

Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Mónica Sofia da Silva Gomes

A valorização do património histórico e turismo religioso no Norte de  
Portugal: Rota dos Mosteiros

Dissertação de Mestrado

**Mestrado em Gestão de Turismo**

Orientação: Prof.<sup>a</sup> Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Vila do Conde, dezembro de 2020

Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Mónica Sofia da Silva Gomes

A valorização do património histórico e turismo religioso no Norte de  
Portugal: Rota dos Mosteiros

Dissertação de Mestrado

**Mestrado em Gestão do Turismo**

Orientação: Prof.<sup>a</sup> Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Vila do Conde, dezembro de 2020

Mónica Sofia da Silva Gomes

**A valorização do património histórico e turismo religioso no Norte de  
Portugal: Rota dos Mosteiros**

Dissertação de Mestrado  
**Mestrado em Gestão de Turismo**

**Membros do Júri**

Presidente

Prof.<sup>a</sup> Doutora Susana Sofia Pereira da Silva

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof.<sup>a</sup> Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutor Hugo Daniel Silva Barreira

Faculdade de Letras – Universidade do Porto

Vila do Conde, dezembro de 2020

## AGRADECIMENTOS

A realização desta investigação não teria sido possível sem o apoio e dedicação de algumas pessoas especiais na minha vida.

Primeiramente, quero agradecer aos meus pais por todo o apoio constante e por me incentivarem sempre a nunca desistir mesmo quando tudo parecia impossível de se concretizar. Quero também deixar um agradecimento especial à minha mãe e avó que foram fundamentais neste percurso para que eu conseguisse aproveitar o pouco tempo disponível para me focar inteiramente e exclusivamente a esta investigação que para mim é uma concretização pessoal.

Ao meu namorado por toda a paciência e compreensão, pois foi o meu pilar durante todo este processo, acreditou sempre em mim e no meu potencial, tratando esta investigação, como se de um projeto seu se tratasse. Graças ao seu incentivo constante fez-me nunca me fazer desistir mesmo estando a ultrapassar uma fase menos boa da minha vida.

À minha orientadora, Professora Doutora Dália Liberato que sempre me incentivou a concluir este estudo, soube-me acalmar nos períodos mais difíceis e de maior exaustão e por toda a ajuda prestada no desenvolvimento desta investigação.

A todos os entrevistados que se mostraram disponíveis para a realização das entrevistas, prestando um contributo fundamental para a investigação, fornecendo alguns deles orientações importantes para o aprofundamento do estudo.

Seguidamente, às minhas amigas que estiveram sempre presentes nos momentos mais difíceis e me apoiaram dando-me força e palavras de alento para conseguir superar e alcançar esta meta.

Ao meu pai que não estando presente fisicamente está presente em mim e em tudo na minha vida, sendo a minha principal força e motivação, o verdadeiro responsável por eu nunca ter desistido.

A Deus por guiar o meu caminho, me iluminar nos momentos mais difíceis da minha vida e por me ajudar a cumprir todos os meus objetivos.

## RESUMO ANALÍTICO

Esta investigação incide sobre a valorização do património histórico-cultural em Portugal, concretamente na região Norte. A criação de rotas e itinerários culturais e turísticos são importantes recursos, que permitem a valorização e dinamização dos destinos, nomeadamente na perspetiva económica, por via do aumento da procura turística. Como tal, é um produto diferenciador e único, oferecido aos visitantes e turistas, e que tem observado uma considerável procura. Embora a dimensão do turismo religioso e cultural esteja amplamente estudada por diversos autores, as rotas e os itinerários turísticos e culturais como forma de impulsionar e valorizar o património histórico-cultural não estão suficientemente investigados, pelo que o objetivo desta dissertação visa aprofundar o conhecimento científico sobre esta temática.

**Objetivo**- O objetivo geral desta investigação consiste em avaliar o papel do património histórico-cultural de Portugal no contexto da criação da rota dos mosteiros, com incidência no Norte de Portugal.

**Metodologia**— O método de estudo aplicado na realização desta investigação foi a metodologia qualitativa, tendo a recolha de dados sido feita através de entrevistas semiestruturadas. Foram aplicadas 10 entrevistas a representantes de diversas entidades. Procedeu-se à sua análise e respetivas conclusões.

**Resultados**- De acordo com a análise exaustiva e detalhada das informações e dados fornecidos pode-se comprovar que a atribuição, por parte da UNESCO, da designação de Património Mundial a destinos e locais, confere aos mesmos um maior reconhecimento e um aumento exponencial de turistas; o património histórico-cultural é um dos principais fatores para a eleição do destino; o património histórico e cultural é potenciado positivamente por parte das entidades públicas e governamentais; o papel das peregrinações influencia positivamente o aumento do setor do turismo em Portugal acarretando inúmeras vantagens principalmente no setor hoteleiro e de restauração; a criação de um itinerário turístico e cultural influencia positivamente o conhecimento, a preservação do legado histórico e cultural e, por último, repercussões na economia de Portugal; os conventos e mosteiros são uma das dimensões que são alvo das políticas nacionais de preservação do património histórico-cultural.

**Limitações e implicações-** No decorrer do processo de recolha de dados foram colocados alguns entraves. Esses entraves estão relacionados com a metodologia utilizada neste estudo, visto que inicialmente estava prevista a realização de questionários, mas dada a contingência atual inerente à Covid-19 foi impossível a realização dos mesmos. A par disso, o estabelecimento do contacto para a obtenção de entrevistados foi difícil dada a escassa disponibilidade para o agendamento das entrevistas.

**Implicações práticas-** O propósito deste estudo consiste em demonstrar a importância da rota dos mosteiros no Norte de Portugal como forma de dinamizar e dar a conhecer o património pouco explorado de que Portugal é detentor. Dessa forma, pretende-se valorizar e dinamizar os destinos que dispõem desta tipologia de património, fomentando o turismo por um lado e os setores da economia mais preponderantes como o hoteleiro e de restauração, por outro.

**Originalidade/valor-** Escassos estudos, a nível internacional, abordam a temática e analisam o impacto das rotas e itinerários na valorização do património histórico e cultural, daí a importância deste contributo para a comunidade científica. Apesar de em Portugal a Direção Regional da Cultura do Norte estar a desenvolver um projeto no âmbito dos mosteiros no Norte de Portugal, a relevância desta temática é imprescindível para o fomento do setor do turismo.

**Palavras-chave:** Património Histórico-cultural, Turismo Religioso, Rotas, Itinerários turístico-culturais, Mosteiros.

## ABSTRACT

This research focuses on the valorization of the historical and cultural heritage in Portugal, more specifically in the North of Portugal. The creation of cultural and tourist routes and itineraries are important tourist resources and a boost for the economy and hotel industry. As such, it is a differentiating and unique product that is offered to visitors and tourists and which has become highly attractive and increased in demand. Although the dimension of religious and cultural tourism is widely studied by several authors, tourist and cultural routes and itineraries to boost and enhance the heritage of historical and cultural heritage are not sufficiently addressed. So, the aim of this research is to deepen the scientific knowledge on this subject.

**Objective-** The overall objective of this research is to assess the role of the historical and cultural heritage of Portugal in the context of the creation of the route of monasteries with an impact on the North of Portugal.

**Methodology-** The methodology applied in this investigation was the qualitative methodology, and data collection was done through semi-structured interviews. Throughout this process, 10 interviews were done with several representatives from entities. Its analysis and conclusions were then drawn.

**Results-** According to the exhaustive and detailed analysis of the information and data provided, it can be proven that UNESCO's distinction of World Heritage to destinations and places gives them greater recognition and an exponential increase in tourist visits; the historical and cultural heritage is one of the main factors for the election of the destination; the historical and cultural heritage is positively enhanced by public and government entities; the role of pilgrimages positively influences the increase of the tourism sector in Portugal resulting in numerous advantages mainly for the hotel and restaurant sector; the creation of a tourist and cultural itinerary positively influences knowledge, the preservation of the historical and cultural legacy and, finally, repercussions on the economy of Portugal; the convents and monasteries are one of the dimensions viewed in historical-cultural heritage policies.

**Limitations and implications-** During the data collection process some obstacles have been found. These obstacles are closely related to the methodology used in this study, since initially it was foreseen to conduct questionnaires, but given the current

contingency inherent to the covid-19, it was impossible to perform them. In addition to this, the establishment of contact to obtain interviewees was difficult, because of the availability for scheduling interviews was also a problem.

**Practical implications-** The purpose of this study is to demonstrate the role of the route of monasteries in the North of Portugal as a way to boost and make known the little explored heritage which Portugal holds. In this way, it is intended to value and boost the destinations that have heritage, thus helping to foster tourism and the hospitality industry.

**Originality/value-** From an international perspective, scarce studies address the theme and analyze the impact of the routes and itineraries in valuing the historical and cultural heritage, hence the importance of this contribution to the scientific community. Although in Portugal, Northern Regional Directorate of Culture is developing a project within the monasteries in northern Portugal region, the relevance of this subject is essential for the promotion of the tourism sector and tourism destinations.

**Keywords:** Cultural historical heritage, religious tourism, routes, cultural tourist itineraries, monasteries.

## ÍNDICE GERAL

RESUMO ANALÍTICO .....	5
ABSTRACT.....	7
Lista de tabelas.....	12
Lista de Siglas.....	13
INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 1- TURISMO .....	16
1.1 O nascimento do Turismo na Europa.....	16
1.2 Definição de Turismo.....	17
1.3 As atrações no Turismo .....	18
1.4 O papel do setor do Turismo e o seu crescimento.....	19
1.5 O impacto da pandemia causada pela COVID-19 no Turismo.....	24
CAPÍTULO 2- TURISMO RELIGIOSO.....	29
2.1 História do Turismo Religioso .....	29
2.1.1 Definição de Turismo Religioso .....	29
2.1.2 Motivações turísticas do turista religioso.....	31
2.1.3 Repercussões do Turismo Religioso.....	34
2.2 Peregrinações.....	35
2.2.1 As peregrinações e o Turismo Religioso .....	37
CAPÍTULO 3- TURISMO CULTURAL .....	39
3.1 História do Turismo cultural .....	39
3.1.1 Definição de Turismo Cultural .....	41
3.1.2 Motivações dos turistas culturais .....	42
3.1.3 Impacto do Turismo Cultural.....	43
CAPÍTULO 4- ROTA, ITINERÁRIOS, CIRCUITOS TURÍSTICOS.....	45
4.1 Programas no âmbito das Rotas Culturais do Conselho da Europa.....	66
4.2.1 Programas de Preservação do Património em Portugal.....	67
4.3 Importância da criação das Rotas Culturais.....	69
4.4 Elaboração da Rota.....	71
CAPÍTULO 5- PATRIMÓNIO MUNDIAL.....	73
5.1 Definição de Turismo associado ao património e Património Mundial.....	73

5.2 A UNESCO e o Património Mundial.....	75
5.3 Importância e impacto do Património Mundial para o Turismo .....	77
5.4 Motivações turísticas dos turistas e respetivas implicações da atribuição da designação de património mundial aos destinos turísticos .....	79
CAPÍTULO 6- AUTENTICIDADE .....	82
6.1 Definição de Autenticidade .....	82
6.2 A Autenticidade e o Turismo .....	85
CAPÍTULO 7 – CONVENTOS E MOSTEIROS.....	87
7.1 Ordens Religiosas.....	88
7.2 Proposta da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal.....	97
7.3 Proposta de atividades a serem desenvolvidos nos Mosteiros .....	101
7.4 Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal.....	103
7.4.1 Rota dos Mosteiros- Ordem Beneditina .....	103
7.4.2 Rota dos Mosteiros- Ordem de Cister.....	104
7.4.3 Rota dos Mosteiros- Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	105
CAPÍTULO 8 – ENQUADRAMENTO EMPÍRICO METODOLÓGICO .....	118
8.1 Entrevista semiestruturada .....	118
8.1.1 Guião das Entrevistas .....	120
8.1.2 Objetivos da Investigação.....	121
CAPÍTULO 9 – ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	125
9.1 Análise Descritiva das Entrevistas.....	125
9.1.1 Património Mundial.....	125
9.1.2 Atrações turísticas e culturais .....	128
9.1.3 Motivações turísticas .....	129
9.1.4 Motivações religiosas e culturais.....	132
9.1.5 Peregrinações e Eventos Religiosos e Culturais.....	133
9.1.6 Património histórico e cultural .....	135
9.1.7 Rotas e Itinerários Culturais.....	139
9.1.8 Mosteiros .....	142
9.2 Síntese dos Resultados das Entrevistas.....	147
Capítulo 10-CONCLUSÃO .....	148
10.1 Conclusão do estudo teórico.....	148

10.2 Conclusão do estudo empírico.....	152
10.3 Limitações do Estudo .....	155
10.4 Sugestões para estudos futuros .....	155
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	157
ANEXOS.....	174

## **Lista de tabelas**

Tabela 1 - Entrevistados .....	119
Tabela 2- Fundamentação teórica para a elaboração do guião das entrevistas .....	120

## **Lista de Quadros**

Quadro 1- Os Itinerários Culturais do Conselho da Europa .....	54
Quadro 2 – Mosteiros e Conventos alvo de Requalificação no âmbito do Programa Revive.....	68
Quadro 3 – Mosteiros do Norte de Portugal .....	93
Quadro 4 -Mosteiros extintos antes e após 1834 .....	96
Quadro 5- Mosteiros pertencentes à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho.....	107
Quadro 6 - Categorias Integrativas das entrevistas.....	125
Quadro 7 - Síntese das Entrevistas.....	147

## **Lista de Figuras**

Figura 1- Critérios para o reconhecimento das Rotas Culturais pelo Conselho da Europa .....	51
Figura 2- Classificação das Rotas Culturais .....	51
Figura 3- Objetivo da Criação das Rotas Culturais .....	71
Figura 4- Rota dos Mosteiros- Ordem de São Bento .....	104
Figura 5- Rota dos Mosteiros- Ordem de Cister .....	105
Figura 6- Rota dos Mosteiros- Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho .....	106

## **Lista de Siglas**

AM- Área Metropolitana

ANTT- Arquivo Nacional da Torre do Tombo

FMI- Fundo Monetário Internacional

ICOMOS- International Council on Monuments and Sites

INE – Instituto Nacional de Estatística

OCDE- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU- Organização das Nações Unidas

PIB- Produto Interno Bruto

UNESCO - United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

WHS- World Heritage Site

WTTC- World Travel and Tourism Council

## INTRODUÇÃO

Esta investigação foi desenvolvida no âmbito do curso de Mestrado em Gestão de Turismo da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto.

A temática deste estudo relaciona-se com o turismo associado ao património histórico-cultural na região Norte de Portugal. A seleção deste tema deveu-se ao interesse pessoal e área de formação académica que levou em primeiro lugar à escolha desta área e, conseqüentemente, à redação desta investigação. A pertinência desta investigação está relacionada com os poucos estudos realizados neste âmbito, quer a nível internacional, quer nacional, pelo que a sua elaboração visa contribuir para aprofundar o conhecimento científico nesta temática.

O objetivo geral desta investigação visa avaliar a importância do Património histórico-cultural para o setor do Turismo em Portugal através da criação da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal.

A presente investigação encontra-se dividida em 10 capítulos.

O primeiro capítulo apresenta um enquadramento geral acerca da temática do turismo, abordando a sua evolução ao longo da história, a sua definição, o papel do turismo para a economia em Portugal e o impacto da covid-19 para este setor, bem como o papel das atrações neste setor de atividade económica.

O segundo capítulo refere-se ao turismo religioso e são analisadas as questões ligadas ao conceito de turismo religioso, as motivações turísticas dos turistas e as repercussões provocadas por este segmento de turismo. A par disso, neste capítulo é também abordada a temática das peregrinações descrevendo a sua evolução ao longo dos tempos, a sua importância para os destinos e efeitos económicos da ocorrência das peregrinações. Adicionalmente, neste capítulo é também aprofundada a relação entre o turismo e as peregrinações no contexto do crescimento do turismo religioso.

No terceiro capítulo é apresentada uma breve contextualização acerca da história do turismo cultural e respetiva definição sobre o termo de turismo cultural, as motivações dos turistas culturais e, por último, as consequências provocadas pelo turismo cultural no que respeita ao fomento dos destinos turísticos.

O quarto capítulo diz respeito às Rotas, Itinerários e circuitos turísticos. Este tópico destina-se à diferenciação entre as diversas terminologias aplicadas a esta temática, uma

abordagem geral acerca dos Itinerários Culturais do Conselho da Europa explicando o contexto da sua distinção e uma sucinta e detalhada descrição sobre cada Itinerário, os programas internacionais e nacionais no âmbito do apoio e difusão das Rotas Culturais e, por último, uma abordagem sobre a elaboração da rota.

No quinto capítulo são apresentados uma caracterização do património mundial e o seu papel e importância para o fomento do turismo. A par disso, são abordadas as questões inerentes aos efeitos provocados após a distinção da classificação de património mundial por parte da Unesco, bem como as motivações dos turistas.

O sexto capítulo retrata a temática da autenticidade na vertente da definição do seu conceito e numa abordagem que descreve a ligação e ao mesmo tempo complementaridade entre o turismo e a autenticidade.

O sétimo capítulo refere-se em primeiro lugar a uma distinção sobre dois diferentes conceitos: conventos e mosteiros, sendo explicitada a importância da criação da rota dos mosteiros para a valorização do património histórico-cultural dos destinos. Segue-se uma abordagem acerca das ordens religiosas e apresentação de todos os mosteiros do Norte de Portugal, sua fundação e extinção, afetação do uso de acordo com as diferentes ordens religiosas.

O oitavo capítulo aborda o enquadramento empírico metodológico, referindo-se a todo o processo metodológico desenvolvido nesta investigação.

O nono capítulo destina-se à apresentação dos dados obtidos e respetivos resultados através da realização de entrevistas a diversas entidades.

No décimo capítulo apresentam-se as conclusões do estudo, as limitações ao desenvolvimento do estudo e, por último, as propostas para investigações futuras.

A presente investigação visa contribuir para o enriquecimento do conhecimento científico, atendendo à importância da criação da rota dos mosteiros no que respeita à valorização e dinamização do património histórico e cultural dos destinos, com a finalidade de o potenciar e contribuir para a dinamização da procura na região.

## REVISÃO DE LITERATURA

### CAPÍTULO 1- TURISMO

#### 1.1 O nascimento do Turismo na Europa

Na perspectiva de Stausberg (2011), os primórdios do turismo advêm de uma época ancestral. Como tal, as primeiras movimentações foram empreendidas por parte da classe alta a destinos como é o caso do Egito, sendo que essas viagens tinham um propósito educacional, tal como é descrito na obra de Stausberg (2011). Apesar disso, Stausberg (2011) salienta que não existiam ainda viagens turísticas de cariz recreativo em ampla escala na antiguidade, pelo que essa tendência não se estendia até à época medieval. Daí, que as peregrinações medievais tivessem dado o impulso necessário para a ocorrência do turismo moderno (Stausberg, 2011). Não obstante, as viagens que daí se sucederam até meados da Revolução Francesa e daí em diante a França, Itália, Suíça, Alemanha e Holanda passaram para as gerações vindouras. Desse modo, as viagens propagaram-se e passou a ser uma prática que se generalizou ao longo da primeira metade do século XIX entre europeus abastados, já não se circunscrevendo à antiguidade, nem aos aristocratas, como foi o caso dos jovens nobres britânicos ricos, atendendo aos estudos elaborados por Withey (1997) e Stausberg (2011). Tal exemplo foi, por sua vez, emanado pela burguesia que fomentou o mesmo interesse e passou a realizar viagens a nível educacional. O cerne das viagens na fase do Romantismo alterou-se e veio a revelar uma das principais atrações dos indivíduos, nomeadamente a natureza e o património cultural, o que nos leva a concluir que o gosto pelo património surgiu nesta altura, perdurando até aos dias de hoje, rompendo de forma abrupta com os estereótipos anteriores, de acordo com as investigações efetuadas por Stausberg (2011). Nesse seguimento, segundo Stausberg (2011) surge o Turismo de Massas como uma das formas de turismo moderno, tendo como seus propulsores Thomas Cook (1808-1892) e seu filho John Mason Cook (1834-1898). Graças a Thomas Cook e seu filho a classe trabalhadora teve a possibilidade de viajar, devido aos pacotes turísticos que tornaram as viagens mais acessíveis para aqueles que detinham menos recursos económicos

(Stausberg, 2011). Dessa feita, as viagens tornaram-se um meio acessível e ao dispor de todos, o que até outrora não acontecia. Para além de terem sido pioneiros ao lançarem os pacotes turísticos, foram também os impulsionadores das primeiras viagens não europeias, aos destinos da Palestina e Egito na viragem de 1870 para 1880 (Stausberg, 2011).

Deve-se, por outro lado, ressaltar que a Revolução Industrial ditou os pilares através dos quais o Turismo de Massas se podia reger no sentido do progresso contínuo do setor (Stausberg, 2011). A par destas novas mudanças, advêm outras, de entre as quais se evidenciam a segurança crescente nas viagens, “novos meios de comunicação e modos de perceção visual, como a fotografia”, tal como descreve os estudos empreendidos por Stausberg (2011).

De acordo com Alegre & Pou (2003), Cuccia & Rizzo (2011) e UNWTO (2015) com a globalização e o crescimento contínuo da utilização de ferramentas eletrónicas, as transformações ao nível dos meios de transportes, assim como as alterações nas preferências dos consumidores têm vindo a originar uma modificação no que respeita “à oferta e procura turística no mercado do turismo”.

## 1.2 Definição de Turismo

Múltiplas são as definições apresentadas sobre o conceito de Turismo. A Organização Mundial do Turismo (OMT) e Stausberg (2011) consideram o Turismo “como as atividades de pessoas que viajam e permanecem em locais fora do seu local de residência por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros”. A par disso, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) o turismo obedece a determinados princípios, de entre os quais se evidenciam:

1. “A atividade dos visitantes respeita aos aspetos da vida fora do ambiente habitual, com exclusão da rotina normal de trabalho e das práticas sociais;
2. Estas atividades implicam a viagem e, normalmente, algum meio de transporte para o destino;
3. O destino é o espaço de concentração das facilidades que suportam aquelas atividades”.

Assim sendo, o turismo pode definir-se, atendendo à Organização Mundial do Turismo (OMT), como “todas as atividades económicas, culturais e recreativas que sejam predominantemente destinadas à utilização dos residentes ou das pessoas que se desloquem para o local onde se situam para aí desenvolverem uma profissão remunerada, não podem ser classificadas como turísticas”.

### 1.3 As atrações no Turismo

Relativamente às atrações pode dizer-se que estas se converteram num elemento de peso, já que originaram a ocorrência de sucessivas visitas aos destinos turísticos, permitindo aos visitantes usufruir de serviços e atividades a fim de proporcionar aos turistas uma experiência autêntica, atendendo aos estudos elaborados por Richards (2002). Gunn (1988) atesta a importância das atrações para os visitantes, afirmando que estas desempenham um “poder de atração”. Ao contrário de Gunn (1988) que aponta as atrações como provenientes de uma época clássica, Boorstin (1964) revela que o surgimento do conceito- atrações remontam ao ano de 1862 (Richards,2002). A data apontada por Boorstin (1964) é, por sua vez, corroborada com outros autores. A definição indicada por MacCannell (1976) revela que as atrações se referem ao vínculo empírico estabelecido entre o turista, o marcador e a informação sobre a visão. Por seu turno, Boorstin (1964) sugere as atrações como uma expressão cultural moderada, com pouca representatividade a nível intrínseco, no entanto comercializável enquanto “mercadoria turística”. Richards (2002) apoiado nas investigações de MacCannell (1976) e Gunn (1988) demonstra que as atrações têm de ser consideradas como um todo, bem como um sistema que agrupa três elementos, mais concretamente um “elemento turístico ou humano, um núcleo ou elemento central e um marcador ou sistemas de atração- elemento informativo”. Relativamente às principais atrações turísticas apontadas por Stausberg (2011) destacam-se as seguintes: Basílica de Sacré Coeur (França), Catedral de Notre Dame (França), igrejas e catedrais disseminadas na Europa, nomeadamente em Inglaterra, França, Alemanha e Itália, evidenciando-se o caso de Roma. Em Espanha destaca-se por exemplo a Igreja da Sagrada Família que, embora sujeita a obras é indicado como o monumento mais visitado em Espanha com base numa reportagem de um jornal em 2004 e Stausberg (2011). Desse modo, segundo Richards (1996) os turistas

são influenciados a visitar determinado destino em virtude das informações recolhidas por parte de diversos agentes, como, por exemplo, recomendação de amigos, operadores turísticos, plataformas digitais e eletrônicas acessíveis aos visitantes, conhecimento do destino e forma como viajam. Todos estes indicadores determinam, então, as atrações que os visitantes procuram no local eleito. O objetivo prende-se essencialmente com a satisfação das necessidades e desejos dos visitantes. Com efeito, para Richards (1996) os turistas empreendem as suas jornadas, em virtude dos eventos e atividades que decorrem no destino, de maneira que as atrações surgem conseqüentemente, para complementar a experiência dos mesmos. Assim, pode-se concluir de acordo com Richards (1996), que as atrações não influenciam os visitantes a viajar para um destino turístico, nem funciona como o elemento chave para a realização de tais viagens. O desejo de se deslocarem para tais destinos deriva da motivação demonstrada pelos turistas, sendo que o nível de motivação para os turistas culturais oscila entre aqueles que demonstram um interesse que se circunscreve a um destino em particular e aqueles visitantes cuja atenção não se foca somente na cultura local, mas em outros elementos (Richards,1996). O exemplo paradigmático dos museus apresentado por Richards (1996) retrata que estes não são visitados exclusivamente por indivíduos com interesse em questões relacionadas com a história, arte ou cultura, como também atrai diferentes públicos, embora os indivíduos que se deslocam a museus possuam uma maior afiliação com a história e culturais locais, ao contrário daqueles que visitam exposições de arte. Outros fatores a ter em consideração para além das motivações assentam na capacidade económica e tempo despendido na viagem. Neste sentido, os destinos mais longínquos requerem maior tempo de pesquisa e recolha de informação necessária para a satisfação pessoal dos turistas com a realização da viagem, uma vez que o valor investido é um elemento a reter. Em contrapartida, atendendo a Richards (1996) os locais com uma distância menor, não são tão bem explorados pelos indivíduos, tendo a comunidade local maior conhecimento do local face aos indivíduos que se deslocam para lá.

#### 1.4 O papel do setor do Turismo e o seu crescimento

Desde a década de 1960 que o setor do Turismo foi alvo de um crescimento exponencial (Stausberg, 2011). Harrison (2003) e Stausberg (2011) confirmam a tendência anterior, aludindo que de 1960 a 2000 ocorreu um aumento superior a 10 vezes em relação às

chegadas internacionais. No caso de Portugal atendendo ao INE (2019) as chegadas de turistas não residentes despoletaram, o que suscitou um crescimento na ordem de 24,6 milhões de euros. Durante o período de 2000 a 2008, tendo em conta a OMT (2009) e Stausberg (2011) as chegadas internacionais de turistas voltam a subir, desde 682 para 924 milhões. Não obstante, dados mais recentes providenciados pelo INE (2019) e OMT apontam que as chegadas internacionais apesar de continuarem a aumentar no valor de 3,8 pontos percentuais em relação ao ano anterior, o que representa 1,5 mil milhões, manifestam um ligeiro declínio. O progresso é elucidativo também no que concerne “ao aumento do número de viagens ao exterior”, segundo as investigações realizadas por Stausberg (2011).

Com efeito, o Turismo desempenha um papel imprescindível a diversos níveis, já que é uma das fontes geradoras de emprego (criando mais de 260 milhões de postos de trabalho), exportações e impostos o que, contribui, dessa forma, para o fomento económico do país. Por sua vez, a Organização Mundial do Turismo corrobora com a afirmação anterior realçando o facto de o turismo contribuir em cerca de 9 % para o PIB global e 3 % para a taxa de emprego no ano de 2009 (Nagay, 2012). No caso em particular da Europa verificou-se a atuação do turismo em cerca de 5% no que concerne ao PIB e 5,2% para a taxa de emprego (Nagay, 2012). Os dados apresentados pelo INE (2019) demonstram a influência positiva do setor turismo na redução contínua da taxa de desemprego que rondava no ano de 2019 os 6,5%. Desse modo, embora o Turismo seja uma das áreas que contribui mais para o aumento do PIB, de acordo com os dados apurados pelo FMI (2020) verificou-se uma leve descida no crescimento do PIB nas economias em 2019, sendo que o ano anterior já tinha registado uma tendência depreciativa no crescimento do PIB. Efetivamente, o abrandamento do crescimento do PIB é uma realidade que está presente um pouco por todas as economias globais até mesmo na dos países mais desenvolvidos, com exceção do Japão e da Alemanha que foram os países que continuaram a registar valores positivos no crescimento do PIB (INE, 2019). Já para Aramberri (2009), Stausberg (2011) o turismo juntamente com as viagens desempenham um papel de destaque, na medida em que contribuem com cerca de 12,5% para o produto interno bruto das nações mundiais, oscilando entre países mais desenvolvidos do que outros, tendo como exemplo representativo disso o caso das Maldivas que apresenta números entre 61,1% e Angola com valores que rondam os 2,2%.

Em contrapartida, segundo o INE (2019) essa tendência de crescimento gradual e paulatino do PIB apenas se reflete nas economias emergentes e em desenvolvimento, com particular destaque para o Bangladesh, Camboja e Vietname que registaram um aumento no valor de 7% no seu PIB. Por sua vez, a Ásia e a China apesar de continuarem a crescer no que se refere ao seu produto interno bruto, manifestam um ligeiro abrandamento tal como descreve o INE (2019).

No que respeita ao caso da economia nacional pode constatar-se, tendo em conta o INE (2019) que o PIB aumentou na totalidade, quer em termos de volume, quer em termos nominais atingindo, assim, 212,3 mil milhões de euros face ao ano de 2018. Em relação ao número de chegadas e ao lucro proveniente do ramo do turismo através das investigações levadas a cabo pela Organização Mundial do Turismo no ano de 2018 pode-se constatar que “a Ásia e o Pacífico detêm o maior crescimento a nível de chegadas e de receitas”. Desse modo, o progresso económico verifica-se nos seguintes principais destinos: Índia, República da Coreia e Japão. Já a Europa está encarregue de metade das chegadas internacionais, seguindo-se a Ásia e o Pacífico. Tal facto pode ser comprovado através dos gráficos apresentados pela Organização Mundial do Turismo (2018), em que é possível verificar que os dois primeiros destinos que recebem 40% das chegadas internacionais dizem respeito à França e à Espanha, seguindo-se os Estados Unidos da América, China, Itália, Turquia, México, Alemanha, Tailândia e Reino Unido. Tendo em conta o INE (2019) a Espanha é o “principal mercado emissor de turistas internacionais” e, como tal, registou um aumento no valor de 8,2% em 2019. A par de Espanha, segue-se o Reino Unido registando um crescimento no número de turistas que ronda os 7,6%, a França com um aumento de 2,1%, a Alemanha que de 2018 para 2019 apresentou uma “variação nula”, ao contrário do que sucedeu com o Brasil que apesar de se encontrar em décimo segundo lugar na tabela das chegadas de turistas, registou um aumento significativo na ordem dos 13,9% face ao ano anterior (INE,2019). Com efeito, considera-se que a Ásia, Pacífico e a Europa superaram as expectativas, alcançando assim um crescimento exponencial com o setor do turismo, tendo como exemplos representativos disso mesmo os casos dos Estados Unidos da América, Espanha, França, Tailândia, Reino Unido, Itália, Áustria, Alemanha, Japão e China. Note-se que, segundo o INE (2019) a Europa conquistou uma vez mais a maioria dos turistas internacionais sendo a responsável pela chegada de 744,3 milhões de turistas internacionais, estando, portanto,

em primeiro lugar enquanto destino de eleição dos turistas. Já a Ásia e o Pacífico encontram-se em segundo lugar recebendo 360,6 milhões de turistas internacionais e, de seguida, a América alcança o terceiro lugar com uma média de chegadas na ordem dos 220,2 milhões de turistas (INE, 2019). Nesse seguimento, dados recentes providenciados pelo Secretário-geral da Organização Mundial do Turismo (2018) confirmam a tendência do potencial crescente do setor do turismo, acrescentando que o setor turístico está em constante expansão e apogeu graças “a uma economia global forte, uma classe média crescente em economias emergentes, novas tecnologias, novos modelos de negócios, facilidades na conceção de visto e viagens a um preço mais baixo”, o que originou, por conseguinte, um aumento do número de chegadas internacionais que rondou um crescimento na ordem dos 5% no ano de 2018, equivalente a 1,4 biliões. Dados mais atualizados fornecidos pelo INE (2019) revelam que à exceção da América do Sul que registou um decréscimo no número de chegadas de turistas internacionais, todas as outras sub-regiões registaram um aumento. Tal como foi apontado anteriormente por Nagay (2012) as exportações que ocorreram por causa do turismo atingiram o valor de 1,7 trilião. Note-se, então, segundo a Organização Mundial do Turismo (2018) que os destinos que foram mais beneficiados economicamente com o ramo do turismo foram: Itália, Grécia, Portugal e Croácia. A Turquia também sofreu positivamente uma recuperação, graças a uma taxa de câmbio benéfica. Por seu turno, a Espanha também alcançou resultados favoráveis dado o seu gradual crescimento ao longo dos anos, tendo esse crescimento sido reconhecido através da vasta receita acumulada, com o conseqüente avolumar do setor do turismo. Para além de ser um vetor imprescindível para o crescimento e, conseqüente, desenvolvimento económico do país ao fomentar a criação de mais postos de trabalho, estimula também, a criação de negócios, empresas e ideias criativas e inovadoras, incentivando, dessa forma e em última instância o empreendedorismo. Ao contrário da maioria dos estudos efetuados que fazem referência às chegadas internacionais, é importante realçar, tal como o faz Stausberg (2011) na sua obra, que as viagens domésticas em lazer têm um peso significativo no turismo, sendo que no caso dos Estados Unidos estas ultrapassam em média 40% em detrimento das chegadas internacionais (Aramberri, 2009). A mesma situação é descrita por Gladstone (2005) e Stausberg (2011), em que demonstram que na China e na Índia as chegadas domésticas superam as chegadas internacionais um pouco em toda à parte. Todavia, não

se pode generalizar esta tendência, já que se verifica o contrário, o que se pretende evidenciar é que as pesquisas realizadas dão particular atenção às viagens internacionais, quando comparado com outro género de viagens que são também empreendidas. Atendendo aos estudos realizados pela Organização Mundial do Turismo pode constatar-se que as exportações são alvo pelo sétimo ano consecutivo de um crescimento contínuo e rápido que compensa as exportações de mercadorias. Como tal, as medidas que devem ser adotadas no sentido da promoção sucessiva do setor do turismo prendem-se com a gestão eficaz do destino através de políticas mais sustentáveis.

Porém, de acordo com Stausberg (2011) o impacto do turismo não se reflete somente na esfera económica. Ao invés disso verifica-se também no ramo cultural, já que nos fornece uma imagem sobre como devemos ver o mundo e sobre como devemos atuar no meio em que estamos inseridos. Importa neste contexto salientar que por detrás do sucesso do Turismo estão as organizações que contribuem para o contínuo desenvolvimento do setor do turismo, de entre as quais se destacam: a OCDE- Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico e as Nações Unidas, mais concretamente a Organização Mundial do Turismo da ONU (OMC) (Stausberg, 2011). Citando a Organização Mundial do Turismo que lançou pela primeira vez as diretrizes do plano a implementar no Turismo em 1970, “o objetivo fundamental da Organização será a promoção e o desenvolvimento do turismo, com vista a contribuir para o desenvolvimento económico, a compreensão internacional, a paz, a prosperidade e o respeito universal e observância dos direitos humanos e liberdades fundamentais para todos, sem distinção de raça, sexo, idioma ou religião” (Stausberg, 2011).

Relativamente ao turismo na região Norte pode constatar-se, segundo o INE (2019), que logo a seguir à região centro, o Norte foi um dos destinos com maior procura turística, originando 4,8 milhões de deslocações face ao ano de 2018, o que demonstra uma redução no valor de 4,8%. Entre as diferentes motivações evidenciadas pelo INE (2019) que levam os indivíduos a empreenderem as viagens turísticas no caso da região Norte o fator da visita a familiares ou amigos foi o motivo preponderante que originou 49,9 % das deslocações, seguido do lazer, recreio ou férias, responsável por 37,9% das visitas. Estes motivos apontados anteriormente sofreram um decréscimo no que concerne ao ano de

2018, com exceção da motivação “outros motivos” com um crescimento significativo na ordem dos 26,7%, determinando um total de 4,9% relativamente a 2018 (INE, 2019).

Tendo em conta a temática inerente à oferta e ocupação do alojamento turístico, os dados facultados pelo INE (2019) revelam que o Norte de Portugal foi a região que registou a maior subida em relação ao número de dormidas no ramo da hotelaria, com uma percentagem no valor superior a 6,9%. Os principais responsáveis por esse aumento foram, então, os turistas não residentes que elegeram o alojamento na região Norte de Portugal, nomeadamente hotéis (INE, 2019). A mesma tendência é observada em relação ao alojamento local, uma vez que o Norte de Portugal é a região que registou um aumento maior no número de dormidas, com um valor que ronda os 27%, sendo a segunda região a seguir à AM de Lisboa (INE,2019). No Norte de Portugal o segmento principal direcionado para as dormidas diz respeito a residentes (24,8%).

