes, como um significativo discurso de meio e não fim. Este trabalho se utilizou de jornais e periódicos, sobretudo do Jornal *Diário de Pernambuco*, considerado de ampla circulação e visto como a “voz” das classes dominantes e que conseguia propor discursos reconhecidos pelas próprias elites da mesma forma que atingia a classe trabalhadora de forma disciplinadora.

**Palavras-chave:** Turismo – Classes Sociais – História – Recife.

(\*) Aluna do Mestrado em Ciências EACH-USP. Graduada em História pela Universidade Federal de Pernambuco. Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH/Universidade de São Paulo – USP. [solangelopes@usp.br](mailto:solangelopes@usp.br)

(\*\*) Prof. Dr., da EACH-USP. Geógrafo, mestre e doutor em Geografia, com Pós Pós-Doutorado na Universidade de Girona, Espanha. Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH/Universidade de São Paulo – USP. [sraimundo@usp.br](mailto:sraimundo@usp.br)



---

## A propaganda da nação: turismo ferroviário em Portugal nos anos trinta

Carla Ribeiro, (\*)

**Resumo:** Com o advento da contemporaneidade no mundo ocidental, tornou-se indiscutível a importância do turismo, numa transformação social que foi também objeto de atenção política. Portugal comungou deste fenómeno, de uma forma geral tardiamente, em relação à maioria dos países europeus, por razões estruturais diversas. Embora tenha sido no século XX que a viagem turística sofreu, entre nós, um desenvolvimento sem precedentes, este investimento vinha fazendo-se sentir desde meados do século anterior, graças em grande parte ao alargamento da rede de caminhos-de-ferro nacional. As consequências em termos de turismo foram imediatas: por um lado, tornou acessível a um maior número de pessoas as viagens de lazer; por outro, os locais que passaram a ser considerados como destino dos turistas foram determinados pela própria rede de caminhos-de-ferro. A aposta no turismo interno, mediante a rede ferroviária, procurou alargar a rede de potenciais turistas nacionais através, em particular, de uma diversidade de tarifas especiais e outras promoções levadas a cabo pelas empresas de caminhos-de-ferro e divulgadas na revista *Gazeta dos Caminhos de Ferro*. Tal foi especialmente evidente no período dos anos trinta, altura em que se assistiu à concorrência do automóvel, com índices de crescimento exponencial a partir da criação da Junta Autónoma das Estradas (1927). Esta comunicação focar-se-á, assim, em torno de duas iniciativas de incentivo às viagens ferroviárias turísticas, promovidas na *Gazeta dos Caminhos de Ferro*: os “comboios mistério” e os “expressos populares”, constituindo ambas formas de divulgação e utilização deste meio de transporte, permitindo um aumento das viagens turísticas e contribuindo para transformar o turismo numa indústria com cada vez maior peso na economia nacional. Funcionaram ainda como instrumentos internos de propaganda do país e do regime. Procurar-se-á, pois, dar resposta a uma série de questões, que se passa a enumerar: Em que consistiam estas viagens dos “comboios mistério” e dos “expressos populares”? A que público(s)-alvo se destinavam? Quais os roteiros de viagens mais habituais/concorridos? Que adaptações sofreu este modelo importado? Que correspondência existiu entre os objetivos traçados e as realizações efetivas?

**Palavras Chave:** turismo ferroviário; propaganda; *Gazeta dos Caminhos de Ferro*; comboios mistério; expressos populares.

(\*)CEPESE – Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade, UP e InED – Centro de Investigação e Inovação em Educação, ESEP, [carlaribeiro@ese.ipp.pt](mailto:carlaribeiro@ese.ipp.pt)



## A tapeçaria de lagoa do carro, Pernambuco, Brasil, como produto turístico cultural

Maria Helena Cavalcanti da Silva BELCHIOR(\*), Gloria Maria WIDMER (\*\*), Ana Julia de Souza MELO(\*\*\*), Elissélia Keila Ramos Leão PAES (\*\*\*\*), Elidomar da Silva ALCOFORADO(\*\*\*\*\*)

**Resumo:** Lagoa do Carro, município localizado na região de desenvolvimento Mata Norte, estado de Pernambuco, Brasil, possui dentre suas vocações culturais a expressiva produção artesanal de tapetes. Intitulada “a terra do tapete” (LAGOA DO CARRO, 2013), o município é (re)conhecido por sua tradição, mantida e transmitida de geração a geração como um legado, na manufatura artesanal de tapetes das mais variadas formas e conteúdos. Dada a expressividade e influência da tapeçaria junto à comunidade, seja pelas oportunidades de ocupação econômica que proporciona à população, seja por questões turísticas, enquanto atrativo cultural local, foi criada, no ano de 1989, a Associação das Tapeceiras de Lagoa do Carro, com o objetivo de congregar as artesãs desenvolvedoras deste ofício, assim como provê-las de condições de sustento, a partir da produção desempenhada. Sob este prisma e amparado ainda por ações de cunho político institucional, a exemplo da inclusão do citado município no Plano Estratégico do Turismo de Pernambuco (2008), por seu destacado potencial para o Turismo, o presente trabalho objetiva apresentar a relevância da tapeçaria de Lagoa do Carro no contexto turístico-cultural, bem como seus desdobramentos na esfera social para a comunidade local. De modo a prover as condições de alcance do supracitado objetivo, elenca-se enquanto procedimentos metodológicos o levantamento bibliográfico em fontes primárias e secundárias, visitas in loco ao município, realização de entrevistas junto aos atores locais envolvidos na arte da tapeçaria e observações diretas. Face ao exposto, é possível destacar a importância da continuidade da arte da tapeçaria junto à comunidade local, haja vista todo o contexto de saberes e fazeres tradicionais, de legado histórico-cultural e de atratividade turística envolto no ofício em tela. Ademais, os sentimentos de identidade, pertencimento e valorização comunitária pela arte são elementos que devem ser estimulados, visando tanto a melhoria socioeconômica da comunidade, quanto o desenvolvimento de um turismo que preze pela culturalidade e pelo bem-estar social.

**Palavras-chave:** Lagoa do Carro. Artesanato. Turismo. Cultura.

(\*) Maria Helena Cavalcanti da Silva Belchior: turismóloga e Mestre em Gestão da Sustentabilidade. Professora Assistente do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil.

(\*\*) Gloria Maria Widmer: turismóloga, Mestre e Doutora em Turismo. Advogada. Professora Adjunta do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil.

(\*\*\*) Ana Julia de Souza Melo: educadora Física, Mestre em Hospitalidade e Mestre em Turismo. Professora Assistente do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil.

(\*\*\*\*) Elissélia Keila Ramos Leão Paes: turismóloga e Mestre em Turismo. Professora substituta do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil.

(\*\*\*\*\*) Elidomar da Silva Alcoforado: graduado em hotelaria, Mestre em Administração e Doutorando em Turismo. Professor Assistente do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil.



## A variante estratégica turística de alcobaça: herança e sustentabilidade

Alberto GUERREIRO(\*), António Valério MADURO (\*\*)

**Resumo:** O Mosteiro cisterciense de Alcobaça, património da humanidade, é a primeira referência monumental local, sendo anualmente visitado por centenas de milhares de turistas. Este fluxo, por si só, representa um enorme potencial e perspetiva a constituição de um modelo turístico de estrutura reticular (rede), dinamizador de uma oferta cultural diferenciadora e complementar. Esta rede, em grande parte já operacional, ainda que sob uma existência de natureza informal, é constituída por importantes pólos de feição ambiental e cultural. Deste modo, o presente artigo parte da constatação da inexistência de um modelo turístico formal e operativo potenciador da marca patrimonial alcobacense que tem como referência Cister. Assumindo uma metodologia dedutiva, o trabalho tem como objetivo primordial o estabelecimento de uma reflexão teórica sobre o tema do turismo cultural enquanto elemento estratégico para a própria preservação e sustentabilidade da herança patrimonial. Este estudo pretende enquadrar a relação ainda controversa ou pouco concetualizada sobre o reconhecimento do valor histórico do território e a via da sustentabilidade futura do património material e imaterial a partir de modelos turísticos que sejam, simultaneamente, mecanismos de agregação identitária e disseminação cultural. O artigo passa em revisão os antecedentes históricos que potenciaram a “marca” singular de Alcobaça de forma que se compreenda a dimensão do território enquanto elemento fundador e estratégico para a preservação da herança cultural e, em última instância, para o desenvolvimento local. O entendimento destas duas dimensões, histórica (de feição imaterial) e territorial (compleição material), determinam a constituição de uma variante de sustentabilidade baseada num modelo turístico que assume o património cultural como o seu principal vínculo. Conclui-se que, por esta via, o préstimo turístico constitui uma alavanca vital para a própria afirmação política e económica alcobacense. Nesta equação, a noção territorial toma centralidade alcançando pela preservação e dinamização das manifestações patrimoniais e socioculturais um compêndio identitário que deve ser reconhecido facilmente de forma endógena e exógena através de uma cadeia diferenciadora, uma marca singular, que dá para além do porte histórico, o valor turístico do produto.

**Palavras Chave:** Cister, Alcobaça, Turismo, Património, Gestão.

(\*)Universidade de Évora. Investigador associado do CIDHEUS – UE e CEDTUR/CETRAD do ISMAI, [alberto.guerreiro@gmail.com](mailto:alberto.guerreiro@gmail.com)

(\*\*) Instituto Universitário da Maia. Investigador do CEDTUR/CETRAD, [avmaduro@gmail.com](mailto:avmaduro@gmail.com)



## A vila operária de galópolis: uma discussão acerca do patrimônio industrial

Vania HERÉDIA (\*), Bruna TRONCA (\*\*)

**Resumo:** O início do povoado de Galópolis data os primeiros anos de imigração italiana na Colônia Caxias, no Nordeste do Estado do Rio Grande do Sul. Os colonos que se radicaram na Capela da Maternidade, na Quinta Léguas da Colônia Caxias fundaram uma cooperativa têxtil em 1894, denominada Società Tevere e Novità. Muitos desses imigrantes, provenientes de Schio e Valle dos Signori, haviam sido expulsos de um conflito patronal em uma indústria laniera no Norte da Itália em 1891 e carregavam consigo uma experiência de trabalho e uma visão política diferenciada. Essa cooperativa, anos mais tarde foi vendida para um italiano que também possuía experiência em lanifícios na região de Biella. No período que antecede a primeira guerra mundial, essa indústria de lã torna-se uma das maiores do estado, devido à fusão com empresas de capital importador, fundando a Sociedade Chaves Irmãos. A criação dessa grande indústria impôs a necessidade de abundância de mão de obra, assegurada por um plano habitacional que garantisse sua permanência em torno da fábrica. A evolução dessa indústria reflete as ações empreendedoras que os proprietários promoveram para inserir seus produtos no mercado nacional. Dessa forma, o estudo presente trata do patrimônio que foi construído nessa vila operária como elemento de identidade étnica do grupo imigrante na região. A análise do patrimônio industrial mostra a relação da estrutura fabril construída no Brasil com o modelo europeu, de proveniência desses imigrantes. A construção da identidade desse grupo fez-se por meio da identidade da fábrica onde esses imigrantes acreditavam que suas vidas estavam eternamente ligadas a esse empreendimento, fazendo com que houvesse uma sobreposição entre a identidade familiar, fabril e a do povoado.



## Alte – a arte de contar e promover histórias de aldeia

Deanna RAIMUNDO(\*), Nelson MATOS(\*\*)

**Resumo:** Hoje em dia é inegável a importância do Turismo nas economias de muitos países. O sucesso de uma estratégia promocional depende da qualidade da informação (induzida ou orgânica) disponível, sob vários formatos, da responsabilidade de diferentes entidades e que se mostra decisiva nas escolhas dos turistas. Será analisada uma aldeia histórica do interior do Algarve, Portugal. Considerou-se conceitos nucleares de turismo e marketing, estudos, técnicas e métodos de pesquisa em Turismo, modelos de avaliação da imagem dos destinos turísticos, bem como, estratégias definidas pelas organizações responsáveis pelo marketing dos destinos, entre as quais, estratégias de comunicação dos destinos desenvolvidas para a internet.

Procedeu-se ao estudo de caso, à pesquisa e à análise documental. Realizaram-se entrevistas semiestruturadas, a uma amostra selecionada de decisores locais e regionais. Utilizou-se a análise de conteúdos e, sobretudo, o modelo de Huberman e Miles (1994) para o tratamento dos dados obtidos através da aplicação das entrevistas.

Comprovou-se a importância que o turismo tem, em termos económicos, na região; a necessidade de realização de estudos aos turistas que nos visitam; a necessidade da concertação de estratégias de comunicação / promoção entre as entidades responsáveis a nível local, municipal e regional; a necessidade de adequar a imagem da aldeia e a definição de instrumentos mais adequados na transmissão dessa imagem, destacando-se a utilização melhorada da internet.

**Palavras Chave:** marketing turístico, imagem, promoção, Alte, estratégias

(\*) Escola Profissional Cândido Guerreiro - (deannaraimundo@gmail.com),

(\*\*) Nelson MATOS – Universidade do Algarve - (nmmatos@ualg.pt), Ronaldo SCHÜTZ –  
Universidade do Algarve - (rschutz@ualg.pt)





## Arquitetura, Turismo de experiência, Patrimônio Intangível: uma conexão possível?

Adrian Cristinny Gonçalves DA SILVA (\*)

Débora Fittipaldi GONÇALVES (\*\*)

Lilian Blanck de OLIVEIRA (\*\*\*)

**Resumo:** O turismo tem como um de seus objetivos aproximar pessoas e culturas. A arquitetura é um aliado do patrimônio intangível, tendo em vista, a sua influência na cultura de determinada localidade. A união entre arquitetura e comunidade demonstra a cultura local. Com a arquitetura vernacular podemos (re)conhecer saberes da história de um local, o que torna imprescindível o cuidado com os patrimônios históricos culturais, referências de instância mundial e fontes de interesse turístico. Buscando tecer relações entre questões de caráter histórico, cultural e arquitetônico podemos identificar uma nova segmentação de mercado turístico - o Turismo de Experiência, onde emoções, memórias, sensações, experiências e conhecimentos se interligam no/ao patrimônio arquitetônico. Neste contexto, é preciso cuidado ao fomentar o encontro entre diferentes culturas e sujeitos via atividades turísticas no exercício de compartilhar saberes e conhecimentos no intuito de promover intercâmbios e experiências significativos para todos. Este artigo tem como objetivo identificar relações entre Turismo Experiência e arquitetura, no sentido de buscar elementos para vinculação e atividades turísticas, que valorizem o patrimônio intangível de/em determinada localidade. A metodologia utilizada é pesquisa bibliográfica e documental relativa a temática. Os resultados sinalizam na direção ações que valorizem a arquitetura como base para potenciais turísticos em interfaces com o Turismo de Experiência.

**Palavras Chave:** Turismo de Experiência; Patrimônio Intangível; Arquitetura.

(\*) Acadêmica de Arquitetura e Urbanismo. Bolsista de Iniciação Científica (CNPq). Universidade Regional de Blumenau – FURB. Pesquisadora Grupo de Pesquisa Ethos, Desenvolvimento e Alteridade (GPEAD – FURB). [adri.cristinny@gmail.com](mailto:adri.cristinny@gmail.com)

(\*\*) Bacharel em Turismo. Doutoranda em Desenvolvimento Regional. (PPGDR) Universidade Regional de Blumenau - FURB. Pesquisadora Grupo de Pesquisa Ethos, Desenvolvimento e Alteridade (GPEAD - FURB). Professora da Universidade do Estado de Mato Grosso do Sul (UEMS, Brasil). [defittipaldi@hotmail.com](mailto:defittipaldi@hotmail.com)

(\*\*\*) Pedagoga. Doutora em Teologia Escola Superior de Teologia (EST - RS). Professora titular da Universidade Regional de Blumenau - FURB - Líder do Grupo de Pesquisa: Ethos, Alteridade e Desenvolvimento (GPEAD). Pesquisadora nas áreas de sociedade, culturas, ciência e desenvolvimento. [lilianbo@uol.com.br](mailto:lilianbo@uol.com.br)



## Arrábida: Cartografia do Horizonte Arquitectura e Paisagem no Lugar do Outão

Frederico VICENTE (\*)

**Resumo:** A imagem de Paisagem Marítima está indissociável do conceito de “Mar”. Um “Mar” cujo valor cultural tem uma correspondência existencial e intrínseca com o que é “*ser português*”. Foi desta Costa, de longa exposição Atlântica, de onde se partiu para explorar e se conhecerem os rostos de “*novos mundos*”; escrevendo-se com o seu traçado longo e recortado um importante capítulo da história de Portugal. Constituiu-se crucial a disciplina da Arquitectura Militar, formalizando-se um amplo sistema de atalaias e complexas praças-fortes responsáveis não apenas da defesa de populações ribeirinhas como de sítios estratégicos, ao longo do litoral. Outrora imponente, a Arquitectura Militar de defesa da linha de costa, desenhada com estruturas firmes e perenes, desempenhou funções num enquadramento temporal fechado, cuja utilidade primeira se desajusta na contemporaneidade. Revelam-se hoje estruturas obsoletas, “*esqueletos abandonados*”, muitas em ruínas, outras estranhamente habitadas, mas quase todas se encontram em estados devolutos e expectantes por uma nova função. O caso do Forte Velho do Outão é representativo deste esquecimento, ilustrando a correlação entre a Arquitectura Militar, quase sempre conotada como impositiva, e a sublime paisagem de um lugar singular: a Serra da Arrábida. Situando-se em pleno Parque Natural, o lugar do Outão é uma charneira entre veementes contrastes: da Natureza e da *Urbe*, e os domínios do Património e da Arquitectura - suscitando inquietações que interligam cada um destes territórios. Enfatizando a dimensão poética da paisagem do litoral, o presente artigo propõe-se dissertar sobre o conceito de *contemplação*, servindo o Forte Velho do Outão, como elemento de estudo, simultaneamente, reflectir sobre a reabilitação de um espaço concebido como “peça de poder”, tornando-o num dispositivo em estreita relação com o que é a essência da Paisagem da Arrábida: o Mar e a Serra.

**Palavras-chave:** Arrábida, Forte, Outão, Horizonte, Paisagem-Marítima

(\*) Arquitecto pela FAUL. Terminou com a dissertação de Mestrado : “*Arrábida: Cartografia do Horizonte. Considerações sobre a transformação da Paisagem no Lugar do Outão*” (2014). Publicou, em parceria: “*À soleira do Infinito. Arquitectura e Paisagem no Lugar de Cacela-a-velha*” (2012). [fés.vicente@gmail.com](mailto:fés.vicente@gmail.com)



## Arte Santeira: patrimônio e recurso turístico cultural do estado do Piauí (Brasil)

Elisângela Tavares da SILVA (\*), Yolanda Flores e SILVA (\*\*)

**Resumo:** O presente trabalho teve como tema base a ‘Arte Santeira’ Piauiense. Como tradição cultural, a Arte Santeira representa para o Estado do Piauí (Brasil) o que existe de mais significativo do artesanato no campo da atividade artística. Ela consiste em esculpir na madeira pequenas imagens de santos ou peças que simbolizam diferentes partes do corpo, também feitas em madeira, utilizada como pagamento de alguma promessa ou a concessão de alguma graça por parte de um santo protetor. Nesta perspectiva, o objetivo desta pesquisa foi o de analisar a Arte Santeira e o seu potencial como patrimônio e recurso turístico cultural capaz de alavancar a autonomia e o desenvolvimento local e humano dos artesãos piauienses no Polo Teresina ampliando a procura por este destino turístico. O percurso metodológico compreendeu: trabalho de campo com observação participante e aplicação de entrevistas estruturadas com os ‘Mestres’ e ‘Santeiros’ para compreensão dos aspectos históricos e sociais da Arte Santeira Piauiense. A abordagem foi qualitativa realizada segundo os critérios deste formato de pesquisa com um número reduzido de informantes numa tentativa de aprofundamento das falas / discursos acerca das questões norteadoras sobre o ofício de mestre e santeiro, suas vivências e perspectivas e a relação com o turismo. A análise realizada com estratégias de interpretação de Geertz destacou a dificuldade de se ter uma visão estratégica de planejamento e gestão para desenvolver e incrementar o turismo cultural numa perspectiva criativa junto à arte santeira. Isso se dá por causa da falta de investimento na atividade por parte do poder público, por empresários, profissionais do setor e pela comunidade local. Contudo, percebe-se que algumas ações realizadas no formato de oficinas apresentando aos visitantes e turistas os aspectos históricos – antropológicos da construção dos artefatos e objetos da arte santeira tem aumentado a procura por esta arte, bem como ampliado a busca por destinos em que existam mestres e santeiros. Considerando este potencial, sugere-se todo um planejamento participativo (artesãos e agentes ligados ao turismo) no desenvolvimento de novas estratégias e ações que possam direcionar novas experiências turísticas culturais no Polo Teresina.

**Palavras Chave:** Turismo Cultural. Arte Santeira. Patrimônio Cultural. Teresina-PI (Brasil)

(\*) Instituto Federal do Maranhão – Maranhão (Brasil): [elisangela.silva@ifma.edu.br](mailto:elisangela.silva@ifma.edu.br)

(\*\*) Universidade do Vale do Itajaí – Santa Catarina (Brasil): [yolanda@univali.br](mailto:yolanda@univali.br)



## As quintas da Madeira como fator de valorização da história da Madeira

António Manuel Martins de ALMEIDA(\*)

**Resumo:** Em linha com as experiências de outros destinos na fase de estagnação/maturidade, a Madeira procurou inventariar nos últimos anos recursos culturais e patrimoniais subvalorizados numa tentativa de imprimir uma dinâmica de diversificação ao setor, apelando a novos públicos. O património e a cultura emergiram como inputs no processo de rejuvenescimento no contexto do Mediterrâneo, alicerçado na valorização dos vestígios das civilizações grega, romana, bizantina e árabe, entre outras. No espaço do Atlântico, a opção poderá incidir sobre o papel de alguns territórios insulares na história das relações ibero-americanas. As quintas da Madeira, com pontos em comum com o conceito de boutique hotel e Manor Houses, oferecem um produto único que alia arquitetura e história, com ramificações aos séculos XVIII e XIX, e ao papel que a Região desempenhou nas viagens transatlânticas. Este estudo analisa a importância atribuída por uma amostra representativa de hóspedes aos fatores história e cultura na opção pelo destino Madeira. Com base num exercício de análise fatorial de uma escala de motivações, conclui-se que os fatores “excelência em termos de alojamento e hospitalidade” e “conforto e conveniência” reportam as maiores médias, o que demonstra o interesse dos inquiridos nos aspetos mais tangíveis e associados ao conforto do alojamento. Os inquiridos privilegiam a oportunidade de desfrutar de um ambiente luxuoso rodeado de jardins luxuriantes e de micro-climas apelativos. Os fatores denominados “A essência das quintas” e “Vantagens intrínsecas” do destino atingem médias inferiores aos reportados para os fatores anteriores. Embora uma fração valorize a dimensão “aprendizagem”, e procure explorar os recursos disponibilizados, a maioria tenderá a valorizar as questões estéticas e de entretenimento associadas ao alojamento de qualidade e à riqueza arquitetónica dos espaços ajardinados. Estes últimos reportam elevados índices de satisfação e de despesa média diária, comparativamente aos inquiridos mais culturalmente inclinados, o que sugere que a gestão dos recursos culturais pode assumir uma complexidade inesperada. Por outro lado, os turistas com maiores scores na “prática” cultural tendem a reportar menor interesse em retornar ao destino. Os resultados obtidos apontam para várias linhas de reflexão em termos de medidas de ação. Importa promover a história da Madeira, especialmente no que respeita às suas ligações ao Espaço Ibero-americano e à projeção do Vinho Madeira no Mundo, dado que uma fração dos inquiridos solicitou melhorias neste item. Urge também estudar o desenho de produtos que possam satisfazer a clientela mais desinteressada, sem por em causa o usufruto dos pontos fortes do produto.

**Palavras Chave:** Quintas da Madeira; Património; Turismo Cultural; Diversificação; História da Madeira

(\*)antonioa@staff.uma.pt



## Boas infraestruturas chamam turistas e visitantes-do-dia para Vidago (1908-1968)

Veronika JOUKES(\*), Sérgio PEREIRA (\*\*)

**Resumo:** Neste artigo debruçamo-nos sobre algumas facetas do turismo termal em Vidago no período de 1908 a 1968, privilegiando uma abordagem histórica. Fontes escritas, orais e iconográficas foram consultadas para poder descrever o crescimento das infraestruturas hoteleiras, ou seja, um conjunto variado de hotéis e pensões com um grau de qualidade variável. São eles que oferecem a maior parte das infraestruturas para as atividades de lazer, outro elemento essencial para garantir o sucesso da estância. Para além disso as vias de acesso, em particular a linha de comboio do Corgo, e as artérias de comunicação dentro da própria vila, são igualmente parte integrante da oferta termal na 1ª metade do século XX. Retratamos a seguir os traços da vida diária de um aquista, tal como introduzimos as preocupações dos passeantes. Concluimos que graças ao desenvolvimento do termalismo, a sociedade vidaguense se modernizou ao longo do período estudado.

**Palavras Chave:** Turismo termal, história, século XX, desenvolvimento socioeconómico, Vidago, etnografia, antropologia, turismo, ocupação dos tempos livres.

(\*)University of Trás-os-Montes and Alto Douro (UTAD) and Centre for Transdisciplinary Development Studies (CETRAD), Vila Real, Portugal. veronika@utad.pt

(\*\*)Master in Tourism from the University of Trás-os-Montes and Alto Douro (UTAD), Vila Real, Portugal. sercarlper@gmail.com



## Beyond sight and sound – fado of coimbra, intangible heritage with touristic value

COSTA, Joana VENTURA(\*), NOSSA, Paulo NUNO (\*\*)

**Resumo:** On June 22nd, 2013 the University of Coimbra – Alta and Sofia was classified as World Heritage Site. The World Heritage Committee added the sixth criterion of the UNESCO list, distinguishing a particular cultural asset “directly or tangibly associated with a set of events, living traditions, ideas or beliefs, with aesthetic or literary works of outstanding universal significance”: the Fado of Coimbra. As a tradition that has revealed over time high aesthetic expression of lyricism and musicality, it contributed, next to the cult for the dissemination of knowledge and portuguese language, for this distinction of the University of Coimbra. In this paper, we take Fado of Coimbra as our study object in the field of heritage studies, addressing its value as a cultural element, its relationship with the architectural heritage of the city and its economic potential in the global touristic market. Through bibliographical research, documental research and direct observation, this paper presents a reflection on the issues of the origin, the specificities, the controversial links with Lisbon Fado, the social history and the evolution of Fado of Coimbra. Taking a point of departure in a framework of historical and social knowledge, we search for new ways to answer the question: “How to boost an intangible heritage and touristic resource, such as Fado of Coimbra?” That is the question that underlies this paper.

**Palavras Chave:** cultural tourism, intangible heritage, UNESCO, University of Coimbra, fado.

(\*)([joanaventuracosta@gmail.com](mailto:joanaventuracosta@gmail.com)) Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra

(\*\*)([paulonnoessa@gmail.com](mailto:paulonnoessa@gmail.com)) Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra



## Boas infraestruturas chamam turistas e visitantes-do-dia para Vidago (1908-1968)

Veronika JOUKES(\*), Sérgio PEREIRA (\*\*)

**Resumo:** Neste artigo debruçamo-nos sobre algumas facetas do turismo termal em Vidago no período de 1908 a 1968, privilegiando uma abordagem histórica. Fontes escritas, orais e iconográficas foram consultadas para poder descrever o crescimento das infraestruturas hoteleiras, ou seja, um conjunto variado de hotéis e pensões com um grau de qualidade variável. São eles que oferecem a maior parte das infraestruturas para as atividades de lazer, outro elemento essencial para garantir o sucesso da estância. Para além disso as vias de acesso, em particular a linha de comboio do Corgo, e as artérias de comunicação dentro da própria vila, são igualmente parte integrante da oferta termal na 1ª metade do século XX. Retratamos a seguir os traços da vida diária de um aquista, tal como introduzimos as preocupações dos passeantes. Concluimos que graças ao desenvolvimento do termalismo, a sociedade vidaguense se modernizou ao longo do período estudado.

**Palavras Chave:** Turismo termal, história, século XX, desenvolvimento socioeconómico, Vidago, etnografia, antropologia, turismo, ocupação dos tempos livres.

(\*)University of Trás-os-Montes and Alto Douro (UTAD) and Centre for Transdisciplinary Development Studies (CETRAD), Vila Real, Portugal. veronika@utad.pt

(\*\*)Master in Tourism from the University of Trás-os-Montes and Alto Douro (UTAD), Vila Real, Portugal. sercarlper@gmail.com





## Civic participation and public spaces: a key factor for sustainable tourism in historic cities

Martin van der ZWAN (\*)

**Resumo:** Attractive public spaces are crucial for tourism. The design and maintenance of these spaces is traditionally the responsibility of municipalities. In some cities inhabitants, local shop owners and local institutions voluntarily take the initiative to upgrade the quality of public spaces. This helps to provide the unique experience many tourists are looking for. There are several examples of this phenomenon. In the Vondelpark / the 'central park' of the city of Amsterdam for instance, neighbours, students, hotel staff voluntary help to keep the park clean and green. They remove weeds and litter and also welcome visitors and kindly request them to use the trash bins in order to prevent littering. Recently the idea came up to involve tourists by offering them a remarkable 'excursion'. Visitors can support this civic initiative by actually 'giving a hand' in maintaining the park. Public spaces have to meet a few minimum requirements. If not tourists will feel uncomfortable. Streets, squares and parks have to be clean. A lot of rubbish and graffiti, worn out and damaged street furniture can cause a feeling of unsafety. Attractive public spaces are the ones that invite tourists to stay a bit longer than strictly necessary and sit down and relax. Some of these spaces are quiet and green, others more vibrant and well dimensioned and furnished. It's getting more and more important that public spaces are of high quality. The tourist market now a days is a global one where destinations in the world compete for the favour of visitors. Public space can make the difference. After all, most tourists that visit a city, experience it by foot and increasingly by bicycle. Municipalities own most of the public spaces and are responsible for the design and maintenance. In many cases the budgets are not sufficient to supply the high quality of public space that is required by modern tourists. The policy in many Dutch cities is to stimulate and facilitate civic participation in refurbishing, maintaining and organizing cultural events in public space. They provide a 'plus' on top of the quality of public space local government delivers. Moreover, tourists feel welcome in a place where people care about the image and quality of the city where they live and work. In this way civic participation and public spaces are a key factor for sustainable tourism in cities.

**Palavras Chave:** Co-production for attractive public spaces, integral management, hospitality

(\*) PLAN terra BV / PAO TM martin.vanderzwan@planterra.nl



## Comensalidade e hospitalidade: estudo de caso da festa da Nossa Senhora Achirópita no bairro do Bixiga/SP

Fábio BITELLI (\*)

**Resumo:** O bairro do Bixiga se destaca no âmbito da hospitalidade por ser palco de manifestações culturais que expressam a vitalidade do uso de seu espaço, vivenciado por diferentes sujeitos, provenientes de diversas culturas. Recebe constantemente significativo fluxo de visitantes na cidade de São Paulo, principalmente pelos eventos que ocorrem na rua, sinalizando o bairro como lugar de hospitalidade. A Festa da Nossa Senhora Achirópita é a manifestação máxima no uso do espaço público, iniciada em 1926, teve como propósito inicial angariar fundos para a construção da paróquia homônima para abrigar a imagem da Santa, proveniente do sul da Itália em 1904. No decorrer de suas versões, mesmo após a construção da paróquia, a festa se fortaleceu e expandiu, com o propósito assistencialista, sua arrecadação se dá através da venda de alimentos e é destinada aos projetos sociais conduzidos pela paróquia. Desse modo, pretende-se com este estudo analisar a comensalidade enquanto dimensão da hospitalidade na Festa da Nossa Senhora Achirópita. Para tanto, adota-se a metodologia de história oral mediante a realização de entrevistas com alguns sujeitos do bairro, que participam voluntariamente da sua organização. Além disso, reúne pesquisa bibliográfica e documental referente que sistematiza questões relativas ao uso do espaço público, da manifestação em questão e da comensalidade como ato social, bem como observação in loco que visa entender o comportamento dos integrantes nas dimensões e domínios propostos. Por fim, a Festa da Achirópita além de trazer vitalidade ao bairro ainda oferece a participação ativa aos seus moradores responsáveis pela manifestação, se posiciona como principal reforço cultural, assistencialista e de identidade. Durante os quatro finais de semana de agosto de 2015 em que a festa foi observada de perto, pode-se constatar que os visitantes apreciam e aprovam os valores subjetivos da festa, ou seja, a hospitalidade se faz presente desde o convívio no espaço público do bairro, no reforço cultural que ela representa, de oferecer aos moradores a participação no ritual e na cena hospitaleira como anfitriões principalmente no compartilhamento da refeição: esse último como traço significativo da comensalidade.

**Palavras-chave:** Hospitalidade. Comensalidade. Festa da Achirópita. Bixiga/SP.

(\*) Fábio Bitelli, aluno do Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, graduado em Comunicação Social (Universidade Paulista) e Gastronomia (Universidade Anhembi Morumbi). pibitelli@yahoo.com.br



## Como comunicar uma manifestação religiosa no séc. xxi: o caso da mãe soberana de loulé

Andreia PINTASSILGO (\*), Joana LESSA (\*\*), João ALEIXO (\*\*\*)

**Resumo:** O culto a Nossa Senhora da Piedade de Loulé, transporta consigo, 462 anos de história. É uma manifestação peculiar, onde o religioso e o pagão se juntam para memorar no coletivo. A ermida e o santuário da Nossa Senhora da Piedade, conhecida popularmente por Mãe Soberana, ficam situados no alto do monte da Piedade que dista cerca de dois quilómetros da cidade de Loulé. É aqui que se venera a Imagem e se fazem as preces a Nossa Senhora. Esta devoção é demonstrada com mais intensidade nas suas festividades, a Festa Pequena e a Festa Grande, que se realizam todos os anos no primeiro e terceiro Domingo de Páscoa respectivamente. O objectivo da presente comunicação é contribuir através do design para a criação de um modelo de comunicação contemporâneo que identifique e eleve esta manifestação tão enraizada na identidade louletana, integrando as perspectivas dos diferente grupos/entidades envolvidos, sendo os mais significativos: a Igreja; a Câmara Municipal de Loulé; os Homens do Andor; e as gentes de Loulé. Organizar a comunicação de forma sistemática é a preocupação do designer, de modo a criar uma linguagem própria que dê resposta às necessidades do lugar contribuindo para o desenvolvimento do território através de uma atitude consciente e consolidada. O processo metodológico pretende reunir indicadores que possibilitem desenhar valores significativos da manifestação de modo a construir um vocabulário visual que comunique esta identidade única, singular e distintiva no seu todo. A metodologia aplicada envolveu o levantamento e recolha dos registos gráficos, audiovisuais, escritos, entre outros, associados a esta manifestação, de forma a identificar os elementos que a definem. O contributo dos entrevistados foi primordial no seu todo, uma vez que reúnem conhecimento de áreas distintas: um historiador, uma antropóloga, os Homens do Andor, párcos, técnicos especializados da Câmara Municipal de Loulé, cineastas e os Músicos da Banda Filarmónica de Minerva. Realizou-se ainda a identificação, seleção e análise de outras manifestações religiosas que, aplicando a metodologia de estudo de caso, proporcionaram a análise de material identitário, em contextos semelhantes. Este levantamento é de extrema importância para comunicar a sua essência através de um discurso gráfico condigno e de sustentação da tradição. O design de comunicação será a forma de sistematizar e desenvolver uma estratégia de comunicação que contribua para honrar as gentes da terra, informar, educar e posicionar Loulé como destino turístico, motivado pelas suas características identitárias que definem o seu potencial cultural e religioso.

**Palavras Chave:** Mãe Soberana, Identidade, Loulé, Turismo, Design de Comunicação

(\*)Universidade do Algarve, [andreiapintassilgo@hotmail.com](mailto:andreiapintassilgo@hotmail.com)

(\*\*)Universidade do Algarve, [jlessa@ualg.pt](mailto:jlessa@ualg.pt)

(\*\*\*)Universidade Nova de Lisboa, [chagassporting@hotmail.com](mailto:chagassporting@hotmail.com)



## Concepções contemporâneas de currículo e propostas curriculares dos cursos de pós-graduação stricto sensu em Turismo no Brasil

Marcela MARINHO (\*), Thays MARCELINO (\*\*), Roberto SILVA (\*\*\*), Marcia SANTOS (\*\*\*\*), José KÖCHE (\*\*\*\*\*)

**Resumo:** O presente trabalho parte de estudos diacrônicos sobre currículo na ótica de Young (2014) e Lopes e Macedo (2011) como referencial para análise das propostas curriculares dos cursos de pós-graduação stricto sensu em Turismo no Brasil acessíveis pelas respectivas páginas web, com vistas a identificar e analisar a consonância das referidas propostas com as concepções contemporâneas de currículo segundo os referidos autores. Complementarmente, objetiva aproximar a perspectiva histórica do conceito de currículo a uma leitura epistemológica das concepções de ciência moderna e contemporânea subjacentes ou explícitas nas proposições curriculares em foco. Entende-se ser essa uma forma de contribuir para movimentos reflexivos por parte dos programas no sentido de qualificar pedagogicamente os cursos que oferecem.

**Palavras-chave:** Turismo, Programas de Pós Graduação stricto sensu, Proposta curricular, Teoria do Currículo, Leitura epistemológica.

(\*) Marcela Ferreira Marinho – Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul/RS, Brasil. Bolsista Prosup/Capes. marcela\_turismo@hotmail.com

(\*\*) Thays de Oliveira Marcelino - Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul/RS, Brasil. thaysmarcelino@yahoo.com.br

(\*\*\*) Roberto Rafael Dias da Silva - Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade de Caxias do Sul/RS, Brasil. Doutor em Educação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. rrdasilva@ucs.br.

(\*\*\*\*) Marcia Maria Cappellano dos Santos - Doutora em Educação pela Universidade Federal de São Carlos/SP. Coordenadora, docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade - Mestrado e Doutorado da Universidade de Caxias do Sul/RS, Brasil. Coordenadora do Grupo de Pesquisa (CNPq/UCS) Turismo: Desenvolvimento Humano e Social, Linguagem e Processos Educacionais. mcsantos@ucs.br

(\*\*\*\*\*) José Carlos Köche - Professor do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul/RS, Brasil. Licenciado em Filosofia pela UCS e Doutor em Filosofia pela Universidad Pontificia de Salamanca/Es. jckoche@ucs.br



## Conhecer a história, valorizar a cultura e o turismo no Algarve

Joaquim Manuel Vieira RODRIGUES(\*)

**Resumo:** Propomo-nos dar a conhecer alguns dos acontecimentos mais marcantes da História do Algarve, do desenvolvimento do seu turismo e da sua riqueza paisagística e patrimonial, assim como aludir a algumas, das imensas personagens, que também contribuíram para moldar, em diferentes campos de actividade, a cultura da região.

(\*)Instituto de História Contemporânea

joaquimvieirarodrigues@sapo.pt



---

Consumir Local enquanto contributo para um novo turismo algarvio: o design de comunicação como um veículo para o reconhecimento dos mercados municipais no contexto mediterrânico

Alexandra Cristina Inácio dos Santos (\*), Joana Lessa, PhD, (\*\*)

**Resumo:** O projeto de design de comunicação “Consumir Local” explora a articulação entre o espaço do Mercado Municipal de Silves e a comunidade local, procurando valorizar os produtos agroalimentares produzidos localmente. Propõe requalificar a tradição dos mercados de produtores, envolvendo a comunidade circunjacente contribuindo para o bem-estar social, reaproximando a população ao espaço do Mercado Municipal de Silves. Este projeto, enquadrado no Mestrado em Design de Comunicação para Turismo e Cultura da Universidade do Algarve, centra-se nas áreas do design de comunicação, aplicando estratégias de design cooperativo e da inovação social, consiste num conjunto de ações de sensibilização para o consumo de produtos alimentares de produção local. No âmbito do Design Cooperativo, utiliza o *HCD toolkit* da Ideo, de modo a auscultar os problemas da comunidade através de entrevistas, visando o posterior desenho de uma solução que responda ao problema, dignificando o espaço e as pessoas. A valorização dos produtos endógenos, promovendo os produtores locais e o consumo local, enquadram-se na sustentação e divulgação da Dieta Mediterrânica (dada a localização de Silves) e na dinamização dos mercados municipais enquanto, também, representativos do modo de vida mediterrânico. A classificação da Dieta Mediterrânica em 2013 como Património Imaterial da Humanidade, pela UNESCO, fez aumentar a crescente valorização da gastronomia enquanto produto turístico, integrada na experiência turística dos lugares. As políticas nacionais e regionais, com suporte científico, apostam no reforço do turismo cultural como estratégico para a diversificação do produto turístico no Algarve, marcado pela forte associação ao “sol e mar”, mitigando os impactos da sazonalidade enquanto contribui para a competitividade do destino. A valorização do património cultural dos Mercados Municipais e da respetiva produção e consumo local permitem ao turista envolver-se na experiência local e desenvolver um contacto ativo com a gastronomia e as práticas locais. Esta oferta encaixa-se no modelo de turismo sustentável, porque valoriza a identidade cultural da comunidade e o ecossistema em que ela se integra. Neste sentido, consideramos que o desenho de estratégias e o desenvolvimento de produtos de comunicação, impulsionando os mercados, como centros dinamizadores e renovadores da cultura imaterial é, neste momento, uma aposta importante na oferta turística da região algarvia.

**Palavras-chave:** Design de Comunicação, Consumo Local, Inovação Social, Património Mediterrânico, Recurso Turístico

(\*)Universidade do Algarve, [alxcris@hotmail.com](mailto:alxcris@hotmail.com)

(\*\*)Universidade do Algarve, [jlessa@ualg.pt](mailto:jlessa@ualg.pt)





## Cultura como recurso turístico: o caso do descendente de imigrante italiano em Arvorezinha/rs

Samara CAMILOTTO (\*), Dalila Rosa HALLAL(\*\*)

**Resumo:** A constituição do município de Arvorezinha, que faz parte da região nordeste do Rio Grande do Sul, passa pelo convívio cotidiano de pessoas de ascendência italiana, que mantêm coletivamente importantes ligações com suas raízes histórico-culturais. A pesquisa busca levantar a importância e as permanências da cultura imigrante italiana na formação da identidade dessa comunidade e seu possível aproveitamento enquanto recurso turístico. Nesse sentido, entende-se o turismo como uma atividade capaz de promover e preservar essa cultura - que se materializa no cotidiano dessa comunidade e também quando o turista é motivado a se deslocar especialmente com a finalidade de vivenciar aspectos e situações que podem ser considerados particularidades dessa cultura. A memória, as festas, a indumentária, a gastronomia, a linguagem, a música, a dança e outras manifestações culturais, constituem-se como fontes significativas para a investigação em curso. Para a coleta de dados optou-se por entrevistas semiestruturadas realizadas com a comunidade e duas instituições locais no primeiro semestre de 2015, pois a comunidade tem papel fundamental, principalmente na revelação de aspectos ainda não registrados ou que não constam na história oficial. Assim, entrevistou-se moradores antigos do município por acreditar-se serem detentores de um amplo leque de informações sobre a história, a memória, os personagens e fatos do cotidiano local, nem sempre visíveis e conhecidos do senso comum. Os resultados desse estudo permitem afirmar que a “cultura italiana” é bastante presente e se manifesta de várias formas em Arvorezinha. No cotidiano dos moradores, ela é representada através da alimentação, religiosidade, importância dada ao trabalho e dialeto *Talian*. A comunidade de Arvorezinha preserva seu legado étnico como valor norteador de seu modo de vida, saberes e fazeres. Para os arvorezinhenses o turismo poderia desempenhar um importante papel no processo de caracterização e fortalecimento da identidade dessa comunidade. Até o momento, existem poucas ações no sentido de incentivar e preservar essa “cultura italiana” enquanto patrimônio material e imaterial e sua possível utilização pelo turismo cultural em Arvorezinha. Contudo, a comunidade local destaca que os principais atrativos da cidade são a gastronomia e os prédios históricos. Os moradores gostariam da presença de turistas na cidade em função desse aspecto cultural e acreditam que essa presença iria auxiliar a valorização da “cultura italiana”, pois a vivência histórica das comunidades, ao ser valorizada pelo turismo, pode enriquecer a experiência do turista e reforçar o sentimento de pertença local.

**Palavras Chave:** Imigração Italiana; Cultura; Turismo; Arvorezinha.

(\*) Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pelotas (2015). [camilotto.sa@gmail.com](mailto:camilotto.sa@gmail.com)

(\*\*) Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2010). Atualmente é professora adjunta da Universidade Federal de Pelotas. [dalilahallal@gmail.com](mailto:dalilahallal@gmail.com)





## Da modelação à realidade virtual e aumentada para a preservação e dinamização do património

Mauro Figueiredo (\*), João Bernardes (\*\*),  
José Rodrigues(\*\*\*), César Gonçalves(\*\*\*\*)

**Resumo:** Nesta comunicação é apresentada uma metodologia em desenvolvimento para a preservação, exploração e valorização de toda a informação arqueológica utilizando as mais modernas metodologias de BIM (Building Information Modeling) à realidade virtual e aumentada adaptadas à arqueologia. Deste modo, podemos integrar numa mesma plataforma o levantamento topográfico do sítio arqueológico usando drones e laser scan para obter informação exata das construções existentes. Com o modelo do terreno e o levantamento das estruturas arqueológicas existentes, o mesmo modelo pode ser usado para a construção de modelos virtuais tridimensionais de acordo com as investigações científicas existentes. Ao usarmos as metodologias BIM preservamos na mesma plataforma para memória futura, de uma forma centralizada, toda a informação existente realizada por diferentes investigadores, permitindo registar diferentes modelos e interpretações de um mesmo espaço arqueológico, em diferentes épocas, materiais ou outros que se considerem relevantes. Para além disso, todas as intervenções que sejam realizadas, ficam documentadas nesta plataforma e poderão ser visualizadas em 2D e 3D. Os modelos 3D dos diferentes espaços da estação arqueológica suportam a plataforma de realidade virtual e de realidade aumentada para os dispositivos móveis, usada para a promoção do espaço arqueológico, de forma inovadora, por forma a garantir elevado grau de satisfação aos visitantes regulares e atrair novos públicos, procurando que as visitas ao espaço arqueológico se tornem em experiências inesquecíveis. O utilizador/visitante explora num smartphome ou tablet um ambiente virtual tridimensional, permitindo-lhe compreender e experienciar os vários espaços arqueológicos, ao estilo de um jogo, ou interagir fisicamente através de realidade aumentada com esses espaços do passado mostrando toda a sua riqueza escondida. A criação de um ambiente de exploração arqueológica de visita virtual, no qual o turista pode explorar num ambiente 2D/3D, interativo e imersivo, potencia igualmente a exploração da história escondida do espaço arqueológico. Deste modo a reconstrução virtual tridimensional do património arqueológico, coloca a descoberto do grande público, de uma forma mais evidente, a importância destes locais na época, ao permitir de uma forma fácil e interativa, a visualização e exploração destes espaços através da Internet. Ao usar a realidade aumentada o visitante poderá obter informação complementar à informação disponibilizada no espaço onde se encontra, informação essa que o poderá ajudar a explorar e perceber melhor os diferentes espaços, vestígios e objetos existentes e, deste modo, tornar a visita numa experiência ainda mais enriquecedora.

**Palavras-Chave:** BIM, Realidade Virtual, Realidade Aumentada, Património.

(\*)Universidade do Algarve, [mfiguei@ualg.pt](mailto:mfiguei@ualg.pt)

(\*\*) Universidade do Algarve, [jbernar@ualg.pt](mailto:jbernar@ualg.pt)

(\*\*\*)Universidade do Algarve, [jirodrig@ualg.pt](mailto:jirodrig@ualg.pt)

(\*\*\*\*)Universidade do Algarve, [cgoncal@ualg.pt](mailto:cgoncal@ualg.pt)



## Das Viagens dos Cientistas no século XIX aos Modernistas: a mineiridade e o despertar do interesse turístico das cidades históricas de Minas Gerais

Maria do Carmo PIRES (\*)

**Resumo:** O discurso em torno das cidades históricas mineiras produziu impressões diferenciadas, que vão desde “feias e decadentes” para muitos dos viajantes estrangeiros do século XIX, à “coração do Brasil”, “reduto da nossa nacionalidade” ou “legítimas exemplares da brasilidade”, como consideravam os vários modernistas que visitaram Minas Gerais nas primeiras décadas do século XX. Eram consideradas autênticas, como legítimas representantes de um passado colonial e ao mesmo tempo tradicionais, pela manutenção desse passado. O acervo preservado de algumas cidades de Minas Gerais passaram a ser visualizadas pelos ideólogos do patrimônio em uma relação metonímica com o passado e com a identidade brasileira. O sentido da identificação do mineiro com a cultura regional reforça valores que fazem parte das memórias coletivas, formando expressões que criaram a cultura da mineiridade. O trabalho que será apresentado tem como objetivo discutir o processo de construção das cidades históricas como principal destino do turismo cultural de Minas Gerais, por meio da análise dos relatos dos viajantes estrangeiros que visitaram as localidades ao longo do século XIX e identificando elementos que são caros para o turismo, como por exemplo a hospitalidade mineira. Num segundo momento, analisará o discurso dos modernistas que redescobriram as cidades e despertaram o interesse em preservação do patrimônio, o que também despertou o interesse turístico. A atividade turística tem na sua essência a informação interpretativa e a historicidade das interpretações deve ser geradora de questionamentos, de interrogações e de reflexões. Desta forma, o conhecimento da história e as discussões acerca dos conceitos de memória e patrimônio oferecem importantes contribuições para a perspectiva do turismo cultural.

**Palavras Chave:** Turismo, História, Mineiridade, Modernistas, Viajantes

(\*) Doutora em História pela UFMG, com estágio de pós-doutorado na ECS/CPDOC da FGV. É professora Associada do Departamento de Turismo da UFOP desde 2008 com pesquisas sobre História, Cultura, Turismo e Patrimônio. [maricipires@turismo.ufop.br](mailto:maricipires@turismo.ufop.br)



## Do cante ao chocalho: memória e identidade como estratégia de afirmação turística do alentejo

Fernando COMPLETO (\*), Nuno GUSTAVO (\*\*)

**Resumo:** Num panorama turístico cada vez mais competitivo, onde a oferta de destinos e produtos tem aumentado significativamente, em termos quantitativos e qualitativos (OMT, 2015), a Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo (ERTAR), no âmbito da sua estratégia de desenvolvimento e comunicação, tem vindo a afirmar o património imaterial como um elemento diferenciador da sua oferta, garantindo um posicionamento internacional distintivo. A aposta numa panóplia de recursos meta-simbólicos já classificados com património da UNESCO (ex. Cante Alentejano, Arte Chocalheira) e outros a candidatar ou em fase de preparação de candidatura (Tapetes de Arraiolos, Jangadas de São Torpes, e Bonecos de Santo Aleixo), pretende garantir novos argumentos de oferta, mas principalmente o desenvolvimento um modelo de consumo turístico mais sustentado e competitivo. A opção estratégica de candidatar uma multiplicidade de recursos culturais intangíveis, representativos da memória e da identidade alentejanas, a Património Imaterial da Humanidade da UNESCO, visa promover a região do ponto de vista cultural, para além de legitimar novos atributos para uma abordagem turística centrada na criatividade e na inovação, tendo a experiência como elemento paradigmático e disruptivo. Com efeito, o presente artigo pretende discutir a pertinência da presente opção estratégica adotada pela ERTAR e, igualmente, propor e refletir sobre um modelo operacional que permita a materialização desta nova matriz de ação, transformando valores ideológico-culturais em recursos de elevado potencial turístico. O quadro do novo modelo operacional de desenvolvimento turístico aqui apresentado será suportado em premissas como: o desenvolvimento em rede, a criação partilhada de negócio, a implementação de unidades de interpretação museológica, o *storytelling* e a integração de tecnologias de base *do it yourself*. No contexto de uma nova estratégia de desenvolvimento de destino, estes conceitos permitem a configuração de uma filosofia de produto potenciadora de novos índices de sustentabilidade económica e social, através de uma oferta capaz de gerar um envolvimento emocional acrescido do turista, por meio da sua participação ativa, interação emocional e vivência com as comunidades e culturas locais, apelando ao seu sentido de interpretação e de memória. Simultaneamente, por via desta ação, reforça-se a identidade da região e induz-se uma dimensão singular acrescida à oferta turística.

**Palavras Chave:** património imaterial, inovação cultural, turismo experiencial, planeamento estratégico e territórios inteligentes.

(\*)Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, fernando.completo@eshte.pt

(\*\*)Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, nuno.gustavo@eshte.pt



## E se o património documental atraísse os turistas? Reflexões sobre o potencial turístico de bibliotecas e arquivos históricos

Gilberto Coralejo MOITEIRO (\*)

**Resumo:** Nas representações sociais, as bibliotecas e arquivos históricos estão primordialmente associados à investigação científica. Estes equipamentos culturais só excecionalmente são vistos como lugares privilegiados de visita em contexto de lazer e turismo. Ao contrário daquilo que sucede em relação aos monumentos ou aos museus, as bibliotecas e arquivos históricos tendem a ser percecionados como repositórios de documentos escritos do passado, que interessam fundamentalmente a investigadores em busca de materiais capazes de satisfazer o seu interesse historiográfico. Há, no entanto, casos que revelam o sucesso social destas instituições, quando investem no desenvolvimento de programas e atividades destinados não apenas aos seus utentes habituais como a públicos alternativos, quer estes se situem em âmbitos escolares quer em contextos educativos não formais, motivados, também, por razões de ordem recreativa. O objetivo desta comunicação é o de refletir acerca das potencialidades do uso turístico do património documental. Para isso, serão identificados os valores que as sociedades contemporâneas foram atribuindo ao documento histórico no decurso do seu processo de patrimonialização; destacar-se-ão os mecanismos adotados pelas instituições responsáveis pela salvaguarda da herança documental com vista à difusão social das coleções que têm à sua guarda; sublinhar-se-á, finalmente, o papel da Unesco na definição de políticas e na visibilidade concedida a este tipo de bem cultural à escala global. O mundo lusófono constituirá, nesta perspetiva, o espaço de observação privilegiado.

**Palavras-chave:** Património Documental; Bibliotecas e Arquivos Históricos; Turismo Cultural; Unesco; Lusofonia.

(\*) Licenciado (U. Coimbra) e doutorado (U. Nova de Lisboa) em História. Professor Adjunto do Instituto Politécnico de Leiria (ESTM), divide os seus interesses de investigação entre a História Cultural, a Interpretação do Património e a Crítica Textual, Instituto Politécnico de Leiria e Instituto de Estudos Medievais (FCSH-UNL). [gilberto.moiteiro@ipleiria.pt](mailto:gilberto.moiteiro@ipleiria.pt)



## Ecosistema comunicacional indígena no cenário dos povos contemporâneos. Aproximações de amorosidade com os índios da Amazônia

Adriano Silva RODRIGUES (\*)

**Resumo:** O presente artigo é sobre o *Ecosistema Comunicacional indígena no cenário dos povos contemporâneos. Aproximações de amorosidade com os índios da Amazônia*. Trata-se do relato parcial de uma pesquisa em andamento na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), na Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e vinculada ao Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese. Na pesquisa, em nível de mestrado, estão sendo analisadas as contribuições do acesso às novas tecnologias de comunicação, utilizadas pelos povos indígenas da Amazônia brasileira. Busca-se compreender como se dá a relação entre uma comunidade tradicional em busca da preservação dos seus valores identitários culturais e os avanços tecnológicos que, gradativamente, são inseridos na cultura indígena. Para uma análise do cotidiano indígena, está sendo realizada uma pesquisa com base na estratégia metodológica Cartografia dos Saberes, com orientação etnográfica. A internet desenvolve um papel importante no novo processo comunicacional estabelecido pelos povos indígenas, através das redes sociais. Castells diz que todas as atividades, sejam econômicas, sociais, políticas ou culturais – elementos força-motriz para a evolução mundial - estão sendo estruturadas pela Internet e em torno dela. Na atualidade, os dizeres indígenas e os que colocam em pauta a temática indígena são pouco visíveis na mídia em geral, mas, com o avanço do uso da internet, os índios estão ocupando um espaço singular para fazer circular sentidos embargados ao longo da história. Assim, os índios, nas suas experiências de uso da internet, constroem espaços de significação que promovem outra forma de processos discursivos. A transformação do ecossistema comunicacional contemporâneo, no entanto, chama a atenção para mudanças significativas. As novas tecnologias expandiram significativamente o acesso a informações, que passaram a estar disponíveis alterando o ambiente sociocultural dos povos indígenas e, conseqüentemente, transformando a maneira deles se comunicarem. Desse modo, eles também se fazem presentes de outras maneiras, rompendo, eles próprios, os estereótipos e construindo visibilidades para seus saberes e fazeres. Tudo isso nos direciona à perspectiva da Amorosidade, como ética da relação e respeito às diferenças, e de autopoiese, como potência de reinvenção de si mesmo, como campos subjetivos em processos de produção e entrelaçamento.

Palavras-chave: turismo, Amazônia, índios, amorosidade, comunicação

(\*), estudante de mestrado e bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas, Universidade Federal do Amazonas (e-mail: [adrianorodriguespa@gmail.com](mailto:adrianorodriguespa@gmail.com))



## Educação Indígena na Região Ingarikó: Um Breve Diálogo com o Etnodesenvolvimento – Estado de Roraima

Elizabete Melo NOGUEIRA (\*), Raimunda Maria Rodrigues SANTOS (\*\*), Márcia Teixeira FALCÃO (\*\*\*), Dilson Domenté INGARICÓ (\*\*\*\*), Ivone Mary Medeiros de SOUZA (\*\*\*\*\*)

**Resumo:** O objetivo do trabalho foi discutir a educação indígena a partir do diálogo com o etnodesenvolvimento. Nessa perspectiva foi necessário delimitar categorias para sua análise numa realidade concreta, a fim de identificar se os indígenas Ingarikó, que vive na região circunvizinha ao Parque Nacional do Monte Roraima, estão desenvolvendo atividades norteadas pelos preceitos da sustentabilidade, da não geração de dependência tecnológica e econômica, assim como pela gestão transparente dos recursos necessários ao controle das Terras Indígenas e à valorização dos conhecimentos e técnicas desse povo. Por essa razão, optou-se pelas seguintes dimensões: Aumento populacional e Controle sobre suas próprias terras, valorização das técnicas e dos conhecimentos tradicionais, segurança alimentar, elevação do nível de escolaridade na língua materna ou na Língua Portuguesa, formação de seus quadros de profissionais técnicos, liberdade para negociar com o estado e estabelecer relações segundo seus interesses. A metodologia da pesquisa promoveu o mapeamento da comunidade, mediante análise documental e pesquisa de campo, avaliando-se a percepção da comunidade sobre a educação e o etnodesenvolvimento, usando-se como instrumento de coleta de registros a entrevista semiestruturada e observação, durante oficinas realizadas com indígenas sobre etnoturismo, trilhas interpretativas, manejo de resíduos sólidos, dentre outras temáticas de interesse da população-alvo. A amostra foi não probabilística do tipo intencional e por acessibilidade, composta por Tuxauas e outras lideranças que participaram das atividades. Identificou-se que a comunidade entende que a fixação de residências seria uma alternativa para os problemas enfrentados, necessitam de apoio técnico e de formação profissional evidenciando-se a necessidade de a população aproveitar os conhecimentos endógenos e os exógenos, estabelecendo um diálogo entre esses saberes, na perspectiva de melhorarem sua qualidade de vida.

**Palavras chave:** Etnodesenvolvimento. Educação Profissional. Conhecimentos Tradicionais. Povo Ingarikó.

(\*) Mestre em Ciências pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2013), Graduada em Licenciatura Plena em Filosofia (1986), Diretora de Ensino de Graduação do IFRR, conselheira do conselho consultivo do PARNA Monte Roraima. [betemnogueira@gmail.com](mailto:betemnogueira@gmail.com)

(\*\*) Mestre em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade de São Marcos (2011), graduada em Licenciatura Plena em Letras pela Universidade Federal de Roraima (1995), coordenadora do Núcleo de Programas e Projetos de Ensino do IFRR. [raimundarodrigues@ifrr.edu.br](mailto:raimundarodrigues@ifrr.edu.br)

(\*\*\*) Doutoranda do Programa de Pós-Graduação PPG-Bionorte, Biodiversidade e Conservação, graduação em Licenciatura Plena em Geografia pela Universidade Federal de Roraima (2001), professora da Universidade Estadual – UERR. [marciafalcao.geog@uerr.edu.br](mailto:marciafalcao.geog@uerr.edu.br)

(\*\*\*\*) Graduado em Licenciatura Intercultural pelo Instituto Insikiran da Universidade Federal de Roraima (2007), professor da SECD/RR na Escola Estadual Indígena Sales Ingarikó, assessor do Conselho do Povo Ingarikó (COPING). [dilrico@yahoo.com.br](mailto:dilrico@yahoo.com.br)

(\*\*\*\*\*) Mestre em Ciências pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2013), Graduada em Licenciatura Plena em Letras e Pedagogia (1990), Pró-reitora de Ensino do IFRR. [ivonemedeiros@ifrr.edu.br](mailto:ivonemedeiros@ifrr.edu.br)





## El patrimonio en uso. un recorrido por el mercado central de valencia (españa)

Francisco HIDALGO DELGADO(\*) Isabel TORT AUSINA(\*\*)  
María HERNÁNDEZ REINOSO(\*\*\*) Ana MAFÉ GARCÍA(\*\*\*\*)

**Resumo:** El turismo cultural considera la conservación del patrimonio como un factor fundamental, desde la consideración de los múltiples enfoques y variables intervinientes. Se presenta en esta comunicación el ejemplo del Mercado Central de Valencia (España), en el que se ponen de manifiesto factores tales como la ocupación, la actividad económica, la simbología social, el desarrollo local, etc. La valorización del patrimonio requiere de una contextualización, tanto en el caso de inmuebles históricos o entornos patrimoniales (vías o centros históricos, por ejemplo) como de edificios singulares como el que nos ocupa. El acercamiento al patrimonio puede seguir varios niveles: la visita, con o sin elementos interpretativos, una exposición permanente, o una musealización del bien. Y para que el patrimonio ofrezca al turista una experiencia cultural de calidad, debemos conseguir transmitir sensaciones, llegando incluso a emocionar. Nos proponemos en esta comunicación mostrar los aspectos más interesantes y destacables de un recorrido imaginativo, aunque real, de una de las arquitecturas modernistas más representativas de la ciudad de Valencia, el Mercado Central. Hemos de preparar a los visitantes indicando que nuestro recorrido estará plagado de aromas y colores: romero, pimentón, canela, frutas frescas, etc., que sintonizan a la perfección con los colores verdes de las verduras, amarillos y naranjas de las frutas y los colores de los elementos del edificio (verdes y rojos de vidrieras emplomadas, beige del ladrillo, azules de cerámicas vidriadas, blancos de estructura metálica, marrones de madera de cubierta, negros y grises de cerrajería); esta sinfonía de colores y aromas envolverán al ciudadano que se interne en nuestro edificio. La visita comprende las dos plantas del edificio, una planta baja de actividad comercial donde se percibe todo tipo de sensaciones y una planta sótano donde nos traslada en el tiempo a los comienzos del siglo XX. Pero este magnífico edificio necesita mostrar su exterior en toda su magnitud, y cómo está insertado en una trama urbana compleja y abigarrada, pero sin molestar, sin alterar su configuración urbanística, adaptándose para confundirse como un edificio más, siendo éste es uno de los logros más importantes conseguidos por sus proyectistas. El edificio del Mercado Central perdura desde su concepción fiel al uso para el que se diseñó, albergando además y en armonía gran parte del turismo que visita nuestra ciudad. Esperamos que así sea por muchos años más, a partir de este año 2015 en el que celebramos su primer centenario desde el inicio de su construcción.

**Palavras Chave:** Patrimonio en uso, mercado, recorrido turístico.

(\*) Universitat Politècnica de València. [fhidalgo@upv.es](mailto:fhidalgo@upv.es)

(\*\*) Universitat Politècnica de València, [isatort@upv.es](mailto:isatort@upv.es)

(\*\*\*) Universitat de València, [maria@alexalemany.com](mailto:maria@alexalemany.com)

(\*\*\*\*) Universidad de Valencia, [encuva@gmail.com](mailto:encuva@gmail.com)





---

## Espaço e tempo: o turismo e a valorização do patrimônio histórico-cultural desde o sertão roseano

Maria Luiza Grossi ARAÚJO(\*), Diomira Maria Cicci Pinto FARIA(\*\*),  
Sergio Donizete FARIA(\*\*\*)

**Resumo:** A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO – tem criado instrumentos para o entendimento do patrimônio cultural e sua salvaguarda. Avança no discurso ao imprimir a interdependência entre o patrimônio cultural material, o patrimônio imaterial e o natural. A UNESCO reconhece que, instituições, etnias, comunidades e indivíduos são importantes atores na produção, manutenção e recriação do patrimônio cultural. Da mesma forma, princípios e orientações dessa organização sugerem que a noção do patrimônio cultural não pode estar dissociada de um contexto que incorpore a noção de patrimônio imaterial e natural do referencial histórico que atribui valor ao tempo e à duração da história desde uma poese do espaço e da história e vice versa. O presente texto propõe uma compreensão histórico-cultural da formação territorial de uma determinada região do Brasil, conhecida como Sertão, e inserido no cerrado do estado de Minas Gerais. Procura estender o turismo para a valorização do patrimônio histórico-cultural do Sertão desde a obra literária de João Guimarães Rosa (JGR). O arranjo teórico-conceitual da noção de tempo histórico, espaço geográfico, e patrimônio histórico-cultural circunscrevem a análise na escala regional do sertão roseano reconstituído a partir do “*caminho da boiada*”, viagem empreendida por JGR em 1952. Pretende-se indicar marcos da temporalidade braudeliana para o entendimento da valorização do patrimônio histórico-cultural da região – território sertanejo – com destaque para o caminho, a boiada, a toada, as fazendas – universo dos vaqueiros – as paisagens naturais da flora (veredas) e a fauna do cerrado, o Rio das Velhas e o São Francisco e a religiosidade na linguagem rústica e poética do sertanejo. As categorias braudelianas de *longa duração* (os aspectos estruturais), *média duração* (os aspectos conjunturais) e *curta duração* (o tempo presente dos acontecimentos) atravessam a espacialidade regional desse território – a totalidade da vida dos homens sertanejos em movimento no espaço e no tempo mediado pela poese literária e as contradições impostas pela modernidade. A metodologia adotada retoma a ficção regionalista de JGR e a atualidade desse espaço para sua valorização patrimonial.