#### 1.5 O impacto da pandemia causada pela COVID-19 no Turismo

O final do ano de 2019 pautou-se pelo aparecimento de uma pneumonia na China, mais concretamente em Wuhan. O vírus COVID-19 rapidamente se propagou por toda a Europa, atingindo Portugal em meados do mês de março. Segundo Berry et al., (2015), Al-Tawfiqef et al., (2014), e Gossling et. al., (2020) na iminência do vírus COVID-19 estavam também outros dois vírus que resultou da doença respiratória causada pelo coronavírus no Egito, no ano de 2012, mercê da peregrinação anual do Hajj à Arábia Saudita e o Ébola (Chowell & Nishiura, 2014). Segundo Gossling et. al., (2020) o setor do turismo atravessou várias crises ao longo da história, entre as quais se destacam: o ataque terrorista a 11 de setembro de 2001; o surto da síndrome respiratória SARS em 2003; a grave crise económica que ocorreu entre 2008 e 2009 e mais recentemente no ano de 2015 a síndrome respiratória do Médio Oriente. De acordo com Gossling et. al., (2020), Romagosa (2020) e Polyzos et. al., (2020) apesar dos efeitos nefastos causados por essas crises, o ramo do Turismo não foi gravemente afetado e conseguiu sempre adaptar-se e recuperar mesmo nesses períodos mais críticos. Nessa perspetiva, as crises que foram desencadeadas ao longo desses anos não tiveram reflexos a longo prazo no Turismo, já que o mesmo conseguiu recuperar e superar rapidamente. Não obstante, Siu e Wong (2004), Gossling et.al., (2020) revelam que o surto SARS que ocorreu em 2003 e que teve

lugar também na China foi o que mais prejudicou e causou danos na atividade turística, isto porque o número de visitantes reduziu substancialmente em virtude da eclosão do surto. No entanto à semelhança do que aconteceu em 1918-1919, com a Gripe Espanhola, o COVID-19 equipara-se a essa epidemia devido às características que detém e ao grau de mortandade que está a provocar um pouco por todo o mundo (Jeffery & David, 2006; Johnson & Mueller, 2002). Na perspetiva de Zenker e Kock (2020) a pandemia Covid-19 não é somente um “desastre natural ou sociopolítico”, mas também tem “origem humana”. Com o encerramento das fronteiras para os estrangeiros, a imposição da quarentena para os indivíduos que chegavam de outros países, assim com todas as medidas de contingência adotadas pelos diversos países e com particular destaque para Portugal, no sentido de travar a reprodução do surto, a economia sofreu graves repercussões em diversos setores de atividade, como é o caso do turismo, da hotelaria, restauração, aviação, agência de viagens, cruzeiros entre outros (Benjamin, Dillette e Alderman, 2020). Nesse seguimento, de acordo com Gossling et.al., (2020) o Turismo foi uma das áreas mais afetadas por causa deste vírus. Tal facto pode ser comprovado através dos dados fornecidos pela OMT a 6 de março de 2020 que indicam que a pandemia originou a redução do fluxo turístico na ordem dos 1-3 % face a 2019, quando o espectável seria um crescimento de 3-4%. Pouco tempo depois, a UNWTO (2020) atualizou os dados, aludindo uma perda que ronda os 20-30% no que respeita às chegadas internacionais. Segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC, 2020) e Lapointe (2020) verificou-se, portanto, uma perda considerável em termos de viagens e no ramo turístico no valor de (2,1 triliões), o que contribuiu negativamente para aumentar a taxa de despedimentos, já que deu aso a que cerca de 75 milhões de postos de trabalho tivessem sido postos em causa. Quanto à área da aviação, pode constatar-se, segundo Gossling et.al., (2020), que em virtude da diminuição significativa do número de voos mercê dos bloqueios aplicados, o número de voos diminuiu para mais de metade, o que sugere a limitação do número de passageiros e, por conseguinte, uma descida considerável no número de tripulantes dado o distanciamento necessário exigido entre os passageiros. Como tal, tendo em conta a investigação de Gossling et.al., (2020) com a diminuição do preço do custo das viagens associado à redução do número de passageiros, as quebras no setor rondam os 252 biliões. Desta feita, atendendo ao Airports Council International (2020) e Gossling et.al., (2020) as companhias aéreas

enfrentam graves problemas ligados à sua liquidez, tendo esta área sido assolada por esta crise que gerou uma perda calculada no valor de 76,6 biliões em 2020. Assim sendo, muitas destas companhias aéreas viram-se na iminência de recorrerem ao Estado para pedirem financiamento. Por sua vez, na hotelaria sucede a mesma situação, uma vez que o número de hóspedes desceu drasticamente com valores que rondam os 50%, afetando principalmente a Itália, Grécia e Alemanha. Já a Organização de Turismo Norueguesa NHO e Gossling et.al., (2020) descrevem que a 5 de março as empresas registaram uma média de 41% dos cancelamentos em áreas como a hotelaria, restauração, entre outros. Com a perda substancial dos rendimentos das empresas, estas viram-se obrigadas a reduzir uma larga parte da sua mão-de-obra, sendo que cerca de 78% das empresas dispensou cerca de três quartos dos seus trabalhadores. Reiseliv (2020) e o Departamento de Assuntos Económicos e Sociais da ONU (2020) e Gossling et al., (2020) assinalam que devido à paralisação de diversas esferas de atividade económica em muitos países da OCDE a economia global no primeiro trimestre sofreu um decréscimo no valor de 0,9 % face aos 2,5 % de crescimento apontados para o ano de 2020. A OMT (2020) sugere uma diminuição de 20-30% das chegadas internacionais o que implica uma perda abrupta para o turismo, de aproximadamente 300-450 biliões. Por outra parte, outros estudos como o da WTTC (2020) apontam uma perda para o ano de 2020 até 2,1 triliões. Tendo em conta Zenker e Kock (2020) outra das implicações provocadas pela COVID-19 baseia-se na imagem do destino. Como tal, a imagem do destino poderá ser gravemente afetada e prejudicada, uma vez que os turistas se sentem inseguros, gerando uma dificuldade acrescida no sentido de conseguir conquistar o turista novamente e de que este se sinta, efetivamente seguro. Ao invés disso, Zenker e Kock (2020) salientam o facto de o vírus COVID-19 ter deixado profundos sinais nos indivíduos, quer a nível comportamental como na forma como os turistas viajam. A nível comportamental tal como descrevem Zenker e Kock (2020) e Chien & Ritchie (2018), tanto os turistas como a comunidade local podem demonstrar comportamentos xenófobos, face ao contacto recíproco.

Posto isto, a crise gerada pela COVID-19 deve ser encarada como um desafio para o turismo se reinventar e delinear estratégias no sentido de combater os efeitos nefastos da crise, assim como uma oportunidade para a formação de novos negócios (Zenker e Kock, 2020). Romagosa (2020) sublinha que atendendo à conjuntura atual o setor do

Turismo terá de proceder a transformações abissais, sendo uma das vertentes assinaladas- a questão ambiental, mais concretamente a sustentabilidade. A questão que se coloca prende-se com a sobrelotação dos destinos turísticos ou também designado este fenómeno como *overtourism* que leva, por conseguinte, ao aumento descontrolado e insustentável das viagens turísticas internacionais (Higgins-Desbiolles et al., 2019; Romagosa, 2020). Com a COVID-19, os destinos que outrora sofriam com o excesso de turismo, vêm-se atualmente confrontados com a redução drástica do Turismo (Romagosa, 2020), (Zenker e Kock, 2020) e (Benjamin, Dillette e Alderman, 2020). Assim sendo, com a perda dos turistas provocada pela crise inerente à pandemia os níveis de sustentabilidade e a questão ambiental sofreram um impacto positivo com a redução dos níveis de poluição, veja-se o caso representativo apresentado por Benjamin, Dillette e Alderman (2020) e Clifford (2020) em relação a Veneza. Por seu turno, Zenker e Kock (2020) referem que embora a pandemia tivesse provocado uma quebra abrupta na procura turística dos destinos, poderia também gerar um sentimento de solidariedade manifestado pelos turistas para com os países mais gravemente afetados. Nessa sequência, segundo Zenker e Kock (2020) os destinos do interior, com menor densidade turística e longe da multidão e das cidades serão os mais procurados pelos turistas face aos destinos de massa. Com efeito, a pandemia levou, portanto, à imposição de medidas severas que tiveram amplos reflexos no Turismo e que demonstrou que era possível travar o excesso de turistas nos destinos tendo em consideração todas as questões de sustentabilidade de acordo com a investigação de Romagosa (2020). Noutra perspetiva e seguindo a mesma linha de pensamento Zenker e Kock (2020) revelam que o surgimento de novos negócios deverá ter em consideração a temática da sustentabilidade. Tal situação leva, segundo Fletcher et al., (2020) e Romagosa (2020) a afirmar que antes da explosão desta crise pandémica já era possível tomar medidas contra a destruição ambiental, ao contrário do que foi apontado por diversos especialistas.

Por seu turno, Romagosa (2020) destaca as empresas de pequena dimensão que ofereceram aos turistas uma experiência de qualidade e única com base no legado histórico, cultural e natural dos seus destinos conseguindo, assim, superar de certa forma as dificuldades sentidas com esta crise. Lapointe (2020) ressalta o facto de que para a sobrevivência do Turismo, foi necessário alguns negócios se reajustarem e se

transformarem no sentido de se integrarem nas economias locais. Assim, a crise provocada pela pandemia obrigou a mudanças na economia do Turismo a fim de se conseguir ultrapassar as adversidades e, por conseguinte, os serviços turísticos responderem às necessidades exigidas por parte das comunidades locais (Lapointe, 2020). Uma das transformações provocadas pelo vírus COVID-19 reportadas por Soria (2017), Jeuring & Haartsen (2017) e Romagosa (2020) está intimamente relacionado com o facto de o Turismo ter-se direccionado para o Turismo “cá dentro”, isto é, com o facto de os turistas fazerem as suas viagens perto de casa, no seu próprio país de origem. Tal facto suscitou e despertou áreas e destinos que até então estavam um pouco esquecidos e adormecidos, no qual o turismo não era uma realidade. Como título representativo disso mesmo veja-se o caso do interior do país que mergulhou numa espiral positiva de crescimento. De facto, o interior do país foi o lugar que mais beneficiou com o COVID-19, já que os indivíduos procuravam afastar-se da multidão do quotidiano e refugiar-se em espaços mais recatados, com zonas e espaços verdes ao ar-livre. Por último, os destinos turísticos estão a apostar na vertente online. Como tal, alguns negócios têm-se direccionado para a criação de conteúdo e materiais educativos disponíveis para as crianças através de casa.

## CAPÍTULO 2- TURISMO RELIGIOSO

### 2.1 História do Turismo Religioso

Primeiramente, pode dizer-se, segundo Bulatovic (2019) que a história dos primeiros indícios da ocorrência do turismo religioso remonta ao Egito antigo. Desse modo, os visitantes deslocavam-se a lugares longínquos em busca da concretização das suas crenças religiosas, dirigindo-se a locais onde ocorriam manifestações religiosas com grande relevo, permanecendo alojados em locais cedidos pelos comerciantes locais (Bulatovic, 2019). A par disso, na Grécia Antiga os eventos de cariz religioso, nomeadamente os festivais eram um ponto de interesse e de referência, logo um dos mais procurados pelos visitantes (Bulatovic,2019).

Rinschede (1992), Sharpley e Sundaram (2005), Timothy & Olsen (2006), e Lupu (2018) acrescentam ainda que o turismo praticado em locais religiosos diz respeito a uma das manifestações mais antigas. O seu crescimento ocorreu com maior expressão a partir do século XX. Tal facto justifica, por sua vez, o aumento do número de viajantes que empreendem inúmeras jornadas a destinos religiosos (Lupu,2018).

#### 2.1.1 Definição de Turismo Religioso

Na perspetiva de Rinschede (1992) o turismo religioso encontra-se associado “a excursões a locais religiosos, cujas motivações são estritamente religiosas” (Lupu,2018). Não obstante, estas manifestam-se sob diferentes formas, entre as quais se destacam: “peregrinações religiosas, reuniões religiosas, viagens agendadas por razões relacionadas com lazer e praticadas por grupos religiosos”, atendendo aos estudos efetuados por Wright (2008) e Lupu (2018). Com efeito, para Stausberg (2011) a tipologia do turismo é definida segundo a motivação, no entanto não significa que os indivíduos elejam o destino atendendo à religião. Por seu turno, o Primeiro Congresso realizado em Ravena em 1990 demonstra que o turismo religioso se manifesta como “promoção humana, uma forma de solidariedade e amizade, um encontro entre comunidades, as suas culturas e religiões, no qual revelam uma aprendizagem sobre a paz entre os indivíduos, o respeito pela natureza e, por conseguinte, valorização da propriedade local

e cultura” (Bulatovic, 2019; Smith, MacLeod e Robertson, 2010). O turismo religioso, na ótica de Olsen e Timothy (2006) e Horák (2015) pode também ser considerado como “uma viagem a algum lugar, santuário, edifício ou paisagem que seja admitido por uma tradição religiosa, sagrada”.

Relativamente ao modo como diferentes autores tendem a caracterizar e definir o turismo religioso, na perspectiva de Nolan (1989) e Kreiner (2010) o turismo religioso está associado à “busca do indivíduo por santuários e locais sagrados, através dos quais se identificam com locais com significado histórico e cultural”. Na perspectiva de Stausberg (2011) todas as viagens que apresentem um cariz missionário, pastoral, de estudo e ou de caridade, no qual se envolvam em celebrações religiosas e que demonstram ter alguma região, são, então, consideradas como turismo religioso. Já na perspectiva de Rinschede (1992) e Fourie, Rosselló, & Santana-Gallego, (2015) o turismo religioso é um segmento do Turismo cultural, embora as motivações dos indivíduos sejam distintas, na forma como utilizam serviços e atividades ligadas ao entretenimento (Horák, 2015).

Nessa sequência, o Turismo Religioso apresenta diversas dimensões, entre as quais se destacam: espiritual, sociológica e social, de acordo com os estudos empreendidos por Isabel (2010).

— Vertente sociológica

Relativamente à vertente sociológica pode dizer-se que os indivíduos são atraídos pelos elementos de carácter religioso (Isabel, 2010).

— Vertente social

Por sua vez, no que respeita à perspectiva social o turismo religioso baseia-se na esfera individual do próprio indivíduo que ultrapassa a ligação que o mesmo tem com a sua religião (Isabel, 2010).

— Vertente religiosa

## 2.1.2 Motivações turísticas do turista religioso

Na perspectiva de Terzidou (2018) o turismo religioso está presente nos elementos mais insignificantes e básicos do nosso quotidiano, como, por exemplo, quando se inicia uma refeição e alguns indivíduos agradecem a possibilidade de terem diariamente condições e meios para se alimentarem, assim como nas escolhas dos indivíduos ao elegerem um determinado destino turístico. Esse destino é, portanto, selecionado com base no reconhecimento que lhe é delegado por parte das autoridades religiosas, daí que os principais centros religiosos a ser visitados sejam Fátima (Portugal), Lourdes (França), e Santiago Compostela (Espanha). As autoridades religiosas através do poder que exercem por meio da imagem e mensagem que transmitem influenciam as pessoas a dirigirem-se a determinados lugares. Note-se que, embora esse seja um elemento crucial no momento de eleição do destino, não é, porém, o único. Tal facto deve-se também à história, religiosidade e milagres que levam os indivíduos a ter maior ou menor afiliação com determinados santos ou mártires, como acontece com a Nossa Senhora de Fátima em Portugal, o Mártir Santiago de Santiago de Compostela, entre outros. A par disso, o estudo efetuado por Terzidou (2018) veio demonstrar que as razões que levam os indivíduos a viajar para locais sagrados não estão intimamente ligados apenas a fatores externos, como também está relacionado com a pressão imposta. Quer-se com isto dizer que muitas vezes os turistas escolhem tais lugares não por razões de índole religiosa, mas para satisfazer o estigma social. Horák (2015) enfatiza a ideia anterior, salientando que os destinos religiosos são, porventura, visitados não só por questões estritamente religiosas, mas também ligadas com a cultura e valor histórico inerente ao destino. Desse modo, na perspectiva de Terzidou (2018) tais viagens são também realizadas com o intuito de criar experiências próprias, novas e autênticas aos indivíduos.

Vukonic (1996) e Stausberg (2011) demonstram que o turismo religioso se pode dividir nas seguintes esferas: peregrinações, eventos religiosos (encontros que agregam um maior número de turistas na sequência da ocorrência de celebrações religiosas importantes) e, por último, visita aos principais espaços e edifícios religiosos ao longo de um itinerário turístico. Com efeito, pode admitir-se, tendo em conta Stausberg (2011) que os espaços religiosos se converteram em atrações turísticas desde a eclosão da “indústria do turismo.”

Em relação à temática em estudo, tendo em conta Santos (2003) e Stausberg (2011) “não é o conteúdo que dita o turismo religioso, mas ao invés disso a motivação”. Com efeito, admite-se que a maior parte das viagens realizadas não se circunscrevem às motivações religiosas, pelo que por outras razões, tais como: lazer, fugir à rotina do quotidiano, entre outras. Como tal, Santos (2003) e Stausberg (2011) sublinham que os motivos que levam os indivíduos a viajar prendem-se para além das motivações religiosas com outros motivos que estão ligados a diferentes segmentos do turismo, mas que podem concorrer em simultâneo. Stausberg (2011) com base numa investigação aplicada na região costeira de Ostfriesland (Alemanha) em 1994 apurou que a visita a igrejas, em alguns dos casos estava ligada à própria fé do indivíduo. No entanto, esse fator é pouco expressivo, já que concorrem outros vetores que não derivam somente da religião, tais como o conhecimento da arquitetura, arte, curiosidade em contemplar a igreja no seu interior, entre outros. Sublinhe-se que este facto não só aconteceu neste caso esporádico, pelo que pode suceder noutras situações semelhantes como locais repletos de património cultural, de história, identidade e memória (Stausberg, 2011). Outro aspeto a ter em conta diz respeito ao facto de a atividade religiosa nem sempre se limitar aos aspetos meramente religiosos, sendo o turismo espiritual e holístico um dos componentes da sua atividade (Boz, 2018). Para Boz (2018) os turistas pretendem fortalecer a sua espiritualidade ou, até mesmo, descobrir a espiritualidade de outros indivíduos. As peregrinações são, por outro lado, um exemplo bem elucidativo que enfatiza o facto de o público-alvo não ser predominantemente peregrinos, mas ao invés disso, viajantes comuns, que não valorizam tanto a questão religiosa (Stausberg, 2011). Outros fatores, apontados por Stausberg (2011), que podem estar associados à visita às Igrejas diz respeito ao facto de estes quererem utilizar parte do seu tempo livre na visita às Igrejas por altura da ocorrência de dias mais chuvosos. A par disso, outra das razões que estão, porventura, na origem das visitas às Igrejas prendem-se com uma forma de lazer, um ponto de referência e conexão ao longo da viagem, com a “procura de lembranças”, o “interesse na cultura (arquitetura, artes, música) e na história nacional” e, por último, com uma forma de contemplação paisagística. Desta forma, torna-se difícil tal como sugere Santos (2003) e Stausberg (2011) distinguir quais os indivíduos que se deslocam aos locais pela religiosidade, verdadeiramente.

Neste seguimento, Allport (1966) aponta dois diferentes géneros de pessoas, nomeadamente aquele indivíduo que pretende atender ao estatuto social e que pretende ver escutados os seus pedidos e súplicas junto dos santos, bem como os indivíduos que vivem em função da religião e dos seus ensinamentos. Estes últimos indivíduos além de viverem de acordo com os fundamentos da sua religião necessitam sistematicamente de se deslocarem aos principais locais religiosos a fim de se redescobrirem e de renovar a sua espiritualidade. Bulatovic (2019) refere também dois diferentes indivíduos, sendo que o primeiro é um crente fervoroso, que pratica incessantemente todos os ensinamentos ditados pela sua religião, tal como o último género de indivíduo mencionado por (Allport, 1966). Por sua vez, o segundo indivíduo diz respeito a um turista religioso e espiritual que não confia totalmente na sua religião, apresentando determinadas desconfianças e até mesmo reservas em relação a estas, revelando, assim, um conhecimento muito mais limitado em relação aos dogmas da igreja, bem como motivações para os locais sagrados que não derivam essencialmente das suas necessidades religiosas (Bulatovic, 2019). Para além destas motivações, realçam-se o interesse pelo desenvolvimento educativo e cultural que conduz, conseqüentemente, à autorreflexão e ao conhecimento profundo do indivíduo, como acontece na Grécia, de acordo com os estudos apresentados por Terzidou(2018). Por outro lado, Vukonic (1990) e Bulatovic (2019) assinalam outras razões que estão na origem de tais fluxos turísticos religiosos, nomeadamente o conhecimento da cultura e religião de outras nações, bem como a visita a edifícios sagrados. Bulatovic (2019) segue a mesma linha de pensamento revelando que a religião, os diferentes géneros de turistas e as motivações de índole religiosa são elementos cruciais para a “criação de uma tradição de viagem”. Collins-Kreiner & Kliot, (2000), Gutic, Caie e Clegg (2010) e Lupu (2018) sublinham que o objetivo das deslocações dos turistas visam a satisfação de um desejo de aproximação a Deus, de encontro com a paz interior, reforço da fé, redenção pelos pecados praticados. Buggeln (2012), Cohen (2006), Poria et al. (2009) e Lupu (2018) evidenciam o facto de “o turismo religioso patrimonial se caracterizar essencialmente por se tratar de uma viagem de cariz experimental”. Nessa sequência, as investigações realizadas nesse domínio sugerem que os indivíduos realizam determinadas excursões a lugares religiosos com o intuito de obterem experiências diferenciadoras nas suas vidas, como uma espécie de transformação espiritual fruto da experiência que adquiriram nesses espaços. Como tal,

investigadores da área como Lupu (2018), indicam que os espaços sagrados podem presentear os seus visitantes com experiências complexas e multidimensionais que se podem transformar. Nessa perspetiva, os elementos pertencentes aos espaços religiosos, materiais ou imateriais, podem caracterizar-se, para os visitantes, como experiências espirituais, pessoais, entre outras, como mencionado nos estudos de Lupu (2018), Andriotis (2009, 2011), Bond et al. (2015), Bremer (2006), Buggeln (2012), Davie (2006), Hervieu-Léger (2000) e Hughes et al. (2013).

Note-se que a experiência de cada indivíduo varia, essencialmente, de acordo com a personalidade do mesmo.

Posto isto, cada indivíduo, num determinado local religioso aprecia e capta para si certos elementos, sendo que uns podem analisar a sua identidade pessoal, enquanto outros admiram e usufruem dos aspetos materiais inerentes ao próprio lugar como a história e arquitetura. Daí, a existência de componentes materiais e imateriais que contemplam e enaltecem o destino (Lupu,2018).

### 2.1.3 Repercussões do Turismo Religioso

Henderson (2011) reconhece o significado que o turismo religioso possui para a indústria do turismo, uma vez que apresenta efeitos muito positivos no desenvolvimento das regiões. Por sua vez, Stausberg (2011) realça o papel das igrejas como agente chave para a promoção e, conseqüente atração das regiões em destinos atrativos. Nesse contexto, o caso das Igrejas rurais na Grã-Bretanha, França e Alemanha atraem os turistas no decorrer das suas viagens de curta permanência (Stausberg, 2011). Com a gradual perda de importância do setor secundário em pleno século XX, em detrimento da emergência da indústria do lazer, emergiram as igrejas como elementos preponderantes para a promoção dos destinos (Stausberg, 2011). Em contrapartida, na perspetiva da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2014), os efeitos do turismo religioso apresentam uma dimensão diferente. Dessa forma, o segmento do turismo religioso constituiu-se como um elemento essencial para o crescimento da receita económica. Por outro lado, segundo Boz (2018) o turismo religioso funciona também como um agente capaz de consciencializar os indivíduos com o propósito de estes preservarem a sua herança, assim como um agente promotor da paz e da “tolerância” entre povos de

diferentes culturas. Note-se que, tendo em conta Bulatovic (2019) Montenegro é outro dos exemplos, no qual a querela religiosa é um fator de peso para o aumento do setor turístico. Bulatovic (2019), apesar de admitir que as crenças religiosas incentivaram a realização de milhares de jornadas a Montenegro, revela que o setor do turismo descarta o potencial do património histórico, cultural e natural desse lugar.

O Turismo Religioso é também responsável por outras consequências menos positivas, nomeadamente implicações ambientais, políticas, socioculturais aliadas à falta de planeamento, de gestão e conflitos que podem advir caso não sejam bem delineados por parte das entidades responsáveis e que podem travar, o aumento do turismo e, conseqüentemente denegrir a imagem do destino. Um dos exemplos paradigmáticos indicados por Henderson (2010) assenta na disputa que ocorreu entre protestantes e católicos em meados do século XX e que levou a que a promiscuidade entre a religião e a política prejudicasse o turismo. Horák (2015) apresenta uma perspetiva diferente, considerando que a Europa demonstra também um grande potencial de crescimento, em virtude, quer da diversidade de monumentos históricos que constituem o património da Europa, quer mercê da diversidade de religiões existentes, nomeadamente católica, protestante, ortodoxa, entre outras. Posto isto, pode-se concluir que a religião e o turismo religioso convertem-se, assim, num pilar fundamental para o setor turístico, por se considerar um dos vetores que gera mais impacto não só a nível económico, como também em termos de ocupação no setor hoteleiro.

## 2.2 Peregrinações

As peregrinações encontram-se presentes em todas as religiões e representam um fenómeno e uma das formas de expressão da fé mais conhecidas por parte dos seus fiéis. Atendendo a Stausberg (2011) as peregrinações medievais deram o mote para o turismo moderno. Desse modo, na ótica de Olsen (2006) a peregrinação é geralmente caracterizada como sendo uma jornada empreendida pelos indivíduos para se encontrarem com Deus. No final da peregrinação e durante todo o percurso feito individualmente ou em grupo pelos indivíduos, o fiel adquire uma nova identidade.

De acordo com Barber (1993) e Kreiner (2010) a peregrinação pode ser entendida como o percurso efetuado pelos indivíduos motivado por razões de índole religiosa,

externamente a um destino sagrado, internamente por motivos espirituais e, conseqüentemente, compreensão interna.

Já tendo em conta as perspectivas de Smith (1989,1992) e Kreiner (2010) a peregrinação encontra-se intimamente ligada a uma jornada religiosa ou de peregrinação, mais concretamente a um santuário ou a um espaço sagrado. Atualmente, o conceito de peregrinação tem vindo a ser ajustado e assume-se enquanto jornada moderna secular ou, então, uma jornada religiosa tradicional.

Por outro lado, para Kreiner (2010) a peregrinação pode ser entendida como uma forma de circulação exercida pelas pessoas, sendo que no passado esta forma de deslocação não se circunscudia a somente indivíduos, como também correspondia a uma troca de bens, objetos, capital e até mesmo de informação disseminada por todo o mundo. Nos dias de hoje, o conceito de mobilidade apresenta um novo paradigma, através do qual as peregrinações assumem-se como “intercâmbios culturais, comércio, integração política, menor difusão de doenças e epidemias” (Kreiner, 2010).

A ocorrência sistemática e ao mesmo tempo crescente do número de peregrinações, especialmente a lugares emblemáticos como Meca (Arábia Saudita), Lourdes (França) e no caso português do santuário de Fátima, origina, conseqüentemente, mudanças a diversos níveis como, no setor político, económico, social e cultural refletindo-se, assim, na saúde e comércio global (Kreiner, 2010).

De acordo com MacCannell (1973), na década de 70 a relação existente entre o turismo e a peregrinação baseava-se no facto de um indivíduo enquanto turista realizar uma jornada religiosa em busca de um local sagrado a fim de encontrar algo de diferente, de ir em busca da autenticidade. Daí, que a autenticidade tenha um papel preponderante neste sentido, uma vez que a peregrinação leva o indivíduo a descobrir algo de novo, pelo que a experiência que as pessoas têm no decorrer da jornada se prende com o facto de ser algo único, verdadeiro, levando-o a refletir acerca da sua própria vida e a descobrir-se a si próprio. Mais tarde, Graburn (1977) e Kreiner (2010) defendem o turismo como um tipo de ritual, no qual o elo entre o turismo e a peregrinação passava por processos paralelos, que culminavam, em última instância, em viagens sagradas. Estas, por sua vez, tinham como propósito levar à autotransformação dos indivíduos, de maneira a que

estes adquirissem novos conhecimentos e outra posição graças ao contacto que obtiveram da jornada a um lugar sagrado. A distinção entre ambos os fenómenos tem vindo a esbater-se como resultado do surgimento célere do setor religioso e secular no turismo, através do qual o turismo religioso se assume como um segmento de mercado particularmente importante, sendo, dessa forma, um notável agente impulsionador do turismo internacional. Nesta sequência, o cerne da peregrinação-turismo recai no primeiro caso sobre o secular e no segundo sobre o regular. Da conjugação destes dois elementos surgiu a área central denominada de turismo religioso, de acordo com Kreiner (2010). Para Kreiner (2010) o conceito de peregrinação tem vindo a ser amplamente alargado, pelo que “pode ser usado em contextos mais seculares e também mais abrangentes, nomeadamente no que concerne a visitas a locais fúnebres como forma de peregrinação sagrada e secular”.

Tendo em conta as últimas investigações realizadas em relação a esta temática tem-se vindo a observar que há uma tendência de crescimento das peregrinações no mercado turístico, que se refletem, por sua vez, no enriquecimento intelectual e pessoal dos indivíduos mediante procedimentos não-tradicionais.

### 2.2.1 As peregrinações e o Turismo Religioso

Horák (2015) considera que as peregrinações assumem um papel de destaque, dado que justificam a viagem de 250 milhões de indivíduos por ano. Na opinião de Turner e Turner (1978), Belhassen (2009) e MacCannell (1973), todos os turistas representam uma tipologia distinta de peregrinos. Como tal, na perspetiva de Henderson (2010) a distinção entre eles baseia-se em peregrinos de religiões formais que obedecem a comportamentos pré-estabelecidos e simples viajantes, tendo ambos características em comum. Essas características relacionam-se com a procura de autenticidade, identidade e comercialização. Henderson (2010), Lupu (2018) e De Sousa (1993) não apresentam o mesmo ponto de vista, na medida em que os turistas diferem dos peregrinos, pois os primeiros são mais “hedonistas e exigentes”, ao passo que os segundos demonstram ser “mais sensíveis relativamente à cultura local”. Esta oposição entre estas duas esferas foi refutada por investigações mais recentes que revelam que as experiências dos visitantes são “multifacetadas e dinâmicas”, de acordo com Andriotis (2009), Bond et al. (2015),

Gatrell e Collins-Kreiner (2006), Weidenfeld (2006) e Lupu (2018). Neste seguimento, Bond et al. (2015) sugerem diferentes modelos, no qual os indivíduos, cujas motivações são religiosas dirigem-se a locais sagrados a fim de obterem experiências que vão ao encontro do autoconhecimento, reencontro com o seu eu e, por último, obtenção de experiências educativas e espirituais. Já os turistas que demonstram um interesse especial pelo património encaminham-se para locais repletos de domínio cultural, no qual a vertente cultural se encontre bem patente através da arquitetura, por exemplo. Relativamente aos visitantes que apresentam uma ligação às peregrinações pode dizer-se que estes se associam a “experiências de preenchimento espiritual” (Lupu, 2018).

De acordo com a OMT (2015), anualmente, os destinos religiosos mais emblemáticos do mundo contam com a entrada de cerca de 300 a 330 milhões de peregrinos. Na Europa, os principais lugares de referência são igrejas, catedrais, mosteiros, santuários, conventos, rotas de peregrinação, de entre os quais se salientam os santuários, mais concretamente os de Lourdes (França), Fátima (Portugal) e Knock (Irlanda), atendendo aos estudos realizados por Horák (2015). Nessa sequência, os principais locais religiosos elencados anteriormente, são alvo de cerca de “seiscentos milhões de viagens religiosas nacionais e internacionais no mundo” (Boz, 2018). Para Boz (2018) a Europa é um dos lugares preferenciais para a entrada de turistas, contando com 40% das viagens religiosas. Tendo em conta Lupu (2018) é possível verificar que “os 32 principais destinos religiosos acarretam a entrada de cerca de 140 milhões de indivíduos”. Atendendo a Shackley e Welton (2008) e Horák (2015) as peregrinações são uma das formas de manifestação do Turismo Religioso. Como tal, segundo Horák (2015) as peregrinações e visitas aos santuários marianos na União Europeia tem registado um aumento considerável, o que leva, por conseguinte, a concluir que a Europa para além de ser um dos principais polos religiosos de todo o mundo, também é um dos lugares com maior nível de receitas com esta procura. Sublinhe-se que as peregrinações efetuadas à Grécia, em particular à Igreja da Anunciação em Tinos, se assemelham às que ocorrem a Lourdes, em França, na medida em que o local é anualmente visitado por milhares de turistas por causa dos milagres que foram praticados pela Virgem Maria de Tinos descrito por Panagia, mencionado nos estudos de Terzidou (2018). De acordo com Terzidou (2018) o caso alusivo a Tinos retrata, portanto, o sentimento de pertença e de identidade coletiva que incentiva os indivíduos, quer sejam eles religiosos, ou meramente turistas

internacionais a empreender tal jornada. No entanto, para Horák (2015) tudo isto só é possível graças à maior diversidade de meios de transporte disponíveis e a um preço cada vez mais acessível, maior interesse manifestado por parte dos indivíduos em assuntos relacionados com questões religiosas, maior difusão e promoção dos destinos religiosos através de campanhas de marketing.

Importa neste contexto destacar que, para além das peregrinações se direcionarem fundamentalmente para destinos religiosos como Lourdes (França), Fátima (Portugal), Knock (Irlanda), Santiago de Compostela (Espanha), são também empreendidas a Meca e Medina na Arábia Saudita, sendo estes últimos lugares apontados outros dos principais centros religiosos. A razão que leva os muçulmanos a empreender tais viagens prende-se com o facto de conseguirem estar mais próximos do seu Deus. Assim sendo, o panorama geral tem vindo a registar um aumento considerável quer do número de entradas de turistas internacionais, e viagens domésticas. Atendendo aos dados apresentados por Henderson (2010) das 11,6 milhões de chegadas de estrangeiros, metade delas, foram motivadas por razões de índole religiosa, pelo que originou, consequentemente, cerca de 75% dos gastos. A mesma situação ocorre com as viagens domésticas, a única diferença reside no número de viagens que é um pouco inferior e no valor dos gastos que ronda os 40% do total dos residentes (Henderson,2010).

Por outro lado, a religião converte-se num elemento absolutamente estratégico nesta área, na medida em que funciona como um atrativo para os mais crentes e devotos, impulsionando os indivíduos a viajarem, pelos motivos ligados à sua fé e respetiva devoção. Segundo Terzidou (2018) a religião funciona como um fator-chave, dado que aniquila quaisquer inseguranças e medos que os indivíduos possam ter acerca da sua vida, dando-lhes alento, força e coragem para ultrapassar quaisquer adversidades que possam surgir.

Em conclusão, é possível afirmar que o turismo religioso tem ainda potencial de crescimento, já que gera milhões de viagens em todo o mundo.

## CAPÍTULO 3- TURISMO CULTURAL

### 3.1 História do Turismo cultural

Em primeiro lugar, relativamente ao conceito de cultura pode dizer-se que este é difícil de definir, pois não existe uma única definição para traduzir o que significa, efetivamente, cultura. Daí, a impossibilidade de generalização. Não obstante, atendendo a Richards (2018) a cultura encontra-se intrinsecamente relacionada com o fenómeno de turismo. William (1983) e Richards (1996) associam ainda ao termo- cultura três importantes categorias, entre as quais se evidenciam: processo de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético. Van Maanen e Laurent (1993) e Richards (1996) encaram, por sua vez, a “cultura como um processo” e “como um produto”. Segundo Richards (1996) a cultura converte-se, então, no produto de “atividades individuais ou de grupo”, a partir dos quais tais elementos se encontram umbilicalmente ligados entre si.

Importa realçar que o turismo cultural remonta à Segunda Guerra Mundial, visto que no período pós- Segunda Guerra os indivíduos se deslocavam por motivações de lazer. Nessa sequência, admite-se, de acordo com Richards (2018), que o aparecimento do turismo cultural enquanto “fenómeno social”, no qual foi alvo de investigações no seio académico deriva dessa mesma época. Tudo isto resulta da importância crescente e permanente do turismo no setor económico dos países, não só atualmente, em pleno século XXI, como também em fases mais dramáticas da história em que se viveu situações de calamidade e instabilidade social e económica, em que o turismo e as sucessivas viagens realizadas pelos indivíduos foram o motor de engrenagem para o funcionamento e sobrevivência dos países mais afetados (Richards, 2018). A era de 1960 e 1970 pautou-se, para Richards (2018) pelo consumo em massa, de modo que a par do seu aumento contínuo sucedeu-se de forma recorrente viagens internacionais e um aumento do consumo da cultura. Segundo Richards (2018) o particular interesse por este segmento de turismo acentuou-se nas décadas seguintes, o que levou por um lado ao aumento das viagens internacionais e domésticas, assim como à aceitação do turismo cultural como uma forma de consolidação do ramo da economia e agente preservador da cultura dos espaços nos destinos. De acordo com Richards (2018), ao contrário do habitual rumo que estava a seguir o turismo cultural vinculado maioritariamente num nicho marcadamente mais elitista, nos anos 90 essa sequência alterou-se e passou a dirigir-se para o mercado de massa.

O turismo cultural pode ainda ser considerado como meio de gerar riqueza e consagrado como uma forma de turismo que tem emergido enquanto uma das prioridades das instituições do património. Como tal, com o crescimento do turismo cultural, Boniface (2013) e Richards (2018) revelam consequências que estão ligadas à sobrelotação dos espaços identificados como Património Mundial, tendo como exemplo representativo disso mesmo em Portugal, no Norte do País, o caso da Torre dos Clérigos.

### 3.1.1 Definição de Turismo Cultural

Desse modo, tendo em conta a carta redigida em 1976 pelo *International Council on Monuments and Sites* (Icomos) o Turismo cultural pode ser entendido como uma das vertentes do turismo cuja finalidade visa “o conhecimento de monumentos, sítios históricos e artísticos ou qualquer elemento do património cultural”. Não obstante, MacCannell e Richards (1996) consideram o turismo como uma “experiência cultural”. Urry (1990) e Richards (1996) enfatizam esta ideia, realçando que o turismo é considerado como a expressão da cultura. Já para Ted Silberberg (1995) o turismo cultural pode ser entendido como as visitas efetuadas por turistas estrangeiros por razões de índole histórico, artístico, científico ou estilo de vida/herança de uma comunidade, região, grupo ou instituição.

De acordo com a OMT o Turismo Cultural envolve para além da cultura e do espaço cultural que compreende um destino, as atrações artísticas como os monumentos, património, as tradições, entre outras (Ferreira, 2012). Uma nova definição apresentada na 22<sup>a</sup> Sessão da Assembleia Geral realizada na China pela OMT mencionada por Richards (2018) revela que “o Turismo Cultural é um tipo de atividade turística em que a motivação essencial do visitante é aprender, descobrir, experimentar e consumir as atrações, produtos culturais tangíveis e intangíveis sob a forma de um produto turístico”. Nesse sentido, na perspetiva de Richards (2018) as atrações são produtos ligados a um “conjunto de características materiais, intelectuais, espirituais e emocionais diferentes de uma sociedade que abrange a arte, arquitetura, património histórico e cultural, património culinário, literatura, música, indústria criativa e culturas vivas com o seu estilo de vida, sistemas, crenças e tradições” não se circunscrevendo aos espaços e monumentos, mas ao invés disso ao quotidiano dos indivíduos, à forma como eles se

movimentam e desempenham com criatividade as suas atividades. Assim sendo, o Turismo Cultural direciona-se mais para outras vertentes como as tradições culturais e respetivos costumes e não se foca tanto no património tangível como acontecia no passado. Na perspetiva de Besculides (2002) o Turismo cultural pode ser representado através da visita a espaços históricos ou arqueológicos, a participação da população em festivais organizados pela comunidade, a presença em eventos tradicionais, como, por exemplo, danças locais ou até mesmo o consumo de artigos artesanais. Richards (1996) considera ainda que a comercialização da cultura é o veículo para a revitalização económica, uma vez que pode originar “a criação de instalações culturais que funcionam como uma alavanca para a atração de investimentos internos para as cidades europeias” (Bianchini, 1990).

### 3.1.2 Motivações dos turistas culturais

Alguns turistas deslocam-se a determinados destinos motivados exclusivamente pelas atrações culturais existentes nesse mesmo lugar. Esses turistas consomem também muitos recursos nesses locais. Richards (2018) sublinha que existem diversos grupos de indivíduos que praticam o Turismo Cultural, sendo estabelecida uma divisão entre os turistas culturais gerais e os turistas culturais específicos. Esses turistas culturais específicos distinguem-se dos primeiros, dado que a sua motivação principal está relacionada com fins estritamente culturais, ou seja, com aspetos e edifícios culturais que pretendem visitar e são o motivo de eleição do destino. Note-se, porém, que esta perspetiva nos dias de hoje começa a ser cada vez mais posta em causa, pelo que esta divisão começa a deixar de fazer sentido e a esbater-se, já que os indivíduos elegem um destino devido a um conjunto diversificado de fatores e não por razões únicas e estritamente culturais. Quer-se com isto dizer, que um turista não se desloca a um local para visitar um determinado museu ou igreja, mas para conhecer a cidade, o seu património, cultura, gastronomia, entre outros.