**Palavras Chave:** Sertão, Turismo, Patrimônio Histórico-Cultural.

(\*)Universidade Federal de Minas Gerais – Departamento de Geografia <[mlgrossiaraújo@gmail.com](mailto:mlgrossiaraújo@gmail.com)>

(\*\*)Universidade Federal de Minas Gerais – Departamento de Geografia <[diomira@uol.com.br](mailto:diomira@uol.com.br)>

(\*\*\*)Universidade Federal de Minas Gerais – Departamento de Cartografia  
<[fariamaracai@yahoo.com.br](mailto:fariamaracai@yahoo.com.br)>



## Espeleoturismo em Portugal: panorama geral do uso turístico das cavidades naturais

Hugo Rodrigues de ARAUJO (\*), Maria Luísa Estêvão RODRIGUES (\*\*),

Heros Augusto Santos LOBO (\*\*\*)

**Resumo:** Desde a pré-história, as grutas são ambientes que sempre estiveram presentes no cotidiano da humanidade. Inúmeras manifestações das mais antigas civilizações que são encontradas dentro de cavernas comprovam este fato, como as pinturas rupestres e os vestígios de ocupação humana e de diversas outras formas de vida (animal, vegetal etc.). Em tempos mais recentes, muitas cavidades naturais têm sido abertas ao público como atrações turísticas em todo o mundo, para prática de atividades contemplativas, esportivas e científicas. Esse segmento ficou conhecido como turismo espeleológico, ou simplesmente, espeleoturismo. Contudo, a fragilidade do ambiente subterrâneo torna o desenvolvimento do espeleoturismo um desafio sob a ótica da sustentabilidade. Neste contexto, *o presente estudo buscou apresentar um panorama geral do espeleoturismo em Portugal, através do levantamento das grutas turísticas existentes no país, e a caracterização da forma gestão do uso público. A pesquisa foi realizada no período de outubro de 2015 a janeiro de 2016, e envolveu revisão bibliográfica e entrevista das entidades responsáveis pela gestão das grutas turísticas, por meio da aplicação de um inquérito online. Verificou-se que em Portugal, atualmente, existem 12 grutas turísticas, que estão concentradas na Região do Centro, no Maciço Calcário Estremenho, especialmente, nas Serras de Aire e Candeeiros, e nos Açores, onde constituem túneis lávicos. Algumas são monitoradas por órgãos ou empresas públicas, outras por empresas particulares e, até mesmo, entidades do terceiro setor. Este estudo permitiu gerar informações importantes que contextualizam o atual estágio do espeleoturismo em Portugal, preenchendo assim uma lacuna do conhecimento.*

**Palavras Chave:** Grutas turísticas, patrimônio espeleológico, Serras de Aire e Candeeiros, Açores.

(\*) Instituto de Geografia e Ordenamento do Território. Universidade de Lisboa. Avenida Prof. Gama Pinto. 1649-003 Lisboa. [hugo.araujo@campus.ul.pt](mailto:hugo.araujo@campus.ul.pt)

(\*\*) Instituto de Geografia e Ordenamento do Território. Universidade de Lisboa. Avenida Prof. Gama Pinto. 1649-003 Lisboa. [luisa.rodrigues@campus.ul.pt](mailto:luisa.rodrigues@campus.ul.pt)

(\*\*\*) Departamento de Geografia, Turismo e Humanidades. Universidade Federal de São Carlos – Campus Sorocaba. Rodovia João Leme dos Santos (SP-264), Km 110. 18052-780 Sorocaba/SP. [heroslobo@ufscar.br](mailto:heroslobo@ufscar.br)



## Estudo comparativo entre (de)usos do patrimônio entre Ouro Preto-BR e Porto-PT.

Rodrigo BURKOWSKI (\*), Juca VILHASCHI (\*\*), Carlos RODRIGUES (\*\*\*)

**Resumo:** As modalidades de apropriação de um determinado território expõem às diversas contradições inerentes a vida em sociedade. Essas por sua vez independem da existência de leis e regulamento, transfigurando-se uma materialização de processos evolutivos distintos. No caso que se propõe investigar, essa dinâmica é influenciada e compelida a responder as pressões próprias de um capitalismo, no caso de Ouro Preto-MG tardio, no qual a patrimonialização incorre em ruptura com modelos hegemônicos de uso e reuso do espaço. O aparato estatal manifestasse engessando transformações latentes, corroborando para que o sujeito patrimônio (COSTA,2011) passe a ser visto como potencial agressor ao patrimônio. Para Villaschi (2014) “não compreendendo sequer o sentido da então recente noção de patrimônio, o morador passou a confundi-lo com o órgão regulador e não com seu objetivo. Ou seja, o “patrimônio” (leia-se o Iphan e seus funcionários) é que não permite melhorias de conforto ambiental e qualidade de vida habitacional.”. Objetivo principal dessa pesquisa é comparar as dinâmicas de apropriação e uso do patrimônio entre Ouro Preto-MG-Brasil e Porto-Portugal, mais especificamente compreender as perspectivas históricas de apropriação do Centro histórico, valor patrimonial e valor para o turismo; Comparar a legislação das cidades, no que se refere à preservação do patrimônio; Estudar as problemáticas relacionadas com a reabilitação de equipamentos relacionados com a Hotelaria. No caso desse artigo, apresenta-se os resultados da primeira etapa que foi a comparação entre a legislação que regula a área do direito do urbanismo (patrimônio imobiliário) em Portugal e no Brasil e a comparação estatística sobre o tipo de infrações e as respectivas sanções aplicadas pelas reabilitações dos Centros Históricos das cidades do Porto e de Ouro Preto no Brasil. Para essa etapa os pesquisadores, por meio de um levantamento sistematizado, diagnosticaram as principais infrações cometidas pelos estabelecimentos hoteleiros da cidade no que se refere ao patrimônio. Para tanto utilizaram fichas que permitiram compreender e classificar o tipo de infração. Esses dados serão comparados entre si (Porto e Ouro Preto) e com alguma diretriz (específica do país ou internacional) no que se refere à reabilitação de equipamentos hoteleiros.

**Palavras Chave:** Centro histórico, Infração, Patrimônio, Turismo, Urbanismo

(\*) em Gestão Social, Professor Adjunto I no curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, MG - Brasil

(\*\*)Doutorado em Geografia, Professor Adjunto IV no curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, MG - Brasil

(\*\*\*)Doutorado em Direito, Professor auxiliar na Universidade Portucalense Infante D. Henrique, Porto - Portugal



## Estudo comparativo sobre uso da internet entre Porto-PT e Ouro Preto-Brasil

Rodrigo BURKOWSKI (\*), Graziela da Silva SUZUKI (\*\*), Dina Andreza da Costa SANTOS (\*\*\*)

**Resumo:** A popularização do acesso a internet modificou a relação entre fornecedor e consumidor de produtos e serviços turísticos. Nesse sentido, surgiram diversos aplicativos que, dentre outras coisas, podem influenciar na escolha de o que consumir, na redução de intermediários, na pré-exploração do local a ser visitados, enfim, uma redefinição dos meios de se planejar e consumir o turismo. Longhini e Borges (2005), Biancamano (2015), PhocusWright (2015), Ghisi (2006), Papathanassis e Knolle (2011), Koceski Petrevska (2012), Phelan ET AL (2013), investigaram a relação entre o turismo e a internet em diversos campos. Os pesquisadores apontam para impactos positivos mas também incertezas em relação ao potencial da rede em redefinir as escolhas dos turistas. O presente estudo objetiva comparar como cidades ( e seus recursos turísticos) que apresentam características semelhantes (Ouro Preto-MG-Brasil e Porto-PT) utilizam essas ferramentas no seu composto de marketing. Para tanto, partindo dos principais atrativos e elementos da infra-estrutura turística avaliadas no tripadvisor, avaliou-se como esses elementos utilizam a internet para se promover. Além disso, foi feito um comparativo entre os sites de turismo oficiais do município e circuitos o qual estão vinculados. O estudo pode ser caracterizado como exploratório-descritivo e utilizou os parâmetros propostos por Parker e Richard (2012) para avaliar cada um dos 30 recursos selecionados de cada cidade.

**Palavras Chave:** Marketing, Patrimônio, Turismo, Tecnologia, Promoção

(\*) Rodrigo Burkowski, Doutorado em Gestão Social, Professor Adjunto I no curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, MG – Brasil. burkowski.rodrigo@gmail.com

(\*\*) Graziela da Silva Suzuki, Mestre em Administração, Professora D302, Instituto Federal do Maranhão, São Luis, MA – Brasil. graziela.suzuki@ifma.edu.br

(\*\*\*) Dina Santos, Discente do curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, MG – Brasil. dinasantos\_22@yahoo.com.br



## Expressão cultural e produto de consumo, a comida sob a pós-modernidade: o caso de Antônio Prado.

Ana Maria Costa BEBER (\*), Susana GASTAL (\*\*)

**Resumo:** Os fluxos migratórios de diferentes pontos da península itálica para o sul do Brasil, aqui destacando-se o município de Antônio Prado - RS, datam da segunda metade do século XIX. No novo espaço, os migrantes, por um lado, viveram em áreas ainda de mata virgem e, não raro isolados, e em outros casos, houve a miscigenação com outros fluxos de migrantes, vindos de outros pontos da Europa. Tais situações marcaram a gastronomia produzida no local, misturando as tradições culturais trazidas por ele, assim com as adequando aos insumos presentes na região, e, ainda, misturando-as com outras matrizes culturais. É a partir deste cenário, e considerando o atual contexto pós-moderno, que este artigo busca refletir sobre as mudanças alimentares de famílias ítalo-brasileiras de Antônio Prado, quando a comida passa a ser compreendida não só como produto de consumo, mas também como expressão de patrimônio cultural com significação identitária e valorização de multiculturalismo. Entendemos que a comida pode ser interpretada como o alimento transformado pela cultura e que as práticas alimentares se concretizam com base nas relações de sociabilidade resultantes de interações e aprendizados de grupos sociais. Quanto aos procedimentos metodológicos, retomaram-se entrevistas, originais e na íntegra contidos nos projetos “Inventário da Diversidade Cultural da Imigração Italiana: o Talian e a Culinária” (2010) e “Salvamento do Patrimônio Histórico e Cultural nas Áreas do Complexo Energético Rio das Antas” (2005), cujas falas dos depoentes, idosos na sua maioria, reportam às primeiras décadas do século XX, utilizando-as como documentos e dados primários, e entrevistas semiestruturadas realizadas com senhoras, que atualmente vivem em Antônio Prado (2015). Analisadas as falas de diferentes momentos históricos da cidade, na sua relação com a comida, comparando-as, apresentam-se como resultados que houve modificações na alimentação, bem como nas relações de trabalho e sociabilidade a ela associada, sendo estas marcadas pelas mudanças na procedência dos ingredientes, no uso de novas tecnologias e de produtos industrializados, e por uma nova organização nos cardápios, ou seja, pratos que eram servidos no dia a dia passam a compor a denominada comida de festa, apresentada como produto de consumo turístico e como marcador de identidade da comunidade local.

**Palavras Chave:** Imigração. Alimentação ítalo-brasileira. Multiculturalismo. Turismo. Antônio Prado (RS).

(\*) Cursando Estágio Pós Doutoral no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (UCS). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura. Bolsista CNPQ. [galaxia\\_ana@hotmail.com](mailto:galaxia_ana@hotmail.com)

(\*\*) Doutora. Professora, pesquisadora e orientadora no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (UCS). Bolsista CNPq de Produtividade em Pesquisa 2. [susana.gastal@gmail.com](mailto:susana.gastal@gmail.com)



## Fado como Património Imaterial da Humanidade: Interconexões com o Turismo na cidade de Lisboa

Cláudia HENRIQUES(\*)

**Resumo:** A cidade de Lisboa e seus bairros históricos têm a sua tradição e identidade culturais associadas ao Fado, expressão cultural classificada como Património Imaterial da Humanidade. Neste contexto, o presente artigo tem como objetivo analisar as principais políticas dinamizadas em Lisboa e seus bairros históricos com implicações na valorização turística-cultural do Fado. Em termos metodológicos, a preocupação é orientada para a análise do processo de reabilitação urbana na cidade de Lisboa e seus bairros, desde a década de 90 até à atualidade, tendo em conta um conjunto de instrumentos de planeamento e gestão. Uma vez que o Projeto Integrado do Chafariz de Dentro, localizado no bairro histórico de Alfama e Colina do Castelo, integra um importante equipamento associado ao Fado – o museu do Fado, optou-se por incidir esta análise no bairro referido. Adicionalmente, para o mesmo período, é considerada a política de turismo, tendo como preocupação averiguar de que modo o Fado tem vindo a ser reconhecido do ponto de vista da sua atratividade cultural e turística. Em termos de resultados estabelece-se uma análise evolucionar e de reconhecimento progressivo da importância deste património do ponto de vista do uso turístico nos bairros históricos da cidade. Ao mesmo tempo perspectiva-se o futuro, com apoio no Plano Estratégico para o Turismo na Região de Lisboa 2015-2019 (ERTRL/TL, 2014), o qual deixa antever que o posicionamento da cidade a associa ao “city/short breaks” e a uma dinâmica cultural forte “qualificadora” da oferta, onde o Fado tem enquadramento. O museu do Fado ao sugerir roteiros associados ao Fado potencia igualmente a sua valorização no contexto da cidade.

**Palavras-Chave:** Turismo, Fado, Lisboa, planeamento e gestão turísticos, reabilitação urbana.

(\*)chenri@ualg.pt





## Fashion Cities and Tourism – the cases of Lisbon and Porto

Isabel CANTISTA(\*), Maria Cristina MOREIRA(\*\*)

**Resumo:** Some cities around the world are globally acknowledged as fashion capitals. This reputation hasn't been established overnight, but is in fact the result of a process involving a close partnership between industry and communication events. In the case of Paris and London, the very first universal exhibitions included a generous display area, where the fashion industry could showcase its creations. Other cities joined these first fashion capitals, as was the case of Milan and New York. The Second World War led to the emergence of these new epicentres, drawing North American buyers initially to Florence and in the present, to Milan. Then, in 1962, the businesswoman and advertising agent Eleanor Lambert created the the New York Fashion Week and the Council of Fashion Designers of America, Inc., a non-profit making organisation that brought together more than 450 fashion creators and entrepreneurs that would from then on promote New York Fashion Week. At this moment in time, cities have taken on a particular importance, since this is where supply and demand meets. According to the Reports published by the McKinsey Global Institute Observatory (2012 and 2014) *Urban World: Cities and the rise of the consuming class* and *The glittering power of cities for luxury growth*, there are 600 cities considered to be retail business opportunities and of these, 440 are emerging cities, which are forecast to generate 47% of world GDP, with the remaining cities accounting for 17% of GDP. Also, the Altagamma study (2014) *Worldwide Markets Monitor*, of the luxury market refers to the podium of cities that concentrate luxury trade and in this case we can also ascertain a mixture between cities already established as world fashion capitals – New York, Paris, London and Milan – and emerging cities, such as Hong Kong, Seoul, Beijing and Moscow. In this study we are looking at the factors that contribute to the image of a city as a fashion city and the economic impact this image has on tourism. The cities selected are Lisbon and Porto.

**Palavras Chave:** Fashion City, Tourism, Lisbon and Porto.

(\*)Universidade Lusíada do Porto - [icantista@por.ulusiada.pt](mailto:icantista@por.ulusiada.pt)

(\*\*)Universidade do Minho, EEG/CICS.Nova-Pólo da Universidade do Minho





## Feira Nacional do Cavalo: Dinâmica Identitária e Turística

Ana JOAQUIM(\*)

**Resumo:** O presente artigo pretende refletir sobre a importância da Feira de S. Marinho/Feira Nacional do Cavalo/Feira Internacional do Cavalo Lusitano no contexto do reforço identitário e turístico da região do Ribatejo. Em consequência, apresenta a evolução histórica da Feira, apoiada em termos metodológicos numa análise de conteúdo de notícias/artigos de jornais entre 2004 e 2015, nomeadamente *O Mirante e Público, online* e na programação anual da Feira, publicada no período em análise. Paralelamente, o artigo em questão faz, ainda, uma abordagem entre a Feira e o turismo, designadamente o turismo equestre.

**Palavras-Chave:** Feira Nacional do Cavalo; Feira de S. Martinho, Golegã, Cavalo Lusitano

(\*)Professora do Ensino Secundário de Economia/Contabilidade da Escola Secundária do Cartaxo

[ana\\_joaquimm@hotmail.com](mailto:ana_joaquimm@hotmail.com)



## Festa da uva: patrimônio cultural, identidade e atrativo cultural em Caxias do Sul (rs).

Marceli Costa MARCOLIM (\*), Pedro de Alcântara Bittencourt CÉSAR (\*\*)

**Resumo:** Espera-se neste trabalho compreender a relação entre espaço efêmero que se desenvolve através de uma festa e sua relação com a cidade. Tendo em vista que a Festa da Uva é um evento advindo com a imigração italiana, inicialmente, com o intuito de realizar despreziosas feiras, para trocar mercadorias e produtos agrícolas produzidos para subsistência até o ápice de enaltecer o cultivo e a colheita da uva para posteriormente criar uma festa em que a uva torna-se um símbolo de identidade agrária que permeia as relações dos moradores no contexto temporal, espacial, na vida social e nas relações com a natureza. Em de Caxias do Sul – Rio Grande do Sul/Brasil – desde a década de 1930, realiza-se uma festa que tem como referência a cultura e a produção de uva e vinhos. Esta, inicialmente sediada no centro da cidade foi se apropriando de outros locais até ter seu espaço definitivo para a sua realização com dimensões nacionais (resulta no impacto da transformação urbana). Desta maneira, realiza-se uma análise com o intuito de caracterizá-la por sua dimensão patrimonial e seus elementos urbanos arquitetônicos que resultam deste evento e tem como legado para a cidade. Observa-se que embora, na atualidade, o município não tenha esta cultura vitivinícola, ainda agrega valor predominante na sua parte econômica, tendo em vista que a Festa Nacional da Uva reforça um referencial de identidade da cidade, assim como da serra gaúcha.

**Palavras Chave:** Festa da Uva, Patrimônio Cultural, Caxias do Sul, Evento, Atrativo Turístico e Cultural.

(\*) Marceli Costa Marcolim, Acadêmica em Arquitetura e Urbanismo – Universidade de Caxias do Sul. marceli.marcolim@gmail.com

(\*\*) Pedro de Alcântara Bittencourt César, Professor Adjunto II da Universidade de Caxias do Sul. Arquiteto e Urbanista. Doutor em Geografia (USP) pabcesar@ucs.br



## Festa do divino espírito santo em alcântara: a presença histórica e memorialística das caixeiras

Cristiane Mesquita GOMES (\*), Susana Araújo GASTAL (\*\*)

**Resumo:** A cidade de Alcântara, localizada na região Norte do Brasil, festeja anualmente o Divino Espírito Santo, sendo reconhecida pela qualidade e peculiaridade de sua forma de saudar a divindade. O diferencial está associado à presença histórica, no local, de tradições que remontam à formação dos quilombos em seu entorno, os quais eram comunidades constituídas por negros, foragidos do sistema de escravidão. Tanto os quilombos como a Festa do Divino, portanto, estão profundamente associados à própria história da cidade. As comunidades quilombolas, por sua vez, se distinguem entre si por suas tradições e historicidade, o que legitima reconhecer o fazer da Festa do Divino, em Alcântara, como algo singular frente às demais, no Estado do Maranhão. Entre os diferenciais está a participação das 'sacerdotisas do Divino Espírito Santo', também conhecidas como 'Caixeiras do Divino'. Essas mulheres, remanescentes dos quilombos, têm no tambor o seu instrumento; são elas que, além de chefes de família e agricultoras, dedicam parte do seu tempo diário, ao longo do ano, à construção da Festa do Divino, que, conforme a tradição açoriana, ocorre na época litúrgica de Pentecostes. Há muitas gerações, as Caixeiras conduzem os rituais festivos, se dedicando a sua preparação e desenvolvimento, e recebendo o respeito da comunidade, pela sua atuação. Pode-se, portanto, trazer à discussão a teoria do 'lugar de memória', pois a atuação das Caixeiras reúne não apenas valores formais e cognitivos, pela gama de saberes associados à manifestação religiosa e por elas expressos, como também são percebidas pela comunidade de modo afetivo, lhes outorgando, ainda, alto valor simbólico. Ao celebrar a Festa do Divino, essas mulheres retomam práticas que remontam às senzalas e aos quilombos dos séculos XVIII e XIX, também projetam-se no futuro da comunidade, ao transmitir-lhes tradições locais centenárias. As práticas, durante a celebração, mantêm e reconstituem memórias dos ancestrais, como um conhecimento especializado que deve ser mantido vivo, enquanto prática, nos cotidianos da comunidade, quer nos falares como nos cânticos e ladainhas, assim como na comensalidade e no ritual da peregrinação.

**Palavras Chave:** Memória. Festa do Divino Espírito Santo. Caixeiras. Alcântara, MA, Brasil.

(\*) Cristiane Mesquita Gomes, Mestre. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil. Currículo [lattes.cnpq.br/9070455483128314](http://lattes.cnpq.br/9070455483128314). E-mail: [crismesquita@ifma.edu.br](mailto:crismesquita@ifma.edu.br)

(\*\*) Susana Araújo Gastal, Doutor. Professor, orientador e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil. Currículo [lattes.cnpq.br/0363951380330385](http://lattes.cnpq.br/0363951380330385). E-mail: [susanagastal@gmail.com](mailto:susanagastal@gmail.com).



## Figurado português e produto turístico: do projeto de valorização do artesanato de António Ferro às candidaturas a património cultural imaterial da humanidade

Valdemar MARTINS(\*), Sofia LOPES (\*\*)

**Resumo:** A olaria em Portugal desenvolveu-se em dois grandes filões. Por um lado, a loiça utilitária, maioritariamente feita por homens, por outro, o figurado, bonecos feitos e decorados por mulheres, vendidos como brinquedos para crianças. Durante os anos 30, António Ferro, dando início ao seu projeto de promoção da identidade nacional, dá destaque ao artesanato produzido nas pequenas oficinas familiares de olaria. Do figurado produzido a nível nacional escolhe um galo das oficinas da região de Barcelos, hoje conhecido por Galo de Barcelos. A história do Galo de Barcelos é a história de uma construção do artesanato português que se vai refletir até aos dias de hoje, principalmente nos objetos procurados por turistas. O figurado de Barcelos é reconhecido a nível nacional com nomes e peças a ocupar lugar de destaque no imaginário português. Contudo, serão os bonecos feitos em Estremoz que, em 2015, são objeto de candidatura para ingressar a Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO. Com uma tradição atestada desde os séculos XVII/XVIII, estes bonecos seguem uma tradição secular, no que respeita à técnica e aos temas tratados, sendo igualmente produzidos em pequenas oficinas familiares. Este estudo procura debater o grau de relação que existe entre os portugueses, residentes no território nacional, e o artesanato produzido em Barcelos e Estremoz, no período que antecede a entrada para a lista da UNESCO, dos Bonecos de Estremoz. Serão apresentados dados recolhidos através de entrevistas e um questionário, aplicado em território nacional, de modo a aferir o impacto que o figurado tem enquanto produto cultural representativo da identidade nacional e a consciência que os portugueses têm do seu património imaterial. Procura-se igualmente verificar que impacto tem, à data deste estudo, o figurado de Barcelos e de Estremoz enquanto produto turístico.

**Palavras Chave:** Figurado Português; Património Cultural Imaterial da Humanidade; António Ferro; Figurado de Barcelos; Bonecos de Estremoz.

(\*)Instituto Politécnico de Leiria e Faculdade de Letras de Lisboa / [vmartins@ipleiria.pt](mailto:vmartins@ipleiria.pt)

(\*\*)Instituto Politécnico de Leiria, GITUR / [maria.lobes@ipleiria.pt](mailto:maria.lobes@ipleiria.pt)



## Florianópolis/SC – Brasil: Cidade UNESCO da Gastronomia

Krisciê PERTILE (\*), Gisele Palma MOSER (\*\*)

**Resumo:** Em 2004, a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) lançou a Rede de Cidades Criativas, que tem por objetivo “promover a cooperação internacional entre cidades comprometidas em investir na criatividade como uma propulsão para o desenvolvimento urbano sustentável, a inclusão social e o aumento da influência da cultura no mundo” (UNESCO, 2015, s/p). Nesse sentido, a Rede que abarca as seguintes áreas temáticas: Artesanato e Artes Folclóricas, *Design*, Filme, Gastronomia, Literatura, Artes Midiáticas e Música, conta, atualmente, com 69 membros. Dentre eles, destaca-se Florianópolis, capital do estado de Santa Catarina, localizado na região sul do Brasil, selecionada na categoria Gastronomia, em dezembro de 2014. Cabe destacar que foi a primeira cidade brasileira a participar da Rede, que posteriormente incluiu Curitiba na área do *Design*. O projeto para incluir a capital no rol de Cidades Criativas, a partir da Gastronomia, iniciou em 2010, fruto de um grupo gestor formado pela Associação FloripAmanhã, Secretaria de Turismo de Florianópolis, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Santa Catarina, Florianópolis e Região Convention & Visitors Bureau, Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis, Instituto Federal de Santa Catarina, Faculdade Estácio/ASSESC e Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. O objetivo para candidatura fundamentou-se na preservação das expressões culturais como saberes, modos de fazer, celebrações, costumes e outras tradições da culinária local e tradicional, bem como na promoção do intercâmbio entre as diferentes culturas alimentares (RESUMO EXECUTIVO, 2013). No presente artigo busca-se apresentar os dados referentes à história de Florianópolis/SC, sobretudo no que tange a gastronomia local, bem como as características que auxiliaram a sua inclusão na Rede de Cidades Criativas. Para tanto utilizar-se-á da bibliografia existente sobre o tema, bem como o projeto submetido pela capital à UNESCO quando de sua candidatura, em 2013. A partir das memórias e narrativas de moradores, utilizando a metodologia da História Oral, serão apresentados os modos de fazer enraizados no cotidiano através do preparo de pratos considerados representativos de uma cultura culinária local. Conhecer a história destes alimentos e as suas preparações permite compreender as transformações da cidade e de sua sociedade. Tal estudo justifica-se pela importância de Florianópolis/SC enquanto destino turístico, recebendo, em média, meio milhão de turistas anualmente, e atrelado a isso, a importância da gastronomia local como disseminadora dos hábitos ligados à tradição pesqueira, oriundos da imigração açoriana, bem como suas releituras que dão origem a uma gastronomia contemporânea de qualidade.

**Palavras Chave:** Turismo. Gastronomia. Rede de Cidades Criativas. Florianópolis/SC – Brasil.

(\*) Turismóloga e Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Doutoranda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina. Docente do Instituto de Ciências Humanas e da Informação da Universidade Federal do Rio Grande. Universidade Federal de Santa Catarina. [krisciepertile@gmail.com](mailto:krisciepertile@gmail.com)

(\*\*) Jornalista pela Universidade do Vale do Itajaí. Bacharel, Licenciada e Mestre em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina. Doutoranda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina. Universidade Federal de Santa Catarina. [gisapalma@gmail.com](mailto:gisapalma@gmail.com)



## Folclore e turismo entre a reconstituição e a estilização

Maria Odete GONÇALVES(\*)

**Resumo:** Considerando o termo “folclore” enquanto sinónimo de “cultura popular” e, simultaneamente, significante do seu estudo e interpretação dessa cultura, propomos uma análise dos discursos sobre o folclore português, desde os anos de 1930, altura da fundação dos primeiros ranchos folclóricos, até à consubstanciação da Federação do Folclore Português. Como fio condutor da narrativa, teremos presente a dualidade do modo como é concebido, ou seja, o confronto e/ou a sobreposição do dito “paradigma da reconstituição” que o formula enquanto representação dos costume passados e da tradição e o padrão da “estilização” que expressa o folclore como um “objeto” em si. Tido hoje como um recurso passível da formulação de um produto turístico, o nosso estudo incide ainda no discurso de preservação da autenticidade prosseguida pelos ranchos federados.

**Palavras Chave:** Folclore; identidades; autenticidade; simulacro; recurso turístico

(\*)Doutoranda em Turismo (UG, Espanha); Mestre em Estudos Literários, Culturais e Interartes (Faculdade de Letras da Universidade do Porto); Docente do Instituto Universitário da Maia; Investigadora do CEDTUR.



## Gestão social e turismo social: aproximando elementos constitutivos

Elaine Santos Teixeira CRUZ (\*), André Spuri GARCIA (\*\*), Adriano Oliveira CRUZ (\*\*\*),  
Jéssica de Carvalho MACHADO (\*\*\*\*)

**Resumo:** Considerando que o Turismo Social ainda não possui uma definição consolidada entre pesquisadores da área e que a primeira definição sobre o Turismo Social feita aproxima sua definição com a conceituação do que é Gestão Social feita por Cançado, Pereira e Tenório (2013), a questão que norteia este trabalho é: **existem elementos constitutivos comuns entre a Gestão Social e o Turismo Social?** A pesquisa para identificação dos textos analisados foi realizada por meio da revisão integrativa e da estratégia de busca com base nos descritores das bases de dados Spell (*Scientific Periodicals Electronic Library*), SciELO (*Scientific Electronic Library Online*), ISI Web of Science e Portal de Periódicos Capes. Este trabalho apresenta um estudo inicial e pioneiro da aproximação entre as categorias da Gestão Social com o Turismo Social. Desta forma, ainda não é possível mencionar o quanto os programas da gestão pública do turismo estão voltados para a Gestão Social e somente com mais pesquisas aprofundadas será possível esclarecer melhor esta questão. Em se tratando de Turismo, pela complexidade e abrangência da atividade, vale dizer que ele envolve toda a comunidade e, como base nos principais conceitos da Gestão Social, o Turismo fortalecerá a Gestão Social quanto maior for a participação da sociedade no seu sistema de gestão pública. Pelo número de artigos publicados sobre o tema, confirmou-se que o Turismo Social ainda não possui uma definição consolidada e não apresenta categorias que facilitem seu entendimento ou que possam explicar os casos empíricos que são relatados. Não pretendeu-se com este trabalho engessar o Turismo Social as categorias da Gestão Social, a proposta foi tentar avançar nos estudos e propor novas formas de análise para o Turismo Social. Essa aproximação teórica quis contribuir para que as bases epistemológicas do Turismo Social possam avançar em novas discussões. Por fim, com base nos artigos analisados, conceitos encontrados na literatura e nas categorias da Gestão Social de Cançado, Pereira e Tenório (2013) propõem-se a seguinte definição para o Turismo Social: O Turismo Social é uma atividade que deve ser desenvolvida com base, nos sentidos mais amplos, da solidariedade e sustentabilidade dentro de uma democracia deliberativa, em que os sujeitos envolvidos sejam parte do todo. E ainda, que seja desenvolvido a partir do interesse bem compreendido proposto pela Gestão Social e de uma esfera pública que proporcione que o Turismo Social se amplie almejando a emancipação do indivíduo enquanto ser político.

**Palavras-chave:** Gestão Social, Turismo Social, Gestão Social do Turismo.

(\*) Elaine Santos Teixeira Cruz, Membro do Núcleo de Estudos em Administração Pública e Gestão Social. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras (PPGA-UFLA) e Bacharel em Turismo. est\_nana@hotmail.com

(\*\*) André Spuri Garcia, Membro do Núcleo de Estudos em Administração Pública e Gestão Social. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras (PPGA-UFLA) e Bacharel em Economia. andrespurigarcia@gmail.com

(\*\*\*) Adriano Oliveira Cruz, Membro do Núcleo de Estudos em Administração Pública e Gestão Social. Mestre e Bacharel em Zootecnia. adrianoacruz.zoo@gmail.com

(\*\*\*\*) Jéssica de Carvalho Machado, Membro do Núcleo de Estudos em Administração Pública e Gestão Social. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Lavras (PPGA-UFLA) e Bacharel em Administração Pública. jessicaadm11@yahoo.com.br





## História ambiental y patrimonio: construyendo rutas con el turismo

Isabela B. FREDERICO (\*), Pedro Paulo A. FUNARI (\*\*)

**Resumen:** El presente trabajo está inserido en la creciente discusión del siglo XXI acerca del papel del patrimonio en el desarrollo sostenible. Por lo tanto, pretende integrar las variables de las ciencias ambientales, en específico de la historia ambiental, en un estudio de caso brasileño ubicado en la provincia de Minas Gerais: el Santuário do Caraça. Este sitio patrimonial, bajo protección nacional en el ámbito arquitectónico y natural, está presente en dos Reservas de la Biosfera de la Unesco: Mata Atlántica y Sierra del Espiñazo. Con un histórico de ocupación y uso vinculado a una religiosidad católica, el espacio sufre un cambio de concepción y pasa a estructurarse como una destinación turística, de carácter espiritual, donde cultura y naturaleza están involucrados en la experiencia de los visitantes. El turismo asume un reto importante de conservación patrimonial, bajo amenazas externas del sector de exploración mineral. Sin embargo, la relación entre la actividad turística y el patrimonio material e inmaterial no está ausente de conflictos. Considerando esta realidad singular, el artículo pretende hacer una discusión teórico-empírica acerca de la complejidad de la apertura de espacios naturales con culturas locales para el turismo. En un abordaje que busca integrar el tema del patrimonio y el turismo en las ciencias, el artículo adoptará el abordaje teórico de la historia ambiental relacionando a conceptos clave como el de frontera presente en Souza Santos (2002) y el de tradición en la globalización, discutido por Giddens (2005). Con una metodología de campo construida con observaciones participantes y entrevistas semiestructuradas, buscaremos comprender los valores locales del territorio en cuestión, el cambio para el espacio y prácticas turísticas en el interior de una historicidad ambiental, bien como la complejidad del proceso en el pasado y en el presente. Con este análisis, tenemos el objetivo de añadir al debate que busca construir las relaciones entre la historia y el turismo en el ámbito ambiental contemporáneo.

**Palabras clave:** Turismo, Historia Ambiental, Patrimonio, Conservación Patrimonial

(\*) Isabela Barbosa Frederico es licenciada en turismo con Maestría en Geografía (UNICAMP). Actualmente es doctoranda en Ambiente y Sociedad en el Núcleo de Estudios y Pesquisas Ambientales (NEPAM/UNICAMP). isabf\_tur@yahoo.com.br

(\*\*) Pedro Paulo A. Funari es profesor titular de Historia del Instituto de Filosofía y Ciencias Humanas (IFCH/UNICAMP). Director del Laboratorio de Arqueología Pública "Paulo Duarte" (LAP/UNICAMP) y del Núcleo de Estudios y Pesquisas Ambientales (NEPAM). ppfunari@uol.com.br



## História do Turismo: Uma procura holística

Cidália VIEGAS(\*), Helena REIS(\*\*)

**Resumo:** Partindo de um breve enquadramento histórico, o objetivo do presente estudo é explorar e compreender as motivações dos novos tipos de turismo emergentes no séc. XXI – turismo holístico, de voluntariado - que surgem paralelamente às formas de turismo mais tradicionais, já conhecidas e estudadas ao longo de várias décadas – sol e praia, saúde, religioso, negócios, desporto e aventura, entre outros. Ao optarmos por compreender as motivações que levam estes novos turistas a escolherem passar as suas férias em instalações menos convencionais, por vezes até desconfortáveis como, por exemplo, os orfanatos do Camboja ou os cenários de reconstrução de tremores de terra no Nepal – poderemos examinar ofertas e condições mais adequadas à procura agora manifestada por este novo segmento de mercado. Sabe-se que o ponto de partida para a opção deste turista emerge da vontade de aliar o bem-estar físico, o descanso e relaxamento a uma maior realização a nível pessoal, crescimento interior, evolução espiritual através da meditação ou de práticas de altruísmo e ajuda ao próximo, que elevem a condição humana de todos nós, através da cooperação com os menos afortunados. É esta, portanto, a posposta que apresentamos no presente trabalho, avançando já algumas conclusões, numa pesquisa ainda muito incipiente.

**Palavras-Chave:** História do Turismo; Turismo Holístico; Turismo de Voluntariado; Motivações.

(\*)Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo (ESGHT - UAlg)

E-mail: [ccarrus@ualg.pt](mailto:ccarrus@ualg.pt)

(\*\*)CIEO, Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo (ESGHT - UAlg)

E-mail: [hreis@ualg.pt](mailto:hreis@ualg.pt)



## História, património cultural e museologia, lazer/turismo e desenvolvimento

João Paulo Avelãs NUNES(\*)

**Resumo:** Viso, neste artigo, identificar e caracterizar as principais concepções hoje existentes, por um lado, sobre história, arqueologia e história da arte; por outro, acerca de património cultural e museologia. Isto é, pretendo chamar a atenção para as diversas correntes historiográficas; para o património cultural e a museologia tradicionais (paradigma moderno), o novo património cultural e a nova museologia (paradigma neo-moderno), o património cultural e a museologia pós-modernos (paradigma pós-moderno). Afirmando, em seguida, a particular eficácia dos pressupostos e das práticas associados à história nova, ao novo património cultural e à nova museologia, quer em termos da regionalidade cultural, quer numa perspectiva mais ampla e transversal do correlacionamento daquela com outros vectores da realidade social global. Face ao esforço de renovação deontológica e epistemológica, teórica e metodológica ocorrido na historiografia e em outras ciências sociais (antropologia e sociologia, economia e geografia, linguística, etc.) desde a década de 1930, depois do fim da Segunda Guerra Mundial passaram a defender-se as vantagens de as iniciativas de patrimonialização consistirem no esforço de divulgação de resultados de processos de debate cultural (estético, filosófico e cívico) e de investigação científica. Dessa opção resultou a possibilidade de questionar as categorias de memória colectiva e de identidade histórico-cultural, de ampliar drasticamente o universo do que é patrimonializável e passível de ser usufruído enquanto tal, de complexificar e diversificar as estratégias comunicacionais associadas a iniciativas — temporárias ou permanentes — de patrimonialização (caracterização e contextualização, conservação e reabilitação, reutilização ou monumentalização e musealização). Coloco, ainda, a hipótese de em Portugal ser ainda bastante precária, no universo do lazer e do turismo, a capacidade instalada de conhecimento sobre as, de intervenção nas e de rentabilização das actuais potencialidades e limitações dos sectores da investigação em historiografia e noutras ciências sociais, do património cultural e da museologia. Simetricamente, tanto os especialistas naquelas áreas como os dirigentes políticos desvalorizariam a importância de a historiografia e outras ciências sociais gerarem tecnologias operatórias, de o património cultural e a museologia intervirem, também transversalmente, com o propósito de promover o desenvolvimento integrado e sustentável — para já não referir o aprofundamento da democracia. Proponho, assim, que o sector económico do lazer e do turismo tem todo o interesse em aceder a mais informação sobre a situação actual da historiografia e de outras ciências sociais, de tecnologias como o património cultural, a museologia e a cultura organizacional; em intervir mais em projectos de patrimonialização, de gestão e programação de património cultural (imaterial e material; imóvel, integrado e móvel); em procurar influenciar a estruturação e a concretização das políticas culturais. Caso venha a ocorrer, um tal maior envolvimento acarreta a ampliação da capacidade de resposta por parte dos produtores de investigação científica e tecnológica; das entidades tutelantes de “centros históricos” e de “organizações com história”, de monumentos e museus, de conjuntos de vestígios potencialmente patrimonializáveis. Implica, por outro lado, o reforço dos mecanismos de reflexão deontológica, de explicitação de objectivos e de regulação de interesses.

**Palavras Chave:** Historiografia, Património Cultural, Museologia, Turismo, Lazer  
(\*)(DHEEAA/FLUC e CEIS20/UC, [jpavelas@fl.uc.pt](mailto:jpavelas@fl.uc.pt))



## Historias Convenientes: El contenido histórico-cultural en los productos Turísticos

Julián Alejandro Osorio OSORIO (\*)

**Resumén:** Cuando hago la pregunta a mis estudiantes, amigos o algunas persona, sobre los motivos que los impulsa a viajar, ¿el porqué hacer turismo?, la mayoría de veces me responden con el argumento de conocer la historia de los sitios a los que viajan, las diferencias socio culturales, la comida, ciudades, lenguaje, paisajes y un largo etcétera de razones donde la cultura y el patrimonio es el denominador común que motiva el viajar, el hacer turismo, conocer otros lugares. Sin embargo esos argumentos, ideas y razones que nos impulsa a viajar, que tienen de contenido histórico frente al producto o destino turístico. ¿acaso el turismo re inventa, oculta o muestra fracciones de la historia de los destinos? Y si no es así, que se nos presenta de los procesos socioculturales: ¿invenciones, discursos convenientes? ¿Esta la historia, la cultura y el patrimonio presente en el producto y discurso turístico? y ¿cuales verdades o historias? Muchas preguntas y pocas respuestas ante la comparación de procesos históricos y realidades turísticas. Esta presentación quiere mostrar a través de dos casos como el turismo re- crea, maquilla y algunas veces inventa procesos históricos y patrimoniales, ante problemas como la conveniencia, la falta de información turística o la pereza del establecimiento turístico de indagar más allá del marketing turístico.

**Palabras Claves:** Conveniencias socio históricas, Cultura Historia, Muisca, Afrodescendientes Patrimonio, Turismo.

(\*) Candidato a Doctor en Patrimonio, Magíster en Patrimonio, Especialista Unesco en Patrimonio y Turismo Sostenible, Historiador. Profesor, asesor y consultor en turismo cultural.



## Imagem turística sob o ponto de vista dos residentes: o caso de Joinville – sc, Brasil

Elaine SCALABRINI<sup>(\*)</sup>, Paula Cristina REMOALDO<sup>(\*\*)</sup>, Júlia M. LOURENÇO<sup>(\*\*\*)</sup>

**Resumo:** O turismo tem se assumido como uma importante atividade para diferentes destinos mundiais. Entretanto, para que a atividade seja bem planeada e praticada de forma sustentável, é importante compreender dois aspetos: os impactes (positivos e negativos) e também a imagem do destino turístico. Em relação aos impactes, estes são, sobretudo, de cariz económico, sociocultural e ambiental, e em termos do desenvolvimento do turismo, o património local pode ser afetado tanto positiva, quanto negativamente. Em relação à imagem dos destinos, existem há quatro décadas estudos internacionais, mas no Brasil ainda são escassos (Chagas, 2008; Scalabrini *et al.*, 2014), principalmente no que diz respeito à imagem sob o ponto de vista dos residentes. Entende-se que a perceção que os residentes têm do turismo, pode afetar diretamente a imagem do mesmo. Com base nestes pressupostos, realizou-se uma pesquisa com o objetivo de identificar a perceção dos residentes sobre os impactes do turismo, bem como a imagem que detêm do município de Joinville. Para atingir estes objetivos foi desenvolvida uma abordagem quantitativa, no ano de 2014, alicerçada na aplicação de inquéritos por questionário a 498 residentes do município de Joinville. Os resultados revelam que os residentes percecionam de forma positiva o turismo daquele município (98,2% afirmaram que o turismo é bom para Joinville). Ao serem questionados sobre o número de visitantes recebidos, 44,9% dos residentes avaliam como moderado o número de visitantes, 29,1% avaliam como baixo e 7,4% como muito baixo. Sobre a preparação do município para o acolhimento dos turistas, a maioria dos inquiridos mostrou preocupação em relação às infraestruturas básicas e turísticas, bem como em relação à divulgação de Joinville. Sobre este último aspeto, uma análise prévia dos materiais de divulgação do município permitiu concluir que existem divergências entre a mensagem e a imagem que Joinville quer transmitir. Também, os materiais de divulgação são alterados sempre que é substituída a administração municipal, dificultando a consolidação da imagem turística do destino. Importa, ainda, destacar que Joinville é uma cidade, em que são atribuídos muitos títulos (Dança, Bicicletas, Flores, Príncipes), mas a maioria dos residentes (60,2%) identifica Joinville como Cidade da Dança. Os resultados do estudo permitem afirmar que os administradores do município de Joinville precisam de considerar as perceções dos seus residentes, principalmente no que concerne à questão do planeamento do destino, em termos de infraestruturas e na divulgação do município.

**Palavras chave:** Imagem do Destino. Perceção dos residentes. Impactes do turismo.

(\*) Doutoranda em Geografia pela Universidade do Minho, Portugal. Mestre em Desenvolvimento Regional pela FURB. Atualmente é professora titular da Universidade da Região de Joinville. [elaine.scalabrini@univille.br](mailto:elaine.scalabrini@univille.br)

(\*\*) Professora Associada com Agregação do Departamento de Geografia da Universidade do Minho. [premoaldo@geografia.uminho.pt](mailto:premoaldo@geografia.uminho.pt)

(\*\*\*) Professora Auxiliar do Departamento de Eng. Civil da EEUM e Investigadora do Centro Território, Ambiente e Construção (C-TAC). [jloure@civil.uminho.pt](mailto:jloure@civil.uminho.pt)



Imaginário, cinema e turismo: uma viagem por clichês culturais, associados ao Brasil, no filme *rio 2*

Rafael de Figueiredo LOPES (\*), Wilson de Souza NOGUEIRA (\*\*)

**Resumo:** O artigo busca refletir acerca de clichês associados ao imaginário sobre o Brasil, especialmente, ao Rio de Janeiro e à Amazônia, a partir de cenas do filme de animação *Rio2* (Carlos Saldanha, 2014). O objetivo é compreender, pela perspectiva dos Ecosistemas Comunicacionais, reelaborações de aspectos culturais, produzidas para atender demandas da indústria cinematográfica, bem como suas imbricações com estratégias de desenvolvimento do turismo. A metodologia é baseada na análise do filme e na pesquisa bibliográfica, contemplando o diálogo entre diversos autores. Pelo estudo, percebe-se que o filme reproduz estereótipos consolidados no processo histórico e apresenta aspectos de promoção ao turismo e megaeventos.

**Palavras Chave:** Ecosistemas Comunicacionais; Rio 2; imaginário; clichês; turismo.

(\*) Universidade Federal do Amazonas (UFAM/Brasil), [rafaflopes@bol.com.br](mailto:rafaflopes@bol.com.br)

(\*) Universidade Federal do Amazonas (UFAM/Brasil), [nogueira.wilson@uol.com.br](mailto:nogueira.wilson@uol.com.br)



## Importância do patrimônio e de sua acessibilidade para o turismo em Diamantina/MG: Patrimônio Cultural da Humanidade/UNESCO

Elcione Luciana da Silva (\*)

**Resumo:** O turismo é considerado uma força econômica importante e uma das atividades mais dinâmicas da atualidade. Vale ressaltar que além de gerar benefícios econômicos, a atividade contribui ainda para a valorização dos aspectos culturais e ambientais dos destinos reconhecidos, evidenciando a relação intrínseca entre o turismo e o patrimônio. Dentre cartas patrimoniais que orientaram as políticas de preservação em nível mundial, as Normas de Quito, foi umas de que mais se atentou ao uso turístico do patrimônio. Em reunião (1976), sobre a conservação e utilização de monumentos e lugares de interesse histórico e artístico, realizado pela Organização dos Estados Americanos, acirra-se o interesse sobre o patrimônio cultural na utilização turística. São apresentadas propostas concretas para a utilização do patrimônio, tendo em vista o panorama de transformação de áreas de poucos recursos econômicos dos países da América Latina. Assim, o turismo foi considerado elemento essencial para a valorização dos monumentos naturais e culturais mundiais e para a consciência de sua importância e significado para a nação. Neste contexto, é importante compreendermos que além de possuir monumentos de interesse histórico e artístico, os destinos devem buscar uma melhor utilização do monumento pelo turismo, além de criar estratégias que pudessem viabilizar o turismo cultural, atentando ainda para a utilização do patrimônio pelo o turismo de forma a não banalizar seu significado. O turismo, portanto, deve cumprir seu importante papel de elemento intermediador que permite o encontro entre as pessoas e o patrimônio cultural, contribuindo assim para a valorização dos sítios históricos reconhecidos mundialmente, por meio das trocas culturais, pelo respeito pela diversidade, pelo sentimento de pertencimento identitário, pelas vivências e experiências entre as diversas culturas. O presente artigo tem como objeto de estudo, a cidade de Diamantina, declarada patrimônio cultural da Humanidade pela UNESCO em 1999. Diamantina foi considerada o maior centro de extração de diamantes do mundo no século XVIII. Possui o turismo cultural como alternativa econômica, entretanto, a cidade enfrenta dificuldades para uso responsável do patrimônio edificado pela visitação turística, pouca acessibilidade de seus monumentos, além da falta de ações de valorização do patrimônio intangível. O objetivo deste artigo é apresentar como a cidade dispõe seus monumentos para a visitação turística, quais principais projetos existentes para acessibilidade do patrimônio cultural para o turismo, as possibilidades de valorização do patrimônio intangível pelo turismo e qual a contribuição do turismo para a valorização do patrimônio da cidade que é mundialmente reconhecido.

**Palavras-chave:** Patrimônio Mundial; Diamantina/MG Brasil; Turismo; acessibilidade; preservação.

(\*) Bacharel em Turismo pela UFVJM, Mestre em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável pela UFMG. Atualmente atua como Professora Substituta do Curso de Turismo da UFVJM/Diamantina. [elcione.luciana@ufvjm.edu.br](mailto:elcione.luciana@ufvjm.edu.br)





## Influência na Decisão do Destino: Relação entre Imagem, *Branding* e Diferenciação Baseada na Componente '*Unique*' do Destino.

Caroline Cavalcanti de MELO(\*)

**Resumo:** Esta investigação foi realizada com o propósito de perceber a relação entre a imagem e o *branding* de um destino com ênfase na componente '*unique*'. Este sendo um fator primordial de diferenciação do destino Portugal relativamente a um público-alvo específico de raízes histórico-culturais, o mercado brasileiro. Cada vez mais assistimos a convenções para salvaguardar o que vem a ser património e ainda readaptar-se às mudanças globais. Tem sido de grande destaque vários estudos entre as distinções de patrimónios material e imaterial, as diversas formas de expressão popular, a língua de um povo, a música, a dança, os costumes, o artesanato, a arquitectura e outras artes, que já são consideradas património. A intangibilidade já se tornou algo de grande relevância, pois nota-se um aumento do interesse em temáticas, tais como: identidade de lugares e povos, autenticidade ou '*McDonaldização*' dos lugares, o crescimento do 'espaço cultural universal', a 'reprodução em série' da cultura dos lugares e ainda determinados destinos que apostam em 'imagens construídas'. A busca pelo genuíno, e experiências autênticas em um local revela-nos um paralelo entre o tradicional e o inovador. Com o interesse de compreender através de dados, foi desenvolvido um levantamento destes por meio de um questionário disponibilizado *on-line* direcionado ao turista brasileiro, antes e depois da visita ao país. Estes elementos permitiram a elucidação de alguns pontos importantes da temática numa abordagem cognitiva-afetiva do turista em referência. Os resultados obtidos apontam para uma imagem global positiva sobre o destino, porém nos demonstra pouca ou quase nenhuma informação em alguns tópicos, nomeadamente no período 'antes da viagem'. O objectivo foi o de identificar a relação entre estes elementos e verificar se podem ou não influenciar na decisão de escolher Portugal como destino de visita. O Brasil, sendo um mercado real, potencial e ainda emergente no cenário global, possui diversas vertentes a serem exploradas pelo destino Portugal. Com o aumento da competitividade dos destinos e visto que ainda há uma forte ligação histórico-cultural entre os países, é importante que o destino reveja as estratégias de comunicação a fortalecer as particularidades e valorizar do ponto de vista turístico a componente *unique* relativa a este mercado.

**Palavras-Chave:** Imagem do destino, *branding*, componente única, Brasil, Portugal.

(\*) Universidade de Lisboa/ Instituto de Geografia e Ordenamento do Território/ Eshte

carolinemelo@campus.ul.pt



## Interpretação do patrimônio no turismo cultural: estudo de caso do chá imperial no museu casa da hera (Rio de Janeiro, Brasil)

Adalgiso Silva SILVEIRA(\*), Mirian REJOWSKI (\*\*)

**Resumo:** A ambientação de base histórica trata da interpretação do patrimônio a fim de dar outras funções aos bens culturais, tendo em vista o seu melhor aproveitamento, neste caso para fins turísticos. Com base nas características de cada ambiente, utiliza técnicas interpretativas da história viva, utilizando recursos de cenografia, vestuário, iluminação, alimentação, dramatização etc. (Pires, 2001). Em estudo anterior sobre o turismo em propriedades históricas do ciclo do café situadas no Vale do Paraíba Fluminense, identificaram-se eventos inspirados no Chá Imperial do Museu da Casa da Hera (Silveira & Rejowski, 2015) no município de Vassouras, Estado do Rio de Janeiro. Esta pesquisa exploratório-descritiva, de caráter qualitativo, objetiva resgatar a trajetória desse evento pioneiro, como um modelo que estimulou e influenciou outros eventos do turismo cultural na região. A fundamentação teórica baseia-se em bibliografia sobre a interpretação do patrimônio e turismo cultural (Pires, 2001; Silveira, 2002; Murta, 2009; Hems & BPérez 2009; ), e o estudo de caso centra-se no Chá Imperial da Casa da Hera por meio de estudos, documentos e entrevistas abertas com os envolvidos pela sua criação e funcionamento. O evento é descrito detalhadamente e analisado à luz da ambientação de base história ou história viva, compondo um modelo de interpretação do patrimônio histórico-cultural para o desenvolvimento de atrações turísticas. Constatou-se que esse evento ocorreu anualmente de maio a outubro de 1989 a 2002, em duas apresentações no último final de semana de cada mês, com grupos de até 18 pessoas além dos “atores” (diretora e funcionárias do museu). Iniciava-se com um tour guiado pelo museu que já introduzia os turistas no ambiente da época, levando-os a “voltarem no tempo” e se tornarem personagens deste. Em seguida, os convidados eram recebidos pelas mucamas (escravas) e convidados a tomarem o chá com a Sinhazinha em uma cena do cotidiano de uma família aristocrática da época. Tornou-se a principal atração turística de Vassouras e do próprio museu, mas sua continuidade foi comprometida por falta de recursos financeiros e principalmente humanos, pois a experiência ficou restrita aos seus idealizadores. No entanto, o modelo do evento foi adotado na formação de outros produtos turísticos em propriedades rurais remanescentes do ciclo do café (século XIX) na região, como o Chá Imperial (Fazenda do Arvoredo), o Sarau Histórico (Fazenda Ponte Alta) e o Café Imperial (Fazenda Galo Vermelho), cuja investigação consistirá a segunda etapa da pesquisa.

**Palavras-chave:** Turismo cultural. Interpretação do patrimônio. Eventos. História viva. Proposta de modelo.

(\*) Adalgiso Silva Silveira, Doutor e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Pós-doutorando em Hospitalidade na Universidade Anhembi Morumbi. [adaltour@usp.br](mailto:adaltour@usp.br)

(\*\*) Mirian Rejowski, Livre Docente em Turismo e Lazer, Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora titular da Universidade Anhembi Morumbi e Professora Associada da USP. [mirwski@gmail.com](mailto:mirwski@gmail.com)



## La ermita del castillo de Lebrija (Sevilla). contextualización y aproximación histórica

María del Castillo GARCÍA ROMERO (\*)

**Resumo:** El patrimonio arquitectónico que se genera en el devenir de los siglos en lo que denominaríamos la ciudad histórica es el producto de un pasado concreto, al que, por períodos, se han ido sumando nuevos y diversos elementos, modificándose la ciudad y su entorno. En el caso de Lebrija, municipio sevillano de la comarca del Bajo Guadalquivir, es sin duda esta tipología artística la que mejor atestigua el devenir de los siglos, el sustrato cultural resultante y su muestra material. Para ejemplificar esta cuestión, en concreto, nos centramos en un edificio que supone una de las muestras más sobresalientes de la arquitectura mudéjar de la zona, la Iglesia de Santa María del Castillo o Ermita del Castillo, así bautizada por su ubicación intramuros de la fortificación medieval. Con el objetivo de realizar un esbozo de su historia, contextualizaremos el hecho arquitectónico y religioso que supone dicha Ermita, en suma, una aproximación a su significación secular que pone de manifiesto la importancia de este inmueble en el conjunto patrimonial de la ciudad, así como el potencial explicativo de la historia del lugar de cara a la puesta en valor y difusión turística de la ciudad.

**Palavras Chave:** Ermita del Castillo. Historia. Patrimonio. Turismo. Lebrija.

(\*) Universidad de Sevilla. Universidad de Cádiz [mariacastillo.garciaromero@gmail.com](mailto:mariacastillo.garciaromero@gmail.com)



## La ermita del castillo de lebrija (sevilla): algunas cuestiones en torno al patrimonio inmueble y su potencialidad turística

María del Castillo GARCÍA ROMERO(\*)

**Resumo:** La presente publicación tiene como objetivo ofrecer una lectura histórica acerca de uno de los ejemplos más destacados del Patrimonio Arquitectónico de la ciudad de Lebrija (Sevilla). Se trata de la Iglesia de Santa María del Castillo, también conocida como Ermita del Castillo. Declarada Monumento Histórico Artístico en 1931, y Bien de Interés Cultural con la entrada en vigor de la Ley de Patrimonio Histórico Español de 1985, constituye una de las muestras más características del caserío lebrijano, ejemplo de la arquitectura templaria sevillana de época bajomedieval con adiciones de siglos posteriores. En este sentido, realizamos recorrido por el edificio, abordando dicho elemento desde un análisis puramente arquitectónico –en su tipología de iglesia mudéjar sevillana del trescientos-, con la intención de poner de manifiesto no solo su valoración como manifestación artística, sino también su potencialidad para el impulso de la actividad turística en el municipio. De este modo, nos ocuparemos del inmueble desde una perspectiva interdisciplinar, en la que tratar fundamentalmente el elemento constructivo mediante un análisis estilístico –en el que convenientemente se realizará una síntesis historiográfica-, así como desde un estudio formal, que defina pormenorizadamente el espacio del templo en su configuración arquitectónica, exterior e interior, y las obras y reformas históricas que han dado lugar al inmueble tal y como se percibe en la actualidad.

**Palavras-Chave:** Ermita del Castillo. Arquitectura. Patrimonio. Potencialidad turística. Lebrija.

(\*)Universidad de Sevilla. Universidad de Cádiz

*mariacastillo.garciaromero@gmail.com*



## La percepción del patrimonio cultural en la ciudad de trinidad, cuba

Paula VASCONCELOS (\*)

**Resumen:** En la investigación científica el tema percepción se ha estudiado desde el punto de vista sociocultural, turístico y ambiental. Conocer lo que sabe, piensa, valora y cómo participa la población de la construcción del patrimonio son investigaciones insuficientes en Trinidad ya que hasta el momento no se ha trabajado la temática percepción. Por ser considerado un estudio reciente en la ciudad de Trinidad, el objetivo de la investigación se orientó a determinar características de la percepción del patrimonio cultural en los habitantes de la ciudad de Trinidad que puedan contribuir al mantenimiento de la condición otorgada por la UNESCO de Patrimonio Cultural de la Humanidad. La investigación tiene un carácter sociológico, tomando en cuenta algunos elementos de la Psicología. Se adoptó como metodología el enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando las técnicas de cuestionario y entrevista estructurada. Para la aplicación del cuestionario se tomó una muestra de 360 personas, en edad de 16 años o más, a partir de los datos del último Censo del 2002. La entrevista estructurada fue realizada con tres de los investigadores de la Oficina del Conservador de la ciudad de Trinidad y el Valle de los Ingenios y cuatro con investigadores que laboran en otras instituciones de la ciudad, los cuales fueron denominados informantes claves. El limitado conocimiento de la población sobre el patrimonio cultural y de la importancia de Trinidad como Patrimonio Cultural de la Humanidad, así como la limitada participación en las actividades culturales de la ciudad y en la conservación del patrimonio, pueden ser consideradas las principales amenazas sociales al patrimonio.

**Palabras clave:** percepción, patrimonio cultural de la humanidad, Trinidad.

(\*) Paula Nardey Moriz de Vasconcelos, profesora de Turismo de la Faculdade Metropolitana de Manaus – FAMETRO, master en Desarrollo Cultural Comunitario por la Universidad de Sancti Spiritus – Cuba. [paulanardey@yahoo.com.br](mailto:paulanardey@yahoo.com.br)



Lisboa – Rio de Janeiro – Porto Alegre, da chegada da família real aos turistas de saúde.

Helena Charko RIBEIRO (\*), Izabel Cristina Schander de ALMEIDA (\*\*)

**Resumo:** Em 1808, partindo do cais de Belém, cerca de quatorze navios trouxeram a família real portuguesa e 15 mil pessoas para o Brasil. Instalaram-se na cidade do Rio de Janeiro. Para fugir do calor, a corte escolheu a cidade serrana de Petrópolis para usufruir do clima mais agradável. Petrópolis transformou-se na primeira estância climática do Brasil. Hoje, o navio deu lugar ao avião e o país procura seu espaço como destino do turismo de saúde, não só do turismo de bem-estar. O Rio de Janeiro, junto com São Paulo, são os destinos preferenciais para os que procuram tratamento de saúde, vindos de todos os continentes. Outros destinos incluem capitais como Salvador, Recife, Curitiba e Porto Alegre. Abordamos, neste estudo, esta última como destino do turismo de saúde. O aeroporto do Rio de Janeiro é o segundo aeroporto internacional em movimento do país, sendo o aeroporto de Porto Alegre o quinto em movimento de aeronaves em razão de poucos vôos internacionais diretos. Destes, somente 01 (um) para a Europa, justamente para a cidade de Lisboa. Porto Alegre conta com 04 (quatro) hospitais acreditados pela Joint Commission International, estando estes aptos a receber aqueles que saem de seu país em busca de tratamento. A criação do Porto Alegre Health Care Cluster, entidade jurídica fundada para profissionalizar a gestão do turismo de saúde no estado do Rio Grande do Sul, demonstra a importância e atenção dada ao segmento na região. Abordamos a questão da escassez de vôos internacionais para a cidade e a relação com o desenvolvimento do turismo de saúde. Seriam necessários mais vôos internacionais chegando à cidade de diferentes origens, possibilitando um avanço em vários setores, sendo que neste trabalho destacamos apenas a área da saúde e do turismo. Com os avanços da tecnologia, os turistas de saúde tem acesso a diferentes ferramentas que facilitam a escolha do destino para seu tratamento. Porto Alegre poderia ser o destino escolhido baseando-se em critérios médicos e de acreditação de estabelecimentos. Isto reforça a intenção de possibilitar mais vôos internacionais diretos à cidade de Porto Alegre, tornando esse destino tão atrativo quanto às cidades mais procuradas do país.

**Palavras-chave:** turismo, saúde, vôos, destino.

(\*) Graduada em Turismo/PUCRS, Especialização em Produção e Gestão do Turismo/PUCRS, Mestrado em Turismo-Administração das Organizações-UCS. Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS. [hcharko@terra.com.br](mailto:hcharko@terra.com.br)

(\*\*) Graduada em Medicina-PUCRS, Mestrado em Medicina-Gastro/UFRGS; Doutorado em Medicina-Nefro/PUCRS, Especialização-Metodologia do Ensino Superior-PUCRS. Cursa Turismo na Faculdade Estácio-RS. [izabelcsalmeida@gmail.com](mailto:izabelcsalmeida@gmail.com)



---

## Longe da vista, perto da imaginação: os audioguias na acessibilidade museológica

Cláudia Susana Nunes MARTINS(\*)

**Resumo:** A comunicação no âmbito do turismo necessita de ser operacionalizada a partir de uma perspetiva abrangente que interrelacione a publicitação e a promoção da oferta turística, na linha do que Chazaud (1997) e Deshayes (2002) defendem. De acordo com o primeiro autor, afigura-se fundamental desenvolver uma interface entre serviços culturais e visitantes, consideravelmente significativa no caso do turismo patrimonial e dos museus. Esta interface permite aos visitantes usufruir da visita, abrangendo, por um lado, a representação técnica de um local ou de um espólio, como é o caso dos guias humanos, audioguias ou quiosques interativos, e, por outro, a intervenção de uma variedade de serviços externos (ex.: centros de informação turística, transporte, hotéis e restaurantes), de modo a criar um produto global que se apresente apelativo aos estes visitantes. Desta forma, o enfoque desta apresentação será na exploração dos tradicionais audioguias (e subsequentes atualizações) como recurso tecnológico ao serviço do turismo patrimonial e dos museus, assim como das suas potencialidades no que se refere não só à concretização da mediação cultural entre espaço-espólio-visitante, mas também das suas primordiais funções pedagógica e de vulgarização da linguagem técnica (cf. Deshayes, 2002). Esta abordagem resulta do trabalho de investigação conduzido aquando da tese de doutoramento (Martins, 2015), que incidiu sobre o levantamento dos audioguias disponibilizados pelos museus portugueses, e outras instituições afins, e a análise de uma amostra destes textos a partir de critérios de natureza institucional, técnica, macroestrutural e microestrutural. Com base nos resultados da nossa análise, tornou-se possível corroborar as funções dos audioguias já enunciadas, assim como o seu papel fundamental na acessibilidade da generalidade dos visitantes, mas mais particularmente de visitantes estrangeiros, sem negligenciar os visitantes com deficiência ou incapacidade visual.

**Palavras-Chave:** turismo patrimonial; museus; mediação cultural; audioguias; acessibilidade.

(\*)Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico de Bragança, [claudiam@ipb.pt](mailto:claudiam@ipb.pt)





## Mercantilização turística do título patrimonio da humanidade em São Cristóvão–SE

Laura Almeida de Calasans ALVES (\*)

**Resumo:** Resultado da globalização, o turismo permite uma diversificação de produtos e serviços que convidam os turistas a usufruírem de multiplicidade de opções, decorrentes do processo do capitalismo mundial gerando uma tendência global de serviços, causando alterações na atividade turística, adequando-se aos novos padrões de competitividade do mundo globalizado. No Brasil cresce a demanda por visitas em locais de interesse histórico, em épocas em que as necessidades humanas eram bem diferentes das atuais, suas formas chamam a atenção pela diferença de materiais e funcionalidade. Elas revelam a acumulação de esforços herdados por uma sociedade, que expressa o desenvolvimento de seu modo de vida e sua capacidade de investimento ao longo do tempo. Desta forma a relação turismo e patrimônio torna-se veia especulativa entre as linhas de rentabilidade mais evidente, o que torna necessário o estudo dos impactos no patrimônio arquitetônico e turístico - cultural, através de suas modalidades, urbana, paisagística e arqueológica, correlacionadas à necessidade de restauro e conservação através da gestão e preservação do patrimônio região. O presente artigo tem como objetivo analisar os impactos turísticos em São Cristóvão – SE, patrimônio da humanidade em uma perspectiva de entender como o patrimônio é compreendido enquanto produto turístico no Brasil através do dialogo entre turismo e arqueologia. A metodologia utilizada é a descritiva, exploratória e qualitativa, uma vez que apresentará um levantamento de informações sobre a atual situação da prática turística no município após a titularização de patrimônio da humanidade, e suas perspectivas de desenvolvimento, apoiada por técnicas de entrevistas, diretas, pessoais, com roteiros semi-estruturados. Com o resultado desta pesquisa pretender-se-á sensibilizar os gestores do turismo da localidade assim como a comunidade, avaliar possíveis impactos, mercantilização do título enquanto produto e sugerir ações para uma política de desenvolvimento socioeconômico sustentável, aplicável à configuração de produtos e serviços turísticos desta região.

**Palavras-chave:** Turismo. Arqueologia. Patrimônio Histórico-Cultural. São Cristóvão. Sustentabilidade.

(\*) Laura Almeida de Calasans Alves, Doutoranda em Arqueologia pela Universidade Federal de Sergipe. Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente (UFS). Turismóloga. Professora do Núcleo de Turismo da Universidade Federal de Sergipe. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6680043202334988>. [laura.calasans@gmail.com](mailto:laura.calasans@gmail.com)



## Modelling tourism demand in Madeira since 1946: and historical overview based on a time series approach

António Manuel Martins de ALMEIDA (\*)

**Resumo:** Tourism is the leading economic sector in most islands and for that reason market trends are closely monitored due to the huge impacts of relatively minor changes in the demand patterns. An interesting line of research regarding the analysis of market trends concerns the examination of time series to get an historical overview of the data patterns. The modelling of demand patterns is obviously dependent on data availability, and the measurement of changes in demand patterns is quite often focused on a few decades at most. In this paper, we use long-term time-series data to analyse the evolution of the main markets in Madeira, by country of origin, in order to re-examine the Butler life cycle model, based on data available from 1946 onwards. This study is an opportunity to document the historical development of the industry in Madeira and to introduce the discussion about the rejuvenation of a mature destination still attracting a large number of visitors. Tourism development in Madeira has experienced rapid growth until the late 90s, as one of the leading destinations in the European context. However, annual growth rates are not within acceptable ranges, which lead policy-makers and experts to recommend a thoughtful assessment of the industry prospects. An overview of demand patterns by country of origin suggests interesting cyclic patterns and major changes in terms of the market shares. Furthermore, and from a spatial point of view, the spatial spread of the industry seems to follow the pattern outlined in Weaver's Plantation Model. Besides documenting the historical development of the tourism industry in the region, based both on the Weaver's plantation model and Butler life cycle, we employ an econometric approach to model demand and to conclude about the overall conformity of the data pattern to the Butlers' model.