### 3.1.3 Impacto do Turismo Cultural

Relativamente aos efeitos produzidos pelo Turismo Cultural pode constatar-se que tudo depende da população local, bem como do destino em questão. Na ótica de Mathieson e Wall (1984) e Besculides (2002) a população, através do acolhimento feito aos visitantes, pode ajudar a que estes se sintam integrados. Todavia, o vínculo estabelecido entre a comunidade local e os visitantes é imprescindível, na medida em que permite uma “comunicação transcultural” que pode originar, por conseguinte, uma melhor compreensão entre ambas as partes. A par disso, Driver, Brown, Peterson (1991) e Besculides (2002) referem outros aspetos positivos manifestados pelos turistas, nomeadamente “solidariedade e tolerância, sentimento de pertença e de identidade étnica, assim como orgulho da comunidade”. Outra das consequências provocadas pelo Turismo Cultural prende-se, segundo Richards (2018) com a “preservação do património histórico e cultural”. Para além destas vantagens, Weikert e Kertstetter (1996), Clements, Schultz e Lime (1993) evidenciam também outros benefícios a nível sociocultural, como a “consciencialização”, reforço do elo de ligação de cariz familiar, aprendizagem, “dinamização das tradições locais, melhoria da qualidade de vida e imagem do destino”. Desta feita, os turistas através do intercâmbio de ideias estabelecido com os indivíduos do próprio destino adquirem um maior conhecimento face à cultura local desse espaço. Em virtude do bom relacionamento entre os visitantes e a comunidade local é, por sua vez, estimulado o orgulho local e a união com repercussões positivas no bem-estar da comunidade que, em última instância, permite o fomento da produção local (Delamere e Hinch, 1994; Besculides, 2002). Graças à procura turística relativamente a esses elementos (arte) que integram a cultura local, os produtos são conservados e comercializados, deixando de correr o risco de saírem do mercado, de acordo com Besculides (2002). Importa neste seguimento realçar que a satisfação dos indivíduos deve ser tida em consideração como um elemento de peso, uma vez que se a experiência correr como o esperado ou superar as expectativas, os turistas irão definitivamente repetir a experiência, como apontado por Lee e Hsu (2013) e Richards (2018) em relação a Taiwan, no qual verificaram que os efeitos da visita aos festivais foram positivos. Deve-se, por outro lado, reter que as repercussões são visíveis no caso de Espanha, em que Artal-Tur, Briones-Peñalver e Villena-Navarro (2018) e Richards (2018) consideram que

as atividades culturais captaram turistas de longa distância a esse destino. Além disso, graças ao consumo dos visitantes, os museus foram preservados. A mesma realidade manifesta-se em relação à Andaluzia, que em virtude do aumento do turismo cultural conseguiu-se atenuar a sazonalidade, como mencionado por Cisneros-Martínez e Fernández-Morales (2015) e Richards (2018). Outros exemplos seguem essa mesma tendência, nomeadamente em Itália, em que Guccio, Lisi, Mignosa e Rizzo (2018) e Richards (2018) revelam que o impacto das visitas culturais no contexto do património histórico e cultural originou receitas avultadas, o que enfatiza a importância crescente desta tipologia de turismo. Outro aspeto salientado por Di Lascio, Giannerini, Scorcu e Candela (2011) e Richards (2018) demonstra que as exposições de arte são um dos elementos de peso que capta a atenção dos turistas e, conseqüentemente origina o interesse turístico, desde que seja uma parte integrante do destino. Posto isto, pode-se concluir que embora o Turismo Cultural seja um dos segmentos do turismo, este encontra-se sistematicamente interligado a outros setores, não funcionando, dessa forma, de maneira isolada, mas ao invés disso, atua em conjunto com a economia dos destinos, as suas necessidades e anseios dos turistas e das comunidades locais. Esta afirmação pode, portanto, ser confirmada por Richards (2018) que realça o facto de o património ser um dos pilares do Turismo Cultural, daí a dificuldade na distinção entre Turismo Cultural e outros segmentos do turismo, já que não funcionam de forma independente. Richards (2018) atesta que as especificidades entre Turismo Cultural e o Turismo associado ao património são alvo de inúmeras discussões, já que a definição apresentada em relação ao património associa-o como um elemento repleto de recursos, que abrange o património edificado, o quotidiano, a arte e cultura moderna.

Por outro lado, Keogh (1990), Johnson, Snepenger, Akis (1994) e Besculides (2002) revelam outras conseqüências menos positivas que podem surgir deste fenómeno, tais como: “influência negativa no carácter e cultura tradicional da população local”. Já Besculides (2002) sugere o sobre desenvolvimento, a “assimilação”, o “conflito” e a “xenofobia” como outros dos fatores prejudiciais causados pelo Turismo Cultural.

## CAPÍTULO 4- ROTA, ITINERÁRIOS, CIRCUITOS TURÍSTICOS

Uma das tendências turísticas em ascensão na Europa baseia-se na cultura, sendo as rotas culturais consideradas como um dos produtos que precisa de ser desenvolvido. Embora, alguns investigadores atribuem ao conceito de rota, a denominação de percurso ou itinerário, importa fazer uma distinção clara e consciente, em relação a esses conceitos, uma vez que apresentam significados dissonantes entre si. Tendo em conta Lourens (2007) as rotas turísticas embora possam ser designadas de múltiplas formas, mais concretamente de trilhos, rotas temáticas, entre outras designações, são geralmente definidas como um método efetivo de distribuição turística. Podem ser realizados através de diversas formas de locomoção, por norma, a pé, apesar de em alguns dos casos, senão maioritariamente, a distância que leva o turista a percorrer a rota ser longa, o que leva que a faça por etapas, como acontece com os indivíduos que se dirigem em peregrinação a Santiago de Compostela. Para além das diferentes designações que podem ser adotadas no sentido de definir as rotas turísticas, estas também podem ser divididas em distintas esferas como, por exemplo, rotas e trilhos de peregrinação, sendo esta uma das formas mais antigas de rotas culturais, de acordo com os estudos de Boz (2018). Por sua vez, Figueira (2013) em relação ao conceito de rota admite que a palavra deriva da cultura italiana, que significa “rumo”, “caminho”. Como tal, a rota é “um tipo específico de percurso constituído por um tronco funcionando como eixo principal e por ramos complementares daquele; percorrida num determinado espaço de tempo; tematicamente autónoma ou ligada a outra Rota; organizada com uma geografia muito objetiva e desenvolvida numa determinada direção; consumida em forma de percurso, dirigido à temática dominante e agregando vários atrativos e atividades que a enriquecem como produto turístico singular; orientada para originar circuitos locais, bem identificados que se ligam, por sua vez, entre si, através de itinerários com escala local e/ou regional” (Figueira, 2013). De acordo com o Conselho da Europa (2015) o conceito de rota é descrito enquanto uma rede que agrupa diferentes destinos e locais geográficos com base num tema, no qual diferem entre si em função das particularidades inerentes a cada destino ou espaço geográfico. A par disso, Greffe (1994) e Figueira (2013) sugerem que as rotas turísticas têm como objetivo agrupar um conjunto de atividades e atrações que têm algo em comum a fim de incentivar e proporcionar oportunidades de negócio empresariais mediante o desenvolvimento de produtos e

serviços auxiliares. Tendo em conta a definição do Conselho da Europa (2015) a rota cultural pode ser considerada também como “um bem cultural complexo e como um projeto territorial, que inclui aspetos identitários das expressões culturais, enquadrando-se no quadro atual de interpretação do património”. Por seu turno, atendendo ao projeto levado a cabo pelo *Turismo, Sostenibilidad, Proyectos*, do Chile, Figueira (2013) salienta que a Rota Turística pode ser definida enquanto um “itinerário ou percurso temático natural de uma comunidade ou área geográfica, que permite o conhecimento dos seus valores e atrações particulares, capazes de atrair visitantes (...), visitando as atrações, realizando atividades e utilizando serviços que foram construídos com esse fim”. Segundo as Resoluções do Conselho da Europa (2013) a rota cultural é considerada como “um projeto de cooperação cultural e turística que visa o desenvolvimento e promoção de um itinerário ou uma série de itinerários baseados numa rota histórica, um conceito cultural, figura ou fenómeno”. Nesse sentido, trata-se de uma rota que não se circunscreve a uma determinada região, mas ao invés disso abrange vários países atendendo a uma temática em comum, sendo o cerne da rota baseado na dimensão histórica, cultural europeia, já que a rota apresenta um significado que vai além do estritamente local (Resoluções do Conselho da Europa, 2013). Hafele (2013) por seu turno refere que as rotas podem ser entendidas de múltiplas formas como, por exemplo, uma rota real ou estrada que já existiam; “uma rede de lugares ou instalações históricas ou naturais”; como um determinado espaço que tem uma temática em comum ou até uma rota que englobe diferentes territórios e países pautados e definidos segundo razões de cariz histórico, artístico ou social. Ao contrário das ideias defendidas anteriormente, de acordo com Figueira (2013), numa perspetiva mais comercial a rota tem como objetivo ser praticada a nível individual ou em grupo, mais concretamente sob a forma de excursões ou visitas com o pressuposto turístico, cultural, profissional ou outros, com início e término da atividade. A par disso, “inclui todos os serviços contratados e incluídos no preço tais como transporte de pessoas e as suas bagagens, refeições, alojamento, visitas ou circuitos guiados nos locais assinalados no programa da excursão, pagamento de guias, se for o caso, e despesas de acesso a pontos de interesse turístico contratados (museus, parques temáticos, monumentos, entre outros) ” (Figueira, 2013). Nessa sequência, de acordo com Figueira (2013) as Rotas Temáticas têm em consideração as seguintes diretrizes: primeiramente, a dimensão que tem a participação institucional e

governativa e que pretende promover e desenvolver o território, nomeadamente a Administração Central e desconcentrada e, por outro lado, a perspetiva levada a cabo pelos agentes económicos que possuem uma relação estreita e indireta no seio do ramo do turismo. Por outro lado, para Nagy (2012) as rotas temáticas “estabelecem entre si atrações naturais ou artificiais a partir de um determinado tema, com facilidades a nível de meios de transporte disponíveis”. Já Maia (2010) defende que as rotas ou itinerários culturais podem ser definidos como algo moderno e atual, que é complexo e pluridisciplinar, e que visa enaltecer e evidenciar o património com o propósito de o promover, mas ao mesmo tempo de o requalificar. O Conselho da Europa (2015) nesse contexto enfatiza a ideia de que as rotas têm vindo a incidir ao longo dos anos sobre diferentes aspetos como, por exemplo, o património cultural (paisagens), património imaterial, e arqueologia industrial. Com efeito, tendo em conta cada rota em particular esta deve ter o seu público-alvo, de forma a responder objetivamente às suas necessidades e anseios (Figueira, 2013), sendo necessário conciliar os interesses de diferentes agentes da atividade turística, “dos operadores, dos prestadores de serviços e, dos interesses das comunidades locais”, tendo como seu principal foco de atuação os turistas (Figueira, 2013).

Quanto aos itinerários turísticos pode dizer-se que estes assumem uma dupla conotação na medida em que, segundo Gomez e Quizano (1991) são um percurso ou rota que determina os lugares e sugere inúmeras atividades e serviços ao longo do passeio. Greffe (1994) e Lourens (2007) corroboram com a ideia defendida anteriormente salientando que a diversidade de atividades e atrações combinadas entre si podem gerar oportunidades para as empresas mediante o crescimento de produtos e áreas alternativas. Figueira (2013) não apresenta o mesmo ponto de vista, aludindo que os itinerários advêm do termo “itinerário”, o que significa, por seu turno, “de viagem”, mas também pode ser descrito como roteiro ou como uma viagem. Como tal, pode ser encarado como um percurso, que traça com maior ou menor rigor, atrações em comum no decorrer do caminho, a identificação particular de cada local de acesso, com base “em atividades relacionadas com os conteúdos a descobrir” que são apoiadas graças aos serviços de apoio direto e indireto, como é o caso dos bens e serviços que, por conseguinte, podem ser percorridos através de diferentes meios de transporte (Figueira, 2013). Segundo Maia (2010) o itinerário turístico pode ser entendido “como a produção

de um conjunto de atividades e atrações” que originam a associação de outros domínios que interligados entre si potenciam o fomento económico por intermédio da área do turismo. Além disso, respeita um processo ativo, interativo e em permanente evolução, com um enorme peso para o turismo e lazer, daí a necessidade da elaboração de um programa rigoroso. Com base no Conselho Europeu (2015) o itinerário cultural baseia-se no elo entre a cultura e o turismo, bem como “no papel existente entre o património cultural a experiência e a prática turística”. Outra definição apresentada pelo Instituto Europeu de Itinerários Culturais revela que a Rota cultural europeia pode ser considerada como uma rota que integra diversos países ou regiões com a finalidade de responder aos anseios históricos, sociais e artísticos podendo operar de forma autónoma ou comercializados por operadores, fornecendo ambos um conjunto de produtos e serviços, vendidos em formato de *packaging* com todos os preços incluídos (Figueira, 2013). Porém, esse conjunto de produtos e serviços (transporte, alojamento, alimentação, serviço de guias, serviço de animação turística, outros bens e serviços contratados) designam-se de Itinerários “*Forfait*”, que visam dar uma resposta à oferta e à procura (Figueira, 2013). Na ótica de Pérez (2009) e Maia (2010) os itinerários culturais devem assinalar a “identidade patrimonial cultural e natural” patente em determinada cidade ou local, com o pressuposto de se conectar com o turista, com o que visita. Já para Boz (2018) a finalidade da existência das rotas culturais e turísticas reside no facto de estas serem um importante agente no que respeita ao progresso e coesão regional, diálogo cultural, “autoeducação e aprendizagem” (OMT, 2015). Tendo em consideração uma vertente mais económica, segundo Queirós (2010) e Figueira (2013) através da existência da rota e dos circuitos pretende-se “promover a passagem do estatuto económico de excursionista a turista, aumentar o seu tempo de permanência e a vontade/necessidade de regresso, superar a sazonalidade e fomentar o consumo de qualidade, tal é, no seu conjunto, o incremento da produtividade”.

Considerando agora a definição de circuito, pode constatar-se que o termo resulta em primeiro lugar do latim e depois do grego. Pode entender-se como “círculo”, mas também como “percurso, passeio, ronda” (Figueira, 2013). De acordo com Figueira (2013) o circuito diz respeito a uma viagem planeada para ser percorrida atendendo a um determinado percurso e que pode, porventura, agrupar outros circuitos de forma a criar um Itinerário; “uma viagem em que os operadores prestam vários serviços (*package*

*tour*”); um percurso planeado, no qual os diferentes segmentos temáticos se relacionem entre si; um espaço que pode ter vários meios de locomoção; “ uma viagem desenhada de modo a que o ponto de partida seja coincidente com o ponto de chegada”; uma viagem organizada de média-curta duração, no qual está definido o seu preço e dispõe de informação necessária aos seus clientes em relação ao “ponto de partida, horários e atividades, e ponto de saída do Circuito”.

Efetivamente, atendendo a Juan (2015) o Programa de Itinerários Culturais Europeus do Conselho da Europa obteve a certificação no ano de 1987 através das seguintes resoluções: o Caminho de Santiago de Compostela e a Rota do Habitat Rural, sendo que somente em 1997 se instituiu o Instituto Europeu de Itinerários Culturais graças a uma convenção celebrada entre o Conselho da Europa e o Grande Ducado de Luxemburgo. O objetivo da convenção visava promover “um maior conhecimento em relação ao espaço cultural europeu” (Juan, 2015). Para além disso, tendo em consideração a Direção Geral do Património-Cultural e Hafele (2013) o Programa de Itinerários Culturais Europeus preconizados pelo Conselho da Europa visa colocar em ação as principais diretrizes através das quais o Conselho da Europa se rege: “direitos humanos, democracia cultural, diversidade cultural e identidade, diálogo, intercâmbio e enriquecimento mútuo entre países”. Como tal, o Acordo Parcial Ampliado sobre os Itinerários Culturais do Conselho da Europa assinado por intermédio da Resolução de 8 de Dezembro de 2010 identifica o itinerário cultural enquanto um “ projeto de cooperação cultural, educação, propriedade e turismo, cujo objetivo passa pelo desenvolvimento e promoção de uma rota ou uma série de itinerários com base num *tour*(recorrido) histórico, um conceito, uma pessoa ou um fenómeno cultural de dimensão transnacional, que se revela importante para a compreensão e respeito dos valores europeus que têm em comum”, de acordo com os estudos realizados por Juan (2015). A finalidade principal deste acordo, segundo Juan (2015) prende-se com o encorajamento do trabalho em rede por meio do estabelecimento de vínculos culturais e de diálogo com vista à compreensão dos cidadãos europeus da sua identidade europeia. Assim sendo, o Fórum Consultivo Anual dos Itinerários Culturais do Conselho da Europa, que decorreu em Baku, em 2014, assinala o papel dos Itinerários Culturais na “promoção do diálogo entre as culturas urbanas e rurais, entre as regiões do sul, do norte, este e oeste da Europa, bem como entre as regiões desenvolvidas e desfavorecidas e a promoção do diálogo e entendimento entre

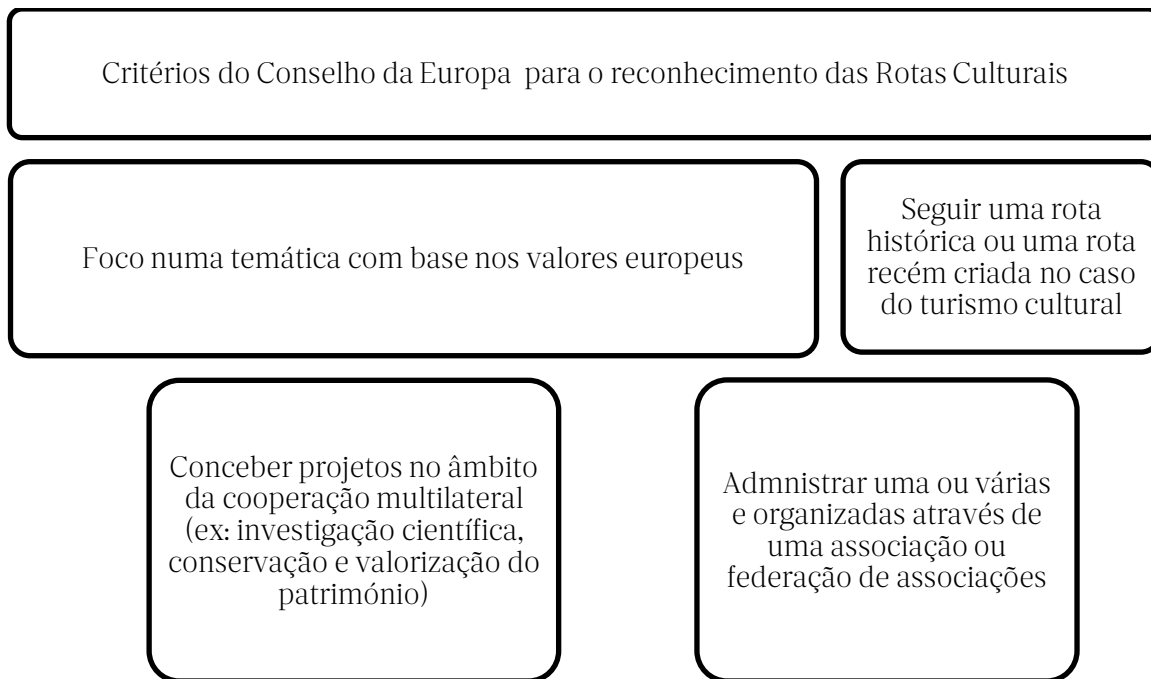
as maiorias e as minorias, as culturas locais e imigrantes”, “fomento do desenvolvimento social e económico sustentável”, apaziguamento de conflitos mediante a atribuição aos indivíduos dos meios necessários para o entendimento dos problemas do passado a fim da instituição da paz e, por último, “preservação e perpetuação da memória e da história viva da Europa” (Juan, 2015).

Com base no estudo do Conselho da Europa (2015), e Hafele (2013), para que uma rota obtenha o certificado do Conselho da Europa é necessário que preencha os principais requisitos: definição de um tema presente em toda a Europa, no qual ao longo de todo o percurso esse mesmo tema esteja presente, sendo, portanto, o tema alvo de projetos de cooperação, comungando os valores europeus comuns a toda a Europa; a temática da rota deve também retratar a “memória, a história e o património europeus e contribuir para uma interpretação da diversidade da Europa” e facilitar o diálogo cultural e educativo, assim como a implementação de projetos inovadores acerca do turismo cultural e o desenvolvimento cultural sustentável e, por último, deve ser desenvolvido em parceria com os operadores turísticos a fim de se dirigir a diferentes públicos; identificação dos elementos associados ao património através das “características geográficas, culturais, históricas e naturais das diferentes regiões”; os fundadores do projeto terão de proceder ao levantamento de todos os elementos ligados ao património material e imaterial, e após a sua distinção os pioneiros da criação da rota devem construir uma história que gire em torno dos locais identificados pela rota; criação de uma rota europeia de acordo com os estatutos legais que abrangem as diferentes partes que integram o percurso e que permitem a colaboração democrática de todos os que participam e desempenham um papel ativo com o propósito de concederem o reconhecimento final para a execução de atividades; coordenação de ações comuns com o propósito de conferir uma representatividade comum.

Para além dos aspetos enumerados anteriormente, é também fundamental que entre os diferentes territórios transfronteiriços que integram os projetos das rotas europeias se estabeleça um vínculo efetivo entre ambos com o objetivo de as rotas culturais do Conselho da Europa se tornarem efetivamente eficientes. A par disso, o papel da comunidade local é por outro lado determinante, isto porque a sua colaboração e

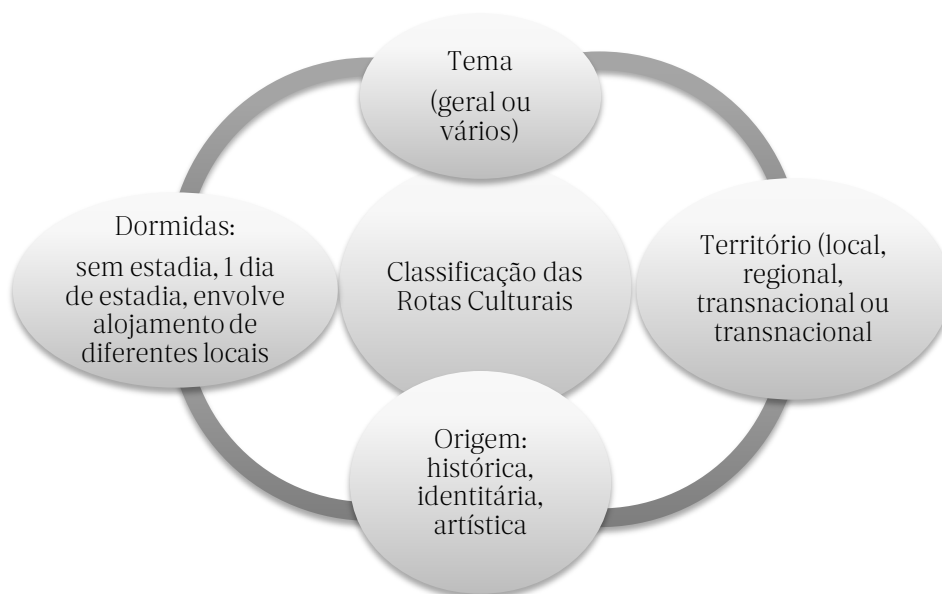
interação nos espaços dos percursos das rotas permitem o processo de “identificação” de acordo com o Conselho da Europa (2015).

Figura 1- Critérios para o reconhecimento das Rotas Culturais pelo Conselho da Europa



Fonte: Conselho da Europa (2015)

Figura 2- Classificação das Rotas Culturais



Fonte: United Nations World Tourism Organization (2015)

Tendo em conta Juan (2015), contavam-se até ao ano da sua pesquisa cerca de vinte e nove Itinerários Culturais disseminados em torno do território nacional, de entre os quais se evidenciam: Caminho de Santiago de Compostela (1987), O Legado Andaluz (1997), Vikings e Normandos (1998), A Rota do Ferro nos Pireneus (2005), São Martinho de Tous (2005), A Rede de Destinos Cluniacenses (2005), As Rotas do Olival (2005), A Via Régia (2005), Transromânica: Itinerários de arte românica na Europa (2007), *Iter Vitis*: os Caminhos da Vinha na Europa (2007), O Itinerário Europeu dos Cistercienses (2010), A Rota Europeia dos Cemitérios (2010), Caminhos de Arte Rupestre Pré-histórico (2010), A Rota Europeia do Património Termal e as Cidades Termas (2010), Itinerários Europeus do Património Judaico (2010), Itinerário da Casa Dei (2012), A Rota Europeia da Cerâmica (2012) e a mais recente Rede Europeia do Modernismo que foi inaugurada no ano de 2014.

Relativamente ao programa das Rotas culturais pode constatar-se que estas foram difundidas no ano de 1987 graças ao interesse manifestado pelo Comité de Ministros do Conselho da Europa, cujas preocupações se vieram a revelar no desenvolvimento das Rotas Culturais, de acordo com Quilici (2012). Desse modo, o acordo estabelecido visava consagrar uma cooperação estreita entre as entidades particulares com interesses em comum na matéria das rotas culturais (Quilici, 2012). Nesse sentido, a resolução definida pelo Conselho da Europa em dezembro de 2010 tinha como principais finalidades: “ilustrações tangíveis através de itinerários transfronteiriços europeus, pluralismo e diversidade da cultura europeia com base na partilha de valores”; “meios para o diálogo intercultural e respetiva compreensão intercultural” (Quilici, 2012). Atendendo aos dados apontados pelo Conselho da Europa (2015) as Rotas Culturais do Conselho da Europa visam “demonstrar a cidadania europeia”, ser uma ferramenta de gestão consciente; englobar um sistema de recursos conjugando os recursos turísticos e culturais; uma rede internacional que trabalha em conjunto de maneira a estabelecer o desenvolvimento e diálogo; ser uma “ferramenta de desenvolvimento”; ser um “modelo ocupacional e ao mesmo tempo pedagógico”, assim como exemplo de boas práticas e de práticas globais. Atualmente o Conselho Europeu conta com um total de 33 Itinerários culturais devidamente certificados, tal como se pode comprovar através da informação fornecida pela Direção-Geral do Património Cultural.

Em Portugal assinalam-se os principais Itinerários Culturais: “Transromânica- Itinerários do Românico do património europeu, Caminhos de peregrinação a Santiago de Compostela, *Iter Vitis*- Caminhos da Vinha, Rota Europeia do Património Judaico, Caminhos da Arte Rupestre Pré-Histórica, Rota Europeia das Abadias Cistercienses, Rota Europeia dos Cemitérios, Rota do legado Andaluz, Rota do Imperador Carlos V, Itinerário Europeu das Cidades termas históricas, Rede de Arte Nova e *Destination Napoleon*. Tais rotas culturais promovem a realização de inúmeros eventos, atividades e até intercâmbios educacionais que envolvem a participação de milhares de indivíduos e o apoio e presença de diversas organizações e comunidades locais (Quilici S., 2012).

A par destas Rotas mencionadas anteriormente, contam-se até ao ano de 2019, com um total de 38 Rotas Culturais do Conselho da Europa, e o seu propósito prende-se com a preservação e difusão da “memória, história e património da Europa” a fim de uma melhor compreensão dos destinos europeus e da sua inerente imensidão. Por isso, para além das rotas apontadas anteriormente, assinalam-se também: Via Habsburg (2014), Imperadores Romanos e Rota dos Vinhos do Danúbio (2015), Rotas europeias do Imperador Carlos V (2015), Destino Napoleão (2015), Seguindo os passos de Robert Louis Stevenson (2015), Cidades fortificadas da Região Grande (2016), Rota dos Impressionistas (2018), Via Carlos Magno (2018), Rota Europeia do Património Industrial (2019), Trilha de cortina de ferro (2019), Destinos *Le Corbusier*: passeios arquitetónicos (2019), Rota da Libertação Europa (2019) e, por último, Rotas da Reforma (2019). Atendendo às rotas de peregrinação religiosa indicadas por Timothy e Boyd (2014) e Boz (2018) destacam-se as seguintes: Meca, Arábia Saudita, Caminho de Santiago, Caminho St. Olav, Escandinávia, Via Francigena, Glastonbury Tor a Stonehenge, Reino Unido, Kumano Kodō, Japão, Char Dham, Índia, Rota Inca Machu Picchu, Perú e, por último, a Peregrinação no Monte Kailash, no Tibete.

Dada a vasta extensão de Itinerários Culturais que existem, importa salientar de forma breve e sucinta um pouco sobre a história da sua fundação e os motivos que estão na sua origem.

Quadro 1- Os Itinerários Culturais do Conselho da Europa

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Rota de Peregrinação de Santiago de Compostela	1987	De facto, o que tornou este Caminho numa das maiores peregrinações da Idade Média prende-se com o facto de os restos de Santiago terem sido descobertos, após a sua transferência de Jerusalém através de barco, numa tumba em Santiago de Compostela no século IX. Tal descoberta fomentou a valorização do património tangível da região.
Hansa	1991	Esta Rota Cultural do Conselho da Europa foi reconhecida no ano de 1991, em virtude da estratégia levada a cabo pelos alemães no século XIII ao formarem uma liga Hanseática que tinha como objetivo o alcance dos seus anseios a nível económico. No que respeita à vertente económica, comercial e política esta liga conseguiu obter um grande alcance, visto que foi apoiada por 225 cidades.
Via Francigena	1994	Segundo Quilici (2012), a Via Francigena ou Francesa que foi reconhecida enquanto rota europeia diz respeito a uma das mais velhas rotas de peregrinação que chegaram a Roma através da Europa, percorrendo França, Suíça e Itália. Esta rota de peregrinação é considerada não somente um caminho histórico, mas, efetivamente, um “local cultural” (Quilici S., 2012). A Via Francesa foi, então, reconhecida na sequência da viagem a Roma pelo arcebispo de Canterbury para se encontrar com o Papa João XV. A Via Francesa cruza os circuitos principais, fazendo fronteira com os monumentos mais emblemáticos, como igrejas, locais históricos e religiosos. Tendo em conta as investigações realizadas apurou-se que a Via Francesa é muito percorrida, estimando-se que cerca de 4000 mil pessoas circulem anualmente nessa rota.

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Rotas de El Legado Andalusi	1997	Quanto às Rotas de El Legado Andaluz evidencia-se o facto de estas terem sido premiadas pelo Conselho da Europa em 1997 por protagonizarem a memória da herança do legado Andaluz em termos de património arquitectónico, cultural, tradições, gastronomia, arte, ciência, literatura.
Rota dos Fenícios	2003	A Rota dos Fenícios pode ser assinalada enquanto um eixo de ligação imprescindível utilizado pelos fenícios em relação ao comércio e comunicação com o Mediterrâneo. Sublinhe-se que os fenícios dominavam a comércio e a arte de marear, sendo os pioneiros na criação de um “ <i>koine</i> ”, isto é, uma comunidade cultural mediterrânea que tinha como pressuposto a troca de bens, pessoas e ideias. A importância desta rota deriva do vínculo criado com os países do Mediterrâneo que permitiu, conseqüentemente, o reforço e consolidação do património do Mediterrâneo e com isso os seus “laços históricos.”
Rota do Ferro nos Pirenéus	2003	A designação desta rota assenta no facto de os Pirenéus ser um enorme produtor de ferro natural. Graças ao seu potencial e riqueza os Pirenéus detiveram um património industrial considerável, daí a importância da criação desta rota.
Caminhos de Mozart Europeus	2004	O ano de 2004 pautou-se pelo reconhecimento por parte do Conselho da Europa em Rota Europeia com base no percurso de vida deixado por Mozart patente através da documentação associada às viagens empreendidas pelo mesmo e que evidenciam particularmente a arte, a música, os valores culturais e educacionais de todos os lugares por onde passou.

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Rota Europeia do Património Judaico	2004	A distinção desta Rota enquanto Rota Cultural do Conselho da Europa no seio do Programa Rotas Culturais no ano de 2004 está relacionada com a presença do povo judeu na história ancestral. A sua manifestação é bem visível através de todos os edifícios, monumentos históricos e arqueológicos, sinagogas, cemitérios que se ergueram como um elemento identitário da cultura e herança judaica. A principal finalidade do reconhecimento da Rota prende-se com a sua divulgação e promoção do legado judaico através do fomento da “diversidade cultural” por intermédio do “diálogo intercultural”.
Rota de São Martinho de Tours	2005	Esta Rota foi certificada no ano de 2005 pelo Conselho da Europa com o intuito de apresentar todo o trajeto de vida de um bispo que ficou conhecido por ser um dos santos cristãos em que o seu santuário na Gália/França deu mote a uma das maiores peregrinações na Idade Média. Como tal, esta Rota ressalta o valor da partilha protagonizado pelo Santo quando, estando perante um homem pobre que estava a morrer de frio em pleno Inverno, decide cortar a sua capa a meio e oferecer-lha. Assim, este gesto retrata a compaixão e partilha. Neste sentido, esta Rota visa promover e fortalecer essa ligação e sentimento de partilha entre todos no seio de diversas esferas, como ao nível do “conhecimento”, valores morais, entre outras.
Locais Cluniac na Europa	2005	Esta rota que alcançou o título de Rota Cultural do Conselho da Europa em 2005 pretende difundir o património deixado por influência de William, Duque da Aquitânia que instituiu a abadia beneditina em <i>Cluny</i> no início do século X. <i>Cluny</i> originou, portanto, um modelo de igreja, que serviu de inspiração a outros locais, para a formação de uma cultura europeia comum entre inúmeros locais europeus, constituindo-se, de facto, nessa época, uma Europa feudal. Graças a <i>Cluny</i> foi constituído um “centro de civilização europeia”, que levou, por conseguinte, à disseminação um pouco por toda a Europa de 1.800 locais (mosteiros, castelos, cidades, faculdades, vilas) que

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
		espelhavam o exemplo deixado por <i>Cluny</i> entre diferentes setores (político, económico, espiritual e social, entre outros).
Rotas da Oliveira	2005	As Rotas da Oliveira ganharam prestígio, na sequência por parte do Conselho da Europa em 2005 do título de Rota Europeia, visto que acolheu e apoiou todos aqueles que direta ou indiretamente estavam ligados ao setor de atividade e que passam nos tempos atuais pela crise em que vivemos. Dessa forma, a rota vem fortalecer o diálogo intercultural, permitindo a cooperação e redescoberta das zonas mais inóspitas.
Via Régia	2005	A Via Régia é uma das mais importantes e estradas mais antigas que faz a ligação entre a Europa Oriental e a Europa Ocidental, bem como está ligada a dez países europeus. A importância desta via assenta no facto de esta ser objeto de comercialização de bens e pessoas. O alcance do certificado em 2005 pelo Conselho da Europa veio difundir o “conhecimento e a compreensão da história e da identidade cultural europeia”.
Transromânica	2007	O estilo arquitetónico românico remonta ao ano 1000, no qual vários artistas seguiram o modelo de tradição romana e cristã primitiva, originando, conseqüentemente, este estilo que surge da conjugação de mitos e lendas locais a fim de caracterizar da melhor forma as particularidades de cada zona geográfica da Europa medieval de maneira a “reinventar tradições antigas”. A Rota Cultural Transromânica reconhecida no ano de 2007 pretende dar a conhecer através do seu património (catedrais, mosteiros, igrejas) a diversidade de culturas existentes e a sua respetiva compreensão mútua entre diferentes povos.
Rota Iter Vitis	2009	A produção vinícola teve desde há vários anos uma grande importância, pois faz parte da cultura alimentar europeia e mediterrânea. Nessa perspectiva, o ano de 2009 foi um ano marcado pelo reconhecimento da Rota enquanto Rota Europeia, cujo objetivo se relaciona com a preservação da biodiversidade do vinho.

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Rota Europeia das Abadias Cistercienses	2010	A fundação do Mosteiro de <i>Citeaux</i> deve-se a Robert de Molesme, que colocou em prática os princípios da Regra de São Bento que tinham como lema “ <i>ora et labora</i> ” (Orar e trabalhar). A partir da sua fundação no ano de 1098 na Borgonha, a Ordem Cisterciense cresceu exponencialmente um pouco por todo o continente europeu. Assim, o objetivo desta rota prende-se essencialmente com a preservação do legado histórico deixado, promoção do papel e da identidade dos cistercienses na história da Europa, especialmente no século XI e XII.
Rota dos Cemitérios Europeus	2010	O ano de 2010 pautou-se pela distinção por parte do Conselho Europeu da Rota dos Cemitérios Europeus, que tem uma história antiga e é fundamental na história da comunidade, já que testemunham as lembranças, história local e cultural das regiões.
Trilhas de arte rupestre pré-histórica	2010	Esta Rota Cultural reconhecida em 2010 visa demonstrar a arte mais ancestral da história. Arte essa que remonta aos primórdios da humanidade, mais propriamente a 42.000 anos atrás e que representa uma imprescindível fonte turística e cultural da Europa. Para além disso, pretende promover o “desenvolvimento sustentável das comunidades” mediante a preservação da natureza e da sua cultura.
Rota Europeia das Cidades Termas e Históricas	2010	As fontes termais e os spas nasceram numa época mais remota e perduram até os nossos dias. A finalidade da sua utilização está intimamente relacionada com fins terapêuticos, medicinal e tem consequências no desenvolvimento cultural sustentável, já que promove a “paz”, “cooperação”, “criatividade” e “ambiente natural”. Estes lugares eram frequentados por todas as camadas da sociedade e dava lugar à troca de ideias.
Rota dos Caminhos de Saint Olav	2010	Olav II Haraldsson, também conhecido como Saint Olav foi Rei da Noruega durante o período de 1015 e 1028, após um trágico acidente em 1030 foi declarado mártir e santo. Tal facto suscitou, por sua vez, um amplo movimento em torno da sua figura. A peregrinação realizada pelos indivíduos à sua sepultura conduziu a diversas trocas culturais

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
		que contribuíram para a “construção de uma identidade europeia” o que deu aso à distinção feita pelo Conselho Europeu em 2010 como Rota Cultural.
Rota Europeia da Cerâmica	2012	Tendo em conta a Rota Europeia da Cerâmica, o Conselho da Europa destaca a importância desta rota no contexto da “promoção do património cultural ligado à produção da cerâmica e da sua antiga tradição” a fim de enaltecer o desenvolvimento dos destinos turísticos na vertente cultural e essencial, daí o fundamento da criação deste Itinerário no ano de 2012.
Rota Europeia da Cultura Megalítica	2013	A Rota Europeia da Cultura Megalítica alcançou o título de Rota Cultural em 2013 devido ao facto de se querer conservar o vínculo com a natureza e a cultura. Este projeto das Rotas Megalíticas tem como objetivo suprir quaisquer efeitos nefastos que atentem sobre o ambiente natural. Os Megálitos têm um importante papel, já que se tratam de “Grandes Pedras” que eram usadas pelas comunidades pré-históricas para construir túmulos, cemitérios e santuários.
Trilha Huguenote e Valdense	2013	A trilha Huguenote e Valdense pode ser caracterizada como sendo um percurso que tem como finalidade contar a história dos Huguenotes que foram alvo de perseguições por parte do rei Luís XIV, rei de França. Dadas as circunstâncias tiveram que se exilar em diversos países, nomeadamente nos países protestantes da Europa. Com efeito, a caminhada retrata todo o percurso levado a cabo pelos huguenotes para fugir do rei Luís XIV e foi reconhecida, como tal, pelo Conselho da Europa no ano de 2013. Um dos pilares preconizados por esta trilha prende-se com a “liberdade, o respeito pelos direitos humanos, a tolerância e a solidariedade.”