**Palavras-Chave:** Madeira Island inbound tourism; Butler's life cycle model; Time series modeling

(\*) António Manuel Martins de Almeida,

Departamento de Gestão e Economia, Universidade da Madeira,

Contacts: E-mail. [amma@uma.pt](mailto:amma@uma.pt); Tel. (00) 351 291705052



## Novas tecnologias e turismo patrimonial: o sig na elaboração de roteiros culturais de são cristóvão/se - brasil

Cristiane Alcântara de Jesus SANTOS (\*), Antonio Carlos CAMPOS (\*\*), Larissa Prado RODRIGUES(\*\*\*)

**Resumo:** Durante as últimas décadas, a atividade turística se converteu em uma estratégia de desenvolvimento socioeconômico para muitos países. Neste período também foram produzidas algumas transformações no que diz respeito às preferências e as motivações dos consumidores turísticos, o que gerou uma maior segmentação da oferta e da demanda turística. Assim, a prática turística passa a apresentar uma complexidade no momento de espacialização dos componentes desta oferta e da demanda. Desta forma, objetivamos, através deste estudo, destacar a importância do uso das novas tecnologias no turismo enquanto ferramenta capaz de articular as informações e subsidiar o processo de planejamento e gestão do território onde será implantada a atividade turística, ademais de proporcionar ao turista a possibilidade de obter informações específicas de roteiros autoguiados da cidade de São Cristóvão, localizada no estado de Sergipe. Nesta cidade está localizada a São Francisco (Patrimônio da Humanidade - Unesco) e, desta forma, há uma necessidade de se estudar como se dá a ampliação da oferta turística. Para atingir esse objetivo foram utilizados como procedimentos metodológicos o levantamento bibliográfico, a coleta de informações e cadastramentos dos dados levantados a partir da inventariação turística local e a elaboração de roteiros culturais através do Quantum GIS (QGIS), a fim de criar alternativas para a diversificação da oferta turística local. A partir da inserção de novas tecnologias, os gestores municipais de São Cristóvão poderão expandir suas perspectivas administrativas, inserindo-se em um mundo globalizado e movimentado pela informação. Assim, vislumbramos contribuir para o desenvolvimento territorial do destino estudado, a partir da adoção de noções espaciais no processo de tomada de decisão por parte dos gestores públicos e dos empreendedores da iniciativa privada e também para a formatação de novos produtos turísticos. Ademais, a elaboração de roteiros culturais poderá se converter em uma alternativa de conscientização acerca dos bens patrimoniais culturais da cidade de São Cristóvão.

**Palavras Chave:** Novas tecnologias; Turismo; SIG.

(\*) Geógrafa. Doutoranda em Geografia - Universitat de Barcelona – Espanha. Professora Adjunta do Curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe. [cristie09@uol.com.br](mailto:cristie09@uol.com.br)

(\*\*) Geógrafo. Doutorando em Geografia - Universitat de Barcelona – Espanha. Professor Adjunto do Curso de Geografia da Universidade Federal de Sergipe. [antonio68@gmail.com](mailto:antonio68@gmail.com)

(\*\*\*) Acadêmica do Curso de Turismo. Bolsista do Projeto de Extensão “Aplicação de Sistema de Informação Geográfica para a Elaboração de Roteiros Turísticos Culturais autoguiados na cidade de São Cristóvão/SE”. [larissa4912@hotmail.com](mailto:larissa4912@hotmail.com)



## O Alto Douro paisagístico e vinhateiro, património potenciador de turismo literário e artístico

Isilda LEITÃO(\*)

**Resumo:** O Douro, rio que dá nome a uma região, considerada *paisagem cultural de valor universal* pela UNESCO em 2001, foi fonte inspiradora para escritores, cineastas, pintores. Com este estudo, tomando por companhia alguns dos nossos mais importantes intelectuais contemporâneos, pretendemos viajar através desse espaço ficcional, a que não foram alheios muitos *viajantes cultos* que o cruzaram, contribuindo todos eles, de alguma forma, para elevar esta região a património universal. Tomando como guia o rio Douro, iniciaremos este percurso com uma breve apresentação da região do Alto Douro Vinhateiro e razões da sua candidatura. Seguidamente teceremos algumas reflexões sobre a relação entre *paisagem*, Literatura, Artes e Turismo. Sumarizando algumas das iniciativas de promoção literária levadas a cabo desde o ano de atribuição desta classificação, apresentaremos alguns intelectuais, nacionais e estrangeiros, dos séculos XIX e XX, que nos poderão motivar, através das suas obras, a partir em demanda destas terras. Entre o que permanece e o que muda, terminaremos com algumas considerações finais sobre a grande potencialidade de exploração turística desta região.

**Palavras Chave:** Alto Douro Vinhateiro, Paisagem Duriense, Literatura e Artes.

(\*)Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril – Portugal [isilda.leitao@eshte.pt](mailto:isilda.leitao@eshte.pt)



## O cemitério, a cidade e as narrativas: as memórias construídas através da leitura dos túmulos

Marcelina das Graças de ALMEIDA (\*)

**Resumo:** O Cemitério do Nosso Senhor do Bonfim, situado na cidade de Belo Horizonte, foi planejado e construído no final do século XIX e compõe o projeto delineado para a construção da nova capital do Estado de Minas Gerais. Este espaço funerário constituiu-se durante mais de quarenta anos, o único da localidade. Guarda, portanto, um acervo muito rico e complexo, não apenas limitado à decoração e arquitetura, mas constitui-se como um lugar privilegiado para as construções de relatos, histórias e lendas que perpassam pela memória e pelo intangível. Em outras palavras, pode-se afirmar que os elementos tangíveis: os ornatos, as construções, a arquitetura tumular configura-se como atrativos para a fruição e encantamento, entretanto, os elementos simbólicos e impalpáveis, registrados através das lendas, histórias e construções narrativas calcadas ou não na realidade, cumprem, igualmente, o poder de atração e desperta o interesse do espectador. A proposta desta comunicação é identificar como estas questões foram se constituindo e estão sendo trabalhadas a partir de um projeto de proposição de visitas orientadas ao espaço cemiterial há 04 (quatro) anos. As atividades desenvolvidas a partir de uma parceria entre a Universidade do Estado de Minas Gerais, a Fundação de Parques Municipais e o Instituto Estadual de Patrimônio Histórico Artístico, para além do estímulo ao turismo, tem se configurado como uma proposta de educação patrimonial, na qual os visitantes são convidados a conhecer e reconhecer o cemitério como um local onde se guarda a história da cidade e seus habitantes e que estas histórias podem ser lidas de modos diversos.

**Palavras chave:** Belo Horizonte, cidade, turismo, cemitério, patrimônio.

(\*) Marcelina das Graças de Almeida, doutora em História pela UFMG em parceria com a Universidade Portucalense Infante Dom Henrique, Porto; docente na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais e Centro Universitário Estácio de BH. [almeidamarcelina@gmail.com](mailto:almeidamarcelina@gmail.com)



## O Desenvolvimento do Turismo em Diamantina após o Título de Patrimônio Cultural da Humanidade.

Evandro MOREIRA (\*), Elcione Luciana DA SILVA (\*\*)

**Resumo:** O município de Diamantina está situado no Alto do Jequitinhonha, com quase três séculos de fundação. A formação da cidade está intrinsecamente ligado à exploração de pedras preciosas encontrados inicialmente, em grande quantidade nas confluências do Rio Piruruca e Rio Grande, seguida pela exploração de diamantes. Após a decadência de pedras preciosas no século XIX, a cidade se isolou em relação aos principais centros urbanos e conseqüentemente conseguiu preservar grande parte do seu casario colonial e de suas manifestações culturais. Em 1938, o conjunto arquitetônico do Centro Histórico da cidade foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), período em que se desenvolveu as ações de preservação das transformações urbanas e arquitetônicas analisando as intervenções no sítio tombado de Diamantina, que hoje é um dos atrativos turísticos mais visitados do município. Os bens tombados foram mantidos dentro dos seus respectivos padrões definidos pelo IPHAN para uma melhor valorização cultural no município. No ano de 1999, Diamantina, recebe da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura (UNESCO) o reconhecimento como Patrimônio Cultural da Humanidade. Diamantina a partir do reconhecimento como Patrimônio Cultural da Humanidade, passou a fazer parte de uma seleta lista de bens de importância para todos os povos. Isto ampliou a visibilidade da cidade, sua divulgação e aguçou a curiosidade das pessoas a visitarem a região, permitindo assim o desenvolvimento do turismo cultural. Desta forma, o Título recebido pela cidade, além de imprimir à comunidade local novos olhares à preservação, o faz com relação a outras comunidades do estado, do país e do mundo. Aliado a tudo isto podemos considerar a mobilização da cidade no sentido de ampliar toda e qualquer oferta que possa atrair e proporcionar bem estar aos visitantes uma vez que este título possa ter influenciado a atividade turística possibilitando assim um desenvolvimento socioeconômico para a cidade e região. O objetivo é estudar a relação Turismo e Patrimônio, tendo como estudo de caso a cidade de Diamantina após o Título de Patrimônio Cultural da Humanidade pelo UNESCO, bem como estudar a visibilidade que o destino obteve com o

**Palavras chave:** Turismo Cultural; Diamantina/MG Brasil; Patrimônio Mundial; Infraestrutura turística.

(\*) Graduando em Turismo pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri. Atualmente é estagiário da Diretoria de Patrimônio Cultural da Secretaria de Turismo, Cultural e Patrimônio de Diamantina. [evandrolinz@hotmail.com](mailto:evandrolinz@hotmail.com)

(\*\*) Bacharel em Turismo pela UFVJM, Mestre em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável pela UFMG. Atualmente atua como Professora Substituta do Curso de Turismo da UFVJM/Diamantina. [elcione.luciana@ufvjm.edu.br](mailto:elcione.luciana@ufvjm.edu.br)



## O design como forma de preservação da literatura oral do Algarve num contexto turístico

Nélia OLIVAL (\*), Joana LESSA (\*\*)

**Resumo:** Nos dias de hoje, verifica-se uma mudança no paradigma do turismo, no qual são valorizados aspetos diferentes. O turista procura emoções, vivenciar experiências, interagir, e ser parte ativa do lugar que visita. Sendo assim, a cultura assume um papel relevante a partir do momento em que a busca pelas vivências, emoções e novas experiências são preponderantes na escolha do destino turístico. A cultura é uma referência básica para a compreensão social e política, e define a matriz e o suporte da identidade, tradição e memória de qualquer povo e de qualquer sociedade. Desta forma, a sua presença num produto turístico é o seu fator distintivo. As práticas, representações, expressões, conhecimento e competências que são reconhecidas por comunidades, grupos e indivíduos como fazendo parte do seu património cultural, definem o património cultural imaterial. Um dos domínios em que este património se manifesta é no das tradições e expressões orais. A tradição oral popular, ou literatura oral, é uma das formas mais puras e genuínas da identidade cultural de um povo, sendo um testemunho transmitido oralmente de geração em geração. Por muitos séculos, a oralidade foi o principal meio de comunicação dos homens, sendo que a memória auditiva e visual eram os únicos recursos de que dispunham para o armazenamento e transmissão do conhecimento às gerações futuras. Mas com a mudança do paradigma familiar, a deslocação de pessoas do campo para as cidades desde a década de 60 e a emigração que tem vindo a acentuar-se na última década, a tradição oral tem vindo a extinguir-se. O design de comunicação pode ter um papel de facilitador ao acesso a esta tradição, divulgando-a e estimulando a participação dos cidadãos para ajudar na sua salvaguarda. A razão da importância do design reside no facto de os designers também trabalharem com a dimensão intangível, materializando ideias, sensações, emoções e memórias, em diversos suportes, com a finalidade de se tornarem acessíveis a todos. Neste sentido, o desenho de produtos de comunicação que envolvam a preservação e divulgação do património cultural imaterial, neste caso concreto da literatura oral do Algarve, são uma forma de criar experiências e emoções que resultem em produtos turísticos diferenciados.

**Palavras Chave:** património cultural imaterial; turismo; identidade cultural; literatura oral do Algarve; design de comunicação.

(\*) Universidade do Algarve, [neliaolival@gmail.com](mailto:neliaolival@gmail.com)

(\*\*) Universidade do Algarve, [jllessa@ualg.pt](mailto:jllessa@ualg.pt)





## O impacto da classificação de património cultural da humanidade pela UNESCO na procura turística cultural do porto

Maria Cristina MOREIRA(\*) , José Manuel Lopes CORDEIRO (\*\*)

**Resumo:** Classificado em 1996 como Património Cultural da Humanidade o Centro Histórico do Porto vem registando desde então uma crescente procura pelos turistas que visitam a cidade, suscitando o surgimento de novos espaços culturais e a requalificação de muitos outros. Nesta comunicação os autores procurarão analisar o impacto do turismo na zona do Centro Histórico após a sua classificação pela UNESCO como Património da Humanidade, através da análise dos indicadores da actividade turística, no período de duas décadas, compreendido entre 1996 e 2015. Será analisado perfil dos turistas internacionais que visitam o Porto e/ou Norte de Portugal. Procurar-se-á analisar também as visitas aos museus municipais do Centro Histórico em relação à restante oferta de museus existente na cidade do Porto, tendo em vista detectar uma influência da classificação da UNESCO. Será ainda prestada uma particular atenção ao segmento do turismo cultural, nomeadamente à criação de novas atracções e espaços culturais, assim como à requalificação dos existentes. Por fim será também efectuada uma análise à promoção turística do Centro Histórico por parte das entidades oficiais e privadas.

**Palavras-Chave:** Turismo; Procura e Oferta Turística; Património Cultural da Humanidade; Centro

(\*) Universidade do Minho/ Centro interdisciplinar de ciências sociais.

(\*\*) Universidade do Minho/ Centro interdisciplinar de ciências sociais.



## O legado missionário e o turismo - dehonianos em moçambique

Catarina PEREIRA (\*)

**Resumo:** A Congregação do Coração de Jesus, fundada em 1878, instalou-se no século passado entre os povos do norte e centro de Moçambique e os seus membros (apelidados de dehonianos) ainda hoje subsistem, em missões abertas ao mundo, junto da população que guiam espiritualmente e ajudam comunitariamente. Mas os novos tempos trouxeram dificuldades financeiras, e os dehonianos têm de encontrar formas de sustentar as suas atividades. O turismo pode ser a solução para as comunidades de Nampula, Alto-Molocué, Quelimane, Milevane e Gurué, nas províncias de Nampula e Zambézia. Pretende-se abordar as possibilidades turísticas das comunidades dehonianas presentes no centro e norte de Moçambique, assentes nas potencialidades das regiões onde se inserem, mais especificamente as particularidades naturais e culturais das comunidades locais e religiosas, e das atividades pastorais e sociais dos dehonianos. Através de análises SWOT criadas a partir da investigação no terreno, concluir-se-á a viabilidade do desenvolvimento da atividade turística com base nas casas dehonianas. Tal, no entanto, é uma solução que exige vontade e esforço financeiro por parte dos dehonianos e a atração do público-alvo adequado.

**Palavras Chave:** Sagrado Coração de Jesus – dehonianos, Moçambique, Turismo Cultural-Religioso, Possibilidades turísticas, análise SWOT.

(\*)Centro de Literaturas e Culturas Lusófonas e Europeias (CLEPUL) [catarina.e.per@gmail.com](mailto:catarina.e.per@gmail.com)



## O muro de Berlim: turismo, história e mobilidade

Claudia Corrêa de Almeida MORAES (\*), Elaine dos Santos AMARAL (\*\*)

**Resumo:** A sociedade contemporânea tem como uma de suas características a fluidez, o que reverbera em mudanças no ciclo de vida do produto turístico. Isto suscita a importância em se refletir sobre questão do turismo e as consequências da mobilidade. A gestão turística da cidade de Berlim, Alemanha, está intrinsecamente associada às questões históricas. Berlim reunificada recria-se e permite aos gestores e planejadores escolherem a sua própria visão de futuro com um olhar no passado. É uma cidade retórica entre tragédias e ascensões, também símbolo de desenvolvimento para a sociedade contemporânea. Assolada por locais e monumentos que remetem a um passado nublado e marcante, a capital alemã carrega uma arquitetura cheia de cicatrizes remanescente das Grandes Guerras e da Guerra Fria. Este trabalho tem por finalidade analisar sob um viés crítico a história, o turismo e a mobilidade de Berlim. Foi realizado por meio de metodologia qualitativa, usando entrevistas livres e observação direta, em outubro de 2014, em Berlim. A análise dos dados ocorreu à luz do referencial teórico que perpassa o histórico do turismo berlinense e sua relação com a mobilidade. A abordagem compreende uma contextualização histórica e turística de Berlim, uma análise sobre a mobilidade contemporânea e sobre a percepção de personalidades locais, ligadas ao período de Guerra Fria. Os resultados dessa investigação apontam a íntima ligação da gestão turística voltada ao passado marcante da cidade, o que gerou uma vantagem competitiva para o turismo berlinense. Os planejadores locais usaram o viés histórico de reminiscências de seu passado obscuro transformando as atrocidades em memoriais e reformando a arquitetura devastada. O Muro de Berlim transformou-se em ícone da cidade, tanto no passado recente como atualmente, sendo seu entorno território turístico e de rememoração. O Muro, marco da imobilidade, foi caminho da mobilidade com o turismo de fronteira em período de Cortina de Ferro, possibilitando que as ideologias fossem reforçadas e servissem de suporte para os regimes políticos alemães orientais e ocidentais. O turismo sempre foi e é utilizado ideologicamente, assim como, atuou como agente de integração entre os berlinenses. Também é utilizado do *dark tourism* para transformar o passado desconfortante em nova roupagem, instrumento de visibilidade e popularidade do destino turístico.

**Palavras Chave:** Berlim. História. Turismo. Mobilidade.

(\*) Doutora em Geografia, mestre e bacharel em Turismo e licenciada em História. Professora adjunta da FTH da UFF. Grupo de Pesquisas Turismo, gestão e território (CNPq). Universidade Federal Fluminense – UFF. [claudiamoraes@uol.com.br](mailto:claudiamoraes@uol.com.br)

(\*\*) Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Fluminense. Pesquisadora na área de turismo, história e mobilidades. Universidade Federal Fluminense – UFF. [eamaral@id.uff.br](mailto:eamaral@id.uff.br)



## O olhar do viajante na valorização do patrimônio arquitetônico e urbano brasileiro

Paulo ASSUNÇÃO (\*)

**Resumo:** O fenômeno turístico é extremamente complexo pela relação que estabelece com diversas áreas das ciências sociais e humanas. A categoria turismo é ainda um termo que necessita ser desconstruído, tendo em vista a complexidade que envolve o turismo e as práticas culturais do lazer. Abordar o tema viagem é complexo, pois implica considerar questões de espaço, cultura, transporte, velocidade, tempo, infraestrutura. Diversos aspectos que fazem parte do ritmo do mundo, no momento atual. O século XIX foi portador de uma série de transformações tecnológicas que impactaram os deslocamentos por todo o mundo. O navio a vapor e as estradas de ferro fizeram que a dinâmica do viajar se alterasse sensivelmente. Em seguida, o surgimento de veículos motorizados e de aviões ampliou ainda mais a possibilidade de deslocamentos. Este conjunto de elementos beneficiou a circulação de pessoas num movimento nunca anteriormente visto. Nas primeiras décadas do século XIX, o número de viajantes naturalistas cresceu e com eles novas imagens foram construídas sobre as terras tropicais. Esta comunicação tem como objetivo dar ênfase na leitura empreendida pelos viajantes em relação ao espaço habitado das principais cidades e vilas em diferentes regiões do país entre o século XVII e o século XX, registrando o patrimônio arquitetônico e urbano. Registros que procuraram dar a dimensão da variedade e especificidade dos locais visitados, nuances importantes para a composição de uma visão ou imagem sobre as terras brasileiras e que hoje nos permite discutir a importância do turismo na valorização histórico cultural do espaço ibero-americano. O olhar dos viajantes interferiu na construção das imagens sobre o Brasil, seu povo e sua cultura. O paradigma europeu servia aos viajantes para fazer as descrições e discutir a alteridade. Os relatos de viagem permitem esclarecer sobre alguns pontos de representação coletiva, a partir de uma percepção individual, ao mesmo tempo que contribuem de maneira importante para a divulgação das terras brasileiras. A leitura dos relatos de viagem permite entender a criação de novas imagens sobre o Brasil, sobre a dimensão dos aspectos que envolveram o deslocamento, e do viajar. Lentamente, vai se construindo uma cultura do viajar que permitiu no século XX o pleno desenvolvimento da atividade turística.

**Palavras-chave:** Turismo, patrimônio, cultura, arquitetura, urbano.

(\*) Doutor em História Ibérica pela EHESS-Paris Sorbonne (França-2011); Doutor em História pela Universidade Nova de Lisboa (Portugal-2004) e Doutor em História pela Universidade de São Paulo (2001). Agraciado com o 1º lugar Prêmio Jabuti (2012) pela obra *História do Turismo no Brasil*. [assuncao@prestonet.com.br](mailto:assuncao@prestonet.com.br)



## O olhar ibérico sobre o Brasil e o legado colonial

Lélian SILVEIRA(\*), Maria Manuel BAPTISTA(\*\*)

**Resumo:** O conjunto de narrativas utilizadas na representação do Brasil faz parte das relações construídas ao longo de séculos. Com base nas brochuras turísticas recolhidas nas operadoras de viagens portuguesas e espanholas verifica-se que o Brasil é representado a partir de três geografias: natural/rural, urbana/cultural e social/humana. Além disso, cada uma das cartografias fornece um conjunto de referências responsável pela caracterização dos destinos. Considerando a importância da realização de estudos sobre a imagem do Brasil e a relevância da temática relativa à representação do “outro”, estabelecida pelo turismo, este artigo tem como objetivo investigar a representação do Brasil a partir do conteúdo textual das brochuras de promoção turística em Portugal e Espanha, nas temporadas 2012/2013 e 2014/2015.

**Palavras Chave:** Brasil, Turismo, Representação, “Outro”, Colonial.

(\*)Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca / RJ – Petrópolis, [lelian.silveira@hotmail.com](mailto:lelian.silveira@hotmail.com)

(\*\*) Universidade de Aveiro, [mbaptista@ua.pt](mailto:mbaptista@ua.pt)



## O papel ferroviário na definição do território turístico e da hotelaria: um recorte no Desvio Blauth

Pedro A. B. CÉSAR (\*), Luiz E. BRAMBATTI(\*\*), Thaise Z. MARCHESINI (\*\*\*)

O turismo na Serra Gaúcha tem um valor precoce como atividade produtiva. Assim, uma região que tem a sua formação urbana e regional datada da década de 1870, em menos de meio século posterior a este período, os processos de visitação tem marcos definidos em alguns equipamentos. Destes, destaca-se a construção de um turismo voltado a um lazer de veraneio associado às áreas lindeiras a estação ferroviária, meio de transporte que favorece a vinda de moradores principalmente da capital do Estado, Porto Alegre. Nesta pesquisa estuda-se este processo de criação da estrutura de hospedagem relacionado com estes valores e assim, dar-se destaque a hospedagem Veraneio Blauth & Haupt, do Desvio Blauth, hoje distrito de Farroupilha-RS. Realiza-se para tal, um levantamento bibliográfico de pesquisa anteriormente realizado acerca do turismo na região, e confrontando com fundamentação acerca do assentamento migratória e formação civilizatória deste local tão específico, identificando o papel do meio ferroviário para a definição do espaço turístico local, tendo como principal atrativo o legado cultural do imigrante germânico e italiano. Para atender o objetivo de reconhecer este processo social de formação turística e retratar esta sua formação como equipamento de hospitalidade, por este recorte, utiliza-se também de fotografias e recursos cartográficos. Desta maneira, identifica-se o processo de formação do turismo local através de pesquisa que retrata parte do desenvolvimento histórico de Caxias do Sul e região. Posteriormente, realiza-se pesquisa no local, com antigos moradores. Nesta entrevista, reforça-se por lógicas memoriais o papel deste marco arquitetônico (o hotel) no contexto geral da região, da localidade e das pessoas específicas. Destaca-se o seu papel como referência no turismo de lazer desta região, hoje um dos principais polos de atração turística do país, reconhecido pelo Ministério do Turismo.

**Palavras-chave:** Hospitalidade, Formação turística, Serra Gaúcha, Meio de Hospedagem, Equipamento turístico.

(\*) Pedro de Alcântara Bittencourt César, pabcesar@ucs.br

(\*\*) Luiz Ernesto Brambatti, lebramba@gmail.com

(\*\*\*) Thaise Zattera Marchesini, tzmarchesini@ucs.br



## O património imaterial como produto de turismo cultural: atratividade e (re)construção dos territórios

José MENDONÇA(\*), Eunice LOPES (\*\*)

**Resumo:** O recurso à “patrimonialização da cultura” está intimamente ligado a um esforço de conservação e de valorização, pela sua simbologia e importância atribuída no reforço do sentimento de identidade e da memória coletiva. O reconhecimento da importância histórica e cultural do património imaterial e a sua proteção legal através da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial da UNESCO (2003), veio reforçar a sua classificação e salvaguarda. Há muito que o Turismo Cultural é um dos mais importantes motivos de visita de turistas a Portugal onde o património cultural imaterial é grandemente apreciado, pela aproximação de “vivências sensações e emoções” que permite, entre os turistas e as comunidades. Neste enquadramento, pretende-se dar como exemplo o Cante Alentejano (CA) distinguido no dia 27 de Novembro de 2014 pela UNESCO, como Património Cultural Imaterial da Humanidade. A ativação do património cultural imaterial Cante Alentejano, insere-se numa estratégia da Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo (ERTAR) e a operacionalização do CA como produto turístico, resulta do estudo Diagnóstico do Plano Estratégico para o Desenvolvimento do *Touring* Cultural e Paisagístico do Alentejo e Ribatejo (DTCPAR). Com o objetivo de se apresentar algumas medidas que (re)concentrem a valorização do Cante Alentejano como produto de Turismo Cultural, utilizou-se uma metodologia que incluiu a observação direta do fenómeno em diferentes contextos e também entrevistas com diversos atores relacionados com o CA. Os resultados obtidos sobre o CA, apontam para um reconhecimento favorável à salvaguarda deste património cultural imaterial, enquanto produto turístico, contribuindo para o desenvolvimento local sustentado e (re)construção do território.

**Palavras Chave:** Cante Alentejano; Património Cultural Imaterial; Salvaguarda; Atratividade; Experiência Turística.

(\*)CJCP, ADBES, Évora, Portugal e JMDC – Animação Turística, LDA., Santarém, Portugal ([jrmendonca78@sapo.pt](mailto:jrmendonca78@sapo.pt))

(\*\*)UDCS, Instituto Politécnico de Tomar; CRIA-FCSH-UNL e GOVCOPP-UA, Portugal ([eunicelopes@ipt.pt](mailto:eunicelopes@ipt.pt)).





## O Turismo e a difusão do património cultural: Reflexões em torno de um caso prático

Ana LOPES(\*), Duarte Manuel FREITAS(\*\*)

**Resumo:** Os espaços rurais apresentam características únicas do ponto de vista dos valores patrimoniais que lhes conferem identidade e sentido(s) de pertença. Nas últimas décadas, em Portugal, temos assistido a uma crescente revalorização e refuncionalização destes recursos, como âncora à promoção da atividade turística propulsora de desenvolvimento e dinamização dos territórios. Cada vez mais, o Património é visto como um fator de desenvolvimento e só desta forma se pode explicar o crescente fenómeno de pretender tudo preservar, já denominado por “patrimonialização”. Para que esta valorização seja concretizada, nos pressupostos da valorização *in situ* dos recursos patrimoniais, é necessário proceder à sua interpretação de modo a não desvirtuar a sua essência. Neste sentido, património e turismo são duas realidades que convergem no quotidiano de vários atores entre os quais se incluem os turistas, as populações dos possíveis destinos, os agentes económicos, as associações locais e a administração pública local, responsável pela elaboração e veiculação de políticas relacionadas com a necessidade de preservar a autenticidade dos elementos culturais que, mediante um processo de valorização e ativação, se transformam em recursos político-patrimoniais. No presente estudo, a festa tradicional (de teor profano ou religioso) será tida como caso prático, enquanto *locus* de convergência patrimonial, onde se apresentam (e representam) elementos materiais e imateriais, contendo, no seu âmago, uma matriz cultural específica do sentido de pertença regional, cuja peculiaridade tem gerado interesse do ponto de vista do aproveitamento turístico. É nosso propósito analisar a Festa da Transumância em Alpedrinha enquanto recurso patrimonial e atração turística.

**Palavras Chave:** Turismo, Património, Interpretação patrimonial, Festa.

(\*) Instituto Politécnico da Guarda  
Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, nº50, 6300-559 Guarda  
anaventura@ipg.pt

(\*\*) Membro do CHSC da FLUC.



## O Turismo em Cidades Históricas: uma abordagem ao património mundial da UNESCO.

Miriam MOTA (\*), Manuela GUERREIRO (\*\*), Patrícia VALLE (\*\*)

**Resumo:** Este artigo considera a relação entre turismo e cidades históricas com especial referência aos patrimónios mundiais da UNESCO. De forma geral, analisa algumas questões importantes na literatura em torno da dinâmica de evolução do turismo nesses espaços. Inicialmente discute os conceitos de centro e cidade histórica no sentido de entender como são formadas as duas concepções e as implicações dessa compreensão nesses espaços reconhecidos como “históricos” e “patrimónios mundiais”, cujos conceitos surgem em pleno declínio dos centros antigos. Observa como o turismo passa a afetar esses espaços em forma e função a partir de suas evoluções como destinos turísticos e produtos do turismo cultural. Investiga como a operacionalização de conceitos centrais como competitividade, criatividade, autenticidade e sustentabilidade influenciam na imagem e desenvolvimento desse tipo específico de destino. Identifica os desafios e as ameaças das tensões que surgem da necessidade de desenvolvimento económico e de conservação, de adaptação a novas funções e serviços e de modernização para manter e melhorar os padrões de vida. De forma particular, investiga a visão bastante difundida de que o estatuto da UNESCO resulta em aumento nos padrões de procura e fluxo turístico e verifica que, apesar da sigla WHS (*World Heritage Site*) não ter sido criada com o objetivo de promoção do turismo surgiu como um instrumento altamente valorizado pelas cidades em seus esforços para se venderem como destinos turísticos. Com o objetivo de aprofundar este debate, o presente estudo analisa as políticas de desenvolvimento do turismo no centro histórico de São Luís no Brasil, património mundial desde 1997, e examina porque apesar do reconhecimento da marca património mundial e dos investimentos realizados a partir de sua nomeação, a cidade apresenta baixo grau de atratividade e competitividade no cenário turístico nacional. Fontes documentais não revelam aumento nos níveis de concorrência, nem variação significativa nos destinos emissores de turistas indicando a própria região como a principal emissora de visitantes. Como forma de investigar estas questões foram realizados inquéritos junto aos gestores do turismo, património e iniciativa privada sobre os principais problemas da gestão do turismo. Os resultados indicam deficiências em vários níveis de gestão do destino como uma política de promoção e *marketing* pouco eficazes, decréscimo na avaliação dos atrativos turísticos, necessidade de investimentos em infraestrutura e serviços e, sobretudo falta de canais de comunicação e colaboração entre as partes interessadas para ações integradas.

**Palavras chave:** cidades históricas, turismo, desenvolvimento, marketing, património mundial.

(\*) Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão com Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará e doutoranda do Programa de doutoramento em Turismo da FEUALG. [miriam\\_raquell@hotmail.com](mailto:miriam_raquell@hotmail.com)

(\*\*) PhD em Ciências Económicas e Empresariais (Gestão). Professora na FEUALG. Diretora do Mestrado em Gestão de Marketing na referida faculdade. Seus principais interesses situam-se nas áreas do marketing, do turismo e da cultura. [mmguerre@ualg.pt](mailto:mmguerre@ualg.pt)

(\*\*\*) PhD em Métodos Quantitativos Aplicados à Economia e Gestão. Professora da FEUALG. Membro do Programa de Doutoramento em Turismo. Áreas de investigação: marketing, turismo e estudos quantitativos. [pvalle@ualg.pt](mailto:pvalle@ualg.pt)



## Organismos de carácter internacional relacionados con el patrimonio

Ana MAFÉ GARCÍA(\*), María HERNÁNDEZ-REINOSO(\*\*)  
Isabel TORT AUSINA (\*\*\*), Francisco HIDALGO DELGADO(\*\*\*\*)

**Resumo:** The present text, deals with the importance of reference management strategies in tourism policy related to Heritage, based on the recommendations that have been carried out in the last third of the 20th century from different institutions in terms of sustainability. In this case, are dealing with the study of two organizations with an international character are directly related to Heritage, outside the international scope strictly tourist - as it would UNWTO, WTTC, TTRA, etc.- and dealing specifically with the product: cultural tourism. Thus, from the Heritage we find two key pillars in the study and development of cultural tourism, UNESCO and ICOMOS. The approach taken in our research, shows the path that has led UNESCO regarding the union of synergies between public institutions and the University, through UNESCO Chairs and UNITWIN Networks. And how there is an increasingly growing interest in implementing and developing these studies to the productive fabric of society, who in the long run, realizes the management of "Heritage" capable of be turned into a "Tourism Product". We continue with a documentary historical overview of how the ICOMOS addresses the cultural tourism product from its mission, to promote the theory, methodology and technology applied to the conservation, protection, enhancement and appreciation of monuments, the monumental sets and his environments. Then we make a reflection on heritage and tourism in relation to, not all tourism is patrimony, nor all cultural resources are likely to be "tourism". Proposed examples of initiatives within the sustainable tourism efforts carried out in Portugal through the UNESCO Creative Cities Network such as Idanha-a-Nova, as the Creative City of Music and Óbidos as a Creative City of Literature also both included in the year 2015. Finally, a concluding summary, contains the main lines of the future that we believe to be necessary in the enhancement of the heritage as a generator of tourist products.

**Palavras Chave:** Cultural tourism, heritage, ICOMOS, UNESCO, Creative Cities, Idanha-a-Nova, Óbidos.

(\*)Universidad de Valencia, [encuva@gmail.com](mailto:encuva@gmail.com)

(\*\*)Universidad de Valencia, [maria@alexalemany.com](mailto:maria@alexalemany.com)

(\*\*\*)Universitat Politècnica de València, [isatort@upv.es](mailto:isatort@upv.es)

(\*\*\*\*)Universitat Politècnica de València. [fhidalgo@upv.es](mailto:fhidalgo@upv.es)



## Os estereótipos turísticos como forma de manipulação durante a ditadura militar brasileira

Patrícia FINO (\*), Odaléia QUEIROZ (\*\*)

**Resumo:** Durante os anos de 1964 e 1985, o Brasil viveu sob uma ditadura militar, marcada por forte repressão político/ideológica aos opositores do regime. Violência, tortura, impunidade e desigualdade foram algumas das consequências do período ditatorial que se instalou no país. Nesta fase, principalmente entre os anos de 1969 e 1974, houve intensa censura aos meios de comunicação (que resultou em controle de tudo que era publicado) e o governo investiu massivamente na divulgação do “milagre econômico” e temas nacionalistas como forma de manipular a população. Santos Filho (2008) afirma que a Empresa Brasileira de Turismo - EMBRATUR foi utilizada pelos militares para divulgar uma imagem positiva do país no exterior, uma vez que as denúncias de repressão e violência poderiam prejudicá-los. Esta divulgação foi feita por meio de estereótipos, prejudicando a atividade turística, como é o exemplo do turismo sexual. Esta pesquisa se propôs a investigar se os estereótipos turísticos utilizados no exterior também foram utilizados internamente como forma de promover a ideologia proposta pelos militares resultando em maior controle da população. A metodologia utilizada foi a Análise Crítica do Discurso que permitiu compreender o sentido do texto e como ele se articulou com a história e com a sociedade. A revista *Veja* foi o objeto de análise desta investigação devido ao seu alcance nacional e sua expressiva tiragem no período. Foi realizado o levantamento de uma amostra das edições da Revista *Veja*, compreendendo o período em que a revista esteve sob censura (de 1969 até o primeiro semestre de 1974), sendo catalogados anúncios, capas, e matérias referentes às passagens que permitiram traçar um panorama do período. *Brasil: terra do sol e do mar, das belas mulheres, do povo alegre e hospitaleiro! País rico em belezas e recursos naturais e hegemônico em futebol, carnaval e felicidade. Este foi o Brasil reiteradamente apresentado nos discursos correntes no período analisado, sobretudo por meio dos estereótipos turísticos.* Poucas são as literaturas que transitam pelos três temas: regime militar, imagem e estereótipos turísticos. Nesta pesquisa a história será revista e reexaminada perante um aspecto ainda não explorado. Acredita-se que o ineditismo e a importância histórica do tema justificam a relevância do trabalho proposto.

**Palavras Chave:** Regime Militar. Turismo. Estereótipo. Discurso.

(\*) Doutoranda do Programa Ecologia Aplicada – USP/ESALQ (bolsista FAPESP), Mestre em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente (bolsista Capes) e Bacharel em Turismo. [prof.patriciafino@hotmail.com](mailto:prof.patriciafino@hotmail.com)

(\*\*) Doutora em Engenharia Ambiental, Mestre em Geociências e Meio Ambiente, geógrafa, turismóloga e docente da ESALQ – USP. [otmmquei@usp.br](mailto:otmmquei@usp.br)



## Ouro Preto (MG) e seus atrativos: cidade de muitos patrimônios

Valéria da Conceição CHAVES (\*)

**Resumo:** O presente trabalho é parte de pesquisa desenvolvida entre junho e dezembro de 2012 e teve como objetivo de mapear os patrimônios naturais do município de Ouro Preto (MG) e seus distritos. A partir, da realização do inventário do patrimônio natural de Ouro Preto, a pesquisa analisou a oferta turística do município e sua relação com o ecoturismo. Além disso, a pesquisa analisou os atrativos naturais como elementos integrados ao conceito de patrimônio, propiciando a realização de uma pesquisa exploratória, que se caracteriza pelo planejamento flexível, utilizando pesquisa bibliográfica, aplicação de questionários e observação *in loco*. Trata-se, pois de uma pesquisa quantitativa na medida em que fez uso dos dados recolhidos durante a aplicação de questionários e qualitativa por priorizar uma abordagem histórica, tendo em vista as inúmeras influências que permearam o processo de reconhecimento dos atrativos naturais como elementos do patrimônio do município. Neste sentido, merece destaque as ações de observação *in loco* e a análise dos questionários que permitiu perceber como moradores, turistas e representantes dos órgãos de informação ao turista reconhecem e exploram as atratividades naturais do município. Inicialmente, esta análise baseou-se na documentação relativa à divulgação das atratividades turísticas da região e na pesquisa bibliográfica. Através de parceria com a Diretoria de Projetos da Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SEMMA), foi realizada uma pesquisa bibliográfica prévia, a criação de um acervo fotográfico das principais atratividades naturais, bem como a aplicação de questionários estruturados aos diferentes segmentos envolvidos. Pretende-se com a divulgação desta pesquisa ampliar a percepção dos atrativos turísticos, da colonial cidade de Ouro Preto (MG), ampliando e propiciando melhorias nas políticas públicas voltadas a este segmento do turismo.

**Palavras-chave:** Atrativos, Atrativos Naturais; Ouro Preto (MG).

(\*)Valéria da Conceição Chaves, Mestre em Educação (UFJF), Especialista em Educação Empreendedora (UFSJ), graduada em Turismo (UFOP) e licenciada em História (UFJF) e atualmente é professora substituta do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP).



Para a história do turismo na ilha de São Miguel (açores) – a sociedade *terra nostra*

Susana Serpa SILVA(\*)

**Resumo:**Embora visitadas por muitos viajantes estrangeiros, ao longo do século XIX, as ilhas dos Açores, em particular, S. Miguel, não conheceram o mesmo incremento do turismo que ocorreu na ilha da Madeira, em grande parte beneficiada pelas características do seu clima. Todavia, as preocupações com a actividade turística e com a necessidade de divulgar o arquipélago no exterior, remontam a finais de oitocentos, conforme atestam a criação da Sociedade Propagadora de Notícias Micaelenses, fundada em 1898 ou o debate gerado, na imprensa, em torno da visita régia de 1901. A questão assumiria maior vitalidade já no século XX, sendo de ressaltar o papel da Sociedade *Terra Nostra*, fundada por Vasco Bensaúde, em 1933. Doravante a família Bensaúde viria a desempenhar uma relevante intervenção na área do turismo pelo que, na presente comunicação, se pretende analisar o papel e a importância da Sociedade *Terra Nostra* para o desenvolvimento do turismo na ilha de S. Miguel.

**Palavras Chave:** Ilha de S. Miguel (Açores); Turismo; Séculos XIX e XX; Sociedade Terra Nostra.

(\*) Universidade dos Açores. Doutorada em História Contemporânea. Investigadora integrada do CHAM (Centro de História de Aquém e de Além Mar – FCSH – Universidade Nova de Lisboa / Universidade dos Açores). A autora escreve segundo as regras anteriores ao Acordo Ortográfico.

<sserpasilva@sapo.pt>





## Patrimônio alimentar e interação entre sujeitos rurais e turistas: efeitos nos modos de vida dos proprietários da Pousada Fazenda do Amor

Ana Maria Costa BEBER (\*), Renata MENASCHE (\*\*)

**Resumo:** O turismo no espaço rural vem se desenvolvendo como produto de consumo, cujo patrimônio e a identidade são incluídos como recursos da modernidade, tendo uma infinidade de usos. Neste contexto, muitos objetos patrimonializados passam por uma descontextualização progressiva em relação aos modos de vida particulares, em que tiveram origem e significações específicas. Com isso, algumas manifestações desaparecem, enquanto outras, as que obtiveram êxito, são imitadas em diversos lugares. Nesse cenário, destacamos que o patrimônio alimentar vem sendo impulsionado no turismo, já que fornece exclusividade ao destino turístico. A comida vincula-se ao lugar, aos alimentos nele produzidos e ao modo como são combinados ao serem preparados. É a partir desse quadro que este artigo se delinea, na tentativa de explicar, a partir das práticas alimentares cotidianas, como a interação entre sujeitos rurais e turistas incide nos modos de vida dos proprietários da Pousada Fazenda do Amor e seus familiares. Salientamos que nesta relação de interação não há sujeito passivo, o que significa afirmar que há ação propositada (agência) tanto dos sujeitos rurais como dos turistas. Quanto aos procedimentos metodológicos, foram observadas as rotinas alimentares das famílias rurais estudadas, em contraste com a alimentação ofertada como produto turístico, usando como método a etnografia com uso da observação participante e entrevistas semiestruturadas. A partir disso, buscamos, em uma perspectiva histórica, relacionar aos processos observados os efeitos do contato intercultural entre visitados e turistas. Os resultados apontam que os familiares da Pousada Fazenda elaboraram estratégias para minimizar os efeitos do turismo nos modos de vida local através da construção de cardápios dentro de três categorias, que são a comida turística, a comida da cidade e a comida nossa. A última categoria visa preservar o que é considerado patrimônio familiar.

**Palavras Chave:** Turismo Rural. Patrimônio Alimentar. Efeitos. Modos de vida. São José dos Ausentes (RS).

(\*) Cursando Estágio Pós Doutoral no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (UCS). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura. Bolsista CNPQ. Universidade de Caxias do Sul. [galaxia\\_ana@hotmail.com](mailto:galaxia_ana@hotmail.com)

(\*\*) Professora e pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Antropologia (UFPel) e professora colaboradora no do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural (UFRGS). Coordena o Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura. Universidade Federal de Pelotas. [renata.menasche@gmail.com](mailto:renata.menasche@gmail.com)





## Patrimônio cultural e turismo: apropriação, reinvenção e espetacularização da *feira do divino* em espírito santo do pinhal/sp

Renata Maria TAMASO (\*)

**Resumo:** O Turismo Cultural é um dos segmentos que mais cresce no mundo atualmente, sendo as festas populares - de natureza sagrada ou profana -, as manifestações culturais que recebem maior atenção dos turistas. Tais manifestações são importantes recursos ao turismo e como tal dinamizam as economias local, regional e nacional. As festas e festejos a santos padroeiros são elementos importantes da cultura popular brasileira, introduzidos pelos portugueses ao longo de 300 anos de colonização e que por meio do sincretismo religioso foram sendo apropriados, recriados e/ou reinventados pela sociedade brasileira. Ao analisarmos a forma como cada festa foi se desenvolvendo desde sua introdução no Brasil - seus elementos característicos, suas práticas e representações e sua importância como instrumento de afirmação de identidades grupais, locais/regionais - podemos conhecer com mais densidade o papel de cada uma delas na construção da cultura brasileira. A Festa do Divino Espírito Santo é conhecida como uma das mais importantes representações da religiosidade do povo brasileiro que ocorre em diferentes regiões do país como demonstração da devoção ao *Divino*. A cidade de Espírito Santo do Pinhal (SP), marcada pela influência portuguesa, atualmente tem na Festa do Divino uma de suas maiores representações de fé. A devoção ao *Divino* teria chegado à região juntamente com seus fundadores no século XIX, mas ganha destaque com a organização da Festa somente a partir da década de 80 do século XX, incentivada pela Paróquia local. Esse lapso temporal entre a introdução da devoção ao *Divino* e as primeiras representações da Festa na cidade é nosso objeto de análise. Por meio dessa expressão cultural buscamos refletir sobre o patrimônio imaterial brasileiro considerando especialmente suas formas de “apropriação” e “reinvenção”. Além disso, analisaremos seus usos nas atividades turísticas e a “espetacularização” dos bens culturais pelo turismo.

**Palavras-Chave:** Patrimônio Imaterial, Turismo Cultural, Apropriação/Reinvenção, Espetacularização, *Festa do Divino*.

(\*) Doutora em História (UNESP – Assis), Especialista em Planejamento e Marketing Turístico (SENAC – Águas de São Pedro), aluna do Curso de Especialização em Gestão Cultural (EAD – SENAC). Professora no Curso de Gestão em Turismo do IFSP – Campus Barretos.



## Património Histórico-Cultural Vinícola no Entre Douro e Minho como Recurso Turístico

Gonçalo MARQUES(\*) e José Maia MARQUES(\*\*)

**Resumo:** O *terroir* da actual Região Demarcada dos Vinhos Verdes é rico em manifestações culturais - do edificado ao antropológico, do histórico ao monumental, passando pelo documental - que atestam uma história milenar feita da valorização dos recursos endógenos e das potencialidades que os minhotos sempre puseram ao serviço da sua própria sobrevivência. Propomo-nos, neste estudo, olhar para recursos turísticos que, isoladamente (pela sua valia intrínseca) ou em conjunto (formando um conglomerado de "culturas") podem e devem ser aproveitados - lagares, vinhas centenárias, estruturas de vinificação, solares e quintas. Sendo o Porto e Norte de Portugal um destino enoturístico da maior importância no quadro peninsular (tendo em conta que reúne, num só espaço, o Minho e o Douro - para além de Trás-os-Montes e da região raiana) importa qualificar a oferta, associando a importância do "conteúdo" (histórico, patrimonial) à "forma" (paisagem da região demarcada), conferindo-lhe cada vez mais informação, com desejável rigor científico que o turista procura cada vez mais. Esta proposta está integrada numa rota em que se revisitam, em primeiro lugar, as origens históricas da produção de vinho verde; em segundo lugar, a dimensão memorialística e patrimonial desse lastro histórico - presente na paisagem física, humana e edificada e, em último lugar, um contributo para o debate do enoturismo na região demarcada dos vinhos verdes.

**Palavras Chave:** Património Vitivinícola; História Cultural; Enoturismo; Entre Douro e Minho

(\*) [gmaiamarques@gmail.com](mailto:gmaiamarques@gmail.com)

(\*\*) [jmaiamarques@gmail.com](mailto:jmaiamarques@gmail.com)



## Period drama as a boost to heritage tourism

Norma Ferreira(\*),Valdemar Martins (\*\*)

**Resumo:** Films and TV series in general and period drama in particular have been bringing heritage sites closer and a reinterpretation of history into people's living rooms. As a consequence, when deciding which tourist destination to visit, what is seen on screen becomes a natural influence not only for its aesthetics but also for other reasons suggested here. In 2010, *Downton Abbey* restarted a type of tourist demand already witnessed in the eighties to Castle Howard and its alter-ego *Brideshead*, and in the nineties to Lyme Park, the exterior setting for Pemberley in *Pride and Prejudice*. *Gran Hotel* premiered on Antena 3 (Spain) on October 2011, and was later broadcast in other fourteen countries, including Portugal. Set in an early twentieth century fictional aristocratic hotel, the plot is centered on the mysteries that involve the Alarcón family and its servants. More than historical attractions, Highclere Castle and Palacio de la Magdalena became pilgrimage reference points for the fans of these period dramas who want to follow the footsteps of their favourite characters. This paper will address the similarities between the two series and the way they have been inducing viewers to visit both heritage sites. Through an empirical analysis, we will confront the narrative present in *Downton Abbey* and *Gran Hotel* with the use of space where the action unfolds. Both scenarios are central to the narratives since the conflicts of the characters are constructed around the "house". The factual dimension of the setting is replaced by a gradual construction of it as a (lifeless) character, one which cuts across all human characters and respective plots. This analysis results in the confrontation between the fictional spaces created for the series and the interpretation visitors make of the locations as tourist products with extra historical significance. Besides a film analysis, we will do a sociological reading of the choice of these sites by tourists. Our study reveals that the increasing number of visits to these spaces do not rely on the historic idiosyncrasies of Highclere Castle and Palacio de la Magdalena but on the fact that they are the real *Downton Abbey* and *Gran Hotel* in the minds and imagination of visitors, as many testimonies seem to prove. The filmic dimension goes beyond aesthetics and influences the choice of tourist destinations by adding other meanings to it. Even conscious of its fictionality, the visitor searches for the filmic character in the historic space.

**Palavras Chave:** *Downton Abbey*; Heritage sites; *Gran Hotel*; Period drama; Tourist attractions.

(\*) (Instituto Politécnico de Leiria/ESTM e Centro de Estudos Humanísticos da Universidade do Minho) norma.ferreira@ipleiria.pt

(\*\*) (Instituto Politécnico de Leiria/ESTM e Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa) vmartins@ipleiria.pt



## Portugal e República Dominicana: de um “plano português” inovador para o turismo dominicano (1995-1997) à realidade actual (2016)

Jorge MANGORRINHA(\*)

**Resumo:** A República Dominicana foi um território de descoberta para uma equipa de consultores portugueses que, a partir de 1995 e durante mais dois anos, planeou o futuro. Há vinte anos, portanto, esteve nas nossas mãos o primeiro plano de ordenamento turístico que uma equipa portuguesa realizou no estrangeiro, e em duas dezenas de anos a República Dominicana transformou-se turisticamente e tem sido um dos destinos preferenciais dos Portugueses. Uma abordagem abrangente, importa questionar o seguinte; – Será que aquele território evoluiu segundo as recomendações do Plano Nacional de Ordenamento do Território Turístico da República Dominicana, designadamente respeitando valores de sustentabilidade, sobretudo num contexto de “turismo de massas”? – Que doutrina ficou deste plano pioneiro, tanto para esse território, como para o universo do planeamento turístico à escala global? – E o que é que Portugal beneficiou com isso? Estas são questões de fundo. Mas esta intervenção pretende, antes de mais, fazer um enfoque específico em duas vertentes: – a) Uma visão sobre as dimensões da relação do planeamento turístico com as culturas e o património locais, designadamente o património inscrito pela UNESCO como Património Mundial (Zona Colonial de Santo Domingo) e os ritos e cultura locais distribuídos por todo o território dominicano; – b) Uma interpretação sobre a evolução histórica recente de um território específico, pensado há duas décadas por portugueses e que evoluiu na sua capacitação turística como país de turismo. Nestas duas vias de análise, no que ao tema desta conferência diz respeito, pretende-se verificar como o planeamento turístico possui uma base de relação muito próxima com a história e a cultura, para além de que a história é essencial, também, para que, no presente, se traçam caminhos de futuro no turismo mundial e no espaço ibero-americano em particular, atendendo à rede possível de trocas, circuitos e rotas entre os dois lados do Atlântico, que deve tomar uma modernidade para os tempos actuais e futuros.

**Palavras Chave:** Planeamento Turístico, Portugal, República Dominicana.

(\*) Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Departamento de Turismo, Campo Grande, 376, 1749-024 Lisboa  
jorge.mangorrinha@ulusofona.pt



## Potencialidades turísticas da serra grande - município do cantá – estado de Roraima

Elizabeth Melo NOGUEIRA (\*), Ivone Mary Medeiros de SOUZA (\*\*), Clara Roberta de Melo CESÁRIO (\*\*\*), Fernanda Aires da SILVA (\*\*\*\*)

**Resumo:** O presente estudo apresenta as potencialidades de desenvolvimento do turismo de aventura na Serra Grande I. Com base na análise do referencial teórico sobre o tema, buscou-se diagnosticar e prognosticar propostas para o turismo de aventura e sua infraestrutura no município do Cantá, a partir do levantamento da realidade. O objetivo foi constatar o verdadeiro potencial turístico, de modo que os principais atrativos possam ser conhecidos, divulgados e preservados, podendo até serem empreendidos. O método utilizado foi a pesquisa básica obtida através da Tabela de Cárdenas Tabares. Os resultados obtidos demonstraram que a Serra Grande I possui alto potencial para as atividades do Turismo de Aventura e a prática de esporte. No entanto, verificou-se a ausência de infraestrutura básica e turística e serviços adequados na rede de hotelaria, restaurantes e investimentos por parte dos órgãos públicos, além do pouco envolvimento da população local no planejamento e gestão do turismo.

**Palavras Chave:** Turismo de Aventura. Diversidade. Serra Grande I. Município do Cantá.

(\*) Mestre em Ciências pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2013) e Graduada em Licenciatura Plena em Filosofia (1986), Diretora de Ensino de Graduação do IFRR, conselheira do conselho consultivo do PARNA Monte Roraima. Professora de Etnografia – IFRR. [betemnogueira@gmail.com](mailto:betemnogueira@gmail.com)

(\*\*) Mestre em Ciências pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (2013), Graduada em Licenciatura Plena em Letras e Pedagogia (1990), Pró-reitora de Ensino do IFRR. Professora de Língua Portuguesa – IFRR. [ivonemedeiros@ifrr.edu.br](mailto:ivonemedeiros@ifrr.edu.br)

(\*\*\*) Tecnóloga em Gestão de Turismo pelo IFRR (2014). Acadêmica do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo – IFRR. [clarinhacesario@gmail.com](mailto:clarinhacesario@gmail.com)

(\*\*\*\*) Tecnóloga em Gestão de Turismo pelo IFRR (2014). Acadêmica do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo – IFRR. [nandaairesilva@gmail.com](mailto:nandaairesilva@gmail.com)



## Produtos turísticos emergentes: o rio Amazonas como potencializador de turismo criativo-cultural

Cláudia Henriques(\*)

**Resumo:** A Amazônia é uma importante região da América do Sul, frequentemente associada à sua floresta, a qual cobre grande parte da maior bacia hidrográfica do planeta com 7,05 milhões de km<sup>2</sup>. O rio Amazonas é a espinha dorsal desta bacia sendo o rio mais longo e caudaloso do mundo, apresentando uma extensão de 7.040 km desde a sua nascente, a 5,6 mil metros de altitude, na Cordilheira peruana (no Perú), até à sua foz em terras brasileiras, na divisão do Pará com o Amapá. Percorre territórios de vários países (tais como o Peru, Colombia, Bolívia, Equador, Guiana, Venezuela e Brasil) e tem mais de 1000 afluentes que estão em ambos os lados das suas margens e nos dois hemisférios (norte e sul) (INPE,2015). Este rio, percorrido, desde o século XV à atualidade, por múltiplos descobridores, conquistadores, aventureiros, naturalistas, cientistas, entre outros, tende em consequência a deter, do ponto de vista histórico-cultural, uma riqueza que cabe introduzir em narrativas turísticas interpretativas. Neste contexto, o presente artigo pretende averiguar exploratoriamente conteúdos para o desenvolvimento do turismo cultural-criativo associado ao rio Amazonas. Consequentemente, inicia com uma reflexão sobre a importância do turismo cultural e criativo em interconexão com o turismo fluvial com vista a potencializar a valorização de experiências turístico-culturais. Seguidamente, apresenta como estudo de caso a sugestão de percursos/roteiros turísticos apoiados em documentos históricos de autoria de viajantes que ao longo de sete séculos percorreram e descreveram o rio, contribuindo para a sua construção como elemento da identidade Amazónica.

(\*)[chenri@ualg.pt](mailto:chenri@ualg.pt)



## Projetos turísticos e retomadas identitárias: a estrada real como metonímia da “mineiridade”

Carina Amorim Dutra(\*)

**Resumo:** A construção do imaginário social em torno do estado de Minas Gerais, Brasil, tem forte entrada pelo modo de vida atribuído ao seu povo, o mineiro. Essa figura folclorizada, por vezes, mitológica é, nos nossos dias, matéria prima para uma nascente indústria turística que, mobilizando as ditas características especiais desse povo, a chamada “mineiridade”, oferece ao mercado turístico o produto Estrada Real (ER). A ER é uma rota turística que promove o reavivamento de um discurso identitário regional construído sobre a histórica exploração das minas de ouro que em sua origem foi um elemento de construção da identidade política dos governantes mineiros. No século XX um deslocamento dessa visão de mineiridade se opera; um deslizamento ocorre do campo do puramente político para o político-econômico, sendo a mineiridade convertida em produto turístico a partir do momento em que a cultura ganha status de mercadoria. Na ordem do discurso turístico, a ER, como suposta representante da história e cultura de Minas Gerais, se torna a expressão máxima da mineiridade. Assim sendo, partindo de uma abordagem geo-histórica, procuraremos discutir as relações de poder que atravessam a construção dessa “mineiridade turística” por meio de algumas questões essenciais: estaríamos frente a um movimento de “invenção” de tradições? A mineiridade é capaz de fundar novas territorialidades turísticas? A resposta a tais questionamentos nos permitirá contribuir com as reflexões sobre a situação espacial desencadeada pela turistificação da ER nas vias da mineiridade. Os dados mobilizados provêm da análise de material de difusão da ER, assim como de entrevistas realizadas junto a turistas e ao Instituto Estrada Real (IER), instância de governança da rota. Um jogo identitário combina pares de opostos pela necessidade de o passado se adaptar aos interesses do presente. Nessa ordem discursiva, o mineiro, enquanto figura folclorizada, é ao mesmo tempo tímido, mas alegre, desconfiado, porém acolhedor, simples, mas podendo essa simplicidade ser sofisticada – por interesse da indústria turística. Esse povo, charmoso por ser provinciano, é ao mesmo tempo universal. O poder local e o global se mescla nessa nova faceta da mineiridade que se mostra mais fluída. Uma decalagem se anuncia entre o projeto institucional, o espaço real e a adesão do turista à ER como produto turístico. A eficiência da recuperação de discursos identitários regionais como trunfo de territorialização de rotas turísticas se coloca então em perspectiva.

**Palavras Chave:** identidade regional, mineiridade, turismo, territorialidade.

(\*)Universidade de Paris 1 Panthéon Sorbonne. Equipe Interdisciplinar de Pesquisas em Turismo (EIREST) amorimdutra@hotmail.com





## Re-designing sardinia's identity: the expo2015 experience

Nicolò CECCARELLI(\*)

**Resumo:** The paper describes a recent project carried out by our research team in conjunction with Milan's international exhibit Expo2015. As part of a larger research project for Sardinia's Regional Department of Tourism, we have developed a general plan for the touristic promotion of Sardinia during the Expo. The plan has been implemented through a series of design solutions, embracing corporate identity, multimedia, web and social networking communication, exhibit design, that was experimentally disclosed last september during the one-week Expo events at the Sardinian Pavillion. The research project, which has involved a team of about twenty five scholars and junior researchers from our Department and from a fellow research team from the University of Cagliari, has been a unique opportunity to explore a vast series of issues related with communicating the identity a Region such as Sardinia - one of Italy's touristic top destinations for its environmental and natural value - to a large international arena such as that of Expo2015, through a series of integrated communication strategies. During its one week presence at Milan's Expo last september, the Sardinian Pavillion we designed has been visited by more than ninety thousand people. One of the short films we produced for the exhibit scored about one hundred thousand and thirty hits on Facebook. The paper will present and discuss the key ideas about our project, in terms of a complex series of actions for promoting Sardinia's tangible and intangible heritage, through an ambitious integrated project. Starting from the new corporate image we designed for Sardinia, but beyond that, devising a more complex communication strategy, that around the Expo project, combined a variety of different communication products and activities: visual design short films, animation, interior and exhibit design, social networking, in order to put together a general strategy, in track with the contemporary scenario of communication, and combining the physical dimension with the virtual one of the web and of social networks.

**Palavras Chave:** exhibit design, visual design, strategic design.

(\*)Department of Architecture, Design and Planning, University of Sassari, Italy. [ceccarelli@uniss.it](mailto:ceccarelli@uniss.it)



## Relação entre turismo e conservação do património arquitetónico: o caso dos conventos capuchos da província de piedade, portugal

Elidomar da Silva ALCOFORADO(\*), Ariadne Barreto PIGNATON (\*\*),

Belmira de Fátima Gomes ANTUNES (\*\*\*), Ana Claudia Costa GOMES (\*\*\*\*),

**Resumo:** Este artigo tem como objetivo analisar a influência da atividade turística na conservação do património arquitetónico, tendo como objeto de pesquisa os conventos Capuchos da Província da Piedade, Alentejo/Algarve, em Portugal. Foi realizado um estudo comparativo entre os conventos que são utilizados como atrativos turísticos ou estão inseridos em um contexto turístico e aqueles que não possuem atividade turística ou estão excluídos do sistema turístico, observando-se os fatores de conservação, divulgação, sustentabilidade e conhecimento do património. Como metodologia de pesquisa, a investigação alicerçou-se na triangulação de dados (levantamento bibliográfico, análise documental e fontes primárias), analisando-se 20 conventos dos distritos do Algarve e do Alentejo. Para a análise de dados, foi escolhida a abordagem mista, qualitativa e quantitativa, utilizando-se o método de foto-elicitação, estatística descritiva e correlação de variáveis. No que diz respeito ao campo teórico, o estudo baseou-se nos principais temas relacionados com o turismo histórico, património, sustentabilidade e conservação. A análise de dados permitiu observar uma correlação positiva entre atividade turística e conservação do património, tornando possível observar que os monumentos inseridos em contexto turístico apresentam um bom estado de conservação, conhecimento e valorização do património, enquanto aqueles que não se apresentam como produto turístico, encontram-se em mau estado de conservação, além de desconhecimento da comunidade e turistas. Conclui-se que a atividade turística influencia positivamente na sustentabilidade e conservação dos conventos observados.

**Palavras Chave:** Turismo histórico. Património. Sustentabilidade.

(\*) Universidade do Algarve / Universidade Federal de Pernambuco,  
*elidomar.alcoforado@gmail.com*

(\*\*) Universidade do Algarve, *taadde@gmail.com*

(\*\*\*) Universidade do Algarve, *belmirantunes@hotmail.com*

(\*\*\*\*) Universidade do Algarve / Universidade Federal de Pernambuco, *anagomes@ufpe.br*



## Repercussões da convenção do patrimônio mundial sobre as políticas públicas de turismo para Olinda

Gloria Maria WIDMER (\*), Fernanda Abreu dos SANTOS (\*\*),  
Ana Julia de Souza MELO (\*\*\*), Maria Helena Cavalcanti da Silva BELCHIOR(\*\*\*\*), Elissélia Keila  
Ramos Leão PAES (\*\*\*\*\*)

**Resumo:** A Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, é um instrumento normativo internacional criado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura - UNESCO, em 1972, com o objetivo principal de instituir um sistema eficaz de proteção para os bens considerados únicos, insubstituíveis e de valor excepcional para a humanidade. Por consequência, também é responsável pela criação da Lista do Patrimônio Mundial, onde atualmente constam 1031 sítios, dos quais 19 brasileiros, sendo um deles o centro histórico da cidade de Olinda, em Pernambuco. Olinda mereceu inscrição na Lista do Patrimônio Cultural Mundial por sua representatividade na história do Brasil e do continente americano, como cidade testemunho do ciclo da cana-de-açúcar no Brasil e por abrigar, em suas ladeiras e colinas, conjunto das mais antigas casas e igrejas da América. Embora a Convenção responsável pela inscrição de Olinda na Lista do Patrimônio Cultural Mundial pareça apresentar objetivos sem ligações diretas com o Turismo, tem demonstrado indícios de interferência na atividade turística das localidades que titula, principalmente no que se refere à valorização da atratividade destes bens. (WIDMER, 2007). Considerando-se os objetivos protecionistas da referida Convenção Internacional; o fato de seu texto ter sido ratificado pelo Brasil por intermédio do Decreto nº 80.978, de 12 de dezembro de 1977, o que a faz ter validade no Brasil; e a existência de atividade turística expressiva em Olinda, verificou-se a importância e a oportunidade de proceder à realização de estudo que contemplasse as relações entre a Convenção do Patrimônio Mundial e o desenvolvimento de políticas públicas para o turismo em Olinda. Acredita-se, afinal, que a Convenção deva ser levada em consideração durante o processo de elaboração de políticas públicas de turismo para a cidade. Frente às considerações preliminarmente apresentadas, o presente trabalho objetiva conhecer as repercussões geradas pela Convenção do Patrimônio Mundial sobre as políticas públicas de turismo desenvolvidas e vigentes para Olinda, pautando-se por procedimentos pertinentes à pesquisa exploratória, notadamente pesquisa bibliográfica e documental e entrevistas com membros da administração pública ligados ao turismo. Os resultados alcançados foram surpreendentes em relação às atuais políticas públicas de turismo observadas, deixando explícitas as reais formas com que se trata a titulação mundial de Olinda.