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Atrium (Arquitetura dos Regimes Totalitários do século XX na memória urbana da Europa)	2014	Ao longo de toda a história, diferentes épocas foram pautadas por distintos estilos arquitetónicos, pelo que o século XX não foi exceção. Desse modo, o século XX definiu-se pelas Grandes Guerras e, conseqüentemente, os regimes totalitários que se disseminaram um pouco por toda a Europa. Desta feita, esta Rota distinguida em 2014 tem como pressuposto assinalar a arquitetura dos regimes totalitaristas a fim de “valorizar a identidade europeia na sua unidade e diversidade”.
Rede <i>Réseau Art Nouveau</i>	2014	O ano de 2014 caracterizou-se pelo reconhecimento desta Rede <i>Réseau Art Nouveau</i> como uma das Rotas Culturais do Conselho da Europa. Sublinhe-se que este estilo arquitetónico tem como principais fundamentos: a natureza e as linhas geométricas, com particular destaque para as curvas. Embora este estilo tenha surgido pela primeira vez no decorrer da Primeira Guerra Mundial, só captou a atenção que ditou a sua revolução na segunda metade do século XX. A <i>Art Nouveau</i> representada pelos artistas nas suas exposições visa evidenciar os valores culturais da época, de forma a realçar os ideais de partilha e troca entre diversos indivíduos.
Via Habsburg	2014	A Via Habsburg foi certificada no ano de 2014 como Rota Cultural do Conselho da Europa. Na origem deste reconhecimento está o legado deixado pela Casa Habsburgo, uma das casas mais poderosas da Europa.
Imperadores Romanos e Rota do Vinho do Danúbio	2015	A Rota dos Imperadores Romanos e do Vinho do Danúbio distinguida no ano de 2015 tem como objetivo conectar os locais arqueológicos e as regiões vinícolas, já que no Império Romano e com todas as suas vicissitudes, o vinho esteve sempre presente no quotidiano dos imperadores.

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Rotas Europeias do Imperador Carlos V	2015	O Imperador Carlos V, monarca prestigiado e identificado pelo seu percurso exemplar, conquistou vários territórios no oeste, centro e sul da Europa, assim como nas colónias espanholas na América e na Ásia, daí a importância da preservação dos vestígios deixados pelo legado histórico e político deste soberano no que concerne à valorização da identidade europeia sob os mesmos ditames e valores.
Destino Napoleão	2015	Esta rota alcançou a sua certificação por parte do Conselho da Europa no ano de 2015, em virtude da herança deixada por Napoleão Bonaparte, autor de vários feitos e chefe político célebre. Durante o período da sua regência, Napoleão foi formando um vasto património material e imaterial, patente através dos edifícios, monumentos, locais que ficaram assinalados na nossa história e razão para a atribuição desta designação.
Seguindo os passos de <i>Robert Louis Stevenson</i>	2015	Robert Louis Stevenson foi uma figura de proa por causa dos seus contos e novelas. Destacou-se por ter deixado a terra onde era oriundo devido à sua saúde débil e de ter passado a permanecer na Oceânia, local onde apoiou sempre os mais desfavorecidos e defendido sempre o entendimento e respeito entre todos. A distinção desta rota prende-se, portanto, com os valores praticados pelo autor e pelo património literário deixado pelo mesmo.
Cidades Fortificadas da Grande Região	2016	A designada “Grande Região” é constituída pela França, Alemanha, Bélgica e Luxemburgo, região essa que foi outrora palco de desentendimento e constantes rebelias. No passado estiveram em clima de guerra, mas nos períodos que se seguiram tornou-se numa zona de intercâmbio, de diálogo e de cooperação. Assim sendo, esta rota tem por um lado como objetivo promover o “património arquitetónico e cultural” e por outro fomentar o “intercâmbio cultural e turístico”.

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Rotas do Impressionismo	2018	A Rota do Impressionismo alcançou o título de Rota Cultural pelo Conselho Europeu no ano de 2018 e pretende promover todos os espaços que estão intimamente ligados ao Impressionismo. O Impressionismo foi um movimento que surgiu no século XIX e que visa demonstrar o quotidiano dos indivíduos e a sociedade da época. A par disso, este movimento irrompeu pelo continente europeu através dos artistas “Claude Monet, Pierre-Auguste Renoir, Berthe Morisot, Alfred Sisley, Franz Bunke, Ivan Grohar, Francisco Llorens-Diaz, entre outros.”
<i>Via Charlemagne</i>	2018	Carlos Magno foi o autor de inúmeros feitos durante o seu reinado, tendo sido reconhecido por ser o fundador da moeda única em prata, pelo seu modelo de escrita, bem como por ter sido o instigador da Unificação da Europa. Por todas estas razões, tornou-se notória a atribuição da designação de Rota Cultural do Conselho da Europa no ano de 2018, já que o objetivo passa pela preservação dos valores culturais deixados pelo magnata e que perduram até aos dias de hoje.
Rota Europeia do Património Industrial	2019	Com a eclosão da Revolução Industrial em meados do século XVIII, a tecnologia passou a dominar a vida dos indivíduos. Como tal, com a industrialização e a sucessiva construção de fábricas originou a criação de inúmeros postos de trabalho tendo sido esta uma era que pautou a história europeia. Desse modo, a Rota Europeia do Património Industrial distinguida pelo Conselho Europeu em 2019 pretende difundir todos os monumentos e edifícios erigidos durante este período e que o celebram.
Trilha da Cortina de Ferro	2019	Foi instituída no decorrer da Guerra Fria, e certificada no ano de 2019 com vista a assinalar “os espaços históricos e culturais que estão umbilicalmente relacionados com a barreira política, ideológica e militar erguida durante a Guerra Fria (...)”.

Itinerários Culturais do Conselho da Europa	Ano de reconhecimento por parte do Conselho da Europa	Breve descrição acerca dos Itinerários Culturais
Destinos <i>Le Corbusier</i> : calçadas arquitetónicas	2019	O arquiteto La Chaux-de-Fonds também conhecido por Le Corbusier foi um dos mais emblemáticos arquitetos do século XX. A sua obra teve tal influência que a sua figura passou a estar figurada em vários projetos internacionais, nomeadamente em edifícios em países europeus. Com efeito, esta rota cultural pretende fomentar todo o seu percurso de vida.
Rota da Libertação da Europa	2019	A Rede de Libertação da Europa agrega todos os locais que estiveram envolvidos durante a libertação da Europa da influência Nazi. Nesse contexto, esta rota liga os monumentos e resquícios históricos dos diferentes países que fizeram parte desta rede, daí a importância da divulgação desta rota.
Vias da Reforma	2019	As Rotas da Reforma pretendem “valorizar um património e valores comuns, oferecendo a excelente oportunidade de mostrar a interligação e diversos valores dos movimentos nacionais e internacionais da Reforma e sua evolução ao longo dos séculos passados”.

Fonte: Consulta web do Conselho da Europa (2020)

Em Portugal, destaca-se a Rota do Românico que é um exemplo de caso de sucesso e um exemplo de boas práticas no que diz respeito à conservação e valorização do património cultural. Estimava-se que o ano de 2020 seria o ano com maior procura turística.

#### — A Rota do Românico

A Rota do Românico é pautada pela arquitetura românica que remonta aos anos de 1060 e 1080 oriundo das regiões da Europa Medieval, com particular ênfase para os seguintes locais: França, Espanha, Borgonha, Poitou, Auvergne e Catalunha. No caso de Portugal este estilo arquitetónico foi um dos primeiros modelos que surgiu aquando do reinado de D. Afonso Henriques por volta do século XII (Machado, 2019). A par disso, o Românico inclui não só edifícios religiosos, como Igrejas e Mosteiros, pontes, castelos, paços, torres, rede viária, bem como outros equipamentos públicos ou privados (Machado, 2019). Os pilares que ditam este estilo arquitetónico assentam nos seguintes cânones: “definição de planimetrias originais”; “arranjo peculiar que se dá aos portais principais das igrejas”; “motivos vegetalistas” (Machado, 2019). A Rota do Românico estende-se, então, aos vales dos rios Sousa, Douro e Tâmega e abrange os seguintes territórios: Amarante, Baião, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Cinfães, Felgueiras, Lousada, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira, Paredes, Penafiel e Resende (Machado, 2019). Desse modo, o objetivo desta Rota reside por um lado na valorização da identidade e por outro na promoção da identificação do território para as ordens religiosas e para a nobreza (Machado, 2019). Graças ao elevado património histórico existente em Portugal e às particularidades inerentes ao mesmo que o tornam único e diferenciador, a Rota do Românico agrupa cerca de 58 monumentos (Machado, 2019). Pela visibilidade que a Rota do Românico tem em Portugal, o território que teve o seu epicentro foi palco de dinamização. Nesse sentido, foram criadas oportunidades de negócio e de trabalho em vários setores como, por exemplo, hotelaria, restauração, animação turística, produtos regionais, transportes (Machado, 2019). A associação destes fatores juntamente com a atração de um maior número de turistas levou à revitalização do território em questão e respetiva área de influência, o que gerou, por conseguinte, o fomento da economia. O bom desempenho da Rota do Românico foi, portanto, reconhecido, tal como se pode comprovar através dos dados facultados pela Rota do Românico, através da atribuição de inúmeras distinções, de entre as quais se destacam:

- O Prémio Turismo de Portugal 2009, na categoria “Requalificação de Projeto Público”;
- O Prémio Novo Norte- Boas Práticas de Desenvolvimento Regional 2009/2010 atribuído pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte;
- A Medalha de Mérito Turístico atribuída pelo Governo Português, em 2010;
- A Medalha de Ouro de Mérito Municipal de Lousada, em 2012,
- A Medalha de Mérito Cultural e Científico- Classe Ouro do Marco de Canaveses, em 2016;
- A Rota do Românico foi reconhecida como um “Emblema Regional”, no âmbito dos Prémios “O Norte somos nós”, promovidos pela CCDR-N e pelo Jornal de Notícias, em 2018;
- A Rota do Românico foi distinguida com o terceiro lugar nos prémios “Destino de Turismo Sustentável”, categoria “Paisagens Culturais”, pela Rede Europeia de Turismo Cultural (ECTN), sediada em Bruxelas, Bélgica, em 2018;
- Em 2019, o jornal Verdadeiro Olhar distinguiu a Rota do Românico como a Entidade Cultural do Ano 2018.
- No ano de 2020, a Rota do Românico foi reconhecida na categoria “Inovação e Digitalização” desenvolvidos pela Rede Europeia de Turismo Cultural (ECTN) com um dos projetos finalistas dos prémios “Destino de Turismo Cultural Sustentável 2020”.

Os dados facultados pela Rota do Românico relativos ao ano de 2019 comprovam o sucesso da mesma. Como tal, desde o ano de 2008 a Rota do Românico sofreu um paulatino crescimento, embora em alguns anos o pico de crescimento tenha sido menor e ligeiramente inferior, tal como acontece no ano de 2013 e de 2015. A partir de 2015, verificou-se um crescimento gradual no número de visitantes no que respeita aos valores apontados pelos serviços da Rota do Românico, tendo o seu apogeu ocorrido no ano de 2019 com o maior número de visitantes registados desde o ano de 2008, nomeadamente com 13.614 visitantes. O estudo efetuado pela Rota do Românico relativo ao ano de 2019 demonstra também que a afluência ao centro interpretativo do Românico apresenta um público-alvo específico, nomeadamente um segmento de turismo sénior, associações, instituições culturais, escolas e universidades. A tendência destes visitantes passa por virem em grupo, fazendo uma visita guiada ao centro. Os visitantes que se deslocam ao

centro são de diversas nacionalidades, sendo que as três principais são: Espanha, França, Brasil. Quanto aos visitantes portugueses que visitam o centro pode constatar-se que a esmagadora maioria são de Lousada, depois contam-se os visitantes do Grande Porto e de Lisboa. Quer os visitantes nacionais, como internacionais visitam o centro em determinadas épocas do ano, pelo que o mês de Maio, Julho e Novembro são os meses com maior adesão. Importa neste contexto realçar que estas visitas têm reflexos muito positivos na economia da região, tendo a área do alojamento crescido fora da zona de influência. Com efeito, com a visita registou-se um valor médio de 343 euros gastos e os eventuais gastos na região são de cerca de 161 euros e o número médio de dormidas ronda as 3 noites. Assim sendo, após a análise e respetiva avaliação do inquérito aplicado aos visitantes pela Rota do Românico no ano de 2019, pode-se concluir que outros setores que estão direta ou indiretamente ligados ao ramo do turismo beneficiam com a Rota, assim como as regiões circundantes, tendo os visitantes manifestado um parecer muito positivo em relação à experiência adquirida o que, contribuiu, para a promoção do destino e para a sucessiva captação de novos visitantes.

#### 4.1 Programas no âmbito das Rotas Culturais do Conselho da Europa

— Programa Conjunto com a Comissão Europeia- DG Regio- Routes4U

O programa Routes4U tem como objetivo o “desenvolvimento regional através das Rotas Culturais do Conselho da Europa no Adriático-Jônico, no Alpino, no Mar Báltico e na região do Danúbio” (Conselho da Europa, 2020).

De acordo com o Conselho da Europa (2020) este programa pretende difundir o desenvolvimento regional mediante políticas de património cultural com base nas seguintes diretrizes: “apoio à certificação de novas rotas culturais nas macrorregiões da EU; identificação e elaboração de vetores para as políticas regionais transnacionais sobre rotas culturais para as autoridades e operadores locais; desenvolvimento de novas competências e habilidades através do email módulos de aprendizagem e desenvolvimento de ferramentas e produtos turísticos, como um cartão de Rotas Culturais e um planeador de viagens”.

— Programa Conjunto com a Comissão Europeia- DG Grow

Este programa conjunto tem como finalidade promover o reconhecimento e imagem da Europa “como destino turístico” e dos seus respetivos destinos (Conselho da Europa, 2020).

#### — Projeto Impactour

Segundo o Conselho da Europa (2020) o projeto Impactour trata-se de um projeto concebido no âmbito da Rota Transromânica que alcançou um financiamento avultado por parte da Comissão Europeia, cuja finalidade prende-se com a “criação de uma metodologia e uma ferramenta inovadora e fáceis de usar para medir e avaliar o impacto do Turismo Cultural” no desenvolvimento económico e social europeu”.

#### 4.2.1 Programas de Preservação do Património em Portugal

ICOMOS- A Convenção do Património Mundial foi um tratado preconizado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura no ano de 1972 com o propósito de conservar os bens culturais e, a par disso, proteger a natureza. Com tudo isso, pretende-se disseminar o património material e imaterial em todo o mundo.

Pousadas de Portugal- O Grupo Pousadas de Portugal é composto por 34 hotéis históricos em Portugal, dos quais a maior parte deles eram mosteiros, palácios, conventos e castelos antigos que foram convertidos em unidades hoteleiras de luxo difundidos por Portugal, em locais classificados como Património Mundial.

Operação Mosteiros a Norte- A operação Mosteiros a Norte de Portugal segundo a Direção Regional de Cultura do Norte visa a requalificação e criação de “espaços de receção e acolhimento”, no qual incide sobre os mosteiros pertencentes maioritariamente à ordem dos Beneditinos e abrange os territórios a Norte de Portugal, mais concretamente Arouca, Grijó, Rendufe, Tibães, Pombeiro e Vilar de Frades. Muitos destes edifícios monásticos foram reconhecidos enquanto imóveis de interesse público e monumentos nacionais, em virtude da sua importância na esfera arquitetónica religiosa. A par disso, desempenham um papel de relevo enquanto agente dinamizador da economia local pelas características que este conjunto monástico representa e no qual se constituem enquanto centros de atratividade.

Operação Rota das Catedrais-É um projeto que foi preconizado por intermédio de um Acordo de Cooperação entre o Ministério da Cultura e a Conferência Episcopal em Portugal com vista à valorização do legado histórico, religioso, cultural, patrimonial, no qual as catedrais são um ponto de referência e cujo propósito do projeto se prende com “alcançar a capacitação dos monumentos, no sentido de uma oferta cultural de excelência, em aliança com uma cuidada programação cultural, envolvendo a comunidade na sua proteção e valorização”.

Operação Vale do Varosa II- O projeto Vale do Varosa originou a construção de uma Rede de Monumentos que se entende entre Tarouca e Lamego com o objetivo da valorização do potencial do património turístico através da aplicação de um financiamento avultado a fim da requalificação e fomento do património.

Programa Revive- Segundo o Turismo de Portugal “O programa Revive, passa, assim, pela recuperação de imóveis públicos de elevado valor patrimonial que não estão a ser usufruídos pelas comunidades e seus visitantes, através da realização de investimentos privados que os tornem aptos para afetação a uma atividade económica lucrativa, com vocação turística, nomeadamente nas áreas da hotelaria, da restauração, das atividades culturais, ou outras formas de animação e comércio, preservando-se os valores e pressupostos que determinaram a dominialidade desses bens e a propriedade pública dos mesmos, mas encontrando mecanismos que permitam prosseguir os objetivos de reabilitação e valorização de património visados”.

Quadro 2 – Mosteiros e Conventos alvo de Requalificação no âmbito do Programa Revive

<b>Programa Revive</b>	
Mosteiros e conventos alvo de requalificação no Norte de Portugal	Processo concluído/decorrer
Mosteiro de São Salvador de Travanca em Amarante	A decorrer
Mosteiro de São Fins de Friestas em Valença	
Mosteiro de Santo André de Rendufe Amares	
Convento de Santa Clara em Vila do Conde	Concluído

Fonte: Elaboração Própria

### 4.3 Importância da criação das Rotas Culturais

De facto, as rotas culturais do Conselho da Europa demonstram ser atualmente a chave preponderante para o desenvolvimento do turismo cultural na Europa (Conselho Europeu, 2007-2013). Desse modo, pode-se concluir atendendo aos dados facultados pelo Conselho Europeu (2007-2013) que estas têm alcançado um grande impacto e prestígio nas últimas duas décadas, demonstrando, assim, o seu potencial no fomento do diálogo intercultural e difusão da imagem do Conselho da Europa e da Europa. Na perspetiva do Conselho da Europa (2015) as rotas culturais são fundamentais no sentido em que dão aso à difusão de importantes elementos associados à religião, literatura ou paisagem, cujos valores são comuns e disseminados pela Europa. Para Hafele (2013) a importância das rotas culturais advém do facto de estas poderem contribuir para que, de facto, quer os seus visitantes como os próprios residentes locais compreendam e conheçam melhor todo o potencial endógeno das suas regiões, quer seja a nível histórico, como ao nível do seu património.

Nesse contexto, segundo o Conselho Europeu (2007-2013) e Rubicondo (2007-2013) as rotas culturais são assinaladas enquanto motor de “inovação, criatividade”, criadoras de novos negócios, responsáveis pelo desenvolvimento de produtos e serviços turísticos culturais. De acordo com Boz (2018) “as rotas culturais representam processos interativos, dinâmicos e em evolução dos vínculos interculturais humanos que refletem a rica diversidade das contribuições de diferentes pessoas ao património cultural”. Assim sendo, o principal objetivo da Comissão Europeia (2012) prende-se com demonstrar a importância de um novo turismo que prima pela sustentabilidade do meio ambiente, “o património natural e cultural e as tradições locais” (Boz, 2018).

No que respeita às rotas culturais europeias evidencia-se o facto de terem um papel de destaque na paisagem europeia dando uma forma tangível à identidade cultural europeia (Quilici, 2012). Segundo, o Conselho da Europa (2015) as rotas culturais europeias sendo um projeto transfronteiriço e internacional não se baseiam em algo que não seja parte integrante do território por onde é feito o percurso, mas ao invés disso pelos valores presentes nas comunidades e na paisagem. Para Quilici (2012) o objetivo ao empreender as rotas culturais é o de promover ofertas turísticas mais sustentáveis. De acordo com Quilici (2012) as rotas culturais são vetores fundamentais no sentido em que pretendem

“melhorar e promover a qualidade turística e o turismo sustentável na Europa mediante o reforço da identidade europeia com base na propagação dos meios económicos provenientes das culturas europeias e através de diálogos interculturais e da reciprocidade do entendimento entre ambas as culturas”. Weaver (1995), Majdoub (2010) seguem a mesma linha de pensamento acrescentando que as rotas turísticas apresentam inúmeras vantagens que estão intimamente relacionadas com a preservação do meio-ambiente, gestão de turistas e fomento do desenvolvimento económico. Figueira (2013) sustenta a afirmação anterior reforçando ainda que a criação ou consolidação de Rotas Turísticas pode promover o desenvolvimento sustentável de locais que se encontravam em ascensão no setor do turismo. Para além disso, a criação de rotas tem como pressuposto dar resposta “aos objetivos de negócio” de forma a erradicar a pobreza, “valorizar a existência de recursos locais passíveis de turistificação, a um efetivo processo de satisfação de necessidades das populações residentes” (Figueira, 2013). O incremento do comércio local através da venda de artesanato pode ser fomentado mediante a consolidação da atividade no setor turístico (Figueira, 2013).

Por outra parte, a rota do turismo é importante, na medida em que se trata do mercado condutor que visa promover os destinos turísticos (Lourens,2007).

Além disso, as rotas turístico-culturais têm vindo a ser um dos produtos turísticos que suscita mais interesse e procura por parte dos turistas.

Sublinhe-se que, as rotas culturais têm como finalidade fornecer informação e facilidades em termos de serviços de alojamento (Cojocariu,2015). Por seu turno, as rotas culturais visam fomentar o turismo cultural com o propósito de valorizar destinos longínquos, promover o conhecimento local dos mesmos através da sua herança e respetivas tradições locais (Rubicondo,2007-2013). Meyer (2004) reforça a ideia de que as rotas dão aso a que as zonas dotadas de recursos culturais preciosos, mas menos exploradas sejam conhecidas por um público-alvo mais abrangente. Esses turistas visitam o espaço durante um curto período, no entanto despendem mais recursos económicos durante a sua estadia (Lourens, 2007).

Outra das vantagens que as rotas temáticas oferecem prende-se com a possibilidade que os turistas têm em prosseguir a experiência, ou até mesmo a abandonar na altura ou no

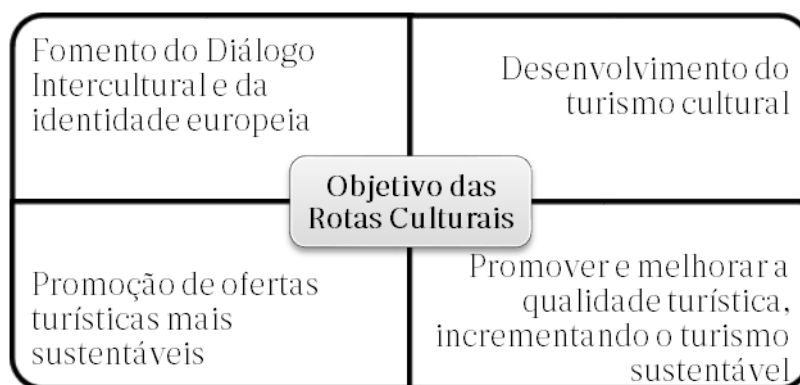
momento que considerarem mais oportuno para si. Desse modo, segundo Hardy (2003) os turistas podem impulsionar a procura no decorrer da própria rota, bem como das localidades adjacentes.

Como tal, os itinerários turísticos e as empresas que os elaboram têm um papel chave no que concerne à promoção do destino, isto porque dão a possibilidade aos turistas de o conhecerem melhor e de forma mais profunda o seu património. Contribuindo, assim, para o engrandecimento, dinamização e atração de um contingente maior de turistas.

Graças à existência destes itinerários turísticos os destinos ganham uma nova vida, uma vez que adquirem uma nova identidade e autenticidade em virtude das diferentes ofertas que disponibilizam ao seu público-alvo, gerando, por conseguinte, a criação de novos empregos e serviços.

Posto isto, assinala-se a importância crescente, nos últimos anos, da existência das rotas temáticas no sentido em que os turistas já não tendem somente a viajar, pois têm curiosidade em conhecer o destino, como demonstram recetividade em experimentar os itinerários turísticos disponibilizados.

Figura 3- Objetivo da Criação das Rotas Culturais



Fonte: Elaboração própria

#### 4.4 Elaboração da Rota

Para a elaboração da rota turística deve-se assinalar quatro importantes vertentes, nomeadamente: a preparação, elaboração, teste e respetiva análise e, conseqüente, execução. Em relação à primeira etapa sublinhe-se os elementos que estão relacionados com o “planeamento, desenho, organização e comercialização do produto” a fim de

construir a rota. No entanto, para que a rota seja, efetivamente, construída é imprescindível que seja feito um estudo em primeiro lugar, da área geográfica em questão, sendo, de seguida, analisado todos os recursos da cidade disponíveis e seus pontos nevrálgicos, bem como as suas principais atrações (Maia, 2010). Após tudo isso, na perspectiva de Maia (2010) a rota deve ser experimentada com o objetivo de ser detetado quaisquer erros que possam existir para, posteriormente, serem corrigidos e melhorados a fim de a rota se tornar um produto turístico exequível.

Nesse sentido, Figueira (2013) determina que a criação, elaboração e desenvolvimento de cada rota deve ter em conta os seguintes fatores: em primeiro lugar, traçar a identidade da rota, no sentido de determinar aquilo que ela representa; em segundo lugar caracterizar “os Pontos de Interesse Turístico (geografia de Atrativos a considerar como locais substantivos da Rota)”, isto é, conhecimento físico do local em questão fruto de experimentações; em terceiro lugar proceder à recolha dos recursos imprescindíveis, ou seja, estruturação dos principais atrativos da rota e, na última fase, “tratar da Programação da Apresentação e Interpretação (projeto de traçado e de gestão da Rota)”. Note-se que todos esses vetores são cruciais para que os resultados da rota sejam os esperados, contudo a programação, preparação e a gestão de recursos antecipada é uma das formas de garantir que a rota tenha o impacto desejado e que contribua para valorizar o destino. Assim sendo, Figueira (2013) sugere uma análise de outros casos de rotas para que se determine quais os meios e recursos que têm ao seu dispor, a forma como os utilizam de maneira a aproveitar as suas fragilidades para potenciar e promover a própria rota.

Deve-se também destacar que as empresas turísticas que traçam “roteiros” turísticos de diferentes cidades, devem desenvolver distintos circuitos de acordo com as motivações dos turistas e tendo em conta aquilo que os mesmos procuram nos espaços para onde se deslocam.

## CAPÍTULO 5- PATRIMÓNIO MUNDIAL

A cultura tem vindo a observar o crescimento de um interesse especial nos mercados, sendo o turismo associado ao património uma das vertentes a ter em consideração neste âmbito. Como tal, o Património Mundial, tendo em conta Saipradist e Staiff (2008) revela-se um elemento chave no sentido em que fortalece a identificação, conservação e respetiva transmissão às gerações vindouras dos monumentos e espaços dotados de história, cultura e arte (Santa-Cruz, 2017; Canale, 2019). Segundo Graham et al. (2000) e Jimura (2011) o Património converteu-se na fonte mais importante para o turismo internacional, mas também na força mais “multi-vendida e consumida”. Para Beynon (2018) o património tem-se tornado “uma indústria global que tem como pressuposto vender o passado a fim de promover o turismo para, por conseguinte, levar ao desenvolvimento”. É, nesta sequência, que o turismo tendo como ênfase a história, é encarado como o motor que pode originar maior poder de compra às cidades, já que a maioria dos edifícios que foram qualificados como Património da Humanidade têm antecedentes históricos, daí a sua importância (Beynon, 2018).

### 5.1 Definição de Turismo associado ao património e Património Mundial

O turismo associado ao património pode definir-se segundo diferentes pontos de vista. Na ótica de Nguyen e Cheung (2014) e Santa-Cruz (2017) “o turismo associado ao património diz respeito ao interesse demonstrado pelas pessoas em conhecer áreas naturais, culturais e urbanas de forma a estabelecerem um elo de ligação com as suas raízes e herança”. Já para Fyall e Garrod (1998) o turismo associado ao património pode ser caracterizado como uma atividade económica que recorre aos meios socioculturais para captar a atenção dos turistas. Na opinião de Hollinshead (1988) a cultura local e o património da comunidade são um dos pilares em termos de fatores que captam a atração dos turistas, assim como o turismo associado ao património não se circunscreve às particularidades de cada destino, como as “tradições folclóricas, artes, história étnica, costumes sociais e celebrações culturais. Zeppal e Hall (1991) reforçam a ideia anterior, ressaltando o facto de o turismo histórico assentar nas memórias e recordações do passado, bem como no interesse crescente em experienciar diferentes panoramas e formas culturais. Por seu turno, para Poria et al (2001) e Chhabra et al (2003) o turismo

associado ao património não se confina às atrações e atributos existentes no destino, mas, ao invés disso, está intimamente ligado aos fatores que levam os indivíduos a eleger um determinado destino turístico e à imagem que os mesmos detêm acerca do espaço eleito.

Por outro lado, o turismo associado ao património pode ser entendido como o resultado das tendências económicas e sociais do pós-modernismo, bem como um fator importante relativo à cultura moderna no que respeita à questão da autenticidade e respetiva experiência. Com efeito, na perspetiva de Nagy (2012), Boz (2018) o turismo associado ao património é resultado da conjuntura criada pelo mundo atual, pelo que é uma tendência relativamente moderna e recente. O turismo associado ao património refere-se, por sua vez, às motivações demonstradas pelos indivíduos para experienciar diversas atividades e elementos, quer do período passado como do presente, em relação aos destinos turísticos. Tendo em conta Timothy and Boyd (2006) e Boz (2018) o turismo associado ao património insere-se na categoria do Turismo Cultural, com maior representatividade e disseminação, sendo também uma das “formas mais antigas de viajar”. A par disso, Richards (1996) manifesta a mesma opinião, revelando ainda que o turismo associado ao património se constituiu como um dos principais segmentos definidos pela Comissão Europeia enquanto meio de estratégia para o setor do turismo. Richards (1996) admite além disso que as estratégias empreendidas no âmbito do turismo cultural visam “impulsionar o crescimento da cultura local” a fim de “permitir a expansão sazonal e geográfica do turismo”. Por detrás do sucesso das atrações que derivam do património histórico e cultural de um destino turístico, estão os turistas e a forma como os mesmos participam e despendem esses recursos poderá, por conseguinte, afetar a produção, forma e localização das atrações (Richards, 1996).

Poria, Reichel e Biran (2006) apontam 3 tipos de turistas do património. Em primeiro lugar é sugerido por Santa-Cruz (2017) que “todos aqueles que visitam espaços com atrativos patrimoniais devem ser considerados turistas patrimoniais”. Em segundo lugar os turistas do património são todos aqueles que conhecem as qualidades do património do destino. Por último, os turistas do património caracterizaram-se por serem indivíduos que são estimulados a visitar determinado destino, em virtude das particularidades patrimoniais detentoras, que os levam, por sua vez, a considerar o património parte

integrante da própria cultura dos indivíduos, atendendo aos estudos realizados por Santa-Cruz (2017). Ao invés disso, para Rodríguez (2019) e Park (2019) o património cultural é resultado da “incorporação da configuração cultural tangível e intangível repleta de significados históricos e espaços culturais”. Para Frey & Meier (2006), Johnson & Thomas (1998) e Rodríguez (2019) o património cultural diz respeito a um “bem público” que origina, consequências indiretas. Em contrapartida, tendo em conta Timothy e Boyd (2006) e Santa-Cruz (2017) o turismo associado ao património recai sobre dois vetores fundamentais, nomeadamente o património que é motivo pelo qual os indivíduos decidem visitar um destino, no entanto somente como meros espectadores, não se envolvendo, nem considerando o património como parte da sua história, bem como as pessoas que se dirigem a locais históricos para descobrirem a sua própria origem. A par disso, segundo Hannam (2006) o Turismo associado ao património envolve inúmeras matérias, de entre as quais se pode evidenciar: análise de museus, paisagens, artefactos e qualquer outro género de atividades que representem vestígios do passado.

Relativamente ao património histórico propriamente dito considera-se que, na ótica de Thurnbridge e Ashworth (1996) o património pode-se subdividir em duas diferentes categorias, nomeadamente o património natural e o património cultural, sendo que este último pode-se dividir entre duas distintas esferas: elementos tangíveis e intangíveis. Investigações levadas a cabo por Poria, Butler e Airey (2003), Caton e Santos (2007), Prentice (1993) e Yi, X. (2017) demonstram que os elementos tangíveis como paisagens e edifícios e os elementos intangíveis (cultura tradicional, tradições, lendas e folclore) são importantes agentes para o turismo do património cultural.

## 5.2 A UNESCO e o Património Mundial

De facto, a Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural levado a cabo pela Unesco a partir de 1972 associou os monumentos, como todos os edifícios com elevado grau de interesse para a cultura e comunidade, como elemento pertencente ao património cultural (Rodríguez,2019). Atendendo à informação disponibilizada pela Direção-Geral do Património Cultural em relação ao Património Mundial pode constatar-se que a Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural

tem como finalidade primordial proteger o património cultural e natural, pois dispõe das ferramentas legais e internacionais universais para o efeito. A seleção de tais monumentos como Património da Humanidade obedecem a determinados critérios estabelecidos pelo Comité que estão relacionados com atributos económicos e institucionais (Canale, 2019). De acordo com os dados apontados pela Direção-Geral do Património Cultural existem 1121 bens que são identificados como Património Mundial, dos quais 167 são do Estado, 869 dos bens pertencem ao Património Cultural, 213 ao Património Natural e 39 mistos, dos quais 17 se encontram sediados em Portugal, sendo que 11 pertencem ao património mundial com proveniência portuguesa no mundo. Segundo a Convenção da Unesco (2013) e o Conselho da Europa (2015) o património cultural está ligado aos monumentos (elementos ligados à escultura, pintura, arqueologia, entre outros). Já o Património Natural, tendo em conta a Convenção da Unesco, Conselho da Europa (2015) diz respeito aos elementos naturais como é o caso de zonas e espaços naturais, entre outros. Com efeito, o Património de Portugal considera-se disperso um pouco por todo o território nacional.

A UNESCO pretende proteger os espaços que foram qualificados como Património Mundial, cuja preservação se encontra em risco. O objetivo da Unesco ao reconhecer determinados monumentos e espaços como Património Mundial assenta, portanto, na conservação e preservação dos mesmos, contudo a sua identificação suscitou, por conseguinte, um crescimento significativo do número de turistas a esses lugares (Breakey, 2012) e (Santa-Cruz, 2017). Tal facto, para além de valorizar o destino, leva, por conseguinte, a um aumento da receita económica desses mesmos lugares (Canale, 2019). Frey e Steiner (2011) e Richards (2018) manifestam outra posição, argumentando que a denominação de Património Mundial só demonstra ser um elemento importante e benéfico quando o potencial do destino não está a ser devidamente aproveitado por parte das entidades públicas nacionais e regionais e, por conseguinte, desconhecido o seu património para os turistas. Jimura (2011) revela que a finalidade da Unesco para além de manter a preservação do património para as gerações vindouras visa tornar tais locais visitáveis e, por conseguinte, comercializáveis. Henderson (2014) e Jimura (2016) para além de corroborarem com a ideia apresentada anteriormente referem ainda que os locais qualificados como Património da Humanidade geram capital económico, sociocultural e político, no qual são atribuídos recursos distintos que variam em função

das condições que estão em vigor nos Partidos do Estado da Unesco. Williams (1998) e Jimura (2011) enaltecem a posição anterior, acrescentando que o turismo associado ao património se tem desenvolvido enquanto um dos setores principais em termos de padrões turísticos. Note-se que certos destinos, com o reconhecimento da Unesco, visam captar a atenção não só de turistas domésticos, como a longo prazo de turistas internacionais a fim de promover o desenvolvimento turístico e económico do próprio destino em questão. Esse reconhecimento conduz, por sua vez, a que os indivíduos recomendem a visita desses espaços a outros, já que obtiveram da visita uma experiência única e autêntica (Timothy & Boyd, 2006; Santa-Cruz, 2017). A identificação da Unesco levou a que os destinos que não fossem conhecidos antes da atribuição de tal designação aumentassem a sua procura (Jimura,2016).

### 5.3 Importância e impacto do Património Mundial para o Turismo

Segundo o National Trust for Historic Preservations e Nagy (2012) os visitantes ao se deslocarem com o intuito de conhecerem o destino revelam um interesse crescente em experienciar as atividades e outras representações culturais quer do passado, como do presente, tais como atrações históricas e culturais. Nessa perspetiva, o turismo associado ao património é considerado como o elemento chave na conservação da memória histórica dos lugares. Para além de promover a economia local com a criação de emprego, oferece a oportunidade aos indivíduos de terem novas e melhores oportunidades no ramo dos negócios (Benjamin,2015).

Assim, pode concluir-se que a preservação do património não se restringe a isso mesmo, ou seja, à proteção de artefactos históricos, culturais e naturais às gerações vindouras, como também permite uma melhoria significativa no que respeita ao nível de vida da comunidade local e, conseqüentemente, dos seus visitantes.

Por sua vez, Nurick (2000) e Nagy (2012) sublinham na sua investigação o papel do património natural e cultural. De acordo com Nurick (2000) e Nagy (2012) o património recai sobre o passado. A par disso, sugere que o património deve ser salvaguardado por tudo aquilo que significa por si mesmo, como forma de transmissão às gerações futuras para que, dessa maneira, estas possam contemplar e apreciar esse mesmo património (Nurick,2000) e (Nagy,2012).

Neste sentido, na ótica de Andriotis e Vaughan (2003) e Jimura (2011) o turismo associado ao património possui um impacto positivo para as populações locais, já que pode gerar a criação de mais postos de trabalho. Assim, enquanto a indústria hoteleira foi emergindo, tal como novos negócios, os destinos foram vistos como um elemento de atração (Jimura, 2011).

O património mundial acarreta inúmeras vantagens adjacentes, entre as quais se destacam: maior visibilidade, veículo de autenticidade para os locais e de qualidade para os turistas internacionais. Em virtude de tais repercussões originou-se um aumento do prestígio do valor simbólico e reconhecimento do local em questão (Jimura, 2011).

Neste seguimento, deve-se ressaltar que, apesar da larga maioria dos destinos que detêm a denominação de Património da Humanidade ser um atrativo para os turistas, é ao mesmo tempo alvo de um contingente populacional em excesso que acaba por colocar em causa o bom funcionamento do local e em risco os próprios edifícios (Santa-Cruz, 2017). Outro dos aspetos negativos indicados por Andriotis e Vaughan (2003) prende-se com os efeitos causados a nível sociocultural e ambiental (Jimura, 2011). Associados a estes aspetos podem juntar-se a deterioração e comercialização excessiva provocada pelas campanhas de marketing (publicidade) efetuadas em relação à denominação, em virtude do reconhecimento feito pela Unesco (Jimura, 2011). Além disso, surgem outros problemas tais como: a população local que exerce funções na área do turismo converte-se na principal ameaça para o destino, na medida em que aparecem como os principais adversários no ramo dos negócios; o elo entre a população local e a respetiva cooperação tem vindo a diminuir; as indústrias que trabalham em estabelecimentos da área do turismo descuram e ignoram as regras locais (Jimura, 2011). As consequências negativas do efeito da valorização dos monumentos no destino que são identificados como Património da Humanidade é, por sua vez, corroborada por Jimura (2011) e Canale (2019) que sugerem uma degradação paulatina do nível de conservação do património. Acrescentando ainda que, embora, o turismo tenha crescido, a privacidade e o espírito comunitário da própria comunidade local, estão a ser postos em causa segundo sugerem os estudos de Canale (2019). Na perspetiva de Jimura (2016), Bianchi e Boniface (2002) a promoção do destino aquando da inscrição como Património da Humanidade, através da publicidade origina uma deterioração e, conseqüente comercialização da cultura local.

Outra das consequências indicadas por Jimura (2011) baseia-se na eclosão de um conflito entre as associações locais com o destino e a respetiva propriedade local, com repercussões físicas e naturais a nível ambiental, bem como no modo de vida das populações locais.

Por um lado, a atribuição da distinção, por parte da Unesco aos destinos, pode aumentar o orgulho nacional para a população local, mas pode gerar, por outro lado, um sentimento de exclusão e enfraquecimento desse mesmo vínculo, em virtude do aumento do materialismo (Jimura, 2016). Para Jimura (2011) o Património Mundial estimula o aumento do nível do orgulho local. Contudo, em relação a este assunto as opiniões são divergentes, uma vez que uns admitem que as WHS potenciaram o aumento do nível do orgulho da população local, ao passo que outros investigadores manifestam que WHS teve um efeito indireto ao contribuir para esse aumento. Com efeito, uma investigação realizada no Japão demonstrou que 47,3% dos inquiridos revelaram que o vínculo saiu fragilizado, ao passo que somente 5,4% aludiram que o vínculo saiu reforçado (Jimura, 2016).

#### 5.4 Motivações turísticas dos turistas e respetivas implicações da atribuição da designação de património mundial aos destinos turísticos

De facto, embora os indivíduos sejam influenciados a visitar destinos com a designação de Património Mundial, esse não é o principal motivo, pelo qual decidem viajar, apesar de também ser um aspeto a ter em consideração. Tendo em conta a pesquisa efetuada, a literatura aponta para que não haja um consenso relativamente aos destinos com a classificação de Património Mundial serem os mais visitados, já que tudo depende do destino em questão, das suas especificidades, serviços complementares e atrativos de que os destinos dispõem, bem como do prestígio da imagem do destino (Jimura, 2016). Yi, X. (2018) revela que as razões que levam os indivíduos a visitar os locais detentores de património histórico prende-se com a forma como estes se querem relacionar com o património pessoal, através de experiências emocionais. Nagy (2012) admite que o património é o cerne do produto turístico e, como tal, o principal motivo que impulsiona os turistas a visitarem os destinos repletos de património. Outra das motivações dos turistas, de acordo com Chhabra et al (2003), está intimamente relacionada com a

saudade, pelo que o património é recriado com base naquilo que os indivíduos viveram segundo as suas memórias, expectativas, elementos e espaços onde estiveram. Tudo isto não deriva em última instância da autenticidade, mas da imagem idealizada dos indivíduos do que consideram ser para si mesmo a autenticidade (Chhabra et al, 2003).

Hall e Piggin (2003) e Jimura (2011) enfatizam a ideia de que a imagem criada por parte da Unesco ao conceder o título de Património Mundial não originou necessariamente um aumento no número de visitantes. Com efeito, Asakura (2008) demonstra que não existe uma relação intrínseca entre o estatuto de Património Mundial e o número de visitantes (Jimura, 2011).

Cellini (2011), Hall & Piggin (2003), Huang, Tsaur & Yang (2012), Jimura (2016) Frey e Steiner (2011) atestam que a inscrição dos destinos como Património da Humanidade não originam por si só um aumento do número de visitantes, pelo que a escolha do destino por parte dos turistas se deve à conjugação de múltiplos fatores complementares. Por outro lado, os efeitos provocados pelo excesso de população são algumas das implicações do reconhecimento dos destinos como Património Mundial, em virtude do crescimento da procura (Jimura, 2016). Visto que as edificações que são detentoras da qualificação de Património Mundial serem alvo de um maior número de visitas por parte de turistas domésticos e internacionais em detrimento de outros destinos, deveriam ser estabelecidas parcerias entre regiões vizinhas a fim de criar um vínculo entre ambas que permitisse fomentar o desenvolvimento de regiões menos populares, estabelecendo complementaridade de estratégias.

Para além disso, o que torna diferenciador o destino são as experiências genuínas e autênticas que este pode oferecer, sendo que o património funciona como um atrativo original que promove a prosperidade do destino e gera disputa entre destinos distintos (Santa-Cruz, 2017). Nesta sequência, pode-se constatar segundo Jimura (2016) que a imagem do destino, que foi reconhecido como Património da Humanidade, bem como o seu prestígio leva, por conseguinte, à distinção do mesmo. Esse prestígio conduz, por sua vez, à autenticidade do destino atendendo às investigações levadas a cabo por Bianchi (2002); Poria, Reichel e Cohen (2013); Smith (2002) e Jimura (2016). O reconhecimento atribuído pela Unesco pode, portanto, traduzir-se por um lado numa melhor definição do destino e, por outro, pode culminar no desenvolvimento da imagem do destino, de

acordo com Bianchi (2002), Bianchi & Boniface (2002), Jimura (2007), Shackley (1998), Smith (2002) e Jimura (2016).

Sublinhe-se, porém, que para que o destino seja um sucesso não é suficiente o mesmo ser detentor de uma panóplia de monumentos e edifícios com a qualificação de Património da Humanidade, é também necessário que reúna alguns dos principais produtos turísticos, como a gastronomia. Para além da gastronomia, é importante que o espaço para onde os indivíduos vão viajar seja seguro e que tenha ao seu dispor as condições ideais em termos de estabelecimentos e serviços a fim de proporcionar ao turista uma estadia agradável, que o leve a recomendar e, por conseguinte, a repetir a experiência. Beynon (2018) defende esta mesma ideia, reforçando que é necessário que o destino disponha de infraestruturas acessíveis, atrações de qualidade para que beneficie com o aumento do turismo. Nesta sequência, é, portanto, importante que as autoridades governamentais conheçam as motivações dos turistas de maneira a agilizar um conjunto de elementos e uma gestão mais eficaz e produtiva do destino, assim como a preservação da herança cultural. A receptividade e o acolhimento é outro dos pilares do destino. Tal facto deve-se à interculturalidade e diálogo cultural entre diferentes povos que é outro dos elementos convidativos para a entrada de turistas (Santa-Cruz, 2017).

## CAPÍTULO 6- AUTENTICIDADE

### 6.1 Definição de Autenticidade

O termo autenticidade apresenta múltiplas conotações. Tendo em conta Chhabra (2005) e Frisvoll (2013) a autenticidade representa algo que é “autêntico”, “real”, “genuíno (Park, 2019). Para Steiner & Reisinger (2006) a autenticidade significa, por sua vez, algo que é original, inquestionável. De acordo com os estudos de Park (2019), e Zhang et al. (2018) a autenticidade diz respeito a algo que é feito por si mesmo. A par disso, Chhabra (2005), Kolar e Zabkar (2010), Engeset e Elvekrok (2015), Ramkissoon (2015), Ram, Bjork e Weldenfeld (2016) salientam que a autenticidade não se circunscreve às “motivações dos turistas” como também se revela fundamental em relação à experiência satisfatória dos turistas no destino, assim como a imagem e o sentido de espaço que é conferido ao lugar eleito para viajar. MacCannell (1976) e Chhabra et al (2003) revelam um ponto de vista divergente face aos apresentados anteriormente, já que para o autor “a cultura da modernidade prende-se com a procura por uma experiência autêntica”.

Efetivamente, a palavra autenticidade assume inúmeras interpretações, de entre as quais se evidenciam: “algo que é totalmente sincero”; “aquilo que é genuíno ou verdadeiro, nomeadamente uma antiguidade”; “tudo aquilo que é original, que não foi copiado, mais concretamente um livro escrito manualmente”; “algo que é autorizado ou legalmente admitido, válido” (Park, 2019). Ao contrário da conceção definida por muitos investigadores em relação à autenticidade, Hughes (1995) manifesta uma posição em parte divergente, na medida em que revela que “a autenticidade no turismo não surge naturalmente, mas ao invés disso, é criada através de diversos agentes, como, por exemplo: guias intérpretes, animadores, agentes de marketing”. Desta forma, a imagem da autenticidade não é, efetivamente, autêntica e real, já que foi concebida socialmente.

De acordo com Waitt (2000) a autenticidade pode ser encarada como algo que é ligado à história, à cultura, e, conseqüentemente remonta ao passado. Por outra parte, diz respeito ao “espaço”, área local (Park, 2019).

Na perspetiva de MacCannell (1999) a autenticidade é tangível, ao passo que para Moscardo & Pearce (1999), e Xie & Wall (2002) trata-se de um julgado, do valor atribuído

ao cenário ou ao produto (Park, 2019). MacCannell (1973) sugere que os primeiros estudos acerca da autenticidade revelam que esta é geralmente encarada enquanto “a realidade original dos bastidores do objeto, patentes através da cultura e tradição”, sendo esta uma vertente mais objetiva/essencialista em relação à autenticidade. Deve-se ressaltar que a esta teoria é contraposta por Adams (1984) o princípio da autenticidade construtivista, no qual esta se assume como um “julgamento, crença, significado construído pelo turista e colocado de volta no cenário”. Refutando qualquer uma destas posições, Wang (1999) defende uma concepção existencialista da autenticidade, com uma conexão entre os sentimentos dos indivíduos e as atividades turísticas. Nesse sentido, tendo em conta Cohen (1979, 1988) e Medina (2003) a mercantilização gerada no setor do turismo na vertente essencialista origina a aniquilação da veracidade das viagens ou das tradições, assim como da cultura e modo de vida.

Já na ótica de Cohen-Aharoni (2017) a autenticidade diz respeito às experiências dos visitantes que são encaradas como reais, sendo que uma das consequências provocadas se prende com o facto de os visitantes se sentirem mais ligados a si mesmo, pelo que dessa forma, a sua própria autenticidade é desenvolvida. A autenticidade adquire, então, uma nova configuração, dado que retrata algo que ainda não aconteceu, mas que é esperada que aconteça. Por sua vez, na perspectiva de Cohen-Aharoni (2017) a autenticidade está ligada à autoridade. A autenticidade pode, porventura, ser associada à forma como se influencia alguém relativamente a algo que se considera genuíno, pelo que é necessário a figura de uma autoridade para dessa maneira ser aceite como prova (Cohen-Aharoni,2017). Essas autoridades podem efetivamente ser múltiplas, de entre as quais se evidenciam: instituições sociais, líderes carismáticos, detentores de uma posição burocrática ou autoridades tradicionais (Cohen-Aharoni,2017).

Tendo em conta Wang (1999) e Yi, X. (2018) a autenticidade pode ser subdividida em diversos géneros, nomeadamente a autenticidade objetiva, construtiva e existencial. MacCannell (1973), Cohen (1988), Ryan (1997,2003), Wang (1999), Steiner e Resinger (2006), Lau (2010), Xie (2011), Chhabra (2012), Cohen e Cohen (2012) ramificam a autenticidade nos diferentes segmentos apontados anteriormente, acrescentando que no que respeita aos modelos de atração da autenticidade destacam-se a autenticidade legal e quente. Zhou, Zhang, Zhang et al. (2018) assumem uma posição objetivista

admitindo, portanto, que a autenticidade provém de tudo aquilo que é verdadeiro, real, que não sofreu alterações. Atente-se, segundo Culler (2007), que a autenticidade que é procurada pelos turistas não significa que esta seja um facto objetivo (Zhou, Zhang, Zhang, et al., 2018). Dessa maneira, Cohen (1988) refere que o facto de os indivíduos aproveitarem e usarem objetos representa que estes usufruem somente dos ícones de autenticidade (Zhou, Zhang, Zhang et al., 2018). Quanto à posição construtivista pode dizer-se que a autenticidade advém dos processos sociais (Zhou, Zhang, Zhang et al., 2018). Em relação à autenticidade existencial esta encontra-se intimamente ligada “aos sentimentos e ações dos indivíduos” (Brown,2013); (Kim e Jamal,2007); (Steiner e Reisinger, 2006) e (Yi, 2017). Para Wang (1999) a autenticidade patente nos locais e meio turístico não está conectada com a autenticidade existencial. Wang (1999) afirma que a autenticidade existencial corresponde “a um estado de espírito” que leva os indivíduos a terem a possibilidade de escolher as decisões a tomar livremente, para que estes consigam se conectar com as atividades que não lhes estavam destinadas, em virtude da esfera social a que pertencem. A título representativo disso mesmo veja-se os casos em que os indivíduos podem participar em danças étnicas, ao contrário do que faziam na sua rotina, no qual não se exibiam dessa forma. Segundo Wang (1999) a autenticidade existencial pode-se dividir em duas diferentes categorias: a autenticidade interpessoal (vínculos verdadeiros entre a pessoa e os outros, sem comprometer o meio social em que se inserem) e intrapessoal (“sentimentos e expressões físicas”). A par disso, de acordo com Berger (1973) a autenticidade existencial diz respeito “a um estado específico de ser, no qual alguém é fiel a si mesmo”.

Atendendo à pesquisa efetuada por Steiner e Reisinger (2006) em relação às repercussões causadas pelo turismo na autenticidade pode-se concluir que a autenticidade existencial se divide nos seguintes grupos: comunidade de acolhimento e turistas, sendo que só os residentes podem determinar o que representa a autenticidade para a comunidade local (Steiner e Reisinger, 2006).

Por seu turno, Cole (2007) ressalta o facto de, quer os visitantes quer os residentes terem opiniões dissonantes relativamente à cultura local. Nesta perspetiva, os espaços detentores de património cultural não devem ser associados somente à autenticidade do

património, bem como à autenticidade existencial, assim como ao diálogo e relação entre a comunidade local e os turistas (Cole, 2007).

## 6.2 A Autenticidade e o Turismo

De facto, para Steiner e Reisinger (2006) o turismo e a autenticidade estão amplamente relacionados, na medida em que o turismo pode ajudar no sentido de promover a autenticidade existencial, sendo esta autenticidade dirigida para a experiência dos indivíduos. Brown (2013) fomenta a ideia de que o turismo é um agente agregador da autenticidade existencial, através dos quais os locais turísticos se encontram relacionados com a experiência da autenticidade existencial. Berman (1970) havia apresentado uma ideia contraditória, pois considerava que as experiências autênticas de turismo são representadas através da “identidade, individualidade, autodesenvolvimento e autorrealização”.

Note-se que a autenticidade que está relacionada com o turismo associado ao património e a sua respetiva herança cultural e histórica, patente através da ocorrência de festivais, procura por um lado reproduzir o que é real. No entanto, por vezes, e atendendo às necessidades e desejos da população moderna, a autenticidade é alterada de forma inconsciente (Chhabra et al, 2003). Simples elementos do quotidiano da cultura local, como a gastronomia e tradições reforçam o peso dado pelos turistas às experiências turísticas que se manifestam sob a forma de elementos tangíveis e, sobretudo, intangíveis (Engeset e Elvekrok, 2015). O contacto social entre os residentes e os turistas, as suas atrações e experiências culturais próprias da região incentivam, por sua vez, os visitantes a viajar novamente para o destino e, até mesmo, a prolongar essa estadia, graças às experiências autênticas e distintas que estes pretendem alcançar (Tussyadiah e Pesonen, 2015) Estabelece-se um compromisso fruto da relação entre o viajante e a ecologia própria do local patrimonial (Datta et al., 2015)

No setor do turismo a autenticidade está obviamente ligada aos objetos e produtos turísticos, aos destinos turísticos, bem como às atrações turísticas que originam, por conseguinte, experiências turísticas diferentes aos indivíduos. Desse modo, a autenticidade é um dos elementos que permitem compreender as motivações dos turistas na escolha de destinos culturais e históricos (Park, 2019). Para Hargrove (2002)

a autenticidade do património turístico e respetiva experiência autêntica são alguns dos elementos que motivam os indivíduos, assim como a nostalgia (Park, 2019). A par disso, a autenticidade relaciona-se com a experiência. Por outro lado, o património é outro dos pilares que demonstra um novo género de autenticidade, nomeadamente de ações que irão ocorrer posteriormente. Todavia, ao contrário da ideia apresentada anteriormente, o elemento diferenciador desta temática está relacionado com o facto de não estar associado aos eventos históricos, nem se basear nas repercussões emocionais ou espirituais e consequente experiência (Cohen-Aharoni, 2017). A autenticidade encontra-se presente, segundo Cook (2010) e Naoi (2004) nos eventos, produtos, cultura, espaço, antiguidade, surgindo para o turista de forma externa (Park, 2019).

A autenticidade pode ser encontrada em locais históricos e religiosos. Esta, porém, multiplica-se sob diferentes formas: “autenticidade natural que é gerada em virtude da natureza desses mesmos lugares”; “autenticidade original suscitada pela dimensão cultural envolvente, como por exemplo, o património, arquitetura histórica”; “autenticidade excepcional motivada pela presença das figuras divinas terrenas, como é o caso dos monges”; a autenticidade referencial e, por último, “a autenticidade referencial designada pelos destinos que possuem determinada importância para a humanidade (Lupu, 2018)”.

Em conclusão, autenticidade é importante, por se relacionar com o modo de vida da comunidade local e a sua subsistência e desenvolvimento. Para Wang (1999) a autenticidade assume-se enquanto atitude humana e de construção, de forma multifacetada e diversificada (Zhou, Zhang, Zhang, et al., 2018).

## CAPÍTULO 7 – CONVENTOS E MOSTEIROS

Atendendo à definição que consta no Dicionário de História de Portugal os conventos dizem respeito “a uma comunidade de religiosos membros das ordens mendicantes”, cujo padrão de vida adotado baseia-se na pobreza pessoal e coletiva, entrando dessa forma em rota de colisão com o modelo monástico. Outro dos princípios através dos quais a comunidade se rege prende-se essencialmente com uma “organização centralizada e itinerante”, instigadora da conceção de um novo modelo de evangelização (Azevedo, 2000). Convento, do latim *conventu(m)*, ajuntamento, é o edifício onde pessoas religiosas vivem em comum e como irmãos. Chama-se frades (irmãos) e freiras (irmãs). Os conventos foram extintos aquando da celebração do decreto de 28 de maio de 1834, que aniquilava “todas as comunidades masculinas das ordens religiosas, e os bens respetivos incorporados na Fazenda Nacional”. No que respeita às casas femininas pode-se apurar que estas foram abolidas na sequência do decreto de 9 de agosto de 1833, de 25 de abril de 1835 e no de 9 de janeiro de 1837, que confirmava “a extinção aquando da morte da última freira” (Azevedo, 2000).

Do grego ministério, de *monázo*, viver só, os mosteiros podem ser descritos como sendo a “sede dos membros das ordens monásticas, institutos de vida consagrada sui júris”, bem como o edifício religioso onde vivem os monges ou monjas, governados por um abade ou uma abadessa. A par disso, os ideais monásticos praticados pelos seus membros vão de encontro com o exercício de uma vida regrada, contemplativa em que a sua máxima é “*ora et labora*”, relegando para segundo plano a esfera mundana, ou seja, o mosteiro dá-nos a ideia de solidão. Distingue-se dos conventos, em virtude dos seus membros pertencerem a ordens distintas e, como tal, defenderem ensinamentos e uma doutrina que diverge entre si em termos de cânones ditados pela sua doutrina. Ao contrário da ordem mendicante que demonstra um estilo de vida, cujo cerne praticado é a pobreza pessoal e coletiva, a ordem monástica adota um estilo de vida estável e contemplativa, com base na oração e no trabalho árduo. Daí, a diferença existente entre conventos e mosteiros.

Além disso, os mosteiros e os conventos diferenciam-se entre si pelo facto de os conventos terem sido fundados numa fase posterior à edificação dos mosteiros, nomeadamente no século XII e XIII, em cidades e vilas. Nessa sequência, os frades e

freiras que habitavam nos conventos pertenciam à Ordem dos Franciscanos e as funções a que se dedicavam tinham um caráter mais assistencial. Não obstante, os mosteiros foram erigidos em locais mais isolados, em zonas mais antigas, acolhendo as ordens religiosas dos Beneditinos, Cistercienses e Agostinhos, assumindo uma função de isolamento.

A importância da elaboração da Rota dos Mosteiros reside na dinamização do setor turístico em Portugal, com particular destaque para o turismo cultural e religioso, sendo os mosteiros, um importante elemento a ter em consideração na valorização do património histórico e cultural do Norte de Portugal. O Conselho da Europa (2011) vem atestar a relevância das rotas culturais, aludindo que estas demonstram ser atualmente a chave preponderante para o desenvolvimento do turismo cultural na Europa, uma vez que são apontadas como motor de “inovação, criatividade”, criadoras de novos negócios, responsáveis pelo desenvolvimento de produtos e serviços turísticos culturais.

Assim sendo, considerou-se pertinente elaborar uma breve síntese acerca das Ordens Religiosas que existiram em Portugal atendendo aos Mosteiros que existem a Norte de Portugal. Com efeito, para uma melhor compreensão do assunto em questão realizou-se uma tabela que resume as principais informações (ordens religiosas a que cada mosteiro pertence, localização, ano de fundação e extinção, afetação do uso, classificação atribuída), assim como outra tabela que sintetiza os mosteiros que foram extintos antes e após o decreto de 28 de maio de 1834.

## 7.1 Ordens Religiosas

### — Ordem de S. Bento

Em relação à Ordem de S. Bento, de acordo com a pesquisa levada a cabo por Sousa (2006), apurou-se que esta foi concebida com base na Regra S. Bento de Núrsia em 530 a.c. Segundo Sousa (2006) os fundamentos sobre os quais a Regra assentava prendiam-se fundamentalmente com a “oração e contemplação, importância da liturgia, afastamento do mundo, vida de renúncia e ascese.” O propósito da Regra de S. Bento de Núrsia tinha, então, como principal objetivo uniformizar a vida comunitária dos indivíduos que integravam os mosteiros de modo a igualar o funcionamento e modo de

vida de todos os elementos pertencentes ao mesmo. No caso português o aparecimento desta ordem religiosa surgiu entre os anos de 1080 e 1115 na sequência do movimento com proveniência francesa que originou, por conseguinte, a rejeição do modelo litúrgico hispânico que promulgou e que contou com a presença de monges da congregação de *Cluny* no reino de Leão e Castela, sob a alçada do rei Afonso VI e dos condes Raimundo e Henrique de Borgonha após o concílio de Burgos em 1080 (Sousa, 2006). A partir de 1510 muitos mosteiros sofreram com a reforma dos monges beneditinos portugueses e alguns deles mudaram a sua localização.

No que respeita aos mosteiros que adotaram o modelo beneditino pode constatar-se que embora tivessem seguido os preceitos monásticos e a liturgia *Cluny* não pertenciam a essa congregação tal como descreve (Sousa, 2006). Desse modo, pese embora a Regra de S. Bento de Núrcia assinalar que cada mosteiro funcionava de forma independente estando somente sob a chefia de um abade que era escolhido pela comunidade exercendo o papel de índole administrativo e espiritual, alguns mosteiros não acataram essa jurisdição (Sousa, 2006). Ao contrário destes mosteiros, outros ainda, encontram-se sob a dependência do bispo da diocese, no qual estão integrados e, consequentemente, independentes uns dos outros (Sousa, 2006).

### — Ordem de Cister

Atendendo a Sousa (2006) a ordem religiosa de Cister teve como seu fundador São Roberto de Molesme no ano de 1098, sendo a sede do primeiro mosteiro instituído no lugar de Cister, mais concretamente em Dijon. A razão que está na origem da sua criação baseia-se no facto de os monges beneditinos quererem uma regra que seguisse um padrão de vida monástico mais austero. O objetivo principal desta ordem reside no retomar da regra de S. Bento de forma absoluta, descurando a liturgia em detrimento da valorização do trabalho manual. Desse modo, um dos mais importantes pilares a ter em consideração acerca desta regra baseia-se no trabalho físico (Sousa, 2006).

Sublinhe-se, por outro lado, que a Ordem de Cister atribui à abadia-mãe a vantagem e a oportunidade de visitar os mosteiros dependentes, garantindo a sua autonomia e ligação.

Tendo em conta a história que antecede a introdução desta regra pode dizer-se que nos últimos anos da década de 30 e início da década de 40 do século XII ditaram a promoção nos reinos peninsulares através de *Claraval* e *Morimond*. Em Portugal a instituição desta ordem ocorreu no século XII no que respeita aos mosteiros masculinos, bem como o século XIII de abadias femininas. A vinda dos monges para procederem à reforma dos mosteiros sucedeu devido ao apelo de D. Afonso Henriques, pelo que a primeira instalação desses monges se deu no vale do Douro (Sousa, 2006).

### — Ordem dos Cónegos Regrantes de Santo Agostinho

De acordo com Sousa (2006) a Reforma Gregoriana que decorreu entre 1050-1200 estabeleceu dois diferentes géneros de cónegos: os primeiros caracterizavam-se por viverem em comunidade, mantendo os seus bens pessoais, apesar de estarem sob a égide do bispo, ao passo que os regulares viviam desprovidos de todos os seus bens, mantendo uma vida simples e atendendo aos ideais de pobreza, tendo esta distinção sido decretada num sínodo que sucedeu em Roma pelo papa Nicolau II em 1059.

Segundo Sousa (2006) a Regra de Santo Agostinho foi, então, implementada ao longo do século XI, no entanto só passou a vigorar de forma definitiva aquando do pontificado de Inocêncio II entre (1130-1143). Em virtude dos problemas que foram surgindo inerentes à disseminação dos mosteiros e às diferenças abissais que existiam entre si mesmo, o ano de 1339 pautou-se pela Reforma Geral da Ordem por intermédio da bula decretada por Bento XII designada de *Ad Decorem Ecclesiae Sponsae Dei*. Dessa feita, a Bula ditava os principais princípios sobre os quais a vida dos conventos de cónegos regrantes deveria funcionar.

A par disso, atendendo a Sousa (2006) os cónegos desempenhavam diversas funções de entre as quais se assinalam: “estudo da Sagrada Escritura e de outras matérias, mesmo profanas, formando e dirigindo escolas claustrais; criação e gestão de albergarias e hospitais, destinados aos pobres e peregrinos.” Os cónegos dedicam-se, por seu turno, “ao ofício divino; às obras de caridade, em especial à assistência aos necessitados”.

Em Portugal, a instituição da Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho teve lugar, em primeira instância, no Mosteiro de Santa Cruz, fundado em Coimbra a 28 de junho de 1131. Na origem desta edificação encontra-se segundo Sousa (2006) o

impulso dado por parte dos eclesiásticos, nomeadamente o Bispo D. Bernardo, arcebispo D. Telo, o Bispo D. João Peculiar, D. Teotónio que através de inúmeras doações e do interessado manifestado por muitos leigos gerou a sua criação. Os fundamentos sobre os quais a criação deste mosteiro assenta diz respeito à reforma de Gregório VII que estabelece a centralização do poder eclesiástico e, conseqüente, renovação das dioceses.

Apesar dos desentendimentos que eclodiram no seio do poder eclesiástico, em 1203 pela bula de Inocência III foi preconizada a isenção canónica de Santa Cruz.

Para além da ocupação dos cónegos em Santa Cruz, em Coimbra a sua disseminação deu-se um pouco por todo o território, com especial destaque para o Entre Douro e Minho. Note-se que todos os mosteiros que estiveram sob a jurisdição da Ordem dos Cónegos Regrantes de Santo Agostinho eram independentes entre si, obtendo, assim, autonomia administrativa (Sousa, 2006).

Sousa (2006) revela que ao longo dos anos em que os mosteiros acolheram esta ordem religiosa verificou-se um decréscimo da vida religiosa no século XIII, pelo que essa realidade atingiu o seu esplendor com a extinção de algumas casas no século XV e, conseqüentemente, o afastamento dos ideais canónicos. Efetivamente, a verdadeira transformação ocorreu em 1527 com a reforma dos mosteiros crúzios levada a cabo pelo jerónimo Frei Brás de Barros. Tal mudança suscitou, por sua vez, a restauração dos mosteiros, bem como a união dos reformados na mesma congregação.

### — Ordem dos Cónegos Regrantes de Santo Sepulcro

A ordem foi fundada, de acordo com Sousa (2006), devido à obtenção por parte de Godofredo de Bolhão, depois da conquista de Jerusalém do “capítulo de cónegos seculares”. A partir daí, passou a sediar-se na basílica do Santo Sepulcro com a condição de ser celebrado sob a forma do rito latino, o que levou desde logo à aceitação da Ordem pelo papado muito rapidamente. Estes cónegos seguiram a Regra de Santo Agostinho e passaram a viver segundo o modelo regular, ao invés do secular. Importa neste contexto salientar que a propagação desta Ordem para a Europa só foi consolidada após o reconhecimento de Calisto II no ano de 1122. O propósito desta Ordem visava “louvar a

Deus pelo dom da redenção e cantar a glória da Ressurreição do Salvado”, o que nos leva, a admitir que esta ordem apostólica apresenta um carácter contemplativo.

Esta Ordem surgiu em Portugal em meados do século XII, tal como faz menção o cronista J. Anatólio de Figueiredo, após segundo é relatado uma doação de D. Emisu Trastamires que aponta o ano de 1123 como a data que corresponde ao aparecimento dos mesmos. Dada a fiabilidade desta informação, tem-se conhecimento através das inquirições de 1258 que alegavam a doação por parte de D. Teresa de várias terras a esta ordem, a existência da Ordem antes de 1130.

### — Ordem dos Cónegos Regulares Premonstratenses

O fundador desta ordem religiosa foi Norberto de Xanten que no ano de 1120 decide formar uma abadia em Prémontré, atendendo aos princípios da Regra de Santo Agostinho (Sousa, 2006). Efetivamente para Sousa (2006) esta ordem religiosa só passou a vigorar em 1126 após consentimento dado pelo papa Honório II. Norbert de Xanten segue os cânones do texto normativo também denominado por Regula secunda que tem como propósito viver uma vida com base nos ideais de pobreza e austeridade a par do exercício da oração e devoção por intermédio da pregação e caridade. Anos mais tarde, Hugo de Fosses sucessor de Norberto de Xanten teve em consideração no que respeita à atividade pastoral o modelo cisterciense para a redação dos estatutos premonstratenses. Como tal, com base nos fundamentos do modelo cisterciense Hugo de Fosses decidiu e à semelhança do que sucede noutras abadias que se regem por este modelo, conceder autonomia às abadias, sobre as quais as abadias mães seriam dotadas de direitos de supremacia e controlo (Sousa, 2006). A par disso, na perspetiva de Sousa (2006) todas as casas deveriam responder ao bispo diocesano.

A disseminação desta ordem religiosa surgiu um pouco por toda a Europa de forma exponencial no decorrer dos séculos XII e XIII. Em Portugal a entrada desta ordem ocorreu na Ermida do Paiva, em Lamego e Vandoma, na diocese do Porto (Sousa, 2006). Tendo em conta os dados documentais que perduram, segundo Sousa (2006), as primeiras referências que surgem acerca da instituição dos premonstratenses na Ermida do Paiva advém do ano de 1214. Já no caso de Vandoma, na diocese do Porto, a adoção desses costumes ocorreu mais tardiamente, nomeadamente em 1324. Tal como

aconteceu no século XV a nível europeu, no caso de Portugal a presença desta ordem religiosa desvaneceu-se devido à “dificuldade em manter a observância monástica” em meados do século XIV e XV.

Quadro 3 – Mosteiros do Norte de Portugal

Concelho	Ordens Religiosas	Mosteiros no Norte de Portugal	Ano de fundação	Ano de extinção	Afetação ao uso
<b>Póvoa de Varzim</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro de São Pedro	1078-1091	1432	
<b>Vila do Conde</b>	Ordem de São Bento- Femininos	Mosteiro de São Salvador	974-1115	1890	Associação para a Promoção Cultural da Criança
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Mosteiro São Simão da Junqueira	1082	1770	
<b>Maia</b>	Ordem de São Bento-Femininos	Mosteiro de São Salvador (Vila Cova de Sandim ou Vila Cova das Donas)	1081	1536	
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Mosteiro de São Salvador (Moreira)	século XI	1834	
	Ordem dos Cónegos Regulares do Santo Sepulcro	Mosteiro de Santa Maria de Águas Santas	1130	1489	Resta somente a Igreja, propriedade pública e afeta ao culto
<b>Famalicão</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho-Masculinos	Mosteiro de Santa Maria de Landim	1096	1834	Centro Paroquial
		Mosteiro de Santa Maria de Oliveira	1033	1595	Estrutura conventual propriedade privada, adaptada a residência e casa de apoio a uma quinta agrícola
	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro do Salvador de Arnoso	XI	XVI	
<b>Porto</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro São Bento da Vitória	1596	1834	
<b>Vila Nova de Gaia</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro de São Pedro de Pedroso	1046	1560	
	Ordem de São Bento- Femininos	Mosteiro de São Salvador de Sandim, Vila Cova de Sandim ou Vila Cova das Donas	1081	1536	
		Mosteiro São Salvador de Grijó	1132	1834	Casa- Mosteiro
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Mosteiro Santo Agostinho da Serra do Pilar (localizado na Serra do Pilar)	1538	1834	
<b>Santo Tirso</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro Santo Tirso	978	1834	Escola Agrícola e Museu Abade Pedrosa
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Mosteiro São Miguel de Vilarinho	1120	1834	Convento está em ruínas. Igreja afeta ao culto
		Mosteiro de São Pedro de Roriz anexado ao	1115		Estrutura conventual adaptada a funções residenciais e Igreja propriedade privada e afeta ao culto

Concelho	Ordens Religiosas	Mosteiros no Norte de Portugal	Ano de fundação	Ano de extinção	Afetação ao uso
Barcelos	Ordem de São Bento-Masculinos	Mosteiro de São Martinho de Manhente	1085-1089	1400	Perdura a Igreja afeta ao culto e a torre-salão paroquial. Torre convertida em salão paroquial
		Mosteiro São Salvador de Palme	1028	1834	Conjunto monástico sem utilização
Paredes	Ordem de São Bento-Masculinos	Mosteiro de São Pedro de Cete	antes de 924	1551	A Igreja prossegue com as suas funções religiosas e culturais. Da estrutura conventual permanece a sala do capítulo e o claustro com fins turísticos
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Mosteiro Santo Estêvão de Vilela	1030	1069	Igreja propriedade privada, afeta ao culto e adaptada a funções residenciais
Penafiel	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro São Miguel de Bostelo	1065-1140	1834	Igreja propriedade privada e afeta ao culto. Edifício conventual, propriedade privada e adaptado a funções residenciais
		Mosteiro do São Salvador de Paço de Sousa	994	1834	Igreja afeta ao culto, exercendo, a par do claustro, funções turísticas
Braga	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Adaúfe	1088	1452	Resta a Igreja que é propriedade pública e afeta ao culto, bem como a comissão fabriqueira
		Mosteiro de São Martinho de Tibães	1071		Igreja afeta ao culto. Museu do Mosteiro de Tibães e Escola de Conservação e Restauro
		Mosteiro do Salvador de Braga	1592	1893	
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Mosteiro de São Salvador de Souto	1059	1454	Igreja propriedade privada e afeta ao culto. Convento adaptado a funções residenciais
Amares	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro Santo André de Rendufe	1090	1834	
	Ordem de Cister-Masculinos	Mosteiro Santa Maria do Bouro	(1162) 1195	1834	Igreja afeta ao culto. Hotel Pousada de Santa Maria do Bouro
Viana do Castelo		Mosteiro de São João de Cabanas	1168	1834	Igreja afeta ao culto e propriedade privada. Convento convertido em residência
		Mosteiro Santa Maria do Carvoeiro	1085-1098	1834	Estrutura conventual adaptada em Casa paroquial, Museu Etnográfico e de Arte Sacra e casa de apoio à lavoura
		Mosteiro S. Romão do Neiva	1024	1834	Edifício conventual sem utilização. Igreja afeta ao culto
	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro São Cláudio de Nogueira	1145	1588	Resta só a Igreja afeta ao culto, propriedade pública
		Mosteiro do Salvador de Vitorino das Donas	XI	1592	Convento adaptado a funções residenciais. Igreja propriedade privada e afeta ao culto
	Ordem de São Bento- Femininos	Mosteiro de São Bento	1546	1891	Igreja propriedade privada e afeta ao culto. Da estrutura conventual perdura o claustro integrado no Mercado Municipal
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Mosteiro de São Martinho do Crasto	1136	1615	
Guimarães	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro S. Martinho de Vila Nova de Sande	994	1444	Não se conhecem vestígios
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho-Masculinos	Mosteiro São Torcato	1052	1474	Estrutura conventual sem utilização. Igreja afeta ao culto

Concelho	Ordens Religiosas	Mosteiros no Norte de Portugal	Ano de fundação	Ano de extinção	Afetação ao uso
Felgueiras	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Pombeiro	1102	1834	Igreja e parte da estrutura conventual desempenha funções culturais e turísticas. O restante edifício conventual é propriedade privada e foi adaptado a funções habitacionais e agrícolas
	Ordem dos Cônegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Caramos	1090	1770	Resta a Igreja que é propriedade privada e afeta ao culto
Ponte de Lima	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro de Santa Maria de Serdedelo das Donas	1258	1471	Resta a Igreja propriedade privada e afeta ao culto
	Ordem dos Cônegos Regulares de S. Agostinho- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Refoios de Lima	1120	1834	
Amarante	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro do Salvador de Travanca	1080-1115	1834	Hospital Psiquiátrico do Mosteiro. Igreja afeta ao culto
	Ordem de S. Bento- Femininos	Mosteiro Santa Maria de Gondar	1202	1455	Igreja propriedade pública, aberta ao culto. Estrutura conventual propriedade privada e adaptada a funções residenciais.
		Mosteiro São Salvador de Lufrei	XII	1455	Igreja propriedade privada e afeta ao culto
	Ordem dos Cônegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Salvador de Freixo de Baixo	1090	1540	Estrutura conventual propriedade privada e adaptada a serviços de apoio à paróquia. Igreja propriedade pública e com utilização cultural
		Mosteiro São Martinho de Mancelos	1120	1834	Igreja propriedade pública, utilização cultural.
	Ordem de Cister- Masculinos	Mosteiro Santa Maria do Bouro	1195	1834	
Baião	Ordem dos Cônegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro Santo André de Ancede	1120	1834	
Marco de Canaveses	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro de S. João Batista da Pendorada	1055	1834	Hotel Convento de Alpendurada. Permanece apenas a Igreja que é propriedade privada e é afeta ao culto
		Mosteiro São Martinho de Soalhães	875	1267	
	Ordem dos Cônegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Vila Boa do Bispo	1022-1144	1740	
Ponte da Barca	Ordem dos Cônegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Salvador de Bravães	1085-1089	1434	Resta a Igreja que é propriedade pública e afeta ao culto
		Mosteiro São Martinho de Castro	1136-1140	1834	
		Mosteiro de Santa Maria de Vila Nova de Muía	1103	1770	Igreja propriedade privada e afeta ao culto. Estrutura conventual em ruínas, propriedade privada e adaptada a funções agrícolas

Concelho	Ordens Religiosas	Mosteiros no Norte de Portugal	Ano de fundação	Ano de extinção	Afetação ao uso
<b>Arcos de Valdevez</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Miranda	1207	1834	Igreja propriedade privada e afeta ao culto. O que resta dos conventos são duas casas, propriedade privada, sem utilização
	Ordem de Cister- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Ermelo	1112-1128	1441	Igreja afeta ao culto. Estrutura conventual adaptada a utilizações da Igreja (casa de habitação e confraria)
<b>Aveiro</b>	Ordem de S. Bento Masculinos	Mosteiro de São Martinho de Cucujães	1139	1588	Estrutura conventual adaptada a funções assistenciais (Lar para Padres Aposentados) e Igreja afeta ao culto
<b>Vila Verde</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro Salvador de Valdreu	1085-1089	século XVI	Igreja afeta ao culto e estrutura conventual adaptada a serviços de apoio à paróquia
<b>Caminha</b>	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro São João de Arga	1258		Igreja afeta ao culto, propriedade privada e convento serve de apoio ao santuário
<b>Valença</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro São Salvador de Ganfei	1112	1834	Igreja propriedade privada e o edifício conventual propriedade privada e encontra-se sem utilização
		Mosteiro de São Fins de Friestas	1112-1128	1554	Conjunto monástico sem utilização
<b>Monção</b>	Ordem de S. Bento- Femininos	Mosteiro São Pedro de Merufe	1258	1461	Restam vestígios da Igreja paroquial que é propriedade privada
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São João de Longos Vales	1199	1551	Igreja propriedade pública e afeta ao culto. O edifício conventual é propriedade privada e está sem utilização
<b>Melgaço</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Salvador de Paderne	1258	1770	Igreja propriedade pública e afeta ao culto. Estrutura conventual é propriedade privada e adaptada a funções residenciais e agrícolas
	Ordem de Cister- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Fiães	1194	1834	Conjunto monástico em ruínas
<b>Cinfães</b>	Ordem de S. Bento- Femininos	Mosteiro Santa Maria de Tarouquela	1185	1536	
<b>Cabecelas de Basto</b>	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro São Miguel de Refojos de Basto	1131	1549	Tribunal da Comarca. Igreja afeta ao culto
<b>Celorico de Basto</b>	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro São João Batista de Arnoia	1076	1834	Lar da Santa Casa da Misericórdia. Igreja afeta ao culto, propriedade privada
<b>Figueira de Castelo Rodrigo</b>	Ordem de Cister- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Aguiar	1190	1834	
<b>Bragança</b>	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro do Salvador do Castro de Avelãs	1143	1545	Resta a Igreja propriedade privada e afeta ao culto
<b>Viseu</b>	Ordem de Cister	Mosteiro Santa Maria de Macieira Dão	1154	1834	
		Mosteiro Santa Maria de Salzedas	1155	1834	
		Mosteiro São João de Tarouca	1140-1144	1834	

Fonte: Arquivo Nacional da Torre do Tombo (2020), Sousa (2006)

Concelho	Ordens Religiosas	Mosteiros extintos antes de 1834	Mosteiros extintos depois de 1834
<b>Póvoa de Varzim</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro de S. Pedro (1432)	
<b>Vila do Conde</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Simão da Junqueira (1770)	
<b>Famalicão</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro do Salvador de Arnoso (século XVI)	
<b>Vila Nova de Gaia</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro de São Pedro de Pedroso (1560)	
	Ordem de São Bento- Femininos	Mosteiro São Salvador de Sandim, Vila Cova de Sandim ou Vila Cova das Donas (1536)	
<b>Barcelos</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro de São Martinho de Manhente (1400)	
<b>Paredes</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro de São Pedro de Cete (1551)	
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro Santo Estêvão de Vilela (1069)	
<b>Braga</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Adaúfe (1452)	Mosteiro do Salvador de Braga (1893)
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro de São Salvador do Souto (1454)	
<b>Viana do Castelo</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro São Cláudio de Nogueira (1588)	
	Ordem de São Bento- Femininos		Mosteiro de São Bento (1891)
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro de São Martinho de Castro (1615)	
<b>Guimarães</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Torcato (1474)	
	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro São Martinho de Vila Nova de Sande (1444)	
<b>Felgueiras</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Caramos (1770)	
<b>Amarante</b>	Ordem de São Bento- Femininos	Mosteiro Santa Maria de Gondar (1455)	
		Mosteiro São Salvador de Lufrei (1455)	
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Salvador de Freixo de Baixo (1540)	
<b>Marco de Canaveses</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro São Martinho de Soalhães (1267)	
	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Vila Boa do Bispo (1740)	
<b>Ponte da Barca</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Salvador de Bravães (1434)	
		Mosteiro de Santa Maria de Vila Nova de Muía (1770)	
<b>Arcos de Valdevez</b>	Ordem de Cister- Masculinos	Mosteiro Santa Maria de Ermelo (1441)	
<b>Vila Verde</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro do Salvador de Valdreu (século XVI)	
<b>Aveiro</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro São Martinho de Cucujães (1588)	
<b>Valença</b>	Ordem de São Bento- Masculinos	Mosteiro de São Fins de Friestas (1554)	
<b>Monção</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São João de Longos Vales (1551)	
<b>Melgaço</b>	Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho- Masculinos	Mosteiro São Salvador de Paderne (1770)	
<b>Cinfães</b>	Ordem de S. Bento- Femininos	Mosteiro Santa Maria de Tarouquela (1536)	
<b>Cabeceiras de Basto</b>	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro São Miguel de Refojos de Basto (1549)	
<b>Bragança</b>	Ordem de S. Bento- Masculinos	Mosteiro do Salvador do Castro de Avelãs (1545)	

Fonte: Elaboração própria

## 7.2 Proposta da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal

No seio desta investigação foram desenvolvidas três diferentes rotas atendendo a três ordens religiosas distintas. A seleção destas ordens religiosas foi feita com base nos dados recolhidos e fornecidos pela literatura científica e pelos entrevistados. Por outro lado, a sua seleção está relacionada com o facto de serem as rotas mais fortemente implementadas em Portugal, isto é, com maior representação e ocupação face a outras ordens no Norte de Portugal. Nesse sentido, a primeira rota dos mosteiros foi desenvolvida com base na Ordem de S. Bento, a segunda na Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho e, por último, e com uma presença menor no Norte de Portugal a Rota dos Mosteiros da Ordem de Cister. Embora, tivessem sido delineadas três diferentes rotas, o foco incide particularmente sobre a Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho, isto porque para além de estar parcamente estudada, não existe uma Rota dos Mosteiros que assente sobre esta ordem religiosa, pelo que o contributo para a comunidade científica será maior. Efetivamente, já existe uma Rota dos Mosteiros e Paisagens Beneditinas no Norte de Portugal levada a cabo pela Direção Regional da Cultura do Norte (DRCN), pelo que um projeto em parceria com esta Entidade seria uma mais-valia para a dinamização do património histórico-cultural. Posto isto, para além da apresentação da rota de acordo com os mosteiros pertencentes à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho, será apresentada uma breve descrição sobre os mosteiros, nomeadamente ano de fundação, extinção, estado do edifício, afetação ao uso e respetiva classificação atribuída ao mesmo nos casos em que o mesmo se verifique. A construção e elaboração da rota apresenta um carácter descritivo. A ferramenta utilizada para a elaboração e apoio da mesma foi o ArcGIS.