**Palavras-chave:** Olinda. Turismo. Políticas Públicas. Patrimônio Mundial.

(\*) Gloria Maria Widmer: turismóloga, Mestre e Doutora em Turismo. Advogada. Professora Adjunta do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil. gmwidmer@uol.com.br

(\*\*) Fernanda Abreu dos Santos: turismóloga. Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil. abreufernanda27@gmail.com

(\*\*\*) Ana Julia de Souza Melo: educadora Física, Mestre em Hospitalidade e Mestre em Turismo. Professora Assistente do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil. anjutur@gmail.com

(\*\*\*\*) Maria Helena Cavalcanti da Silva Belchior: turismóloga e Mestre em Gestão da Sustentabilidade. Professora Assistente do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil. mhcavalcanti@gmail.com

(\*\*\*\*\*) Elissélia Keila Ramos Leão Paes: turismóloga e Mestre em Turismo. Professora substituta do Departamento de Hotelaria e Turismo, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Brasil. elisselia@hotmail.com



## Salvador, cidade capital, cidade patrimônio

Maria Estela Lage SANTOS (\*), Heloísa Helena Fernandes Gonçalves da COSTA. (\*\*)

**Resumo:** Esse artigo tem o intuito de divulgação dos resultados da pesquisa científica realizada no âmbito do GREMM - Grupo de Estudos em Museologia, Museus e Monumentos -, sobre a cidade de Salvador, que foi a 1ª capital do Brasil e coração lusitano nas Américas; desde 1985, seu centro antigo é considerado patrimônio da humanidade pela UNESCO. Em razão dessas características o GREMM criou o blog (<https://salvadorcidadepatrimonio.wordpress.com>) e a fanpage (<https://www.facebook.com/Salvadorcidadepatrimonio>), mecanismos de comunicação, que tem levado muitas pessoas, entre moradores e turistas a trocar experiências de locais e de roteiros históricos/patrimoniais com o grupo. Assim, este artigo vem falar da importância de se pesquisar cientificamente os espaços das cidades e divulgar bem os resultados da pesquisa para sensibilizar turistas, moradores e demais interessados em turismo cultural bem como estimular a realização de ações de cidadania responsável visando à preservação e conhecimento do patrimônio cultural das cidades patrimônio.

**Palavras Chave:** Salvador, história, cidade-patrimônio, monumentos, turismo.

(\*) Maria Estela Lage Santos, Licenciada em História (FTC), Bacharel Interdisciplinar em Humanidades com ênfase em Política e Gestão da Cultura (UFBA), Mestranda do Programa de Pós-graduação em Museologia da Universidade Federal da Bahia. [estela.lage1@gmail.com](mailto:estela.lage1@gmail.com)

(\*\*) Heloísa Helena Fernandes Gonçalves da Costa, Doutora em Sociologia pela Université du Québec à Montréal (2000), Mestra em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia (1984) graduada em História pela Universidade Federal Fluminense (1973), graduada em Museologia – Museu Histórico Nacional (1973). [helocosta773@gmail.com](mailto:helocosta773@gmail.com)



## Serra da Capivara, World Heritage (1991), Tourism and history at the service of humanism.

Pedro Paulo A. FUNARI, Michel JUSTAMAND

**Abstract:** Serra da Capivara is a unique case of heritage, tourism, history and archaeology put together in a humanist setting. First, the standpoint is to be made explicit: it considers a social history approach the most useful to understand how scholarship and heritage changed over time. It then deals with Brazilian history and how tourism and heritage changed over time, since the 19th c. to turn then to more recent developments, particularly the Estado Novo dictatorship (1937-1945) and the nationalist invention of Baroque touristic heritage. In the wake of democratic rule in 1945, heritage and tourism underwent meaningful changes. Ordinary people, blacks and natives were introduced as key players, resulting in the 1961 law protecting prehistoric archaeological heritage. During military rule (1964-1985), there was repression against humanism, including heritage relating to native Brazilians. However, since the mid-1970s, Niède Guidon, a Brazilian of French decent, exiled in France and in touch with French humanist intellectuals, was able to set up a project sponsored by the CNRS to study rock paintings at Serra da Capivara. It was revolutionary move for several reasons. First and foremost, the area was in the poorest and most remote region of the backlands. Then, it dealt with most ancient evidence of human genius, proving that native inhabitants were cultured people thousands of years ago. And last but not least, it was also a pledge for the inclusion of the local population, through the inclusion of the park in a cultural tourism route. The campaign resulting in the inclusion of the park as a world heritage in 1991 was a clear recognition of democracy in Brazil by the international community. Serra da Capivara included from the start a preoccupation with the inclusion of tourism in the setting of the park. Tourism was from the start conceived as a way of offering opportunities for local inhabitants. There has been a lot scholarly production about the rock paintings, stressing how natives produced high art in the earliest times. Serra da Capivara cannot be disentangled from social tourism though, as from the start it was conceived as a way of both improving lives of local people and enlightening visitors and people in general about the culture of the ancient inhabitants of South America and by implication of their descendants in modern Brazil.



## Territory, heritage and tourism destination – the case of boticas

Isabel FREITAS

**Resumo:** Territories are focused on the resources of heritage and culture, as elements that characterize and identify a diverse and promoter form of an identity. In its various dimensions, the history and heritage offer the visitor a multitude of knowledge, experiences and emotions that marked times and places and that today are required to know and communicate means to find development strategies of the territory and ties attractiveness and loyalty. Knowledge and communication allows us to understand places, cultural landscapes, time stamps in various territorial contexts, where visitors can experience the culture, the nature and an essential contribution to the welfare, with quality and reliable and authentic information. Boticas is one of those places where the history and culture of the people built a strong and rich identity in cultural resources. With deep research and efforts, it may constitute key elements for the construction of territorial networks of strong and attractive ways of development for innovation in local economic activities with impact on tourism. Having that in mind, the present paper aims to contribute to a first diagnose of the history, culture and heritage municipality touristic potential and to understand how they can contribute to promote a territory identity. The objectives defined to this paper are part of a larger project being developed by Lab2PT - Laboratory of Landscape, Patrimony and Territory, University of Minho, between 2015 and 2017. This project was untitled "Contribution to the touristic sustainability of Boticas municipality", and benefits from the support of the Boticas municipality public authorities. Various analytic methods were used, particularly documental analysis and territorial prospection of preliminary identification of the main resources of the territory. The first results gotten point out three basilar facts: first, there are unexploited cultural and heritage resources able to increment of tourism demand of Boticas territory; second, the barriers to establish networking among local actors and regional counties persist and this is contributing to the incapacity of establishing a strategy to the development of the cultural and heritage tourism in this territory and, subsequently, to its general development.

**Palavras Chave:** Tourism; Rural Development; Heritage; History; Resources.



## The understanding of the touristic value of Portuguese overseas monuments: the case of Angola (1959-1974)

Vera Mariz(\*)

**Resumo:** O presente estudo é dedicado ao entendimento do valor turístico dos monumentos portugueses ultramarinos durante o Estado Novo, tendo como principal caso de estudo a então província de Angola entre 1959 e 1974, anos marcados pela criação do respectivo Centro de Informação e Turismo e pela queda do regime. Deste modo, tendo em consideração a realidade da metrópole, temos como objectivo identificar e analisar a evolução do turismo nos territórios portugueses ultramarinos e em particular em Angola durante o período em questão, bem como a forma como os monumentos históricos foram entendidos e utilizados por este regime nacionalista e propagandista enquanto pontos de interesse turístico e legitimadores do colonialismo português. Conforme pretendemos demonstrar em dois momentos distintos mas totalmente complementares dedicados à relação entre turismo e monumentos históricos nas colónias portuguesas e especificamente em Angola, servindo-nos, sobretudo, de periódicos, estudos temáticos e legislação, iremos provar que, tal como aconteceu na metrópole, houve de facto uma compreensão a vários níveis e por diferentes organismos/indivíduos do potencial turístico dos monumentos históricos, tais como o arquitecto Fernando Batalha e o Centro de Informação e Turismo da província. Além disso, iremos demonstrar que frequentemente os defensores do potencial turístico destes monumentos eram simultaneamente propugnadores da preservação ou recuperação do seu aspecto primitivo, uma ideia que conseguimos filiar no pensamento de António Ferro para quem o sucesso do turismo nacional dependia precisamente da salvaguarda e do acentuar das características históricas, pitorescas, idiossincráticas dos destinos sugeridos a visitantes estrangeiros e nacionais.

**Palavras Chave:** Angola; monumentos históricos; turismo durante o Estado Novo; Fernando Batalha; Centro de Informação e Turismo de Angola.

(\*)ARTIS – Instituto de História da Arte [verafelixmariz@gmail.com](mailto:verafelixmariz@gmail.com)





## Tourism and history: water landscapes

Isabel FREITAS

**Resumo:** By heritage we understand cultural goods, tangible and intangible, natural and environmental, builders of a Human History that must be preserved and safeguarded for future generations. It is this set of tangible and intangible assets that leads to a reflection on the combination of two subjects (tourism and heritage) that interact and fit, but that should talk together in order to maintain unchanged the resources of a territory, those on which lies the greatest attention of a visitor. Safeguarding heritage is preserving the cultural memory of a community, the identity of a place, of a landscape, are in the goods that help to establish an identity profile of a region and thus promote the attractiveness around the news that excites curiosity. Safeguard for the visit is to know, is to communicate and interpret this heritage with the accuracy they deserve. Water is one of the fields of study in projects that have been financially funded and that have reunited several international researchers in its study, which has its headquarters at the University of Valladolid. It is a vital part of the natural and cultural heritage on which to develop cultures, societies approach and build elements that mark the times and record the memories. Its historic dimensions have been studied from an environmental, immaterial and material point of view. We propose in this present work, the advance to a water communication in the landscape to a wider audience, intending to join the story to a sensitization process for the value of an essential good to men and to the territories. Sea, rivers, fountains, among others, constitutes a natural landscape that has a past history an experience in which the Iberian Peninsula has built a history and created an identity. Cultural and landscape ties unite us by sea, by rivers and a long coastline that definitely marked the first globalization from the fifteenth century.

**Palavras Chave:** Water, resources, landscapes, history, communication.



## Tourism dynamics and architectural, cultural and symbolic heritage: the case of oporto city centre

FERREIRA, Célia (\*), MARQUES, Teresa (\*\*), GUERRA, Paula (\*\*\*)

**Resumo:** Tourism is nowadays one of the most important economic activities in urban context. European cities compete for attracting visitors and tourists, using urban marketing strategies to ensure their visibility and projection at European and global level. The design and implementation of innovative architectural and urban projects and the realization of scientific, cultural, sporting events are instruments for attracting investment and people. The identity and image of the city are differentiating factors that determine their competitiveness and that are translated in its architectural, historical, socio-cultural heritage, in its climatic features, its gastronomy and, increasingly, in the experiments, experiences and animation provided by the city. In Oporto, tourism has had an increasing importance in recent years due to diverse factors. There is an increasing visibility of the city at national and international level. The main goals of public policies in this matter are mainly related with the creation of a city brand – Oporto brand –, enhancing the identity and characteristics of the city in general and in particular of the city centre. A main objective is also to promote and hold events all year long mitigating the seasonality effects that characterize tourism industry. In this work, it is our objective to analyse the recent dynamics of tourism in Oporto city centre. We used a methodological approach that combines quantitative and qualitative methods, namely the analysis of statistical indicators and interviews to Oporto city centre agents. The strengths and weaknesses and the opportunities and challenges of the local tourism sector are systematized.

**Palavras Chave:** Oporto city centre; Tourism dynamics; Cultural heritage; Symbolic references; City marketing

(\*) CEGOT / Faculdade de Letras da Universidade do Porto, [celiamarisaferreira@gmail.com](mailto:celiamarisaferreira@gmail.com)

(\*\*) CEGOT / Faculdade de Letras da Universidade do Porto, [teresasamarques@gmail.com](mailto:teresasamarques@gmail.com)

(\*\*\*) CEGOT / Faculdade de Letras da Universidade do Porto; IS –UP / Instituto de Sociologia / Universidade do Porto; Griffith Centre for Cultural Research / Griffith University / Australia, [mariadeguerra@gmail.com](mailto:mariadeguerra@gmail.com)



## Tourists' motivation toward visiting a world heritage site: the case of Guimarães

Paula REMOALDO <sup>(\*)</sup>, Laurentina VAREIRO <sup>(\*\*)</sup>, José CADIMA RIBEIRO <sup>(\*\*\*)</sup>,  
Vitor MARQUES <sup>(\*\*\*\*)</sup>

**Resumo:** Within the major role that the tourism industry is taking in sustaining and enhancing growth in economies all around the world, the cultural segment deserves a particular look as in most cases, it is playing a leading role. This has to do with the idea of tourists' visits as a memorable happening and an authentic experience and relates to the psychological dimension of tourist demand. This study investigated the motivation behind the choice of a cultural/heritage destination, and particularly a World Heritage Site (WHS). Taking the case of Guimarães, the study inquired on the tourists' motivations and perceived attributes of the city to conclude on the level of satisfaction tourists get from their visits and the destination attributes. The methodology used in this research was of a quantitative nature, based on a self-administered survey applied to 325 tourists who visited Guimarães during 2015. In that analytical approach, tourists were organized according to their main visit motivation, i.e., if they were mainly motivated by visiting a World Heritage Site or by other reasons. An interesting result was that despite WHS visitors reporting higher satisfaction levels, the other type of visitors want to return in greater numbers. The study concluded that the destination is performing well but is suffering from not having a consolidated image in the market. Looking at these and other results obtained, several recommendations were made to increase tourists' satisfaction vis-à-vis the destination by mainly addressing the strategy to be used in advertising the set of products and services it can provide to visitors.

**Palavras Chave:** heritage tourism; cultural tourism; destination attributes; tourists' satisfaction; Guimarães.

(\*) Laboratory of Landscape, Patrimony and Territory (Lab2PT), University of Minho, *e-mail:* premoaldo@geografia.uminho.pt

(\*\*) Polytechnic Institute of Cávado and Ave, *e-mail:* lvareiro@ipca.pt

(\*\*\*) University of Minho, *e-mail:* jcadima@eeg.uminho.pt

(\*\*\*\*) Master Degree in Tourism and Cultural Patrimony, *e-mail:* vitor.marques@guimaraesturismo.com



## Turismo & história: o futuro do passado para o dialogo intercultural e o desenvolvimento sustentavel.

Fabio Carbone(\*)

**Resumo:** Podemos resumir o Turismo e a experiência turística como a capacidade de contar uma história (a história e as histórias do destino) a alguém que está interessado em ouvir (o visitante). Esta proposição simples tem porém numerosas e complexas implicações, que resultam na complexidade do sector turístico como um todo. Em particular, como a história e o património cultural são cruciais para o turismo, iremos então focar nas implicações relacionadas com a gestão desses recursos. Neste contexto, os efeitos económicos do turismo têm sido profundamente estudados. Pelo contrário, os processos que levam a benefícios concretos no domínio da sustentabilidade sociocultural e, mais especificamente, o processo através do qual o turismo promove concretamente o diálogo intercultural e a compreensão mútua a nível global, ainda não estão claros. Com este artigo, apresentamos um modelo de gestão do património cultural que prevê a valorização da história e da identidade cultural como ponto de partida para o diálogo intercultural e a compreensão mútua global através do turismo.

**Palavras Chave:** Património histórico-cultural; Turismo; Gestão do Património; Identidade; Dialogo Intercultural

(\*) School of Management, Polytechnic Institute of Castelo Branco (Portugal); GOVCOPP - Research Unit in Governance, Competitiveness and Public Policies (University of Aveiro); CGEO - Research Unit "Geosciences Center" (University of Coimbra).

fabiocarbone.pro@gmail.com



## Turismo Cultural como forma de interpretação do patrimônio e educação patrimonial do município de Diamantina/MG

Luciana Aparecida FELICIDADE (\*), Elcione Luciana da SILVA (\*\*)

**Resumo:** O turismo é uma grande força econômica mundial. A atividade pode trazer diversos benefícios para os destinos turísticos, tanto economicamente quanto culturalmente. Nosso grande desafio é analisar o poder do turismo cultural na transformação e consciência humana para a valorização da memória, da história e da preservação patrimonial, considerando o viés qualitativo deste aspecto importante da atividade. Há uma diferença em apenas visitar um lugar e vivenciar a história do lugar turístico. Muitos locais possuem além de uma beleza física, também uma riqueza cultural, mas muito pouco explorada. Para que o visitante possa ter uma sintonia com o lugar visitado, a comunicação nesse processo é imprescindível e a interpretação do patrimônio é um forte aliado nesse processo, pois busca estratégias para se comunicar com o turista da melhor forma. Diamantina está localizada no nordeste do Estado de Minas Gerais/Brasil. A cidade possui um valioso acervo de construções do período colonial, onde predomina a simplicidade e ao mesmo tempo a sofisticação do conjunto arquitetônico e urbanístico que contrasta perfeitamente com o meio natural que emoldura a cidade. Todas estas características possibilitou que a cidade tivesse o seu conjunto arquitetônico tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1938 e logo mais veio o reconhecimento como Patrimônio Mundial em 4 de dezembro de 1999 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura (UNESCO). Com o recebimento do título de Patrimônio Cultural da Humanidade a cidade passou a ser vista com um outro olhar pela comunidade local, sendo reconhecida mundialmente pela sua importância cultural. Este título faz com que o turismo no destino se destacasse e em consequência disso houve a necessidade de buscar o desenvolvimento para oferecer um turismo de qualidade em relação à infraestrutura básica, bem como maior atenção quanto às atividades culturais. O objetivo deste artigo será abordar a importância da interpretação do patrimônio como ferramenta de incentivo para o turismo Cultural e de transformação cultural das pessoas, abordando ainda a educação patrimonial como base para sustentar esse elo, a que une o interesse dos turistas para valorizar o patrimônio e das pessoas ligadas ao turismo indiretamente, essencial para o desenvolvimento do turismo cultural. Neste artigo verificaremos como ocorre essa relação na cidade de Diamantina e quais são as estratégias e ações existentes que facilitam a interpretação do patrimônio e a comunicação entre o bem tombado e reconhecido pelos os turistas que vêm à cidade.

**Palavras Chave:** Interpretação Patrimonial; Turismo cultural; Educação Patrimonial; Diamantina/MG Brasil;

(\*) Luciana Aparecida Felicidade-Graduando em Turismo pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri. Atualmente é estagiário da Diretoria de Patrimônio Cultural da Secretaria de Turismo, Cultural e Patrimônio de Diamantina. Luciana-1515@hotmail.com

(\*\*) Elcione Luciana da Silva – Bacharel em Turismo pela UFVJM, Mestre em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável pela UFMG. Atualmente atua como Professora Substituta do Curso de Turismo da UFVJM/Diamantina. elcione.luciana@ufvjm.edu.br



## Turismo cultural, identidad e historias de inmigración en aldeas rurales de Argentina

Claudia TOSELLI (\*)

**Resumen:** La inmigración europea hacia América del Sur ha sido uno de los hechos que ha marcado a muchos países de esta región. En particular, Argentina no fue ajena a esa tendencia, y en su historia de construcción como país destaca especialmente la oleada de inmigrantes que llegaron en la segunda mitad del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX provenientes de distintos países europeos. A un centenar y algo más de distancia de estos hechos, apenas si se puede imaginar lo que significó ese enorme desplazamiento de personas entre continentes, atravesando mares, cruzando fronteras culturales, barreras lingüísticas, creencias y prácticas religiosas, alejándose de los hábitos y costumbres culinarias (Padilla Dieste, 2002). Sin duda las historias de inmigración han contribuido a forjar la identidad de Argentina, y en esta línea, este trabajo propone rescatar la historia, tradiciones y costumbres de los alemanes del Volga llegados a estas tierras, que se asentaron en tres pequeñas aldeas ubicadas en la provincia de Entre Ríos: Aldea San Antonio, San Juan y Santa Celia. Al respecto, es de destacar que los pobladores de estas aldeas, reconocen y mantienen vivas sus raíces e historias de la colonia, nutriendo así la vida cultural y su preservación tanto a través de instituciones locales como a través de distintas fiestas tradicionales. Asimismo, el número de iglesias bien conservadas de distintos cultos que conviven armoniosamente en poblados tan pequeños - ocho iglesias en una población que no supera los 2.000 habitantes - , así como las tradiciones y costumbres vinculadas a la música, el baile, la vestimenta y la gastronomía típica, constituyen parte de un acervo cultural, que puede constituir la base de circuitos turístico-culturales en la línea de las nuevas tendencias. En una época influenciada por la puesta en valor del patrimonio, la identificación de determinados sitios y elementos tiene un valor social como testigo de un pasado cotidiano, en parte ya perdido u olvidado, pero con la potencialidad suficiente como para fortalecer la identidad y la memoria de las generaciones actuales. En este sentido, este trabajo pretende ser un aporte para el rescate de la historia inmigrante europea, el patrimonio y las costumbres a través del diseño de circuitos turístico-culturales en base al patrimonio existente en las aldeas rurales, teniendo como fin último apoyar los procesos de desarrollo social y económico de las mismas, como así también ser un aporte para la preservación de su cultura, historia e identidad.

**Palabras Clave:** Turismo. Patrimonio cultural. Historia. Inmigración. Identidad cultural

(\*) Claudia Toselli, Magister en Desarrollo Local. Esp. en Turismo Cultural. Lic. en Turismo. Investigadora y profesora de la Universidad del Salvador y Universidad Nacional de Quilmes, Argentina. Consultora externa del CIF-OIT, Programa Delnet de Apoyo al Desarrollo Local, Turin, Italia. [claudia.toselli@usal.edu.ar](mailto:claudia.toselli@usal.edu.ar)





## Turismo e a dimensão ambiental na formação do turismólogo: análise de documentos oficiais brasileiros

Sara Massotti BONIN (\*), Suzana Maria DE CONTO (\*\*)

**Resumo:** Considerando as bases legais instituídas no Brasil, bem como a relevância das temáticas relacionadas à variável ambiental para o desenvolvimento da formação profissional do turismólogo e, conseqüentemente, da atividade turística, o presente trabalho tem como objetivo analisar em documentos oficiais como a dimensão ambiental está integrada no contexto dos mesmos. Os documentos analisados foram a Constituição Federal Brasileira, a Política Nacional do Meio Ambiente, a Política Nacional de Educação Ambiental, a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, a Política Nacional de Turismo, o Plano Nacional de Turismo (2013-2016), as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Turismo, o Instrumento de Avaliação Institucional Externa do Ministério da Educação e o Instrumento de Avaliação de Cursos de Graduação Presencial e a Distância. O estudo, de caráter exploratório, foi realizado com base em pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Os referidos documentos analisados são públicos e estão disponíveis em formato on line. Definidos os documentos, foram feitas buscas por meio das seguintes palavras-chave: educação ambiental; sustentabilidade; gestão ambiental; meio ambiente; desenvolvimento sustentável e gestão da sustentabilidade. Já nos documentos da área ambiental, as palavras-chave elencadas foram: educação, ensino, pesquisa, projeto pedagógico, currículo e instituições de ensino superior. O estudo possibilita a reflexão sobre a relação entre educação, turismo e a dimensão ambiental. De uma maneira geral, é possível perceber escassa relação entre os documentos no que tange a dimensão ambiental. Assim, analisando de forma holística e sistêmica o Turismo, considerando a sustentabilidade necessária para o desenvolvimento das atividades turísticas (ambiental, econômica e social), analisando a indissociabilidade entre os sistemas turísticos e a educação ambiental é necessário o desenvolvimento de novos estudos que contemplem a compreensão da relação entre o processo educativo, a formação profissional e as responsabilidades perante o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável do Turismo. Cabe às instituições de ensino superior esse importante papel, o de produzir e socializar conhecimento primando pela sensibilização dos indivíduos com relação ao meio ambiente e ao desenvolvimento sustentável.

**Palavras Chave:** Turismo. Dimensão Ambiental. Análise Documental. Brasil.

(\*) Sara Massotti Bonin, Turismóloga pela Universidade Federal de Pelotas e Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS. Bolsista CAPES. Integrante do Grupo de Pesquisa "Gestão Ambiental no Turismo". saramassotti@hotmail.com

(\*\*) Suzana Maria de Conto, Engenheira Química pela UCS e Doutora em Educação pela UFSCar. Docente no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da U





## Turismo e ciclo natalino: o sonho de natal, em Canela, RS, Brasil

Simone SIMON (\*), Susana Araújo GASTAL (\*\*)

**Resumo:** O turismo, quando bem planejado e gerido, apresenta-se como importante fonte de recursos para as localidades, cenário em que as próprias cidades se colocam como atrativos turísticos e passam a competir entre si pela busca de visitantes. Os eventos estão entre as ferramentas utilizadas pelas localidades, para diferenciarem-se das demais. Na região turística da Serra Gaúcha, localizada no sul do Brasil e um dos mais importantes pólos de turismo do país, não seria diferente, ali se destacando as festividades associadas ao ciclo natalino. Um exemplo é o Sonho de Natal, realizado em Canela, mais importante evento na agenda do município, conforme a Secretaria de Turismo local. Nesse contexto, as cidades passam a frequentar as preocupações acadêmicas, em especial do ponto de vista cultural e, ato contínuo, do Turismo. Assim, o presente artigo tem por objetivo contextualizar historicamente o evento Sonho de Natal, registrando seu percurso e suas possibilidades, sob o viés da hospitalidade aos turistas. Os dados da presente pesquisa foram coletados com revisão bibliográfica e documental, e entrevista, conforme princípios da História Oral. O estudo empírico foi realizado a partir de visita *in loco* nos anos de 2014-2015, quando foram levantados os documentos e feitas às entrevistas. Conforme Englert (2002), o Sonho de Natal iniciou em 1988, com o envolvimento da comunidade de Canela, em uma campanha para captar recurso e lâmpadas, que enfeitassem a cidade e lhe dessem um ar festivo, na época natalina. Para fortalecer o projeto, houve, ainda, um concurso nas escolas locais, para definir o nome da festividade. Surge, então, a denominação “Sonho de um Natal”, mais tarde redefinida para Sonho de Natal, por questões de marketing. À medida que avançavam as atividades, uma Lei Municipal oficializa o evento, com ocorrência anual e de viés cultural religioso, tendo como finalidade principal, cultivar o Natal. Também é designada uma comissão organizadora, denominada “Comenda de Natal”, que irá atuar voluntariamente. O Sonho de Natal encontra-se em sua 28ª edição; na atualidade, as comemorações presentes na cidade de Canela contribuem para alimentar o imaginário turístico local em termos estéticos e sociais. A festa profissionalizou-se, mas continua dependendo do trabalho voluntário da comunidade.

**Palavras-chave:** Turismo; Cidade; Festa Sonho de Natal; Canela, RS, Brasil



## Turismo e identidade cultural: os pendões mirandeses

Alcides Meirinhos (\*), Ana Raquel Aguiar, (\*\*), Josefina Salvado (\*\*\*)

**Resumo:** De acordo com Hall (2004), as culturas nacionais são compostas de símbolos e representações (tradições) com os quais é possível criar identificações. Assim, a doutrina subjacente a este projeto de investigação repousa no conceito de interculturalidade e em princípios de diversidade e pluralismo culturais, como fontes de troca, de inovação e de criatividade, tal como a biodiversidade na ordem da vida. Desta forma, a questão fundamental deste trabalho assenta na compreensão dos Pendões Mirandeses como fatores identitários e de interculturalidade de um território (antigo reino de Leão onde a Terra de Miranda era parte integrante) e como elemento integrante de uma oferta turística singular. A cultura mirandesa, através da recriação de algumas tradições que incentivam e promovem a recuperação de simbologias e rituais caídos em desuso a partir de meados do século XX, apresenta fortes potenciais para o desenvolvimento de práticas interculturais (Festa dos Pendões). Na verdade, através da eliminação de fronteiras espaciais e temporais, acreditamos que os Pendões Mirandeses, alicerçados nas tradições e memória coletiva inter-regional (Miranda do Douro e Castela/Leão), criarão uma oportunidade ímpar de desenvolvimento de experiências turísticas singulares em dois territórios contíguos. Os objetivos da pesquisa deste projeto apoiam-se em dois eixos metodológicos que se inter-relacionam. Assim, um é baseado em modelos do turismo (Mill e Morrison, Inskip e Cooper), visando identificar os atributos principais que podem transformar aquele território num destino turístico. Num segundo eixo, procura-se aplicar as metodologias de inventariação dos Pendões nas Freguesias do Concelho de Miranda e a sua relação com as tradições “pendoneiras” de Castela e Leão, que contribuam para o levantamento sistemático exaustivo e temático das heranças patrimoniais interterritoriais do antigo reino de Leão, como orientadores para o seu uso e a sua fruição turística em eventos conjuntos – Festa dos Pendões. Seguindo as orientações emanadas pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura) quanto à “Salvaguarda de Património Cultural Imaterial”, seguiremos a metodologia indicada pela Direção Geral da Cultura, utilizando a MatrizPCI (Matriz Património Cultural Imaterial), como primeira abordagem de uma proposta de patrimonialização da Festa dos Pendões de Miranda do Douro. Desta forma, plenamente conscientes da importância do turismo cultural como agente de promoção regional e desenvolvimento dos territórios, defendemos a criação de políticas de incremento do turismo e de Identidade Cultural entre as regiões de Miranda e Castela/Leão que acreditamos poder encorajar a exploração do legado de uma área histórica.

**Palavras Chave:** Turismo Cultural, Identidade cultural, Miranda Douro, Pendões, Desenvolvimento Território.

(\*)Associação de la Lhéngua i Cultura Mirandesa [alcides.meirinhos@netvisao.pt](mailto:alcides.meirinhos@netvisao.pt)

(\*\*)Universidade Portucalense [aaguiar@upt.pt](mailto:aaguiar@upt.pt)

(\*\*\*)Universidade Portucalense, [josefinas@upt.pt](mailto:josefinas@upt.pt)



## Turismo e Património: A Dieta Mediterrânica e a Gastronomia Tradicional Algarvia, fatores de valorização dos produtos tradicionais e da imagem consolidada do destino turístico Algarve

Francisco SERRA(\*)

**Resumo:** O estudo da gastronomia tradicional algarvia é um tema de grande interesse, na medida em que tem vindo a adquirir cada vez maior importância no contexto da promoção turística. Isso explica que a comunidade académica venha também valorizando este tema, enquanto objeto de investigação. Este estudo justifica-se, nomeadamente, por ser esta uma temática sobre a qual existe um interesse crescente e ainda existem poucos estudos ao nível dos locais; para aprofundar o conhecimento sobre a cultura algarvia, promovendo a divulgação do seu património imaterial, nomeadamente os seus costumes, tradições e produtos típicos e para aferir o valor deste património como elemento da promoção turística da região do Algarve e tem como objetivos, promover o conhecimento de realidades locais através das suas tradições, englobando a gastronomia, o artesanato e as tradições; aferir o papel da gastronomia tradicional algarvia como fator de promoção turística; evidenciar diferenças nos hábitos alimentares, entre a zona Litoral e o interior serrano da região do Algarve; perceber quais as motivações que levam os turistas a optarem pelo Algarve como destino turístico e verificar a importância dos itinerários/roteiros gastronómicos na divulgação do património imaterial. Foi utilizado um conjunto de métodos aceites para a investigação no domínio das ciências sociais para recolha de dados primários e secundários relevantes para os objetivos definidos, nomeadamente: deslocação a locais selecionados em função de características geográficas, patrimoniais e culturais, onde foram efetuadas entrevistas não estruturadas com o objetivo de obter relatos e experiências de vida consideradas importantes para a compreensão dos costumes e tradições; elaboração e aplicação de questionários a turistas/visitantes e a estabelecimentos de restauração; entrevistas semiestruturadas com representantes de entidades oficiais e associativas relacionadas com o turismo, nomeadamente, câmaras municipais, ERTA e associações empresariais (AHISA e AHETA); análise de dados com recurso a técnicas estatísticas. Para este estudo foram desenhados dois itinerários baseados em critérios de relevância geográfica e sociológica, um deles com início em Tavira e termo em Alcoutim e o outro com início em Faro e termo em Querença. Em termos de características, ambos se desenvolvem entre o Litoral e a Serra, passando por zonas de Barrocal, sendo relativamente homogêneos do ponto de vista geográfico, embora as características sociológicas sejam já bem diferenciadas ao longo de ambos os percursos, conferindo-lhe um interesse específico no que se refere à gastronomia, ao artesanato e até às produções endógenas. Em conclusão, constatou-se que os agentes locais continuam a considerar que: o Algarve é uma região turística onde o produto “Sol e Praia” continua a ser um forte atrativo, mas que, não obstante, a gastronomia tradicional juntamente com as tradições e costumes locais tem cada vez maior importância no contexto turístico, sendo um importante fator de valorização do mesmo; o Algarve possui uma gastronomia rica e variada resultante das várias influências que derivam da sua situação geográfica privilegiada, devendo ser promovida de forma sistemática de maneira a reforçar o seu contributo para a cadeia de valor do turismo.

**Palavras Chave:** Hotelaria, Turismo, Guias, Discursos, História

(\*)Francisco Serra Universidade do Algarve – ESGHT [fserra@ualg.pt](mailto:fserra@ualg.pt)



---

Turismo étnico e patrimônio gastronômico português na cidade de São Paulo

Sênia BASTOS (\*)

**Resumo:** O turismo étnico constitui uma temática recorrente aos estudos que relacionam turismo e migração, tanto pelo aspecto do reagrupamento étnico, realização de pesquisas genealógicas bem como a demanda por culturas exóticas. Exploram as especificidades étnicas das comunidades ou de seus legados, as atitudes dos turistas bem como as perspectivas do anfitrião, centram-se no desenvolvimento econômico, sustentabilidade, estratégias de planejamento e de gestão, impacto, mercantilização cultural e recriação da tradição. Tangenciam a globalização, a influência da imigração sobre o turismo e do turismo sobre a imigração, a apropriação das identidades culturais para o turismo, o turismo sexual e as migrações de trabalho para os empreendimentos turísticos. Em alguns casos, o próprio turismo constitui uma forma de migração de duração variável, gerador de fluxos de migração de trabalho para fornecer os serviços demandados pelos turistas, além de produzir consumo, estimular o estabelecimento de segunda residência, migração de aposentadoria, migração de estilo de vida e migração sazonal. A presente proposta centra-se nos restaurantes regionais, tendo em vista seus atributos culturais e caráter identitário ao reproduzir o imaginário e a cozinha de determinado lugar. Elaborados em conformidade com valores simbólicos e históricos, o patrimônio gastronômico ali disponibilizado é passado de geração a geração e a cozinha praticada identifica a especialidade do empreendimento de alimentação regional. Nesse sentido, sua presença expressa afinidade ao consumo de determinada cozinha e potencializa o pertencimento identitário. Fundamentado na história cultural e no conceito de circularidade cultural, aborda-se o legado português, constituído por sabores, saberes e modos alimentares presente nos restaurantes portugueses na cidade de São Paulo. Caracterizada como uma pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, a metodologia apoia-se na pesquisa bibliográfica, documental e etnográfica. Pauta-se pela análise de guias gastronômicos impressos e digitais, realização de entrevistas e observação. Apresenta como resultados a constatação da inserção dos portugueses no setor de alimentação, apesar do pequeno número de restaurantes portugueses na cidade, bem como a inauguração de novos empreendimentos em um contexto caracterizado pelo incremento do fluxo migratório português.