A pertinência da realização desta proposta de rota dos mosteiros no Norte de Portugal assenta no facto de se tratar de mais um itinerário que permite por um lado a redescoberta dos resquícios históricos do passado através de uma maior divulgação do património e por outro incrementar a conservação dos edifícios monásticos e conventuais que podem carecer de obras de requalificação sendo, assim, alvo de apoios por parte das entidades regionais e nacionais. Por sua vez, a importância da criação destas rotas reside no facto da inexistência de inventariação desta informação.

Esta proposta pretende dirigir-se à Entidade da Cultura do Norte e tem como finalidade a integração deste projeto nas rotas já previamente desenvolvidas pela mesma entidade de forma a complementar a oferta já existente.

Com a elaboração da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal que incide especificamente sobre a Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho, procura-se que os mosteiros que se encontram sem qualquer utilização ou até mesmo devolutos tenham uma nova utilização. Nessa sequência, a Rota dos Mosteiros da Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho possui três vocações principais. A primeira vocação está intimamente relacionada com a valorização e difusão do património através da elaboração de um pacote turístico complementar à oferta já existente, nomeadamente à Rota do Românico, Rota dos Mosteiros e Paisagens Beneditinas e à Rota das Catedrais. O objetivo prende-se, portanto, com a elaboração de um pacote turístico devidamente estruturado, organizado e personalizável atendendo aos diferentes nichos de mercado. Como tal, pretende-se captar diferentes públicos desde turistas internacionais, comunidade local e visitantes vindos de outras localidades a fim de experimentarem, mas principalmente para descobrirem e conhecerem o património ligado aos mosteiros pertencentes a esta ordem religiosa não só através da realização de visitas guiadas a esses locais, como também através da criação de um conjunto de atividades.

Outra das vocações a assinalar no âmbito da Proposta da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal- Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho prende-se por um lado com uma vertente de cariz educativo e por outro ao nível da formação e aprendizagem. Em relação à vertente de cariz educativo pretende-se realizar visitas de estudo, elaborar atividades lúdicas e apresentar espetáculos teatrais de maneira a incutir a valorização do património e sentimento de pertença a esse património, bem como da sua passagem às gerações vindouras. A vertente formativa e de aprendizagem tem como pressuposto o desenvolvimento de diversas valências e o crescimento ao nível profissional, pessoal e intelectual dos indivíduos através da realização de aulas de pintura, conservação e restauro na esfera cultural.

Por último, outra das vocações da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal, com particular incidência sobre a Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho diz

respeito à atração de negócios que são fundamentais para o funcionamento e desenvolvimento da respetiva rota, nomeadamente ligado ao setor hoteleiro, restauração e animação turística, sendo este último setor particularmente importante, na medida em que pode ser um fator de atração de diferentes públicos e, a par disso, ser um fator de fixação da procura turística. Para isso, procura-se elaborar parcerias em colaboração com empresas privadas dentro da área de envolvimento da rota e apoiadas pelos municípios com a finalidade de fomentar e dinamizar a região e a sua economia.

Para além disso, a Proposta da Rota dos Mosteiros tem como principais finalidades o estabelecimento de uma rede de cooperação entre diferentes territórios disseminados ao longo do Norte de Portugal de forma a unificar e agregar os bens e serviços entre si a fim de facilitar a acessibilidade entre eles. Pretende-se, assim, que estes territórios cooperem entre si, apesar de cada um deles se pautar por ter características diferentes entre si. Nesse contexto, a elaboração do conjunto de atividades que proponho deve ter em atenção não somente o perfil do indivíduo que procure conhecer a rota, assim como as necessidades, particularidades e especificidades desse mesmo território, em termos de morfologia e recursos disponíveis para o mesmo. Como tal, é imperativo elaborar um programa em conjunto com as autarquias locais para, conseqüentemente, se averiguar as condições para a realização do mesmo a fim de preservar o património e o dinamizar.

Outra das finalidades da Proposta da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal- Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho visa a implementação de uma estratégia e política de marketing a fim de divulgar e tornar acessível este património, patente através do vasto conjunto monástico existente em Portugal. Desse modo, o objetivo passa pela criação de uma plataforma digital para a divulgação da mesma e apresentação da oferta ao público em geral. Nesta sequência a promoção passa, portanto, pela aposta na criação de um *website* alusivo à Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal, bem como redes sociais (*Facebook, Instagram, Twitter*) através de vídeos promocionais com uma breve apresentação aos edifícios monásticos com algumas das sugestões do que podem fazer e visitar nos principais destinos abrangidos pela Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal pertencentes à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho e que se estende desde a zona de Vila do Conde, Maia, Porto, Baião, Amarante, Vila Nova de Gaia,

Braga, Guimarães, Ponte da Barca, Viana do Castelo, Caramos, Santo Tirso até Marco de Canaveses.

Importa neste seguimento realçar que este plano promocional tem como pressuposto incidir sobre um público mais jovem que procura descobrir os encantos do Norte de Portugal e, a par disso, ter uma experiência diferente e única. Assim sendo, para captar esse público esse mesmo público pretende-se propor atividades ligadas à natureza e ao desporto. Tal facto deve-se à presença e importância acrescida em relação à questão ambiental, da sustentabilidade e do desporto no quotidiano que atrai um público mais novo. Como tal, algumas das sugestões que proponho nessas esferas estão relacionadas com a criação de trilhos pedestres, bem como a prática do camping.

Para finalizar, através da criação desta rota pretende-se contar uma história, a identidade do quotidiano da vida dos monges de maneira a envolver o visitante e a fazer com que compreendam a narrativa. A par disso, procura-se fomentar o turismo religioso e cultural e, por conseguinte, incrementar a conservação dos edifícios monásticos devolutos através da reconversão de alguns destes edifícios em bibliotecas por exemplo, ou até mesmo obras no sentido da requalificação de alguns desses espaços não só tendo em conta a vertente estritamente económica, mas também patrimonial a fim de constituir uma mais-valia para a revitalização de um determinado destino turístico.

### 7.3 Proposta de atividades a serem desenvolvidos nos Mosteiros

Os Mosteiros que se estendem em diferentes pontos do Norte de Portugal apresentam características em comum, pese embora a sua influência e representatividade ter sido maior ou menor consoante o impacto que tiveram para as comunidades locais, as reformas que lhe foram executadas, o local de implantação do próprio mosteiro e as prerrogativas que beneficiaram. Todos estes aspetos ditaram a continuidade da sua atividade ao longo dos séculos. A maior parte dos Mosteiros foram instalados em lugares fora das cidades, longe da devassidão, visto que se pretendia que os monges vivessem isolados. Múltiplas funções foram-lhes atribuídas, sendo que os monges repartiam o seu tempo entre orar, trabalhar no campo, na cozinha, limpeza do espaço monástico, cuidar dos animais, cantar e transcrever obras clássicas e textos bíblicos.

Muitos Mosteiros, ao longo dos séculos, e devido à falta de apoio e investimento na requalificação desses espaços, encontram-se atualmente em ruínas, já que economicamente não é possível assegurar a manutenção de todos esses edifícios, pois são inúmeros. No entanto, ainda se encontram vários Mosteiros disseminados ao longo do Norte de Portugal, cuja infraestrutura não tem qualquer utilização e que poderia ser potencializada. Nesse sentido, a criação da Rota dos Mosteiros a Norte de Portugal, com particular destaque para a Ordem religiosa dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho, visa para além de aprofundar a questão da história da sua fundação, de identificar o seu edifício e respetivo estado atual, e promover um conjunto de atividades comuns aos diferentes mosteiros pertencentes a esta Ordem Religiosa. Assim sendo, a proposta baseia-se na organização de um conjunto de atividades com o propósito de dinamizar o património cultural existente, por forma a preservar a identidade, a história e as raízes do legado histórico-cultural do Norte de Portugal. Como tal, destacam-se algumas das principais atividades que se poderiam fomentar dentro e fora do edifício monástico ou até mesmo ideias de possíveis transformações desses edifícios:

- Eventos musicais (Gospel, Ópera, Coros);
- Exposições fotográficas;
- Apresentações literárias e musicais (Livros, Bandas, Instrumentos musicais);
- Espetáculos teatrais;
- Feiras gastronómicas e mostra de doces conventuais (apresentação dos pratos típicos da região e sobremesas, concurso da melhor ementa/prato/sobremesa; aulas gastronómicas e provas de vinhos);
- Aulas de restauro e conservação, pintura;
- Cinema ao ar livre ou dentro do espaço monástico;
- Eventos corporativos;
- Visitas guiadas;
- Atividades lúdicas;
- Glamping;
- Champing;
- Trilhos pedestres;
- Desfiles de moda;
- Sessões espirituais (meditação, oração) ao ar livre;

- Exposições científicas;
- Criação de PUB's;
- Criação de bibliotecas.

## 7.4 Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal

### 7.4.1 Rota dos Mosteiros- Ordem Beneditina

A Rota dos Mosteiros pertencentes à Ordem Beneditina pretende traçar um itinerário dos mosteiros de acordo com esta ordem religiosa e que ainda perduram nos diferentes locais a Norte de Portugal. Os símbolos que são visíveis na seguinte figura estão identificados nos concelhos a que pertencem e dizem respeito aos mosteiros desta ordem e às Igrejas que estão integradas na mesma. No caso da sobreposição do símbolo da Igreja sobre o Mosteiro significa que existiu um Mosteiro naquele concelho, no entanto, posteriormente, foi destituído dando lugar à Igreja do Mosteiro. Esta Rota incide sobre diferentes concelhos como Vila do Conde, Porto, Amarante, Penafiel, Barcelos, Braga, Viana do Castelo, Ponte de Lima, Guimarães, Bragança, entre outros.

Link de acesso ao Arcgis: <https://arcg.is/vTDfW0>

Figura 4- Rota dos Mosteiros- Ordem de São Bento



Fonte: Elaboração própria através de Arcgis

#### 7.4.2 Rota dos Mosteiros- Ordem de Cister

A elaboração da Rota dos Mosteiros pertencentes à Ordem de Cister tem o propósito de identificar o legado deixado por esta ordem religiosa em Portugal. Os símbolos que são visíveis na seguinte figura estão identificados nos concelhos a que pertencem e dizem respeito aos mosteiros desta ordem e às Igrejas que estão integradas na mesma. No caso da sobreposição do símbolo da Igreja sobre o Mosteiro significa que existiu um Mosteiro naquele concelho, no entanto, posteriormente, foi destituído dando lugar à Igreja do Mosteiro. A Rota atravessa Amares, Arcos de Valdevez, Viana do Castelo, Arouca e Viseu.

Link de acesso ao Arcgis: <https://arcg.is/0q4in00>

Figura 5- Rota dos Mosteiros- Ordem de Cister



Fonte: Elaboração própria através do Arcgis

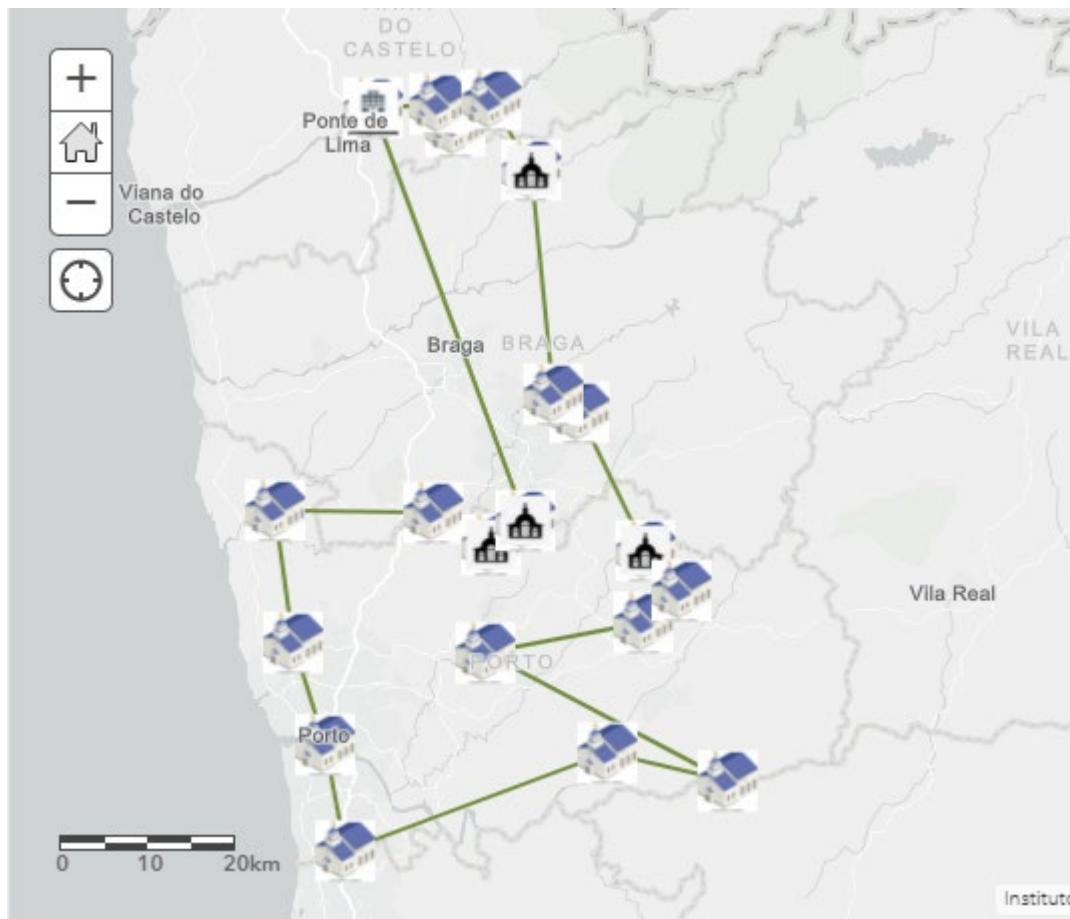
#### 7.4.3 Rota dos Mosteiros- Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho

O presente projeto da Rota dos Mosteiros no Norte de Portugal pertencentes à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho tem como finalidade dar a conhecer aos turistas o património edificado desta ordem religiosa. Os símbolos que são visíveis na seguinte figura estão identificados nas diferentes regiões e dizem respeito aos mosteiros desta ordem e às Igrejas que estão integradas na mesma. No caso da sobreposição do símbolo da Igreja sobre o Mosteiro significa que existiu um Mosteiro naquele concelho, no entanto, posteriormente, foi destruído dando lugar à Igreja do Mosteiro ou até à utilização dos mesmos para outros fins, como sucede com o Mosteiro de Refoios do Lima que passou a ser sede da Escola Agrária de Ponte de Lima. A Rota dos Mosteiros da Ordem dos Cónegos Regrantes de Santo Agostinho cruza diferentes pontos a Norte de Portugal como Vila do Conde, Maia, Porto, Baião, Amarante, Vila

Nova de Gaia, Braga, Guimarães, Ponte da Barca, Viana do Castelo, Caramos, Santo Tirso, Marco de Canaveses, entre outros.



Link de acesso ao Arcgis: <https://arcg.is/1r98Sm>

Figura 6- Rota dos Mosteiros- Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho



Fonte: Elaboração própria através do Arcgis

Quadro 5- Mosteiros pertencentes à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho

Mosteiros no Norte de Portugal pertencentes à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho	Descrição
 <p data-bbox="797 448 1061 512">Mosteiro São Simão da Junqueira</p>	<p data-bbox="1104 432 2085 587">O Mosteiro São Simão da Junqueira foi criado por volta do ano de 1082 e a sua fundação foi atribuída ao arcebispo da Sé de Braga, nomeadamente a D. Árias entre 1069 e 1082, sendo que a regra de Santo Agostinho terá sido implementada mais tardiamente, em meados do século XII. No ano de 1833 o Estado apropriou-se do edifício.</p> <p data-bbox="1104 595 2085 687">Classificação atribuída: Imóvel de Interesse Público; Afetação ao uso: Estrutura conventual adaptada a funções residenciais e é propriedade privada. Igreja afeta ao culto e propriedade privada.</p>
 <p data-bbox="432 1222 853 1278">Mosteiro São Salvador de Grijó <a href="http://noticiasdegrijo.blogspot.com/">http://noticiasdegrijo.blogspot.com/</a></p>	<p data-bbox="1104 802 2085 1054">Por detrás da origem da fundação do Mosteiro de Salvador de Grijó ou também designado por Mosteiro de Grijó está o abade Guterre e o seu irmão e Ausendo Soares, seu irmão. Desde 1064 que segue a regra canónica do Padre Santo Agostinho. Após inúmeras doações e o aumento do património dos mosteiros nos anos seguintes, a comunidade do mosteiro passou a sediar-se no novo mosteiro erigido na Serra do Pilar no ano de 1536. Posteriormente, por decisão do Papa Pio IV este mosteiro e o da Serra do Pilar separaram-se, pelo que em 1566 a comunidade voltou a permanecer em Grijó.</p> <p data-bbox="1104 1062 2085 1185">Classificação atribuída: Imóvel de Interesse Público; Afetação ao uso: Igreja com funções religiosas e edifício conventual adaptado a funções turísticas (Casa do Mosteiro), residenciais, culturais, artísticas. Igreja e claustro propriedade pública e o conjunto conventual propriedade privada.</p>



Igreja de São Pedro de Roriz

<https://www.visitarportugal.pt/porto/santo-tirso/roriz/igreja-sao-pedro>

O fundador deste mosteiro inaugurado no século XI foi D. Toure Sarnão e a sua existência comprovada pela documentação data de 1090 e 1120. Posteriormente, sob a alçada de D. Afonso Henriques a jurisdição do mosteiro passou para os Cónegos de Santo Agostinho.

Classificação atribuída: Monumento Nacional

Afetação ao uso: Estrutura conventual adaptada a funções residências; Igreja afeta ao culto e propriedade privada.



Igreja de São Miguel de Vilarinho

<https://www.visitarportugal.pt/porto/santo-tirso/vilarinho/igreja-sao-miguel-vilarinho>

O Mosteiro São Miguel de Vilarinho foi edificado por volta de 1070 era masculino e pertencia à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho. A primeira referência documental relativa ao mosteiro advém do ano de 1120. Mais tarde. Entre 1128 e 1150 recebeu carta de couto. Uma das funções deste mosteiro designadas pelos arcebispos de Braga diz respeito à “cobrança das rendas da mesa episcopal”.

Classificação atribuída: Imóvel de Interesse Público;

Afetação ao uso: Igreja propriedade privada, afeta ao culto e conjunto conventual em ruínas.



Mosteiro da Serra do Pilar

<https://rotaportoliberal.pt/en/rpl/mosteiro-da-serra-do-pilar-monastery/>

O Mosteiro da Serra do Pilar ou também denominado por Mosteiro do Salvador do Porto ou Mosteiro Santo Agostinho da Serra do Pilar são alguma das terminologias aplicadas conforme as diferentes fases da história. A sua construção deveu-se à reforma do Mosteiro do Salvador de Grijó devido ao estado de deterioração em que se encontrava o mesmo. A fundação foi instituída pelo Frei Brás de Braga em 1536, com a autorização do bispo do Porto, D. Frei Baltazar Limpo por intermédio do rei D. João III. O local eleito para a implantação do novo mosteiro foi no Monte São Nicolau, em Vila Nova de Gaia devido à proximidade do local para o exercício de funções pastorais junto das comunidades urbanas e por outro lado o afastamento necessário para que a comunidade do mosteiro pudesse seguir o modelo de vida conventual.

Classificação atribuída: Igreja e claustro- monumento nacional e a sala do capítulo, torre, capela, cozinha, refeitório- Imóvel de Interesse público.

Afetação ao uso: Parte do edifício conventual convertido em funções culturais (Sala de Exposições) e o restante edifício em funções militares (Regimento de Artilharia da Serra do Pilar).



Mosteiro do Salvador de Moreira

<http://elbauldelcamino.es/porto-vilarinho>

A fundação deste mosteiro é apontada para a data anterior a 1027. Inicialmente este mosteiro localizava-se em Gontão por “invocação de São Jorge”, posteriormente Tructezindo Gomes e Dona Gontina procederam à deslocação do edifício para Moreira, pelo que o Mosteiro passou, assim, a designar-se do Salvador. Desde 1133 que este mosteiro passou a pertencer à Ordem dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho, deixando, mais tarde, de ser dúplice como até outrora.

Classificação: Mosteiro sujeito a classificação no âmbito do Programa Revive.

Afetação ao uso: Estrutura conventual adaptada a funções residenciais (Quinta do Mosteiro) e propriedade privada. Igreja propriedade privada e afeta ao culto.



Igreja do Mosteiro São Torcato

[https://www.tripadvisor.pt/Attraction\\_Review-g189174-d4973244-Reviews-Igreja\\_do\\_Mosteiro\\_de\\_Sao\\_Torcato-Guimaraes\\_Braga\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.pt/Attraction_Review-g189174-d4973244-Reviews-Igreja_do_Mosteiro_de_Sao_Torcato-Guimaraes_Braga_District_Northern_Portugal.html)

As origens deste Mosteiro remontam ao ano de 950, pelo que a primeira referência documental que comprova a sua existência surge somente em 1059. Este Mosteiro adotou a Regra de Santo Agostinho desde o reinado de D. Afonso Henriques e encontrava-se sob a égide do padroado real.

Classificação atribuída: Monumento Nacional

Afetação ao uso: Estrutura conventual sem utilização e Igreja afeta ao culto.



Igreja do Salvador do Souto

<https://www.igogo.pt/igreja-do-antigo-mosteiro-de-sao-salvador-do-souto-igreja-do-antigo-mosteiro-do-divino-salvador/>

O Mosteiro do Salvador do Souto terá sido erigido antes de 1059. Em 1180 recebeu a carta de couto por parte de D. Afonso Henriques. Com a redução do número de elementos que integram a comunidade no mosteiro aliado ao seu declínio originou a extinção do mesmo no ano de 1454.

Afetação ao uso: Estrutura conventual adaptada a funções residenciais e propriedade privada. Igreja afeta ao culto e propriedade privada.



Mosteiro São Martinho de Castro

<https://www.flickr.com/photos/vitor107/4716327025/>

D. Onerico Soeiro fundou a Igreja e o respetivo Mosteiro São Martinho de Castro entre 1136 e 1140, sendo que a data de 1136 encontra-se gravada no edifício da Igreja, pelo que podemos considerar 1136 como o ano da sua fundação. O arcebispo de Braga D. João Peculiar ordenou que os Cónegos Regulares de Santo Agostinho se integrassem no edifício monástico até ao ano de 1615, ano da união deste mosteiro à Congregação de Santa Cruz de Coimbra.

Classificação atribuída: Monumento Nacional

Vestígios do edifício: Permanece a Igreja, propriedade privada e afeta ao culto.



Mosteiro São Martinho de Caramos

[https://www.pinterest.pt/pin/432908582928210789/?nic\\_v2=1a21tKQDY](https://www.pinterest.pt/pin/432908582928210789/?nic_v2=1a21tKQDY)

O ano de 1090 pautou-se pela fundação empreendida por Gonçalo Mendes, filho do conde Nuno Mendes do Mosteiro. Desde o início da sua fundação que a concessão feita pelo Bispo D. Pedro de Braga permitiu que o Mosteiro seguisse a Regra de Santo Agostinho.

Vestígios do conjunto monástico: Permanece a Igreja que é propriedade privada e afeta ao culto.



Mosteiro Santa Maria de Refoios de Lima

<https://olhares.com/mosteiro-de-santa-maria-de-refoios-do-lima-foto10037737.html>

Os responsáveis pela edificação do Mosteiro Santa Maria de Refoios de Lima que data de 1094 foram Mendo Afonso e seu pai Afonso Ansemondes. Mais tarde, no ano de 1154 os seus fundadores concederam ao mosteiro e suas igrejas inúmeras prerrogativas, incluindo o palácio e o condado dos quais eram detentores. Em 1258 o mosteiro passou a pertencer ao padroado real. Devido ao estado de danificação do edifício o Prior de Santa Cruz procedeu à sua reforma.

Classificação atribuída: Imóvel de Interesse Público

Afetação ao uso: Estrutura conventual, propriedade pública e adaptada a funções educativas- Escola Superior Agrária. Igreja propriedade privada e afeta ao culto.



Mosteiro do Salvador de Freixo de Baixo

<https://www.guiadacidade.pt/pt/poi-mosteiro-do-salvador-de-freixo-de-baixo-285547>

O Mosteiro do Salvador de Freixo foi edificado em 1090. Devido ao declínio de atividade e com a presença de apenas três cónegos no mosteiro no século XVI, em 1540 este mosteiro passou a anexar-se ao convento dominicano de São Gonçalo de Amarante.

Classificação atribuída: Monumento Nacional

Afetação ao uso: Estrutura conventual, propriedade privada e adaptada a serviços de apoio à paróquia. Igreja propriedade pública e com funções culturais.



Mosteiro São Martinho de Mancelos

<https://www.allaboutportugal.pt/en/amarante/monuments/mosteiro-de-sao-martinho-de-mancelos>

Os dados apontam para uma provável fundação do Mosteiro no ano de 1120, tendo em conta a primeira referência documental. Após os inúmeros saques feitos a este mosteiro e, conseqüentemente, danos provocados o papa Nicolau V dotou D. Fernando da Guerra do usufruto do mosteiro enquanto comendador de 1453 a 1467. Posteriormente, foi entregue à Ordem dos Pregadores no ano de 1540.

Classificação atribuída: Imóvel de Interesse Público

Afetação ao uso: Edifício conventual adaptado a funções residenciais, propriedade privada. Igreja com funções culturais, propriedade pública.



Mosteiro Santo André de Ancede

<https://www.flickr.com/photos/vitor107/45201908965/in/pool-52241428179@N01>

O Mosteiro Santo André de Ancede foi erigido provavelmente antes de 1120, dado que a presença de cónegos regulares sob a hegemonia de um prior já se verificava em 1141. Posteriormente, em 1387 dez cónegos regiam-se pela regra de Santo Agostinho. Em 1540 este mosteiro foi anexo ao convento dominicano de São Domingos de Lisboa.

Classificação atribuída: Monumento Nacional

Vestígios do mosteiro: Permanece a Igreja, afeta ao culto e propriedade pública.



Mosteiro Santa Maria de Vila Boa do Bispo

<https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/mosteiro-de-santa-maria-de-vila-boa-do-bispo>

Na origem do Mosteiro Santa Maria de Vila Boa do bispo esteve o Bispo D. Sisnando, irmão de D. Mónio Viegas que entre 990 e 1022 instituiu este mosteiro. No ano de 1141 recebeu carta de couto por D. Afonso Henriques. Devido à representatividade de importantes mosteiros como é o caso do Mosteiro beneditino do Sete ou do Paço de Sousa este mosteiro não teve uma atividade muito intensa. Anos mais tarde, mais concretamente em 1593 ocorreu uma reforma que deu origem à integração deste mosteiro na Congregação de Santa Cruz de Coimbra.

Classificação atribuída: Monumento Nacional

Afetação ao uso: Estrutura conventual adaptada à realização de eventos (Quinta do Mosteiro) e propriedade privada. Igreja propriedade privada e afeta ao culto.



Mosteiro São Salvador de Bravães

<https://www.hotelospoetas.com/mosteiro-de-bravaes/>

O Mosteiro São Salvador de Bravães recebeu carta de couto no ano de 1080 por D. Afonso Henriques, pelo que se equaciona que a sua fundação seja anterior a essa data. Mais tarde, em meados do século XV D. Fernando da Guerra arcebispo de Braga secularizou-o por intermédio do breve concedido por Martinho V. Após a fundação de uma reitoria vulgar no ano de 1434, submeteu o Mosteiro a Igreja paroquial.

Classificação atribuída: Monumento Nacional

Vestígios do edifício monástico: Permanece a igreja que é propriedade pública e possui funções culturais.



Igreja e Torre do Antigo Mosteiro de Vila Nova de Muía  
<https://www.igogo.pt/igreja-e-torre-do-antigo-mosteiro-de-vila-nova-de-muia/>

D. Godinho Fafes de Lanhoso, “companheiro de armas do conde D. Henrique” foi o fundador do Mosteiro de Santa Maria de Vila Nova de Muía por volta de 1097 e 1100. A carta de couto foi outorgada por D. Henrique em 1103, no entanto a mesma só se veio a consolidar sob os seguintes ditames: acolhimento de peregrinos e adoção da Regra de Santo agostinho. Sublinhe-se que a partir dos finais do século XIV o Mosteiro é alvo de contendas por parte de senhores e autoridades locais o que levou à redução paulatina da comunidade canonical.

Classificação atribuída: Imóvel de Interesse Público.

Afetação ao uso: Edifício conventual em ruínas adaptado a funções agrícolas e propriedade privada. Igreja propriedade privada e afeta ao culto.



Igreja de São Salvador de Valdreu  
<https://www.diocese-braga.pt/paroquias?id=453>

O Mosteiro do Salvador de Valdreu foi fundado no século XI e passou a pertencer à Ordem de Santo Agostinho provavelmente antes de 1400. Devido à documentação parca sobre o exercício de atividade do mosteiro, apenas se tem conhecimento que entre 1488 e 1496 recebeu prerrogativas por parte de D. João II e D. Manuel. O ano da sua extinção é apontado para meados do século XVI.

Afetação ao uso: Edifício conventual adaptado a serviços de apoio à paróquia. Igreja afeta ao culto e propriedade privada.



Mosteiro São João de Longos Vales

<https://pedrascomemoria.blogspot.com/2011/09/mosteiro-de-sao-joao-de-longos-vales.html>

O Mosteiro de São João de Longos Vales surge referenciado pela primeira vez por volta de 1199, aquando da atribuição da carta de couto por parte de D. Sancho I.  
Classificação atribuída: capela-mor Monumento Nacional.  
Afetação ao uso: Edifício conventual propriedade privada, sem utilização. Igreja propriedade pública e afeta ao culto.

Igreja São Salvador de Paderne



<https://www.visitarportugal.pt/viana-castelo/melgaco/paderne/convento-igreja-matriz>

D. Paterne, que era viúva do conde Hermenegildo de Tui foi a responsável pela fundação no século XI do Mosteiro.  
A obtenção da carta de couto ocorreu em 1141 por parte de D. Afonso Henriques. Porém, só a partir de 1225 é que o mosteiro deixou de ser dúplice e passou a pertencer à Ordem dos Cónegos Regrantes.  
Classificação atribuída: Igreja Monumento Nacional e Estrutura Conventual Imóvel de Interesse Público.  
Afetação ao uso: Edifício conventual propriedade privada e convertida para uso residencial e agrícola. Igreja propriedade pública e afeta ao culto.



Igreja e antigo Mosteiro Santo Estêvão de Vilela  
<http://pin.amp.pt/recurso/198>

Formarigo Espanssandis e sua mulher D. Vivili foram os fundadores do Mosteiro Santo Estêvão de Vilela por volta de 980. Os cónegos passaram a integrar esta estrutura desde 1069. Entre 1120 e 1128 D. Teresa concedeu a este mosteiro carta de couto. O ano de 1175 pautou-se pela jurisdição do mosteiro sob a alçada dos Cónegos Regulares de Santo Agostinho. Mais tarde, em 1612 este mosteiro, assim como a comunidade de Vilela passou a integrar o Mosteiro de Santo Agostinho da Serra de Vila Nova de Gaia. Afetação ao uso: Permanece a Igreja de Santo Estêvão de Vilela.



Mosteiro Santa Maria de Landim  
<https://www.flickr.com/photos/martin-m-miles/27779608288>

De acordo com a documentação mais antiga o Mosteiro de Landim terá sido erigido em torno de 1096 com a designação de Santa Maria dos Anjos. Recebeu carta de couto quer de D. Teresa como de D. Afonso Henriques entre 1127 e 1142. Em 1140 o Mosteiro passou a seguir a Regra e Ordem dos Cónegos Regrantes de Santo Agostinho. Classificação atribuída: Imóvel de Interesse Público Afetação ao uso: Edifício conventual adaptado a funções residenciais e propriedade privada. Igreja propriedade privada e afeta ao culto.

Fonte: Arquivo Nacional da Torre do Tombo (2020), Sousa (2006)

## CAPÍTULO 8 – ENQUADRAMENTO EMPÍRICO METODOLÓGICO

### 8.1 Entrevista semiestruturada

O método de investigação aplicado nesta investigação baseia-se em entrevistas semiestruturadas, embora numa fase inicial do estudo se tenha ponderado a utilização de uma metodologia quantitativa. Todavia, com a conjuntura adversa que se vive atualmente, tornou-se mais conveniente a aplicação de uma metodologia qualitativa. Desse modo, as entrevistas constituem-se como um método que tem como objetivo conhecer as particularidades de um dado fenómeno, permitindo analisar de uma forma rigorosa e profunda o tema em questão. A escolha do método qualitativo com base em entrevistas semiestruturadas prende-se com o facto de o entrevistado poder ir mais além no seu discurso, isto é, não se limitar a responder ao guião previamente elaborado, como também ter a possibilidade de salientar outros elementos e outras informações relevantes para a investigação, permitindo, assim, sempre que for pertinente a colocação de outras questões relacionadas com o assunto em questão.

Após a elaboração do guião, procedeu-se ao contacto dos potenciais entrevistados a fim de solicitar a sua intervenção nesta investigação. Os entrevistados pertencem a um grupo muito heterogéneo, pois pertencem a áreas académicas e profissionais divergentes entre si. O objetivo da seleção destes entrevistados está relacionado com a procura de respostas mais diversificadas e ao mesmo tempo específicas e pormenorizadas, isto porque, dada a impossibilidade de realização de inquéritos, é fundamental a riqueza de dados fornecidos pelos entrevistados e a obtenção de respostas com o maior rigor, clareza e assertividade, para que este estudo tenha os fundamentos e credibilidade necessária. O contacto estabelecido entre a maior parte destas entidades foi feito através do email, e noutros casos via telefónica. Em todos esses casos foi explicado o objetivo do estudo, a importância do seu contributo para a investigação e a garantia de que todos os dados e todas as informações fornecidas pelos mesmos seriam utilizadas no âmbito desta dissertação de mestrado.

Estas entrevistas foram realizadas individualmente através da plataforma zoom, com exceção de uma entrevista em que a mesma foi realizada pessoalmente. No decorrer das entrevistas foi pedida a autorização para a gravação das mesmas. Os entrevistados pertencem a diferentes áreas de investigação, nomeadamente ao setor do turismo,

turismo cultural, turismo religioso, património, história e história de arte. De seguida, serão apresentados os entrevistados e os detalhes inerentes à realização da mesma, assim como o respetivo guião das entrevistas.

Tabela 1 - Entrevistados

<b>Nº Entrevista</b>	<b>Entidade</b>	<b>Data</b>	<b>Duração</b>
E1	Direção Regional da Cultura do Norte	22/abril/2020	01:41:55
E2	Mosteiro de Tibães	23/abril/2020	1:53:53
E3	Investigador do Centro de Estudos de História Religiosa	18/maio/2020	44:26
E4	Investigador	1/junho/2020	1:35
E5	Hotéis Bom Jesus e membro da Obra Nacional da Pastoral do Turismo	28/maio/2020	Escrito
E6	Torre dos Clérigos	29/junho/2020	53:25
E7	Paço dos Duques	14/julho/2020	26:35
E8	Rota do Românico	11/agosto/2020	Escrito
E9	SPIRA	01/setembro/2020	39:28
E10	Investigador do ramo do Património Cultural Vitivinícola e do Enoturismo	22/setembro/2020	01:12:05

Fonte: Elaboração Própria

### 8.1.1 Guião das Entrevistas

O presente guião das entrevistas foi elaborado de acordo com a revisão de literatura. Desse modo, todas estas questões foram redigidas segundo os autores citados em relação a estas temáticas. De seguida, será apresentado uma tabela com as questões do guião das entrevistas e os principais autores que sustentam as mesmas.

Tabela 2- Fundamentação teórica para a elaboração do guião das entrevistas

Questões do Guião das Entrevistas	Fundamentação teórica
1. Considera que a atribuição da designação de património mundial confere aos destinos a entrada de um maior número de turistas?	Yan e Morrison (2008) e Jimura (2011), Canale (2019), Rodríguez (2019)
2. Considera que as entidades públicas e governamentais estão a aproveitar o potencial do património histórico e cultural das cidades como forma de dinamização do setor turístico em Portugal?	Bulatovic (2019), Horák (2015)
3. O turismo tem vindo a aumentar devido ao aumento do turismo religioso ou em virtude de outros segmentos do turismo?	Richards (2018), Jimura (2011), Richards (1996) e MacCannell (1976), Stausberg (2011), Olsen (2006) e Isabel (2010), INE (2019)
4. O crescimento do setor do turismo religioso está ligado exclusivamente a motivações religiosas ou a outros fatores?	Stausberg (2011), Vukonić (1990) e Bulatovic (2019), Rinschede (1992), Lupu (2018), Horák (2015)
5. Quais são as principais motivações que levam os indivíduos a viajar (religiosas, culturais, lazer, negócios, pressão social, atrações culturais, desenvolvimento pessoal, educacional e cultural, conhecimento da cultura e religião de outras nações)?	Terzidou (2018), Horák (2015), Stausberg (2011), Boz (2018), Vukonić (1990) e Bulatovic (2019), Lupu (2018), INE (2019)
6. Considera haver um aumento do turismo religioso por ocasião da celebração de eventos de cariz religioso ou peregrinações?	Terzidou (2018), Horák (2015), Timothy & Boyd (2006) e Boz (2018)
7. Julga que os destinos mais visitados em Portugal estão ligados ao seu património histórico-cultural ou à esfera religiosa?	Richards (1996) e MacCannell (1976), Jimura (2011), Silberberg (1995), Henderson (2010)
8. As atrações culturais de um destino são o motivo principal para a eleição do mesmo?	Richards (2002), Gunn (1988), Richards (1996)
9. De que forma o planeamento de atividades poderia levar à dinamização do turismo em Portugal, nomeadamente em torno do património associado aos conventos e mosteiros?	Figueira (2013)

10. Acredita que com a criação de um itinerário turístico os turistas ficariam a conhecer melhor o património histórico e cultural de Portugal?	Hafele (2013), Figueira (2013), Meyer (2004)
11. De que forma é que a elaboração da rota dos conventos ou mosteiros poderia fomentar o turismo religioso em Portugal?	Hafele (2013)
12. A ocorrência de peregrinações origina transformações no setor político, hoteleiro, económico, social e cultural em Portugal?	Henderson (2010), Horák (2015)
13. Quais as vantagens que o ramo do turismo poderia obter através da criação da rota dos conventos ou mosteiros?	Weaver (1995), Majdoub (2010), Nagy (2012), Lourens (2007)
14. Julga que a criação de um itinerário turístico e religioso poderia incrementar outros setores, como o hoteleiro e de restauração?	Conselho Europeu (2007-2013), Rubicondo (2007-2013), Cojocariu (2015)
15. Tem conhecimento de quais os conventos e mosteiros que existem no Norte de Portugal e permanecem em atividade? Há documentação associada ao património edificado desses conventos e mosteiros?	ANTT (2020), Sousa (2006)
16. Considera que existe uma política nacional de preservação dos edifícios associados aos conventos e mosteiros?	Turismo de Portugal- Revive (2020)
17. Considera que a preservação dos conventos e mosteiros contribui para a autenticidade do destino? 18. De que forma encara a conversão de conventos e mosteiros ou outros resquícios históricos em recursos turísticos?	Stausberg (2011), Zhou, Q., Zhang, J., Zhang, H. et al (2018)

Fonte: Elaboração própria

### 8.1.2 Objetivos da Investigação

O objetivo geral desta investigação baseia-se na compreensão do impacto da rota dos mosteiros no Norte de Portugal na promoção do património histórico e cultural das regiões do Norte do país. Tendo como princípio este objetivo geral, foram criados vários objetivos específicos que estão divididos em diferentes categorias.

Estes objetivos específicos foram delineados atendendo à revisão de literatura acerca desta temática, bem como das questões que constam no guião das entrevistas. Para uma melhor perceção e respetiva compreensão em relação a este estudo, estas encontrar-se-ão divididas.

A primeira categoria diz respeito aos objetivos que estão ligados às motivações dos turistas e ao papel do património histórico-cultural para o turismo e como fator decisivo para a eleição do destino turístico presentes quer na bibliografia, quer nas entrevistas.

— Compreender o papel das motivações dos turistas na eleição dos destinos turísticos.

Olsen (2006) e Isabel (2010) referem nas suas investigações que os fatores culturais, juntamente com aspetos religiosos são um dos principais motivos para que os visitantes procurem um destino turístico.

Por outro lado, Stausberg (2011) e Santos (2003) admitem que as motivações ligadas ao lazer e negócios são as principais razões que levam, definitivamente, os indivíduos a viajar influenciando, dessa forma, positivamente, o Turismo em Portugal. As questões associadas ao lazer e aos negócios são um dos fatores mais apontados e que se refletem no aumento do Turismo.

— Compreender a influência do património histórico e cultural no setor do Turismo.

Graham et. al. (2000) e Jimura (2011) referem que o Património Histórico e cultural é um dos principais responsáveis pelo fomento do Turismo, já que a sua identificação e respetiva preservação permite a divulgação do património existente às gerações posteriores, funcionando, dessa maneira, como um verdadeiro motor para a economia.

— Compreender a influência da atribuição da designação de Património Mundial aos destinos.

Canale (2019), Breakey (2012), Santa-Cruz (2017) admitem que a classificação dada por parte da Unesco aos destinos, como Património Mundial confere aos mesmos um crescimento no número de turistas.

Henderson (2014), Jimura (2016), Jimura (2016) manifestam ainda a ideia de que os destinos ao deterem essa qualificação geram um aumento do número de receitas a nível económico e sociocultural dos locais. Tudo isto é resultado do interesse e da atração

crescente demonstrada pelos turistas em conhecer os monumentos e todos os elementos ligados ao património histórico e cultural dos destinos, que leva, por conseguinte, à reanimação dos produtos turísticos e à sua preservação.

— Compreender a influência das peregrinações no Turismo em geral.

Boz (2018), Horak (2015) assinalam o peso representativo das peregrinações no setor do turismo, dado que acarretam a entrada de milhares de indivíduos anualmente nos destinos turísticos.

Por sua vez, Timothy e Boyd (2006) e Boz (2018) descrevem os efeitos provocados pelos eventos de cariz religioso e a sua consequente afluência de um maior número de turistas durante esse período.

— Compreender o papel das peregrinações no crescimento do setor hoteleiro e económico das regiões.

Atendendo a Kreiner (2010) as peregrinações têm efeitos muito positivos na economia das regiões, com particular destaque para os lugares que são o cerne destas manifestações religiosas, como é o caso de Santiago de Compostela, em Espanha, Lourdes em França e Fátima, em Portugal.

O segundo grande grupo está ligado, por sua vez, à importância das rotas culturais em diferentes vertentes e que são abordadas ao longo das entrevistas, cuja finalidade se prende com:

— Compreender o papel das rotas culturais (rota dos mosteiros) no setor do Turismo em Portugal.

Na ótica de Weaver (1995), Majdoub (2010) as rotas constituem-se como sendo um importante agente para o desenvolvimento económico das regiões, na medida em que atraem diferentes segmentos de turistas o que conduz, consequentemente, à criação de um maior número de produtos, serviços e bens que respondam às necessidades e anseios

desse público, bem patente através da criação de restaurantes, hotéis ou outras unidades de alojamento.

- Avaliar a influência da rota dos mosteiros no conhecimento do património histórico-cultural.

De acordo com o Conselho da Europa as rotas culturais desempenham um papel chave na dinamização do setor do turismo, visto que são responsáveis pelo desenvolvimento de novos produtos e negócios, serviços turísticos e culturais, influenciando, dessa forma, novos turistas.

- Determinar a influência da rota dos mosteiros na preservação e requalificação do legado histórico em Portugal.

Uma das diretrizes apontadas no Fórum Consultivo Anual dos Itinerários Culturais do Conselho da Europa diz respeito à conservação da memória e da história, sendo que o objetivo principal e a consequente, integração como Rota Cultural do Conselho da Europa visa demonstrar a sua importância neste contexto e a perpetuação destes resquícios para as gerações vindouras.

- Compreender o papel da autenticidade na experiência dos turistas.

Hargrove (2002) sublinha que a autenticidade se relaciona com a experiência. Tal facto deriva da procura incessante por parte dos turistas em experimentar algo autêntico que lhe proporcione uma experiência diferente, única e verdadeira. Dessa forma, os turistas atingem o grau de satisfação desejado.

## CAPÍTULO 9 – ANÁLISE DOS RESULTADOS

No presente capítulo serão examinados os resultados obtidos através da análise das entrevistas.

### 9.1 Análise Descritiva das Entrevistas

Este estudo visa compreender o papel do património histórico e cultural através da criação da rota dos mosteiros no Norte de Portugal e, dessa forma, avaliar a sua importância para o setor do Turismo Religioso em Portugal. Com esse objetivo, foram realizadas entrevistas a entidades presentes em áreas de grande relevância para esta investigação, em particular do turismo religioso, história e história da arte.

A análise das entrevistas é apresentada através das categorias integrativas, presentes no seguinte quadro: Património histórico-cultural, Turismo, Turismo Cultural e Religioso, Rotas e Itinerários Culturais, e Mosteiros. Seguidamente, apresenta-se uma descrição detalhada dos resultados obtidos após a análise das entrevistas com base na sua transcrição.

Quadro 6 - Categorias Integrativas das entrevistas

Património Mundial	Atribuição designada pela Unesco e aos monumentos e locais Políticas de Preservação do Património Edificado
Turismo	Motivações religiosas e culturais Atrações turísticas e culturais Património histórico-cultural
Turismo Cultural e Religioso	Peregrinações Eventos Religiosos e Culturais
Rotas e Itinerários Culturais	Importância da sua criação para o turismo Planeamento de atividades Programação Consequências a nível económico
Mosteiros	Preservação da autenticidade Conversão em outros recursos turísticos

Fonte: Elaboração Própria

#### 9.1.1 Património Mundial

O património histórico-cultural de Portugal é considerável e estende-se de Norte a Sul do país.

Relativamente ao Norte de Portugal que é a região sobre a qual este estudo se debruça, considera-se que os monumentos e edifícios culturais e históricos são um dos fatores de atração que determinam a escolha dos turistas a visitar um dado destino turístico. Como tal, o papel da identidade e da conservação da memória histórica, presente nos monumentos e edifícios, encontra-se plasmada através da classificação atribuída aos locais enquanto Património da Humanidade. Tal situação advém do facto de essa denominação tornar o espaço, num local único e autêntico, daí que esse selo seja um dos motivos para a captação de um maior número de turistas nas regiões com essa distinção. Em resultado da entrada de um maior número de visitantes, os diversos setores da economia como a hotelaria e restauração são alvo de um grande crescimento.

*O selo patrimonial da Unesco é a maior distinção que qualquer bem patrimonial pode ter na sua marca, na sua identificação. O selo de património mundial além de conferir o seu grau de distinção, qualquer bem que é classificado como Património Mundial/Nacional é acima de tudo um bem distinguido de todos os outros. (...) A atribuição do selo de património mundial é a mais alta distinção que existe a nível internacional e é uma grande ativadora da dinâmica turística internacional, porque promove os bens patrimoniais de uma forma direta. O selo é sinónimo de promoção direta para que os bens possam ser mais divulgados a nível mundial, não só na sua vertente individual, mas na sua relação internacional e na sua versão de conjunto. (E1)*

*Na maioria dos casos é notório o aumento de turistas depois da inscrição na lista da UNESCO. (E5, E7) É uma chamada de atenção para os turistas, portanto é uma forma de se destacar da restante oferta. (E9) Esse tipo de classificações e outras tem uma maior envergadura à escala mundial e definitivamente é um fator de atração com a circulação de pessoas cada vez maior (...) É evidente que essas classificações são uma espécie de selo de garantia (...) Isso significa que as pessoas quando vêm algo classificado como tal sabem que é único, tem de ser absolutamente único e o contributo que dá para a humanidade é um contributo singular e original. (E4)*

*O entrevistado (10) sustenta e corrobora com a afirmação anterior evidenciando ainda de que a denominação dada pela Unesco confere ao Património Mundial uma maior visibilidade aos destinos, apresentando dois exemplos representativos disso mesmo.*

*Nós sabemos pela própria realidade nacional que a atribuição a um destino da Chancela mundial da Unesco lhe confere por um lado uma maior visibilidade e notoriedade públicas e por outro lado uma garantia de que estamos perante uma classificação que ajuda a potenciar o destino turístico. Nesse aspeto atente-se aos seguintes exemplos em relação ao Norte do país, mais concretamente ao caso de Vila Nova de Foz Côa e ao Alto Douro Vinhateiro. Relativamente a Vila Nova de Foz Côa a atribuição do selo de património mundial às gravuras rupestres, do parque arqueológico do Vale do Côa traduziu-se em termos de visitantes numa forma de potenciar uma zona de interior que de outra forma dificilmente teria turistas internacionais, pelo menos na área do património cultural. Efetivamente existe outro património mundial que lhe está anexo que é a classificação do Alto Douro Vinhateiro. O mesmo se diga no que respeita a Guimarães mais próximo do litoral e mesmo de Vila do Conde. A cidade de Guimarães teve um incremento muito grande pelos seus próprios dados do turismo de Guimarães e do Porto e Norte no número de visitantes e também naquilo que foi a divulgação do destino turístico além-fronteiras. (E10) No caso do Bom Jesus do Monte apesar de já ter um número de turistas bastante assinalável, logo que saiu a sua classificação o número de turistas aumentou exponencialmente. Esta classificação consegue, portanto, captar um maior número de turistas. (E2)*

*É uma atribuição que confere aos destinos nomeadamente ao destino Porto, um reconhecimento mundial sobre o destino (...). Portanto, esta designação fará atrair muitos turistas com maior qualidade e também com maior poder de compra. (...) O que se verifica, de facto, é que esta atribuição influencia positivamente o destino. (E5), (E3). A designação é uma forma de divulgação do destino e veja-se as campanhas quer do Turismo de Portugal, quer mesmo das Entidades da Entidade Regional de Turismo e também das Entidades oficiais da cidade (...). O centro histórico é bem divulgado e as pessoas reconhecem as valências do património e das suas designações oficiais. É um carimbo que influencia um conjunto de pessoas com perfis de visitas diferentes daquele que é o “mass market” que procuram o sol, a praia, a noite, os bares, os restaurantes que também é importante no destino, mas que difere em relação ao património, cultura e outras experiências. (E6)*

Em contrapartida, um dos entrevistados considera que apesar da atribuição da designação por parte da Unesco ser relevante, não é suficiente. *Se forem adotadas todas*

*as medidas de conservação, o reconhecimento de um destino como Património Mundial é seguramente um forte motivo de atração turística. Mas temos de ter a consciência de que só a designação per si não é suficiente para fomentar o desenvolvimento turístico. Todas as sinergias devem estar em estreita articulação, para que o destino reúna condições de fruição, e conseqüentemente desenvolvimento. (E8)*

### 9.1.2 Atrações turísticas e culturais

De acordo com Richards (1996) os indivíduos não elegem o destino turístico em função das atrações que giram em seu torno. Ao invés disso, os visitantes decidem ir para um dado local por causa das suas motivações.

Atendendo à perspectiva dos entrevistados, as atrações nos destinos turísticos detêm um papel importante para a eleição do mesmo, todavia nem em todos os casos se considera que é o elemento determinante.

*Em princípio seria, mas hoje a oferta gastronómica, o contacto com a natureza, o lazer, tem uma influência importante na escolha das atrações culturais. (E3) Estes aspetos são uma das razões principais, contudo tudo depende da motivação do turista. (E9)*

*Depende do destino, em Lisboa ou Atenas as atrações são um dos vetores que ditam a eleição de um destino turístico, no entanto o mesmo não sucede no caso do Algarve. (E5) Depende muito, isto é, em Guimarães, a principal razão que atrai os turistas a este destino é pelo facto de Guimarães ser uma joia excepcionalmente bem conservada e sobretudo excepcionalmente bem restaurada. De facto, Guimarães é um caso paradigmático em Portugal, mas temos outros exemplos como Óbidos, Marvão. Não obstante, apesar de haver uma série de pequenos casos, nem Évora se assemelha a Guimarães no que concerne ao nível da preservação e restauração que lhe foi conferido. (E4)*

*Depende do destino, porque há o turismo de praia. Todavia, as atrações podem não ser o motivo de eleição do destino turístico, isto porque os indivíduos viajam até ao Algarve por causa do produto turístico sol e mar e acabam por não conhecer as atrações culturais do país. (E7)*

*No que respeita aos city-breaks, quando alguém define o que quer visitar, nomeadamente uma das cidades de Portugal vai à procura de atividades culturais e exploratórias da cidade e dos próprios recursos naturais. (E6)*

Contrariando, a posição anterior o entrevistado (10) admite que as atrações culturais conferem ao destino notoriedade. *Definitivamente as atrações, recursos turísticos, como por exemplo Igrejas, Mosteiros e outros equipamentos semelhantes do ponto de vista do património cultural são cartões-de-visita. (E10)*

As atrações surgem, neste seguimento, como uma forma de complementar a experiência, como uma forma de tornar a experiência autêntica. Com efeito, o papel das atrações reflete-se nas sucessivas visitas aos espaços.

*Os vetores de atratividade em Portugal são, de facto, os valores culturais que nos distinguem, a dimensão cultural que deve manter-se autêntica e, de facto, identitária, é a gastronomia, os vinhos, a hospitalidade e a segurança. A atratividade do destino é sempre feita atendendo a uma conjugação mista de vários fatores. (E1) O Turismo de Portugal caracteriza-se não só pela busca do lazer e do repouso. Portanto, quando falamos na descoberta das cidades e no seu património, o que queremos é conhecer a região, conhecer os seus alicerces baseados na história da cidade, do povo, das pessoas. (E6)*

### 9.1.3 Motivações turísticas

De facto, o que define a visita a um determinado destino turístico são as motivações manifestadas pelos turistas que resulta em última instância na eleição de um local que vá de encontro com aquilo que procuram e que estão à espera de experienciar naquele espaço.

Relativamente às motivações que levam os indivíduos a viajar os entrevistados assinalam para além das motivações associadas ao foro religioso e cultural outros vetores, como, por exemplo, os negócios, o lazer, a praia, os city-breaks. Estes vetores são na maior parte dos casos, efetivamente, os que detêm maior peso e impacto na decisão do turista para a eleição do destino.

*São várias as razões que levam os indivíduos a viajar. A visita a Guimarães tem como motivações o turismo de negócios, o turismo de lazer, o turismo cultural e o*

*turismo religioso. Porém, atendendo ao destino Guimarães as motivações são várias, como, por exemplo, o facto de ser património da Humanidade. (E7)*

*O estudo realizado pelo Turismo de Portugal, IP (2014) aponta que as principais motivações associadas às viagens realizadas nos últimos 3 anos pelos turistas que nos visitam, e independentemente do país escolhido, estão sobretudo relacionadas com a praia (50%), city-breaks (40%), visitas a museus e património histórico (39%) e passeios na natureza (32%). (E8) Num país como o nosso o Turismo Cultural desempenha um papel preponderante, uma vez que é considerado como o principal ativo de que dispomos. Desse modo os produtos turísticos como a água, o mar e a dimensão cultural são as duas razões pelos quais o nosso destino é eleito. (E9) Na área a que estou mais ligado, e que é importante realçar pode verificar-se que a dimensão cultural em sentido amplo e nele vamos integrar também a vertente religiosa tem vindo a crescer consideravelmente. (E4)*

*De acordo com os estudos elaborados as visitas a museus, visitas culturais estavam em quinto, sexto lugar. Antes disso, estava o lazer absoluto, a gastronomia, compras. Tudo depende do momento e dos sítios. (...) Há também a questão do Turismo Cultural que se tenta valorizar e dimensionar. (E1) (...) Atualmente as viagens realizadas estão relacionadas muitas das vezes com o ramo dos negócios. Nesse sentido, os indivíduos aproveitam que vão viajar em trabalho para aliar a essa questão a dimensão do lazer. Depois há outro fator que considero importante que é a questão do desenvolvimento pessoal, educacional e, conseqüentemente, cultural de cada um de nós. Estes três fatores serão, portanto, os principais e que determinam a eleição de um destino turístico. (E2)*

*A maioria das pessoas viaja por motivos de lazer. A par desses fatores juntam-se outros como os culturais, religiosos e de negócios. (E5) (...) Na verdade, no que respeita à cidade do Porto muito dos turistas que visitam a região apresentam motivações relacionadas com o lazer, mas também intimamente ligadas com a visita a amigos de maneira a partilharem momentos entre si, bem como para usufruírem e conhecerem a gastronomia. Em segundo lugar, nas motivações mais referenciadas pelos turistas surgem os monumentos, no qual se encontram no top 2, seguindo-se em terceiro lugar as paisagens. Atualmente, a questão da animação noturna, bem patente através da baixa, a vizinhança e os seus bares começaram a alcançar alguma escala noutros mercados. De seguida, advém também os museus e a região do Douro. Por isso, (...) eu diria que em*

*primeiro lugar pode-se considerar os vetores ligados ao lazer e à cultura. Posto isto, o turismo religioso é apresentado numa perspetiva vocacionada para a cultura e para a diversificação de experiências que combinam o lazer e a cultura. Além disso, o setor dos negócios revela-se fundamental, pelo que tem vindo a crescer captando uma quota de mercado cada vez maior. (E6)*

Ao contrário da posição adotada pelos entrevistados anteriores, o (E3) salienta que mais importante do que as motivações associadas ao foro religioso, cultural, lazer, negócios, entre outros é, definitivamente em plena sociedade atual em que vivemos, a questão da pressão social. *A minha perceção é que atualmente a pressão social será a razão mais importante. Quer-se com isto dizer que a questão sociológica, isto é, a recomendação positiva de um amigo face a um destino turístico, assim como a maior acessibilidade e facilidade das pessoas a viajar do que tinham anteriormente, uma maior atenção a estas manifestações, bem como a grande oferta de atrações nos pacotes turísticos, com experiências específicas, estejam a predominar. (E3)*

Em contrapartida, o entrevistado (10) salienta para além de algum dos vetores indicados atrás a questão ambiental e da sustentabilidade, entre outras.

*(...) Hoje com a globalização, as transformações rápidas que a nossa sociedade está a vivenciar julgo que há uma multiplicidade muito grande e todos os estudos recentes tanto os académicos como aqueles que são realizados pela indústria evidenciam uma grande multiplicidade de fatores que decidem a frequência do turismo e a prática do turismo. Estamos por um lado numa época em que as pessoas procuram e valorizam muito a questão paisagística e da natureza, pelo que o turismo sustentável e o turismo criativo ligado à natureza é extremamente importante, visto que as pessoas atualmente deslocam-se muitas vezes para fazerem uma imersão no espaço para registarem aquilo que é também o álbum de memórias e de vivências, para partilharem nas redes sociais e fazem-no com paisagens normalmente deslumbrantes e associando a sua própria imagem e até muitas das vezes o seu próprio corpo a essa experiência. Não obstante, existem também turistas aos quais nada disto diz e que procuram por exemplo a espiritualidade, procuram uma experiência de mindfulness, uma experiência de desligar de realidade, de fuga, uma espécie de isolamento e, portanto, procuram, por exemplo, pequenos conventos, pequenas capelas, montes isolados, procuram não estar muito próximo de muitas aglomerações. Depois há, de facto, motivações mesmo religiosas. Há*

*peças que se deslocam a determinados destinos para terem uma experiência espiritual, para participarem em celebrações, em rituais públicos, o que atualmente é mais difícil, mas pode ser na mesma uma experiência pessoal, de descoberta seja nos lugares santos do cristianismo, do Islão, do Judaísmo ou de outras religiões como o Hinduísmo. E depois, há efetivamente, a motivação cultural, patrimonial daquilo que é o turista cultural clássico que procura num curto espaço de tempo, 3 dias, uma semana visitar os principais locais classificados ou museus de uma determinada cidade ou região. (E10)*

#### 9.1.4 Motivações religiosas e culturais

Em relação às motivações religiosas considera-se que o fator religioso não pode ser encarado como um caso isolado e singular, já que por si só não é motivação suficiente para originar tais fluxos turísticos, pelo que o turismo religioso se encontra intrinsecamente ligado ao turismo cultural. O vínculo entre ambos dá lugar à eleição de um destino turístico. Neste sentido, quando os turistas visitam um espaço por ocasião de um determinado evento em particular não quer dizer que seja especificamente por motivações ligadas à fé ou espiritualidade, pode ser, ao invés disso, para assistir à espetacularidade do evento.

*O Turismo Religioso em abstrato é pouco expressivo. A questão do Turismo Religioso devia estar integrada numa outra área designada como Turismo Cultural e Religioso. (E2) O Turismo Religioso é mais uma prática cultural, embora possa ter uma percentagem de motivação religiosa. Não obstante, é considerado mais turismo cultural. (E1) O setor do Turismo Religioso está ligado, portanto, a outros fatores, nomeadamente ao interesse pelas experiências culturais, como também pela experiência, por exemplo da arquitetura. (E6) Diversas pesquisas demonstram que um número muito significativo de pessoas poderá visitar um destino por anseios espirituais, por solicitações, interpelações espirituais, no entanto o espiritual não é necessariamente religioso, de modo que o religioso tem a dimensão espiritual, mas o espiritual não é suficiente, logo considera-se mais um fator. (E4) Contrariando, esta posição alguns dos entrevistados salientam que o turismo religioso está ligado exclusivamente a motivações religiosas. O turismo religioso está intrinsecamente ligado a motivações religiosas e o seu aumento deriva desse aspeto e de outras razões inerentes ao próprio crescimento da atividade*

*turística. (E5) Tendo em conta as investigações realizadas com base em experiências noutros países, a organização de atividades relacionadas com o turismo religioso, centram-se muito nas motivações religiosas. (E3) Eu acredito que há pessoas que vão especificamente pelo segmento do turismo religioso. Veja-se o caso da nossa região, por exemplo, o caso da cidade de Braga que é um caso exemplar de uma cidade que se tem desenvolvido muito graças ao produto do turismo religioso. No contexto do monte sacro do Bom Jesus, onde se localiza um santuário e um parque hoteleiro, isto é, um conjunto de hotéis que pertencem à Confraria do Bom Jesus pode constatar-se que uma parte substancial dos turistas e grupos que procuram alojamento nesses hotéis são oriundos da Polónia, da Itália, da França, cuja motivação é manifestamente religiosa para a participação em celebrações litúrgicas, para a participação em rituais públicos e a visita a locais de peregrinação. (E10)*

#### 9.1.5 Peregrinações e Eventos Religiosos e Culturais

As peregrinações e os eventos religiosos e culturais são uma das principais manifestações religiosas e culturais que apresentam maior impacto no turismo religioso, já que milhares de indivíduos se deslocam anualmente a destinos religiosos para presenciarem e participarem nessas celebrações Shackley e Welton (2008) e Horák (2015). Dessa feita, a perspetiva dos entrevistados confirma essa tendência, sublinhando que, efetivamente, o aumento do turismo religioso é particularmente notório na sequência da eclosão de determinados eventos ou celebrações de cariz religioso.

*Em relação ao caso de Portugal, o turismo religioso é pautado pelo turismo católico, isto é, da Igreja apostólica românica. Nesse sentido, no ciclo anual temos um conjunto de épocas festivas, nomeadamente a semana santa com um pico de frequência turística, depois temos em maio a questão de Fátima, no verão as romarias e, finalmente, o natal no final do ano. (E1)*

*A questão de Fátima atrai muita gente, no entanto por ocasião do 13 de maio estima-se que o santuário conte com a entrada de 1 milhão de pessoas. De facto, durante todo o ano há gente a ir a Fátima, mas nos dias 13 de outubro, 13 de maio a tendência é para que o turismo religioso aumente. (E3) O caso particular de Fátima que em 8 décadas transformou uma zona serrana, desabitada e dedicada essencialmente à pastorícia num*

*centro urbano onde ocorrem 4 a 5 milhões de visitantes/turistas. Estamos perante uma cidade criada a partir de um fenómeno religioso, que está na génese do seu desenvolvimento, e que por ocasião das suas celebrações atinge receitas para o turismo muito significativas. (E8) As Jornadas Mundiais da Juventude atraem centenas de milhares de pessoas e a sua estadia é de curta duração, já que tendencialmente trata-se de uma questão de 1, 2 ou 3 dias no máximo. Portanto, tem efetivamente picos de afluência dos turistas em grandes eventos religiosos. (E2) (E6)*

*As peregrinações ao longo do ano inteiro aumentam substancialmente, principalmente no que concerne a determinados momentos de alguns dos santuários minhotos, como, por exemplo, o de S. Bento da Porta Aberta, no qual o fluxo é muito considerável. (E4) Na verdade, a data religiosa é importante e suscita um aumento do turismo. (E3) (E5) (E7)*

Atendendo às posições adotadas pelos entrevistados as peregrinações originam efeitos avassaladores na economia do país e das regiões, com particular destaque para o setor hoteleiro e de restauração. Tal situação deve-se ao facto de os peregrinos e os visitantes precisarem de locais para dormirem, bem como para efetuarem as suas refeições.

*São precisos os restaurantes, lojas que vendem objetos locais e a parte hoteleira também. (E3) A título representativo disso mesmo veja-se o caso dos Caminhos de Santiago que desviam as rotas para irem a restaurantes. (E1) Basta vermos o caso de Fátima, uma pequena aldeia de Vila Nova de Ourém que se transformou completamente e hoje é uma cidade graças a ser um lugar de peregrinação (...) (E10) (E5) Fátima, como sabemos surgiu do nada, é um bom caso de estudo para isto (...) (E4) (E7) O exemplo mais próximo que temos é o Bom Jesus, em que através de um Monte Sacro foi construído um complexo hoteleiro, uma estância de vilegiatura, um espaço de peregrinação e que potenciou tanto o Monte do Bom Jesus como o de Sameiro que lhe é envolvente junto da cidade de Braga. (E10) A única peregrinação que podemos considerá-la como tal é a de Fátima e, de facto, Fátima é a grande entidade de venda associado ao fenómeno religioso em Portugal. (E9)*

*Muitas das vezes quando os indivíduos se dirigem com o intuito da peregrinação necessitam de ter apoios, nomeadamente na hotelaria, nos restaurantes, nos bares, nos pequenos mercados que acabam, em última instância, por ser fator de dinamização e que*

*efetivamente a longo prazo vão introduzir novos fatores de dinamização, sejam eles políticos, económicos ou culturais naquela região. A peregrinação também tem essa vantagem por um lado dinamizar social e economicamente, contudo para isso é preciso ter alojamentos. (E2)*

Por seu turno, o entrevistado (8) salienta que determinados lugares de peregrinação e de culto dão lugar à entrada de milhares de pessoas anualmente originando, conseqüentemente, transformações significativas.

*Este fenómeno de turismo de massa transformou o mundo ao longo de séculos, nas diversas civilizações, territórios, modificou paisagens e são, nos dias de hoje, inquestionáveis locais onde se movimentam milhões de pessoas todos os anos. Casos como Jerusalém, Compostela, Meca, Roma, Istambul, Índia entre tantos outros, obrigaram naturalmente a mudanças estruturais em relação a práticas e políticas de ordenamento de território, de sustentabilidade ambiental que contribuíram de forma decisiva para grandes transformações sociais e culturais com um significativo impacto ao nível dos vários setores da economia dos países. (E8)*

#### 9.1.6 Património histórico e cultural

Relativamente ao aproveitamento do potencial do Património histórico-cultural das cidades levadas a cabo por parte das entidades públicas e governamentais pode-se apurar segundo os entrevistados que tem vindo a ser feito um trabalho contínuo no sentido de um elevado investimento para a requalificação do património, embora ainda haja um longo caminho a percorrer para um efetivo aproveitamento do mesmo.

*Eu penso que se está a fazer um esforço nesse sentido. Evidentemente que não é aquilo que os que estão ligados à área do turismo e da cultura e até das atividades económicas entendem que será, efetivamente, o necessário. (...) A verdade é que ultimamente tem sido feito um esforço importante para que se consiga, de facto, dinamizar cada vez mais o setor do turismo que é como se sabe, o setor fundamental para o desenvolvimento económico do nosso país. (E2) Acredito que as entidades públicas e governamentais estão a aproveitar, mas acredito também que pode ser muito mais aproveitado. O trabalho em rede empreendido pelas instituições juntamente com as entidades governamentais aumenta a eficácia da comunicação e da divulgação destes*

*marcos históricos e patrimoniais destas cidades. (E6) Considero que se tem aproveitado o potencial do património, embora também se pudesse aproveitar mais. Guimarães é uma cidade conhecida aparece nos guias, aparece nos locais aconselhados como visitas a nível internacional. (E7)*

*Apesar de todos reconhecerem o esforço que tem sido feito na preservação do património e que o investimento tem sido colossal quando comparamos com o passado, ainda não há a sensibilidade suficiente para se perceber que é um bem de primeira necessidade. (E4) O crescente aumento do turismo em Portugal nas últimas décadas veio trazer novos investimentos ao nível das infraestruturas de apoio ao turismo, nas políticas de requalificação de espaços e edifícios públicos. (E8)*

Os entrevistados (5) e (9) apesar de corroborarem com a posição dos entrevistados anteriores, discordam somente em relação à forma como esse aproveitamento é unânime em todo o território nacional. *Estão a aproveitar adequadamente o património histórico de algumas cidades, contudo falta uma visão mais coesa de todo o território nacional, para que outras cidades, além de Lisboa e Porto, possam ter o seu património histórico devidamente valorizado do ponto de vista turístico (E5).*

*Das cidades diria que há um trabalho que tem vindo a ser crescentemente mais aperfeiçoado. No caso do interior, há muito trabalho feito pelas pessoas que estão no interior, no entanto ao nível da autarquia das cidades onde há esse poder verifica-se ainda uma desvalorização efetiva. (...) Por outro lado, pode constatar-se uma desarticulação entre litoral e interior. (E9)*

Já o entrevistado (3) manifesta-se de acordo face ao aproveitamento do potencial do património histórico-cultural, no entanto aponta o responsável para esse efeito as entidades locais. *Na minha perceção são as entidades locais que mais se esforçam em valorizar o seu património, o que não significa que a nível nacional não se empreenda um esforço nesse sentido. Não obstante, a nível nacional incidem principalmente sobre os monumentos e menos propriamente em relação a outro género de turismo religioso ou turismo religioso-cultural. As entidades locais debruçam-se mais sobre as questões inerentes ao turismo religioso ou turismo religioso-cultural. (E3)* Por sua vez, o entrevistado (1) revela que embora esse aproveitamento esteja a ser feito, efetivamente, incide particularmente sobre a questão meramente económica. *O que tínhamos vindo a assistir era, de facto, a uma utilização do património mais voltada para o vetor económico*

*do que atendendo a uma relação equilibrada entre o valor identitário, intrínseco, entre o valor educativo, social, económico. Considerava-se que estava a haver um excesso de sobreposição do valor económico em detrimento de outros. (E1)*

Por sua vez, o entrevistado (10) sublinha que é graças ao património cultural que uma comunidade se distingue face às demais, o que leva à escolha do destino e, por conseguinte, à sua valorização e promoção. *A riqueza patrimonial, identitária de um destino tem um papel fundamental na sua divulgação. No fundo o património cultural é aquilo que singulariza e identifica uma comunidade e que a torna distinta de outra. Nós sabemos que para o turismo é fundamental a diferenciação e a segmentação das várias ofertas e dos vários produtos turísticos. Portanto, não há dúvida nenhuma que o turista procurando aquilo que é mais “autêntico”, aquilo que é mais genuíno e próprio de uma determinada comunidade. Essa atmosfera é que faz com que possa ser decidido uma viagem ou um alojamento. (E10)*

Desse modo no que respeita às políticas de preservação do Património Mundial, de acordo com os entrevistados considera-se que existem alguns programas que incidem particularmente sobre os vetores de requalificação do património existente e a sua respetiva difusão. Nesse contexto, algumas das rotas existentes em Portugal estão ao abrigo desses planos como acontece com a Rota do Românico que é um dos países que está integrado no Programa da Transromânica, recebendo o seu apoio, financiamento. Em relação aos conventos e Mosteiros no Norte de Portugal não existe uma política específica direcionada exclusivamente para esse fim, embora contemple os mesmos.

*Existem algumas direcionadas para o património histórico e cultural, mas não uma política tão específica. (E5)*

*Em Portugal, a nível da Direção Regional da Cultura do Norte no seio da Rota dos Mosteiros, os fundos comunitários que se tem aproveitado diz respeito ao Programa 2020 e, atualmente, ao Programa 2030. (E2) A par disso, existe uma política Nacional de preservação do Património Cultural, dos quais os conventos são uma dimensão (...) A maior parte do conjunto dos bens que são monumentos foram nacionalizados, sendo que muitos deles foram completamente descaracterizados, porque foram refuncionalizados ainda antes de haver uma política de preservação do património. (E1)*

*Existe uma política de preservação e promoção do património de âmbito geral, onde se inserem esses imóveis, embora muitas vezes pouco perceptível. Essa política pode ser interpretada de diferentes formas:*

*- Procurando responder aos desafios do Ministério da Cultura, as direções regionais de Cultura têm levado a efeito programas de conservação e restauro de edifícios e a sua integração em rotas turísticas. Por exemplo, temos a Operação Mosteiros a Norte, projeto da responsabilidade da Direção Regional da Cultura do Norte com um investimento de cerca de 1,5 milhões de euros. (E8) Por outro lado, as iniciativas promovidas pelo Turismo de Portugal, nomeadamente o recém-criado REVIVE- Reabilitação, Património e Turismo um sistema que passa pela recuperação de imóveis públicos de elevado valor patrimonial que não estão a ser usufruídos pelas comunidades e seus visitantes (...) (E8) O Programa Revive foi um programa criado pelo governo há alguns anos que se destina precisamente a revalorizar o património monástico e religioso, daí resultaram já várias concessões para o setor hoteleiro, o que é altamente benéfico, em espaços onde essa oferta não existia. (E10)*

*Depende muito do estatuto dos edifícios. Como sabemos grande parte dos mosteiros ficou sob a alçada do Estado, outros deles foram completamente alienados. A tendência foi para que as Igrejas e os elementos de apoio à Igreja fossem reduzidos a Igrejas paroquiais e confiadas às dioceses. O restante foi, portanto, vendido em hasta pública ou transformado em privado. (E4)*

*Algumas políticas deviam ser mais focadas nesta preservação. (...) São também vários os mosteiros e conventos que ao longo destes anos foram classificados como monumentos nacionais ou outros como imóveis de interesse público. Eu acredito que há uma preocupação por parte das Entidades responsáveis pelo Património de Portugal em preservar e manter a história destes edifícios, porque de facto estes são os ativos que potenciam a descoberta do local, da região, do turismo e que desenvolvem, efetivamente, a economia local. Esta é, então, a visão manifestada por parte das entidades governamentais. O que acontece também é que nós temos vindo a assistir à recuperação de vários Conventos e de vários Mosteiros de Norte a Sul do país e cujos projetos de reabilitação de conservação, restauro e requalificação estão a ser levados a cabo com vista à sua preservação. (E6) Não obstante, apesar de o entrevistado (E7) concordar com os pontos de vista atrás elencados, sublinha que apesar dos monumentos terem vindo a*

ser preservados, não estão, efetivamente, ativos. *Alguns monumentos têm vindo a ser preservados, mas não têm estruturas de visita, programas de visita, nem divulgação associada. (E7)*

Pese embora, os entrevistados admitirem que há um programa que englobe e que intervenha na requalificação e preservação dos conventos e mosteiros, a entrevistada (9) opõe-se a esta afirmação. *Não considero que existe uma política nacional de preservação de património cultural, tanto de conventos, igrejas, castelos. Não existe uma política nacional. (E9)*

### 9.1.7 Rotas e Itinerários Culturais

Efetivamente, uma das formas preconizadas para a reanimação dos produtos turísticos e, conseqüentemente, do património das cidades e países prende-se com a criação de rotas ou de itinerários. A importância da criação dos itinerários baseia-se na inovação e diferenciação dos produtos a oferecer aos turistas. A par disso, o crescente peso inerente à criação da rota ou dos itinerários é atestado pelos entrevistados e está intimamente ligado com o melhor conhecimento do património histórico-cultural de Portugal e, por conseguinte, do destino turístico. Assim sendo, a relevância da criação deste tipo de rotas ou itinerários consiste na dinamização do setor turístico em Portugal, com particular destaque para a área que gira em torno do património histórico e cultural, nomeadamente o Turismo Religioso e Cultural.