**Palavras chave:** Turismo étnico. Imigração Portuguesa. Patrimônio Gastronômico. Restaurante regional.

(\*) Sênia Bastos é doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP) e professora da Universidade Anhembi Morumbi. bseniab@terra.com.br



## Turismo gastronômico e construção de identidade para a cidade de Bento Gonçalves

Lia Cristine FORTES (\*), Caroline Rigo NARDIN (\*\*)

**Resumo:** Este estudo se ocupa do turismo gastronômico desenvolvido na cidade de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul. Por ser um município fundado pelos imigrantes italianos, o turismo local faz apelo à italianidade de sua cultura. Turisticamente a cidade corresponde a um recanto italiano no sul do Brasil. Transparecendo a ideia de que toda a população descende destes imigrantes, consolidando a tendência brasileira de se apegar às culturas imigrantes como contrutoras únicas das identidades locais. Bem como, tenta consolidar a imagem de manutenção de purismo cultural. Para servir ao interesse de atrair turistas, consolidou-se a ideia de uma fartura da culinária dos colonos e foram feitos investimentos no turismo gastronômico. Uma série de pratos elaborados, que podem ser identificados nos cardápios de restaurantes locais, passou a compor esta gastronomia, tipificada como italiana, como descendente da trajetória de imigração. A gastronomia cria uma identidade para a localidade na qual está inserida e, ao mesmo tempo, recebe uma carga identitária desta localidade, em um processo cíclico. Esta prática de perenização da cultura, supostamente italiana, na cidade de Bento Gonçalves desencadeia um processo de negligência com relação às demais culturas locais. Os diferentes grupos étnicos que compõem a população da cidade estão apartados da comemoração da identidade local. Assim, serão analisadas as estratégias de elaboração deste turismo gastronômico e suas consequências para a identidade local.

**Palavras-chave:** turismo, gastronomia, identidade, história

(\*) Doutora em História. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em História e do Curso de História da Universidade de Caxias do Sul – UCS. [cflia@ucs.br](mailto:cflia@ucs.br)

(\*\*) Mestre em História. Professora da Educação Básica do Rio Grande do Sul. [carolzinha.nardin@gmail.com](mailto:carolzinha.nardin@gmail.com)



## Turismo na Reserva da Biosfera da Serra do Espinhaço: oportunidades e ameaças ao patrimônio cultural e natural

Solano de Souza BRAGA (\*), GONÇALVES, Marina Furtado GONÇALVES (\*\*)

**Resumo:** A atividade turística ocorre na Reserva da Biosfera da Serra do Espinhaço – MG em praticamente toda a sua extensão. Devido à sua complexidade é possível observar que o turismo, em algumas áreas, possibilitou a valorização e preservação do patrimônio cultural, em especial no eixo da Estrada Real, e do patrimônio natural, por meio da criação de Unidades de Conservação nas áreas naturais mais visitadas. Neste artigo, traça-se um panorama da atividade turística no contexto da Reserva da Biosfera da Serra do Espinhaço e seus possíveis efeitos na valorização e preservação do patrimônio histórico-natural. Este tudo tem como respaldo teórico e prático pesquisas já realizadas na área da Reserva por meio do Grupo Integrado de Pesquisas da Serra do Espinhaço (GIPE), sediado no Instituto de Geociências (IGC) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e na Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM). Destaca-se que a área de estudo foi visitada por grande parte dos mais importantes cientistas naturalistas dos séculos XVIII e XIX e que os registros realizados nessa época ainda hoje são retratos fiéis de boa parte das paisagens encontradas ao longo da Reserva da Biosfera da Serra do Espinhaço.

**Palavras Chave:** Turismo; História; Patrimônio; Reserva da Biosfera.

(\*) Mestre em Geografia/Análise Ambiental, geógrafo e turismólogo, atuando nas áreas de planejamento, estudos de impacto ambiental, análise ambiental e docência em turismo. Universidade Federal de Minas Gerais, Av. Antônio Carlos, 6627, Pampulha. Belo Horizonte, MG. [solanobraga@yahoo.com.br](mailto:solanobraga@yahoo.com.br)

(\*\*) Mestre em Artes/Preservação do Patrimônio, conservadora-restauradora e turismóloga, atuando nas áreas de patrimônio cultural, ciência da conservação, história da arte técnica e história da cultura material. Universidade Federal de Minas Gerais, Av. Antônio Carlos, 6627, Pampulha. Belo Horizonte, MG. [marinaufmg@yahoo.com.br](mailto:marinaufmg@yahoo.com.br)





## Turismo Religioso ou Turismo Cultural? Um estudo de caso da Semana Santa de Ouro Preto/MG

Viviane Dias FONTELLES (\*), Valéria da Conceição CHAVES (\*\*)

**Resumo:** Este estudo é fruto do trabalho de conclusão de curso de graduação em Turismo e iniciou-se, a partir das indagações acerca do tipo de segmento de turismo mais representativo da cidade de Ouro Preto/MG. Portanto, o presente trabalho discorre sobre dois seguimentos do Turismo que tem apresentando constante crescimento: O Turismo Religioso e o Turismo Cultural. Trata-se, pois de um estudo de caso da celebração da Semana Santa na cidade de Ouro Preto – MG. Assim, este estudo teve como objetivo principal, definir se o turismo que ocorre na cidade durante este período pode ser considerado como Turismo Religioso, ou Turismo Cultural. Esta investigação visou a averiguação de uma publicação do Ministério do Turismo que citou a Semana Santa desta cidade com atrativo para a prática de Turismo Religioso. Para tanto, foi realizada uma análise acerca dos conceitos de Turismo, Turismo Religioso e Turismo Cultural, tomando como base autores como: Alexandre Panosso Neto, Reinaldo Dias e Emerson Silveira. Além disso, foi realizado um breve levantamento histórico das festividades religiosas tradicionais, implantadas na cidade mineira no tempo do império português e que ainda perduram depois de séculos. Nesta pesquisa também foi promovido um estudo sobre a origem das principais festas religiosas que acontecem anualmente no Brasil, pontuando uma festa tradicional em cada região do país, bem como a apresentação de dados sobre a movimentação turística nestes eventos. Por fim, apresenta um histórico sobre a celebração da Semana Santa em Ouro Preto e peculiaridades sobre sua organização e realização, oferecendo um levantamento dos dados coletados, a partir de entrevistas realizadas com turistas que visitaram a cidade no período em questão. Esses dados foram analisados e confrontados com dados cedidos pela Secretaria Municipal de Turismo de Ouro Preto resultando em uma pesquisa ao mesmo tempo qualitativa e quantitativa, capaz de definir com segurança que a Semana Santa de Ouro Preto é um atrativo religioso que serve ao segmento de Turismo Cultural observado na localidade no período pós-carnaval e que movimenta instituições públicas e privadas do trade turístico como: Hotelaria, Receptivo, Restaurantes, etc. Através desta pesquisa almeja-se esclarecer as diferenças entre Turismo Religioso e Turismo Cultural. Logo, acredita-se que a divulgação e disponibilização desta pesquisa ao *trade*, propiciará reflexões que servirão como base para a promoção de produtos turísticos mais adequados ao atendimento das demandas identificadas no destino.

**Palavras-chaves:** Turismo Cultural, Turismo Religioso, Ouro Preto(MG).

(\*) Viviane Dias Fontelles é aluna do curso de Bacharel em Turismo da UFOP.

(\*\*) Valéria da Conceição Chaves possui Mestrado em Educação, bacharelado em Turismo pela UFOP, atualmente é professora no curso de Turismo da UFOP.





## Turismo, fé e identidade luso-brasileira: A Festa de Nossa Senhora dos Navegantes de São José do Norte, RS

Alessandra FARINHA (\*), Fabio CERQUEIRA (\*\*)

**Resumo:** O presente trabalho tem como objeto a festa de Nossa Senhora de Navegantes de São José do Norte, cidade localizada na península ao sul do Rio Grande do Sul, Brasil. A festa é a mais antiga do Brasil com esta invocação mariana, ocorrendo desde o ano de 1811, sendo assim uma referência religiosa e cultural local. A tradição da festa de Navegantes é uma herança portuguesa, oriunda das famílias açorianas, que ocuparam a região em meados do século XVIII. O principal objetivo do trabalho é descrever a festa, seus elementos simbólicos na perspectiva de um patrimônio imaterial luso-brasileiro, demonstrando similaridades com as festas em honra a Nossa Senhora dos Navegantes que ainda ocorrem em Portugal. O trabalho também objetiva refletir sobre as possibilidades do turismo, neste caso, especificamente o turismo religioso, na valorização histórico-cultural local através da festa de Navegantes, que dá expressão e visibilidade a vila de pescadores ano a ano. O dia 2 de fevereiro, quando se comemora a festa de Navegantes, é a ocasião do ano em que a cidade mais recebe visitantes, motivados principalmente pela devoção, pagando promessas, fazendo pedidos para a Virgem Maria, manifestando sua fé por meio de práticas simbólicas, e diferentes vivências socioculturais, que caracterizam uma data solene na e peculiar na memória cultural dos habitantes de São José do Norte e região. Neste estudo, o turismo destaca-se como uma importante atividade que pode contribuir de maneira significativa para a continuidade e vitalidade da festa de Navegantes e sua proteção como um patrimônio cultural, que consolida identidades e a memória social local.

**Palavras-chave:** Turismo. Fé. Festa de Navegantes. Identidade.

(\*) Doutoranda em Memória Social e Patrimônio Cultural na Universidade Federal de Pelotas, Professora do Curso de Turismo da Universidade Federal do Pampa. [alefarinha@yahoo.com.br](mailto:alefarinha@yahoo.com.br)

(\*\*) Doutor em Antropologia Social, Professor Associado no Departamento de História da Universidade Federal de Pelotas. [fabiovergara@uol.com.br](mailto:fabiovergara@uol.com.br)



## Turismo, Identidad y Patrimonio Cultural

Elizabeth GUEVARA (\*)

**Resumen:** En los últimos años, en el contexto de globalización, homogeneización cultural, auge del respeto a la diversidad cultural y el desarrollo de la industria turística se ha impulsado la salvaguardia de las manifestaciones culturales en las políticas internacionales y nacionales. A tal punto de crear nuevos conceptos como el del *patrimonio cultural inmaterial* (PCI), que ha sido utilizado, cada vez más, como justificación para la creación de instituciones y programas que se proponen contribuir a la revitalización de la cultura y el patrimonio, o como base-imagen de las marcas de destinos turísticos. El *patrimonio cultural inmaterial* da mayor valor a la relación entre lo material y lo inmaterial, al reconocimiento no solo de los especialistas, sino de los propios colectivos sociales, como parte de su identidad cultural. La transmisión generacional, su carácter vivo y la relación con la naturaleza, historia y entorno son criterios indisociables de su gestión. Por otro lado, la gestión turística utiliza la cultura y el patrimonio cultural como fundamentos para la creación de valor económico. Una manifestación cultural o la percepción de una experiencia auténtica (de cultura y patrimonio cultural) pueden convertirse en un atractivo turístico. En ese sentido, el turismo a pesar de ser considerado como una industria de creación de experiencias escenificadas, que usa y comercializa manifestaciones culturales; también puede permitir un encuentro e interacción de individuos de diversas culturas, un entorno para conocimiento, reconocimiento, aproximación y respeto de la diversidad cultural. Este artículo abordará las relaciones entre patrimonio cultural inmaterial, identidad cultural y el turismo. Se analizará la gestión turística con un enfoque hacia las buenas prácticas, que contribuyan a la interacción-salvaguardia de la diversidad cultural en el contexto de la globalización, que armonicen con la salvaguardia de las manifestaciones culturales, sin riesgo de convertirlas en una simple escenificación o en un producto de fácil comercialización. También se revisará la importancia de la práctica del turismo como un método informal de aprendizaje de la historia, la auto-identificación cultural y el respeto a la diversidad cultural. A pesar de que la identidad cultural, las políticas educativas relacionadas a la cultura y el patrimonio no tienen por qué ser idénticas al uso turístico. En muchos casos, la promoción de un patrimonio cultural desde el turismo, ha contribuido a la identificación cultural y por lo tanto al mayor conocimiento y a evitar la desaparición de cierta manifestación cultural.

**Palabras Clave:** Cultural Heritage, Intangible Cultural Heritage, Cultural Identity, Ecuador's Culture, History.

(\*) Elizabeth Guevara. Máster en Gestión del Patrimonio Cultural, Universidad de Barcelona; Máster en Gestión Cultural, Universidad Carlos III de Madrid; Licenciada en Turismo Histórico Cultural, Universidad Central del Ecuador. Docente Universitaria especialista en Gestión Turística y Patrimonio Cultural Inmaterial. [eguevara@unibe.edu.ec](mailto:eguevara@unibe.edu.ec); [eli.guevara.a@gmail.com](mailto:eli.guevara.a@gmail.com)



## Salvador, cidade capital, cidade patrimônio

Maria Estela Lage SANTOS (\*), Heloísa Helena Fernandes Gonçalves da COSTA. (\*\*)

**Resumo:** Esse artigo tem o intuito de divulgação dos resultados da pesquisa científica realizada no âmbito do GREMM - Grupo de Estudos em Museologia, Museus e Monumentos -, sobre a cidade de Salvador, que foi a 1ª capital do Brasil e coração lusitano nas Américas; desde 1985, seu centro antigo é considerado patrimônio da humanidade pela UNESCO. Em razão dessas características o GREMM criou o blog (<https://salvadorcidadepatrimonio.wordpress.com>) e a fanpage (<https://www.facebook.com/Salvadorcidadepatrimonio>), mecanismos de comunicação, que tem levado muitas pessoas, entre moradores e turistas a trocar experiências de locais e de roteiros históricos/patrimoniais com o grupo. Assim, este artigo vem falar da importância de se pesquisar cientificamente os espaços das cidades e divulgar bem os resultados da pesquisa para sensibilizar turistas, moradores e demais interessados em turismo cultural bem como estimular a realização de ações de cidadania responsável visando à preservação e conhecimento do patrimônio cultural das cidades patrimônio.

**Palavras Chave:** Salvador, história, cidade-patrimônio, monumentos, turismo.

(\*) Maria Estela Lage Santos, Licenciada em História (FTC), Bacharel Interdisciplinar em Humanidades com ênfase em Política e Gestão da Cultura (UFBA), Mestranda do Programa de Pós-graduação em Museologia da Universidade Federal da Bahia. [estela.lage1@gmail.com](mailto:estela.lage1@gmail.com)

(\*\*) Heloísa Helena Fernandes Gonçalves da Costa, Doutora em Sociologia pela Université du Québec à Montréal (2000), Mestra em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia (1984) graduada em História pela Universidade Federal Fluminense (1973), graduada em Museologia – Museu Histórico Nacional (1973). [helocosta773@gmail.com](mailto:helocosta773@gmail.com)



## Turismo, midiatização e amorosidade: sinalizadores para a mutação das narrativas que valorizam os territórios turísticos

Maria Luiza Cardinale BAPTISTA (\*)

**Resumo:** O presente artigo propõe a discussão sobre os processos de midiatização do turismo, como decorrentes de produções comunicacionais complexas, que sinalizam inflexões e agendamentos turísticos e, na contemporaneidade, vivem sob a demanda de mutação, que acompanhe a transformação do mercado turístico e as desterritorializações de sujeitos. Essas produções ocorrem em ecossistemas comunicacionais entrelaçados com as diversas dimensões dos sistemas de produção e consolidação dos territórios turísticos, envolvendo os atributos naturais, históricos, culturais, bem como a trama de serviços e atividades, e o conjunto de infraestrutura necessária. Em termos teóricos, o artigo traz uma abordagem transdisciplinar, envolvendo estudos relativos à midiatização, da área da Comunicação Social e Cultura; estudos do Turismo; Geografia Econômica; e Esquizoanálise, como perspectiva que possibilita abordar aspectos psicocomunicacionais, no que tange à engrenagem maquínica midiática, de produção de sentidos, em cenário do que Felix Guattari chama de Capitalismo Mundial Integrado. O texto resulta de cartografia bibliográfica, com produção de sínteses e amplo debate nas rodas de conversa do Amorcomtur!, práticas metodológicas inspiradas em Paulo Freire e Gilles Deleuze, bem como do acompanhamento de pesquisas relativas a diversos territórios turísticos. Está vinculado diretamente a pesquisas realizadas na Universidade de Caxias do Sul (UCS) e na Universidade Federal do Amazonas (UFAM), no Sul e no Norte do Brasil, respectivamente. São elas: Desterritorialização Desejante em Turismo e Comunicação: Narrativas Especulares e de Autopoiese, e Trama Amorcomtur! (UCS/BRASIL); e Usina de Saberes Amazônicos: Narrativas de Viagens Investigativas e Entrelaços Caosmóticos com Saberes Amazônicos: Percorrendo as Trilhas Inscricionais da 'Ciência em Movimento', na Sociedade e Cultura da Amazônia (UFAM). É uma produção do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq). Considerando o processo histórico de desenvolvimento do Turismo e dos processos comunicacionais, observa-se a consolidação de um forte aparato de midiatização, que produz inflexões, direcionamentos significacionais, relativos aos destinos turísticos. As múltiplas narrativas produzidas cotidianamente sobre os destinos cristalizam leituras e interpretações, valorizando ou desvalorizando determinados territórios, consolidando imagem e marcas turísticas. Essa midiatização, nesse sentido, atribui valor aos destinos, destacando determinados atrativos. Isso nem sempre significa a valorização da cultura local, o respeito, a ética, com relação aos sujeitos e ao patrimônio envolvido. Muitas vezes, em sentido inverso, ocorre um processo de mercantilização cultural, que coloca em jogo a valorização da cultura, da natureza, das tradições históricas. Corre-se o risco, neste caso, de profundas alterações nos ecossistemas turísticos, com produções de 'destinos fachada', para 'turistas-relâmpago', no acionamento e confluência de ações mercadológicas que transformam os lugares e suas singularidades em mercadoria-objeto, o que continua considerando o turista apenas como 'público-alvo'. O contraponto a essa perspectiva é a emergência de uma visão pautada pela ética da relação, pela responsabilidade social, com vistas à sustentabilidade, com orientação de outra consciência planetária e das relações sociais e de troca. É o que no Amorcomtur denomina-se como perspectiva de amorosidade e autopoiese, e que vem sugerindo a mutação das narrativas turísticas, na perspectiva de construção do turismo que valorize e respeite os patrimônios culturais.

**Palavras-chave:** turismo, midiatização, amorosidade, narrativa, territórios, Amorcomtur.

(\*) Maria Luiza Cardinale Baptista: Doutora em Ciências da Comunicação, pela ECA/USP. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS (BRASIL). Pesquisadora com apoio CNPq. Coordenadora do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (CNPq-UCS) e integrante do Filocom (ECA/USP). Editora associada da RBTur. Pós-doutoranda e Pesquisadora visitante sênior da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), com apoio FAPEAM. Pesquisadora Iberoamericana (edital UCS/SANTANDER). malu@pazza.com.br



## Um roteiro patrimonial a descobrir: a talha retabular na diocese de Lamego

Carla Sofia Ferreira QUEIRÓS(\*)

**Resumo:** Determinante na valorização histórica e cultural de um país, o turismo assume cada vez mais, um papel crucial na identidade de um povo. Numa região em que a paisagem é património mundial e também a primeira região demarcada do mundo, o Douro, procuramos dar a conhecer um património frequentemente esquecido, a talha dourada, e estabelecer um roteiro ou percurso retabular. Assumindo um papel dominante na leitura que os fiéis fazem de toda a cenografia que lhes é posta diante dos olhos, à qual não podem ficar indiferentes, concebido para servir de enquadramento às imagens, o objetivo do retábulo é cativar os sentidos, funcionando como o melhor veículo transmissor da mensagem catequética e pedagógica que a Igreja Católica, saída do Concílio de Trento, encontrou para expressar a sua Fé, e acabando por se tornar na estrutura cenográfica preferencial, na qual a Igreja deteve a sua maior preocupação. Comum por todo o mundo ibérico, apesar de se manifestar de forma diferenciada, o retábulo de talha dourada contribui de forma significativa para a afirmação de uma época e de uma identidade, o que o distingue de muitas outras artes. É através da partilha e vivência do património que entenderemos, seguramente melhor, quem fomos, quem somos e para onde caminhamos, tal como os nossos antepassados que, ciosos de um Estado autêntico, rico é certo, em algumas épocas, mas também passando por graves dificuldades económicas, políticas e financeiras, nunca perderam a sua identidade cultural; bem pelo contrário, construíram-na, reconstruíram-na, reabilitaram-na e preservaram-na. A diocese de Lamego, situada na sub-região do Douro e próxima dos rios Douro, Côa, Távora e Paiva, estendendo-se de Cinfães a Vila Nova de Foz Côa, é fundamental para o desenvolvimento turístico, já que quem a visita, em primeira instância, tem como finalidade desfrutar da paisagem e saborear o vinho, mas acaba por se deixar envolver por todas as manifestações culturais que abrangem o património material e imaterial. Um roteiro de meditação, de contemplação, de exercício e degustação.

**Palavras Chave:** talha, retábulo, diocese, paroquiais, património

(\*) Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico do Porto; e-mail: carlaqueiros@ese.ipp.pt



## Uma análise do perfil e das motivações de viagem push e pull dos enoturistas do “Velho Mundo” e “Novo Mundo” no Pólo de Turismo do Douro

Adriano Costa (\*), Joaquim Antunes (\*\*), Elisabeth KASTENHOLZ(\*\*\*)

**Resumo:** Desde há muito, que se torna fundamental para um destino turístico tentar compreender as diferentes motivações que levam os turistas a viajar. Assim, o sucesso dos destinos depende de uma análise muito minuciosa das diferentes motivações turísticas pelo que, no presente estudo, adotamos um modelo baseado nas motivações push e pull, como base do nosso modelo concetual. Dado que tem sido produzido pouca informação sobre as diferentes motivações de viagem para o Pólo de Turismo do Douro, um destino essencialmente enoturístico, este estudo pretende identificar quais as principais motivações dos turistas provenientes do “Velho Mundo” e “Novo Mundo” que visitam esta região, de modo a traçar o seu perfil, de acordo com a região de origem. Partindo da revisão da literatura e da realização de entrevistas exploratórias, foi construído um questionário, que depois foi aplicado na região do Pólo de Turismo do Douro. Da análise dos resultados, podemos concluir que existem diferenças estatisticamente significativas nos fatores Gastronomia (motivações push), Oferta de Atividades Enoturísticas, Oferta de Atividades Culturais, Históricas e Serviços, Diversidade e Qualidade Gastronómica e Reputação da Região (motivações pull). Com exceção do fator Oferta de Atividades Culturais, Históricas e Serviços, todos os outros são mais valorizados pelos turistas do “Novo Mundo”.

Isto pode ter implicações importantes a nível do marketing dos destinos, especialmente ao nível da segmentação de mercados, elaboração de programas de promoção e tomadas de decisões ao nível do destino turístico.

Palavras-chave: Enoturismo, Motivações, Push e Pull, Douro

(\*) Doutor em Turismo, Professor Adjunto da Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda, e-mail: [a.costa@ipg.pt](mailto:a.costa@ipg.pt) .

(\*\*) Doutor em Marketing, Professor Coordenador da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viseu, e-mail: [jantunes@estv.ipg.pt](mailto:jantunes@estv.ipg.pt) .

(\*\*\*) Doutora em Turismo, Professora Associada do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia da Universidade de Aveiro, [elisabethk@ua.pt](mailto:elisabethk@ua.pt) .





## Uma ferramenta tecnológica para melhorar a experiência do turista religioso A Religious Tourism Experience Framework

Célia M.Q. RAMOS (\*), João M.F. RODRIGUES (\*\*)

**Resumo:** A realização de viagens por motivos religiosos tem sido transversal ao longo da evolução da humanidade, nas décadas mais recentes, algumas destas viagens foram motivadas pelo turismo (religioso). As tecnologias da informação e comunicações (TIC) tem tido muito impacto sobre o turismo ao longo das últimas décadas, uma vez que a informação é um dos aspetos mais importantes a considerar no sector do turismo. As TIC podem contribuir para uma divulgação de conhecimento mais completo sobre o património tangível e intangível. A partilha e a disseminação do conhecimento sobre esse património (religioso), em termos gerais, deverá ser acessível a todos os tipos de utilizadores, desde os residentes, aos turistas ditos “tradicionais”, aos turistas com limitações visuais, auditivas, de mobilidade, etc., e a grupos específicos com características especiais como por exemplo idosos e crianças. Neste contexto, este trabalho apresenta o estado da arte nesta área e propõe um referencial metodológico para o desenvolvimento de um novo produto tecnológico para o turismo religioso. Este produto pretende introduzir mais experiências e novas sensações para o utilizador, criando um roteiro tecnológico para o turismo religioso, que conta uma história, cultiva e divulga o património turístico através de dispositivos móveis. Para alcançar esses objetivos, serão utilizadas as mais recentes técnicas de algoritmos de autoaprendizagem, gamificação, design *thinking*, de sensações, e responsivo, e de realidade aumentada (RA), o que permitirá a integração de diferentes tecnologias centradas no utilizador, criando um interface inteligente que se adapta às características e tipologia de cada utilizador, proporcionando um novo conhecimento sobre o património religioso quando o turista visita a região, isto proporcionará ao visitante uma experiência educacional associada ao itinerário cultural. A utilização de RA com a mais recente tecnologia GPS e de *beacons* irá permitir aos viajantes adquirir experiências e conhecimentos, quando apontam o dispositivo móvel para o elemento patrimonial, ou seja, será projetado no dispositivo o ambiente real e o conteúdo complementar, sob a forma de narrativas que permitem a aquisição do conhecimento e experiência sobre o património tangível e intangível. Além disso, com integração do conceito de gamificação, o turista será conduzido para uma experiência associada ao elemento patrimonial que está a observar, ou para outros elementos patrimoniais que estão espalhados na cidade ou na região. Este artigo apresenta um referencial metodológico para o desenvolvimento de um sistema (aplicação) que melhorará e aumentará o envolvimento afetivo do turista com o património que está a visualizar enquanto promove a sua experiência turística, a um nível pessoal e espiritual.

**Palavras-chave:** Património, Realidade Aumentada, Turismo Religioso, Tecnologias de Informação e de Comunicação, Interação humano-computador.

(\*) CEFAGE and ESGHT, University of Algarve, Faro, Portugal, cmramos@ualg.pt.

(\*\*) LARSyS and ISE, University of Algarve, Faro, Portugal, jrodrig@ualg.pt





## Uso didáctico del patrimonio cultural en lagos de moreno, jalisco: estudio de caso con niños locales.

Simón PEREZ ROMERO (\*)

**Resumen:** Luego de que su Centro Histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad, en el año 2010, y posteriormente, haber sido incorporado en el Programa Nacional Pueblos Mágicos; la ciudad de Lagos de Moreno, ubicada en el estado mexicano de Jalisco, ha sufrido transformaciones en su patrimonio cultural, en apariencia solo a su legado arquitectónico, no obstante, son similares las afectaciones a sus bienes intangibles, como consecuencia del posicionamiento turístico-mercantilista que se pretende hacer del sitio, como destino de *turismo cultural*. Ante los hechos, la población local ha tomado posturas disímboles, tanto en favor del proyecto, como en contra de la política gubernamental que impulsa tal plan de desarrollo a partir del segundo nombramiento. Aunque, existen otras voces reservadas e inexpresivas, provenientes de sectores geográfica y socialmente distantes de la denominada “zona patrimonial”; área en donde se concentra el conjunto de elementos simbólicos de la ciudad. En esos anillos exteriores que delimitan lo turístico de lo popular, se concentra la mayor cantidad de habitantes del municipio; grupos heterogéneos, de diversos estratos, entre los cuales se encuentran los núcleos poblacionales que otrora fueran asentamientos indígenas, hoy coexistentes del mismo espacio urbano, e invariablemente identificados a sus raíces, de lo cual da muestra la singularidad de sus expresiones de arte popular. En toda esa franja territorial, el habitante laguense, se muestra un tanto más observantes que copartícipes de las bondades que presumiblemente han de venir con el turismo. En este contexto, se delinea el tema que nos ocupa en el proyecto de investigación y del cual se pretende dar cuenta en la presente ponencia. En un primer acercamiento al tema nos lleva a la reflexión una serie de cuestionamientos que han orientado el desarrollo del trabajo de investigación: El patrimonio cultural local, antes de ser un objeto susceptible de aprovechamiento turístico, es un bien común, por tanto, el principal usuario debe ser el laguense, luego entonces, podría ser compartido al usufructo turístico. Por tanto, ¿De qué manera se puede poner en valor el legado cultural laguense, a sus propios herederos? ¿Es preciso generar una enseñanza aprendizaje en el tema de patrimonio cultural a quienes tendrán en sus manos el destino de sus bienes culturales? Actualmente se realiza un proyecto piloto mediante talleres de identidad cultural con un grupo de niños de sectores diversos del municipio; de esa experiencia, se esboza un proyecto para la didáctica del patrimonio cultural de Lagos de Moreno.

**Palabras Clave:** Patrimonio Cultural, Didáctica, Niños, Turismo.

(\*) Licenciado en Turismo, en proceso de titulación de la Maestría en Ciencia y Tecnología, con orientación en Historia de las Mentalidades. Desde hace 27 años es profesor de medio tiempo en la Universidad de Guadalajara y es Consultor en Proyectos de turismo cultural. [sperez@lagos.udg.mx](mailto:sperez@lagos.udg.mx)



## Valorização da identidade cultural ligada ao vinho: as estratégias de enoturismo em Portugal e na região do alentejo

Joice LAVANDOSKI (\*)

**Resumo:** O vinho faz parte da cultura de muitos povos. Em Portugal, a uva e o vinho constituem um patrimônio histórico cultural e econômico que representa um dos traços da identidade cultural, enquanto elemento diferenciador e identificador da cultura dos portugueses. Este estudo pretende investigar o enoturismo como um produto turístico que contribui para a valorização da identidade cultural ligada ao vinho. O primeiro objetivo deste artigo é analisar as estratégias de enoturismo desenvolvidas em âmbito governamental, empresarial e por outras instituições em Portugal e na região do Alentejo, com foco na valorização da identidade cultural associada ao vinho. O levantamento desta informação envolveu a análise documental, bibliográfica e observação participante em eventos e visitas de enoturismo. O segundo objetivo deste artigo é apresentar os resultados de um estudo de caso exploratório-descritivo desenvolvido na região do Alentejo, que é um dos principais destinos de enoturismo em Portugal. Este objetivo permite identificar as características da oferta de enoturismo nesta região. Os resultados deste artigo destacam as iniciativas bem-sucedidas para fomentar o enoturismo realizadas em Portugal, bem como alguns aspectos a serem melhorados na oferta de enoturismo do Alentejo, tendo em vista a crescente importância que o enoturismo assumiu nesta região e a capacidade produtiva e econômica do setor vitivinícola. Destacam-se, também, a importância e a forma como determinadas instituições promovem ações cooperadas entre poder público, empresas privadas e associações ligadas ao vinho e ao turismo. As contribuições deste artigo envolvem, sobretudo, implicações práticas para a iniciativa pública e privada envolvida com o planejamento e a gestão do enoturismo, particularmente o setor empresarial vinícola e turístico. As estratégias de enoturismo destacadas neste trabalho podem servir de exemplo para outros destinos de enoturismo no mundo que pretendem valorizar, através do enoturismo, sua história e cultura.

**Palavras Chave:** Enoturismo, estratégia, identidade cultural, Portugal, Alentejo.

(\*) Joice Lavandoski é Doutora em Turismo pela Faculdade de Economia, Universidade do Algarve, Portugal. Membro associado do Centro de Investigação sobre Espaço e as Organizações (CIEO/Ualg). joicelavandoski@yahoo.com.br



## World heritage, grassroots management: a community participation experience in inventorying six “milongas” in Buenos Aires

Mercedes González BRACCO (\*)

**Resumo:** This paper reflects on the participants view on the pilot experience of participatory inventory of six “milongas” (tango dance places) in Buenos Aires. Although tango has always been considered a main cultural expression of the city, the inscription on the UNESCO Representative List of Intangible Cultural Heritage in 2009 opened new perspectives on development and broadcasting of the element. Of course that when we talk about tango we talk about a complex group of things that involves dance (involving professors, students, shows, competitions) and music (musicians, lyric writers, composers, arrangers). The study of all these elements is very complicated, so it became necessary to set a pilot element to begin with. The chosen element was the “milonga”, and the idea was to have the inventory not by “experts” but by the community itself. This pilot experience was coordinated by the UNESCO Regional Office for Latin America and led to the active participation of the community, represented by 6 “milongueros” as reference of the milonga environment. As all of them were at the moment or had been milonga organizers, the idea was that they would be responsible for studying the selected milongas and their public. This paper aims to look into that experience by the word of the participants. How did they feel about the final product? Did they feel involved in the decisions? The main idea of this reflection is to inquire about the opportunities and limitations of a participatory experience, and how it can be improved in order to empower the community involved to make decisions regarding their heritage.

**Keywords:** UNESCO, Tango, Intangible Cultural Heritage, community participation, inventory

(\*) Sociology Graduate, PhD in Social Sciences (Buenos Aires University). Assistant Researcher (CONICET). Her main work regards urban studies, cultural heritage and tourism. [mercedesbracco@yahoo.com.ar](mailto:mercedesbracco@yahoo.com.ar)