*Existem vários itinerários pelo país que incidem sobre o património histórico e cultural. (E4) (E5) (E7)*

*Itinerário no património encara-se como itinerário cultural e os itinerários estão muito tipificados numa associação que são os Itinerários Culturais do Conselho da Europa. Tudo o que seja a estruturação de um produto que inicie num dado local, mas que agregue todos os serviços que o turista precise, tudo isso facilitará e potenciará a apropriação do património cultural e aumentará a valorização do próprio património cultural. (E1)*

*Não apenas um itinerário, mas vários, para criar também nas pessoas um desejo de ir ver o barroco em determinado espaço, as eremitas de outros, focados em nichos*

*específicos que não sejam apenas os das grandes instituições monásticas e que permitam reconhecer um património menos conhecido e/ou que se encontra disperso. (E3)*

*A criação deste género de rotas é efetivamente um fator de atração e de fixação de procura de turismo, porque atualmente há grupos que vão exclusivamente para este tipo de atividades. (E2)*

*De facto, aquilo que tenho visto é que quando alimentamos uma oferta cultural há sempre um conjunto de pessoas interessadas nessas ofertas (...) No que toca às ofertas das cidades pode constatar-se que quanto mais agendas culturais existirem na promoção do destino ou dessa oferta cultural maior será a ocorrência de novas dinâmicas, o número de novas procuras pelo destino e pelas ofertas. (E6)*

O entrevistado (10) sustenta, por outra parte, a ideia de que em conjunto com diversos agentes as rotas são fundamentais para a dinamização do património cultural.

*No espaço social verifica-se um esforço contínuo no sentido de trabalho em rede e, portanto, construção, criação de rotas. Veja-se o exemplo da rota dos vinhos associado ao património cultural do desenvolvimento do produto enoturístico, com as quintas, com a visitação a antigos mosteiros, adegas e a espaços culturais associado ao usufruto da paisagem da vinha e até muitas vezes à participação nas vindimas... O trabalho em rede e em rotas está-se a fazer cada vez mais numa atuação conjunta entre diversas entidades, como os municípios, as empresas e atualmente muito facilmente através das plataformas digitais, com as apps (...), sendo que neste contexto as empresas de animação turística desempenham um papel preponderante na dinamização destes percursos. (E10)*

A nível Internacional as rotas apresentam um impacto de tal ordem refletindo-se, dessa forma, positivamente na economia das regiões. O mesmo acontece no caso português, no qual com a criação da mesma pode solidificar a oferta de uma determinada região.

*Efetivamente, a sobrevivência e dinamização de alguns espaços económicos ligados ao setor do turismo rural e de alojamento local como é o caso dos albergues, restaurantes e os hotéis depende da afluência e da procura de um grupo de pessoas, quer a nível individual, em família ou até mesmo em grupo. (E2) (E3) (E4)*

*Nós temos que ter sempre outros setores, nomeadamente o setor da hotelaria e restauração a comungar em conjunto para que as outras ofertas possam ser desenvolvidas. (E6)*

O entrevistado (5) concorda com a afirmação anterior, referindo que os resultados não são visíveis de forma imediata. *Nem sempre é possível sentir esse incremento de uma forma imediata, no entanto na maioria dos casos isso vai acontecer. (E5)*

No seguimento desta linha de pensamento o planeamento de atividades segundo os entrevistados é um elemento preponderante associado à criação das rotas ou itinerários, já que permite a dinamização do setor turístico.

*Acredito que deve ser pensada em uma estratégia que fomente um conjunto de ações, designadamente percursos, programas de visitas eficazes e de interesses e também numa execução de conteúdos cada vez mais apelativos e interessantes de modo a corresponder ao que os destinatários procuram. (E5)*

Deve-se neste contexto ressaltar, que na perspetiva dos entrevistados o sucesso da criação da Rota depende da forma como os recursos são utilizados para esse fim, isto é, resulta da conjugação de vários elementos e de um planeamento eficaz para a elaboração da mesma.

*Depende muito da forma como ela vai ser estruturada, das respostas que ela vai dar e a quem é que se vai dirigir, quais são os públicos-alvo dessa rota (E1).*

*À semelhança da Rota do Românico, um itinerário turístico, desde que devidamente estruturado e bem sinalizado, contribuirá para o aumento da notoriedade de um território e para o seu desenvolvimento. Neste âmbito, a implementação de um sistema de sinalização turística e cultural é uma mais-valia porque procura alcançar três objetivos essenciais:*

*- Contribuir para a implementação de uma adequada rede de sinalização específica, ajustada às estruturas várias existentes, no cumprimento da regulamentação em vigor em Portugal;*

*- Apoiar a orientação dos visitantes e turistas no decurso da sua fruição;*

*- Valorizar o território enquanto destino de Turismo Cultural e paisagístico. (E8)*

*Segundo os entrevistados a questão da criação da Rota é relevante a vários níveis:*

*O primeiro prende-se com a dinamização do Turismo Religioso e Cultural de Portugal; O segundo com uma maior divulgação do património existente em todo o país e a sua conseqüente valorização; Por último, a criação de emprego através da fundação de alojamentos locais, hotéis, bem como ligados ao setor de restauração.*

*Posto isto, os itinerários e rotas culturais desempenham um papel chave, na medida em que promovem outras áreas que estão, por sua vez, intimamente relacionados com o ramo do Turismo em Portugal, impulsionando, assim, o melhor funcionamento e desempenho da economia em Portugal. Os roteiros, as rotas, os itinerários são fundamentais para ajudar o visitante a ver uma história, uma narrativa associada ao património edificado. (E9) As rotas temáticas, roteiros ou itinerários são também uma das formas de trazer atualidade ou de aproximar o monumento do presente, conferindo-lhe um nível de estória que é perceptível a um leigo. (E9)*

*A criação deste género de rotas e outras origina consequências a nível económico. Portanto, se conseguirmos criar rotas que atraíam visitantes estamos definitivamente a apoiar a dinamização económica dessas regiões e criar atividades complementares que justifiquem o prolongamento da estadia e criar postos de trabalho. (E2) O setor da hotelaria e da restauração tem sempre de atuar em conjunto para que outras ofertas possam ser desenvolvidas. (E5)*

*(...) A Rota do Românico tem vindo a contribuir decisivamente para a captação de visitantes e turistas, para a promoção do crescimento económico da região, com reflexos diretos e indiretos na criação de riqueza e de emprego. Tem sido criado um número crescente de negócios associados ao turismo, nomeadamente na área da restauração, dos produtos regionais, dos transportes, da animação turística e do alojamento. (E8)*

Assim sendo, a criação da rota ou dos itinerários tem consequências positivas noutros setores de atividade, uma vez que sem a complementaridade entre diferentes setores, seria impossível a eficácia da rota ou do itinerário.

### 9.1.8 Mosteiros

Os conventos e mosteiros integram o património histórico e cultural de Portugal e, como tal, a sua preservação é fundamental para a continuidade e passagem do legado histórico às gerações vindouras. Desde a promulgação da Reforma Eclesiástica que ocorreu no ano de 1834 muitos mosteiros e conventos foram extintos, sendo que muitos deles já anteriormente tinham sido encerrados. No entanto, alguns desses mosteiros encontram-se desocupados, sem utilização e carecem de obras, pelo que o objetivo do programa revive, incide na revalorização de alguns desses espaços, conferindo-lhes uma

nova afetação. Ressalte-se, porém, que a consequente preservação dos conventos e mosteiros na ótica dos entrevistados nem sempre contribui para a autenticidade do destino, tudo depende da forma como é feita a sua intervenção. A preservação do edifício e sua autenticidade depende também de quem é o responsável pela intervenção.

*Depende da forma como eles forem intervencionados. Neste momento qualquer intervenção num mosteiro e num convento ou num bem patrimonial que seja classificado carece de parecer prévio de alguma entidade do património cultural nacional, portanto há sempre uma preocupação em manter as características mais identitárias, mais autênticas. Todos aqueles que foram intervencionados nos anos 70, 80 acabaram por ser intervencionados muitas vezes de formas mais radicais e com menos controlo, onde a autenticidade foi completamente posta em causa. A autenticidade não se recupera, porque em muitos casos a destruição foi de tal forma grande que não há forma de recuperar a autenticidade. (E1) É importante a preservação que se tem feito nestes casos. (...) Há sempre situações que têm de ser esclarecidas, porque quem faz a recuperação tem que ter uma determinada idoneidade para não estragar o edifício. Tem que se ter cuidado com essas intervenções, não pode ser de qualquer maneira, porque depois perde-se a autenticidade. (E3) Preservação sempre com o cuidado de defesa de integração do espaço mesmo ao nível de materiais de recuperação. Temos de ter cuidado de nos socorremos de técnicos que saibam aquilo que se deve fazer para evitarmos a destruição patrimonial. (E2) Quanto melhor nós preservarmos, melhor se torna num destino turístico, mais atrativo sob vários pontos de vista. Porém, antes de tudo isso há uma atitude cívica, no qual a preservação nos diz respeito enquanto elemento de identidade nacional, da nossa identidade. (E4) (E5) Estes conventos e mosteiros que advêm de uma época remota e que se encontram disseminados em vários lugares, fazem parte dessa história, desses lugares, portanto quando preservamos, edificamos e damos vida comunicando ofertas e valências culturais estamos a contribuir para a autenticidade do destino e também para a sua divulgação, para o posicionamento da cidade ou do local e, dessa maneira, estamos a contribuir para a economia local. (E6) Quanto mais próximo o monumento estiver daquela que foi a concessão inicial do seu construtor, do seu projetista maior será o impacto junto daqueles que procuram valores como a autenticidade, valores como a singularidade do património de uma região. (...) Se nós tivermos uma construção pujante, forte que mostre uma utilização e valorização dos*

*locais, isto é, a vivência de um espaço pode levar a que o potencial de visitação seja maior. (E10)*

O entrevistado (8) considera que a preservação desse edificado permite a autenticidade do destino, desde que seja direcionado para o turismo. *Se a preservação tiver o turismo como finalidade, definitivamente contribui para a autenticidade. A título elucidativo disso mesmo veja-se o exemplo dos conventos que foram convertidos em magníficas unidades hoteleiras, como é o caso das Pousadas de Portugal. (E8)*

Todavia, a entrevistada (9) refere que mais importante do que a autenticidade do destino está a questão da preservação do património. *Considero que a preservação do património cultural é fundamental, muito antes da razão da autenticidade do destino, pelo que é fundamental por questões de civilização. De facto, a dimensão turística com base na preservação de qualquer elemento cultural relevante é um fator positivo. Não diria, porque são conventos, mas porque se trata de património cultural. (E9)*

Para finalizar, com exceção da entrevistada mencionada anteriormente todos os outros julgam que a reconversão dos edifícios, como é o caso dos mosteiros e conventos em outros fins, é uma aposta muito positiva para o setor do turismo, desde que com a devida responsabilidade e atenção.

*Encaro bem, desde que seja feito dentro dos limites do património cultural e que o mesmo seja devidamente respeitado. Qualquer recurso antes de ser recurso económico é um recurso patrimonial com valor histórico e identitário e, portanto, esse valor histórico e identitário deve ser preservado no modelo de conversão de um equipamento cultural, num recurso mais económico e turístico. (E1) Depende do uso a ser empregue no futuro após essa reconversão. Se a reconversão tiver planos de manutenção e um bom plano estratégico de usabilidade desse património não me impressiona reconverter para fins turísticos, por exemplo. Veja-se, por exemplo, as Pousadas de Portugal que são na sua maioria antigos conventos e mosteiros disseminados pelo país e que realizam na minha perspetiva um excelente trabalho económico e hoteleiro com categorias de quatro, cinco estrelas. Portanto são considerados posicionamentos de elevada qualidade que permite aumentar a qualidade da oferta turística em Portugal, captar novos públicos, quer seja a nível nacional ou internacional, captar financiamentos e valor acrescentado económico. Como tal, Portugal e as regiões beneficiam economicamente mercê desta conjuntura. Portanto, quando falamos em conversão de conventos ou outros resquícios*

*históricos é indispensável ter alguma cautela em relação ao futuro dessas alterações. Todavia, se estiver de acordo com as diretrizes das entidades governamentais locais e com todas as entidades considero que se deve proceder à reconversão em proveito da região, do local, das pessoas, mas sempre mantendo a história viva. (E6) Encaro positivamente, desde que se preserve a informação sobre o lugar através de um bom folheto, boas legendas ou através de obras de arte que tenham permanecido no local, na estrutura do edifício, não o adulterando, explicando a história do convento, a sua origem, a sua vida, o impacto social que teve, a importância de que se revestiu e alguns detalhes sobre a vida quotidiana. O veículo condutor ideal para retratar esses factos estão ligados aos vestígios de algumas partes do convento que ainda subsistam. Deve-se proceder à reconversão dos edifícios desde que não se destrua o que lá está. (E3) Sou um grande defensor da permanente reconversão dos edifícios para funções dignas e que prestem serviço à sociedade do nosso tempo. Eles foram criados com determinadas funções, o desafio de hoje é dar vida a estes edifícios sem os descaracterizar de forma a adaptá-los ao nosso tempo, ou seja, trata-se da busca permanente de equilíbrios vários. (...) Portanto, os edifícios devem ser adaptados, até porque isso ao longo dos tempos sempre aconteceu. O Estado adaptou esses edifícios e atribui-lhe novas funções, embora algumas delas não fossem as mais indicadas, foi de encontro com os recursos e meios disponíveis naquele momento. O princípio é o mesmo, adaptar, transformar e pôr ao serviço. (E4) Encaro de uma forma muito positiva, isto porque para uma utilização estritamente religiosa e para fins paroquiais não é suficiente nestes tipos de espaços. Tal situação deve-se ao facto de não se circunscrever somente a uma Igreja, a uma área cultural, mas ao invés disso a uma área patrimonial envolvente, como por exemplo antigos dormitórios, adegas, refeitórios, claustros e de toda a área agrícola que eventualmente não tenha sido expropriada, vendida a particulares. Tudo isso exige, portanto, a criação de parcerias e de redes. (...) É notório que quando abordamos a questão dos grandes Mosteiros como é o caso dos Mosteiros Beneditinos e em grandes casas como Tibães que pertence à Direção Regional de Cultura, em torno desses edifícios conventuais estão associadas outras atividades que estão umbilicalmente ligadas ao espaço como, por exemplo, exposições, atividades, uma loja, a vertente agrícola que está concessionada a privados para a puderem explorar. Com efeito, os consórcios entre o Estado, os privados, a comunidade e a sociedade civil são um dos veículos utilizados com*

*o propósito de potenciar patrimónios desta envergadura e dimensão. (E10) São recursos turísticos que são importantes desde que tenhamos consciência da ligação cultural à história do nosso país. (E2) Eu acho que o futuro é transformar estes monumentos ou parte deles em recursos turísticos ou outros. Não propriamente em recursos turísticos, mas atribuindo-lhes diversas funções, isto porque quando algo não tem uma função ou utilização acaba por morrer, pelo que a preservação não deve ser feita sem lhe ser designada uma determinada função. (E7) Todos esses conventos deveriam ser recursos turísticos, incluindo os que mantêm ordens religiosas ativas no seu interior. (E5) Ao reconvertermos o património conventual num recurso turístico estamos a contribuir, dentro dos possíveis, para a preservação da traça original do imóvel, para a divulgação da história e identidade de um território, bem como para o desenvolvimento económico e social desse mesmo território. (E8)*

Ao contrário dos entrevistados anteriores, a seguinte entrevistada apesar de não ser totalmente contra a reconversão dos conventos e mosteiros em recursos turísticos, rejeita o facto de essa reconversão ser para fins estritamente e exclusivamente hoteleiros. *Depende dos recursos turísticos, no caso do programa Revive que é um sucedâneo da Política das Pousadas considero que a reconversão em unidades hoteleiras é uma possibilidade. No entanto, no que respeita à reconversão exclusivamente em unidades hoteleiras considero que é pejorativo, pois demonstra insensibilidade sobre estas questões e desinteresse em encontrar outras alternativas. (...) Existem outras formas de preservar esse património monumental e são formas muito mais enriquecedoras para a comunidade, quer a que está em volta dos museus, quer para os cidadãos de uma forma geral, diferenciadora de outras ofertas e principalmente mais burocrática, porque quando recursos deste género são transformados em hotéis, não significa que seja acessível a todos os indivíduos. Posto isto, eu não sou apologista de qualquer programa que tenha o propósito de reconversão em hotelaria exclusivamente. (E9)*

## 9.2 Síntese dos Resultados das Entrevistas

O Quadro 6 apresenta a síntese das entrevistas aplicadas na presente investigação.

Quadro 7 - Síntese das Entrevistas

Tema	Conclusões	Entrevistados
Património Mundial	A obtenção do selo patrimonial por parte da Unesco confere aos destinos uma maior notoriedade, visibilidade, distinguindo-o da restante oferta e em relação aos demais. A par disso, esta classificação acarreta a entrada de um maior número de turistas.	E1/E2/E3/E4/E5/E6/E7 /E8/E9/E10
	As entidades locais e governamentais têm-se esforçado para potenciar de forma ativa, crescente e contínua a revalorização do património.	E2/E3/E4/E5/E6/E7/E 8/E10
Motivação dos Turistas	Os fatores que levam um turista a eleger um destino turístico são várias. No entanto, as razões mais frequentes que são assinaladas prendem-se com a questão da praia, <i>city-breaks</i> , visitas a museus e património histórico e passeios na natureza.	E1/E6/E8/E9/E10
	As atrações culturais e turísticas são uma das vertentes assinaladas como fator de dinamização dos locais, no entanto tudo gira em função do destino.	E2/E5/E7/E9/E10
Turismo Religioso e Cultural	A dimensão religiosa e cultural é uma das razões apontadas pelos entrevistados como um dos elementos preponderantes que motivam o indivíduo a viajar. O turismo religioso e cultural na sequência da eclosão de festividades ou celebrações religiosas tem um maior crescimento, pois despoleta a entrada de um maior número de turistas e visitantes.	E1/E2/E3/E4/E5/E6/E7 /
Peregrinações	As peregrinações geram transformações económicas, mudanças estruturais ao nível do território dada a entrada de milhares de peregrinos anualmente no espaço nacional.	E1/E2/E3/E4/E5/E7/E8 /E9/E10
Rota e Itinerário turístico e cultural	A criação de vários itinerários é um fator de atração e de fixação da procura de turismo, já que capta a atenção de nichos específicos, promovendo o património cultural.	E1/E2/E3/E6/E9
	A existência de programação e o planeamento adequado em relação aos itinerários e rotas, que atendam aos anseios dos turistas, revela-se decisivo para o sucesso da mesma.	E1/E7/E8/E9
	Os conventos e mosteiros estão ao abrigo da política de preservação que visa a requalificação do património, como o REVIVE, entre outros.	E1/E2/E8/E10
Autenticidade	Os entrevistados são adeptos da preservação dos conventos e mosteiros na ótica da manutenção da identidade e integridade do espaço.	E1/E2/E3/E4/E5/E6/E7 /E10
Reconversão dos conventos e mosteiros	Os entrevistados manifestam-se a favor da transformação dos mosteiros e conventos em recursos turísticos desde que seja respeitado o património.	E1/E2/E3/E4/E5/E6/E7 /E8/E10

Fonte: Elaboração Própria

## Capítulo 10-CONCLUSÃO

### 10.1 Conclusão do estudo teórico

No momento da eleição de um destino turístico cada turista em função do seu perfil e das suas motivações decide visitar um determinado local. Nesse sentido, para Stausberg (2011) a tipologia do turismo é definida segundo a motivação, no entanto não significa que os indivíduos selecionem o destino atendendo à religião. O peso do Turismo Religioso e do Turismo Cultural tem crescido exponencialmente em Portugal, tendo os visitantes demonstrado um grande interesse em visitar os monumentos e locais identificados como património histórico e cultural, tendo a sua visibilidade despoletado aquando da atribuição designada pela Unesco como Património da Humanidade. Jimura (2011) Bianchi (2002), Bianchi & Boniface (2002), Jimura (2007), Shackley (1998), Smith (2002) e Jimura (2016) destacam, assim, a promoção a Património da Humanidade como elemento que visa aumentar o prestígio e respetiva imagem do destino. Por seu turno, a perspetiva de Patuelli et al. (2013) sugere, segundo os estudos realizados, que os lugares que obtiveram o privilégio de serem reconhecidos, pelos seus monumentos como Património da Humanidade, foram alvo de um substancial crescimento do número de entradas domésticas no seio do turismo regional, com repercussões positivas a nível económico, ao passo que as regiões circundantes sofreram com a concorrência e inerente assimetria no que respeita à receção de turistas (Canale, 2019). A par disso, Richards (1996) e MacCannell (1976) salientam que o turismo associado ao património é um dos atrativos mais procurados pelos turistas, acrescentando ainda que a razão pelo qual o turismo relacionado com o património tem emergido prende-se com a busca incessante por parte dos turistas em encontrar experiências culturais, patrimoniais e, conseqüentemente, autênticas. Com efeito, Jimura (2011) atesta o facto de o património ser um dos pilares com maior impacto e crescimento no setor do turismo. De acordo com o resultado da análise das entrevistas os turistas revelam um maior interesse pelo património histórico-cultural das cidades, do que propriamente pelo vetor religioso, embora essa questão seja dúbia pois suscita diferentes opiniões, gerando controvérsia entre eles. Em alguns dos casos considerou-se que o Turismo Religioso por si só não tem poder suficiente para motivar os indivíduos a viajar, devendo, então, ser associado ao

segmento do Turismo Cultural. De facto, na perspetiva de Olsen (2006) e Isabel (2010) nem todas as visitas a locais sagrados ou a elementos de carácter religioso derivam de motivações unicamente religiosas, mas também culturais. Efetivamente, atendendo a Stausberg (2011) tais deslocações podem mesmo ser geradas sem que o seu propósito final esteja relacionado com os aspetos religiosos, embora o interesse em conhecer algumas das práticas religiosas e os principais locais religiosos captem a atenção dos visitantes. Assim, o facto de os turistas visitarem um espaço religioso, celebração religiosa não significa que tenham realizado uma determinada viagem por causa de motivações religiosas, ou seja, podem não participar em nenhum ato religioso, pois não demonstram motivações religiosas (Stausberg, 2011). Tal facto pode ser comprovado por exemplo através da visita à catedral de Notre-Dame (Stausberg, 2011). Outro exemplo apresentado por Stausberg (2011) diz respeito à basílica do Sacré-Coeur (França) que em primeira instância era um espaço de peregrinação, de fé e de religião, captando a atenção dos turistas de forma exponencial a partir da década de 90, alcançando mais de 6 milhões de viagens anualmente. Tal monumento reúne tantos visitantes anualmente, uma vez que para além da sua conotação religiosa, demonstra o seu valor histórico, a arquitetura inerente ao seu edifício e a sua paisagem, o que nos leva a concluir que é esta conjugação de fatores que origina tais fluxos turísticos (Stausberg, 2011).

Neste seguimento, pode constatar-se que o Turismo Religioso em determinados lugares tem uma influência determinante para o fomento económico das regiões e como resultado disso efeitos muito positivos para o setor do Turismo, veja-se o caso de Fátima. Fátima que é denominada como um destino religioso, cujas motivações dos turistas são fundamentalmente religiosas, especialmente no decorrer da ocorrência de celebrações religiosas. Daí, podermos admitir que em determinadas épocas do ano há picos de afluência maior a esses destinos. Nessa sequência, Boz (2018) evidencia que as peregrinações possuem um peso significativo, na medida em que são uma das formas de turismo que acarreta um contingente de população mais vasto. A título representativo disso mesmo veja-se o caso da celebração dos seguintes eventos religiosos em Haji na Arábia Saudita e Kumbh Mela na Índia, respetivamente que, de acordo com Timothy & Boyd (2006) e Boz (2018) captam a atenção dos turistas, contando, assim, com a visita anual de milhares de turistas.

Para além das motivações inerentes ao turismo religioso e cultural que levam os turistas a eleger um destino turístico contam-se também outros aspetos como a praia, lazer, *city-breaks*, negócios como importantes elementos que pesam na consideração dos turistas quando decidem viajar. Na origem das motivações principais que levaram os indivíduos a eleger um determinado destino turístico destacam-se as razões ligadas ao “lazer, recreio ou férias”, visita a familiares ou amigos, negócios, tal como é descrito pelo INE (2019). A par destas motivações e com menor impacto e importância estão as motivações de índole religioso e de saúde. Destas motivações elencadas anteriormente o lazer, recreio ou férias é o fator que prevalece face aos demais, não descurando a representatividade e o peso das viagens turísticas na sequência da visita a familiares ou a amigos (INE, 2019).

Relativamente, ao papel do património cultural, Silberberg (1995) enaltece o património turístico e cultural como uma ferramenta de extrema relevância no que concerne ao desenvolvimento económico através das manifestações históricas, artísticas, científicas ou do estilo de vida que contemplam os locais e que são as principais motivações dos turistas ao elegerem um destino turístico. Desse modo, o património histórico-cultural vasto, rico e único, existente em Portugal é, portanto, um dos agentes responsáveis pelo consequente crescimento do desempenho do Turismo em Portugal, sendo esta uma das áreas responsáveis por uma das mais elevadas taxas de empregabilidade e que ainda possui capacidade de crescimento. Previa-se, tendo em conta os dados apontados pela OMT, que o ano de 2020 fosse o ano com maior nível de crescimento no ramo do Turismo, no entanto devido à conjuntura provocada pela pandemia causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 o Turismo estagnou causando inúmeras repercussões. Ying et. al. (2020) e Polyzos (2020) descrevem que “a síndrome respiratória aguda severa (SARS) e a COVID-19” foram as crises que atingiram mais gravemente a economia, com particular destaque para o setor do turismo. O turismo foi, então, particularmente afetado em países, cuja economia depende desse setor económico (Polyzos,2020). A OMT revela também que as consequências causadas pela COVID-19 no setor do turismo sejam substancialmente mais graves do que a crise financeira que ocorreu em 2008.

Importa neste seguimento realçar o grau de importância da criação das Rotas e Itinerários culturais, dado que em Portugal existem já algumas rotas e itinerários

reconhecidos a nível europeu e internacional. De acordo com o conceito aplicado pelo ICOMOS “Um Itinerário Cultural é uma vida de comunicação terrestre, aquática, mista ou outra, determinada materialmente, com uma dinâmica e funções históricas próprias, ao serviço dum objetivo concreto e determinado. Na ótica de Majdoub (2010) as rotas turísticas culturais temáticas apresentam diversas finalidades, entre as quais se destacam: “atração de novos turistas, mas também de turistas repetidos; prolongamento da estadia e aumento das despesas dos turistas; permitir um conhecimento mais profundo acerca das atrações e recursos dos locais menos populares e inóspitos; aumentar e melhorar a divulgação do destino; interligar e agrupar diferentes atrações autónomas entre si com o objetivo de atrair um maior número de turistas; “aumentar a sustentabilidade de um produto turístico”, diminuição dos efeitos ambientais negativos, como resultado de uma gestão mais eficaz e organizada da capacidade do destino, através da disseminação dos turistas. O seu papel é principalmente fundamental no setor do Turismo e na sua respetiva dinamização.

Note-se que, para a concretização efetiva de um itinerário ou de uma rota é imprescindível a delimitação das diretrizes sobre as quais a mesma se vai reger, já que esta tem de obedecer a determinados critérios para ser reconhecida como tal. Para isso, é necessário um estudo prévio, a elaboração de um planeamento cuidado e eficaz que vá de encontro às expectativas dos turistas. Além disso, é importante a identificação do público-alvo e o público potencial a quem se deve dirigir a rota ou itinerário para, assim, se traçar o rumo da mesma. Com a conjugação desses elementos e uma estruturação devidamente eficiente o potencial do património histórico-cultural das cidades poderá ser fortemente valorizado, bem como a sua visibilidade. Segundo o Conselho Europeu (2007-2013), Rubicondo (2007-2013) as rotas culturais são assinaladas enquanto motor de “inovação, criatividade”, criadoras de novos negócios, responsáveis pelo desenvolvimento de produtos e serviços turísticos culturais, daí podermos concluir que as rotas e os itinerários turísticos apresentam elevadas implicações em diversos setores de atividade que estão direta ou indiretamente ligados ao setor do turismo. O ramo da hotelaria e da restauração são um desses setores que tem beneficiado positivamente com a criação desses itinerários.

## 10.2 Conclusão do estudo empírico

O objetivo do presente estudo incide sobre o papel da criação da rota dos mosteiros na valorização do património histórico-cultural e turismo religioso no Norte de Portugal. Tendo em conta esta temática foram delineados objetivos, dos quais se pretendia obter resposta a partir da aplicação das entrevistas.

Relativamente ao papel das motivações dos turistas na eleição dos destinos turísticos pode constatar-se através da análise das entrevistas que os turistas se dirigem a um determinado destino turístico em função do seu perfil e das motivações. As motivações são várias, no entanto pode apurar-se atendendo à maioria dos entrevistados que o lazer, praia, *city-breaks*, negócios são um dos principais fatores que levam os indivíduos a viajar. Para além destas razões, mas com menos relevância no número de viagens realizadas por parte dos turistas estão as motivações ligadas ao foro cultural e religioso, sendo que o património histórico-cultural é um dos principais pontos de referência a serem visitados no nosso país. Os monumentos e museus são uma das atrações mais procuradas pelos turistas quando vão de férias. Note-se, porém, de acordo com a perspetiva da maior parte dos entrevistados, que até mesmo nos destinos considerados como religiosos, como acontece com Santiago de Compostela em Espanha, Fátima em Portugal, Lourdes em França a crença religiosa nem sempre é o vetor preponderante para a escolha do destino, salientando-se a dimensão do património e da cultura, a própria experiência que são a par da questão religiosa elementos de grande relevância. Tal razão deve-se ao facto de os turistas decidirem ir a um dado local por causa da questão religiosa, contudo acabam não só por se confinar a esse propósito e aproveitam para visitar monumentos e o património envolvente, bem como para conhecerem a comunidade, cultura e tradições locais da região. Com efeito, o património histórico e cultural apresenta uma influência determinante para o setor do turismo, já que tem contribuído para o seu contínuo e crescente crescimento.

No que respeita ao impacto da atribuição da designação de Património Mundial por parte da Unesco pode-se concluir de acordo com a análise das entrevistas que a atribuição deste selo levou a um maior reconhecimento e visibilidade do destino, pelo que conferiu ao mesmo tempo a entrada de um contingente populacional mais elevado. Tal facto

deve-se ao valor e interesse cultural que o património representa e que conduz a uma melhoria da qualidade de vida da comunidade e ao incremento da economia da região e seu respetivo desenvolvimento. Com efeito, a importância do património e da sua classificação enquanto Património da Humanidade reside no facto de este ser um importante agente na transmissão da memória e identidade às gerações vindouras. Não obstante, é importante salientar que apesar de se verificar um esforço contínuo empreendido por parte das entidades públicas e governamentais no sentido de investir e aproveitar o potencial do património histórico-cultural das cidades este ainda não é suficiente, nem o esperado face ao papel que o mesmo desempenha no fomento e dinamização do setor do turismo em Portugal. A par disso, denota-se ainda a existência de assimetrias regionais entre o litoral/interior.

Para além dos efeitos positivos associados à distinção atribuída por parte da Unesco aos monumentos e locais como Património da Humanidade existem também outras implicações menos positivas relacionadas com a questão ambiental, poluição, sobrelotação de alguns espaços. Como exemplo paradigmático disso mesmo veja-se o caso do Porto, bem patente através da zona do centro histórico da cidade do Porto e da Torre dos Clérigos, no qual é alvo de um excesso de concentração de turistas, ao qual as entidades estão sensibilizadas para o problema estando a agir em conformidade no sentido da descentralização e deslocalização desses mesmos turistas para zonas da cidade menos conhecidas, mas igualmente atrativas e apelativas sob o ponto de vista histórico, cultural e patrimonial.

Por seu turno, o Turismo Religioso ao longo dos tempos tem vindo a ganhar representatividade, todavia tudo depende do destino em questão. No caso das peregrinações em Portugal temos o exemplo paradigmático de Fátima que é o principal centro religioso em Portugal e que origina a entrada de milhares de pessoas anualmente. As peregrinações são, portanto, um dos principais responsáveis pelo aumento do Turismo Religioso. Como tal, a eclosão de certas celebrações festivas e religiosas que se tem vindo a realizar ao longo dos anos em honra dos santos como é o caso das Festas da Nossa Senhora da Agonia, da semana Santa em Braga, de São Bento da Porta Aberta e Fátima conferem aos destinos em determinadas épocas do ano uma concentração maior de indivíduos. Com efeito, as peregrinações apresentam um papel preponderante no que

concerne ao incremento das regiões, como se pode comprovar com o exemplo elucidativo de Fátima, que em virtude das peregrinações, observou um forte crescimento de toda a zona envolvente. O setor hoteleiro e restauração desenvolveu-se em função do crescimento de Fátima, com um enorme crescimento para a economia da região.

De acordo com as conclusões obtidas após a análise das entrevistas em relação ao papel das rotas culturais (rota dos mosteiros) no setor do Turismo em Portugal considera-se que as rotas e os itinerários são um dos produtos turísticos mais procurados pelos turistas, já que estes procuram obter experiências diferentes e únicas. Assim sendo, as rotas e itinerários demonstram ser um elemento fundamental para o incremento do diálogo intercultural e dos próprios valores do Homem como o respeito, a compreensão mútua e a solidariedade entre diferentes povos, através da facilitação do acesso ao património e que se encontra fundamentado nas resoluções do Conselho da Europa. A par disso, devem ser criadas várias rotas, devidamente tipificadas e estruturadas, uma vez que são consideradas um fator de atração e fixação da procura do turismo, pois é capaz de atrair diferentes públicos-alvo e seguir uma história que interligue todos os territórios em comum. Uma proposta de uma rota devidamente segmentada e com um plano de divulgação pode, portanto, contribuir para o conhecimento do património histórico-cultural. Note-se que em Portugal, a preservação dos edifícios no que concerne aos mosteiros e conventos é desenvolvida no âmbito do programa Revive, cujo intuito se prende exatamente com a valorização e requalificação do espaço conferindo-lhes uma nova utilização.

Para além disso, de uma forma geral e consensual através dos resultados obtidos nas entrevistas pode-se concluir que a criação da rota dos mosteiros no Norte de Portugal é uma mais-valia para o setor do turismo no sentido em que tem como objetivo potenciar a valorização do património cultural, aumentar e diversificar a oferta turística existente, ser um fator de atração e fixação da procura e, em última instância, promover o melhor desempenho da economia. Pretende-se, assim, contribuir para a criação de novos negócios, incentivar o fomento de diversas áreas e atividades que estão ligadas diretamente à área do turismo, como é o caso da restauração, hotelaria. Desse modo, o propósito da criação da rota dos mosteiros baseia-se no aproveitamento do potencial de muitos destes recursos turísticos que em alguns dos casos estão sem utilização ou até

mesmo ao abandono, em ruínas. Com o aproveitamento do espaço através da realização de inúmeras atividades aliadas ao património endógeno de que o Norte de Portugal dispõe, pretende-se dar uma nova vida, um novo reconhecimento e visibilidade, para que, de facto, o património tenha um novo potencial e, como tal, seja conservado para as gerações vindouras. Através da conservação do legado histórico e cultural pretende-se, assim, manter a autenticidade do espaço. A autenticidade desses locais mantém-se mediante a manutenção da identidade, da história e da memória do espaço.

### 10.3 Limitações do Estudo

A presente investigação enfrentou algumas dificuldades no decorrer do seu desenvolvimento.

Em primeiro lugar, um dos entraves colocados ao início deste estudo esteve relacionado com o facto de a literatura sobre esta matéria ser escassa no que concerne ao papel das rotas e itinerários culturais para o fomento do turismo, nomeadamente o turismo associado ao património.

Outra das limitações encontradas nesta investigação e que foram uma consequência direta da atual conjuntura em que vivemos diz respeito à dificuldade acrescida na aplicação de questionários.

Surgiram, por outro lado, alguns problemas no processo de recolha de dados. Relativamente às entrevistas a falta de disponibilidade dos especialistas para a realização das mesmas constituíram uma delimitação ao presente estudo.

### 10.4 Sugestões para estudos futuros

Perante as limitações que surgiram na presente investigação, foram delineadas eventuais propostas para estudos futuros.

Desse modo, deverão ser aprofundados por parte da literatura científica, estudos acerca desta temática tanto a nível internacional, como nacional. A nível nacional esta matéria revela-se ainda pouco valorizada, pelo que o aprofundamento seria determinante para se perceber de que forma estes recursos turísticos, noutros territórios ou países poderiam fomentar o turismo. Com efeito, seria extremamente útil a aplicação de questionários quer a turistas internacionais quer a nacionais, a fim de se compreender o interesse manifestado pelos turistas para percorrerem uma rota, os principais pontos de interesse e motivações que procuram na mesma, e que mais apreciam, bem como os benefícios da criação dessas rotas.

Eventualmente, poderiam também ser aplicados programas estratégicos, desenvolvidos por parte das entidades nacionais com o propósito de sensibilizar os turistas para a preservação dos resquícios históricos, conduzindo ao reconhecimento e valorização do património endógeno dos destinos turísticos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adams, K. (1984). Come to Tana Toraja, “Land of the Heavenly Kings”: Travel agents as brokers in ethnicity. *Annals of Tourism Research*, 11, 469–485.

Aharoni-Cohen, Y. (2017). Guiding the “real” Temple: The construction of authenticity in heritage sites in a state of absence and distance. *Annals of Tourism Research*, 63, 73–82.

Ahunbay, Z., Mazlum, D., Eres, Z. (2016). Conservation of cultural Heritage in Turkey. Verlag: Ege Yayinlari/ICOMOS Turkey

Airey, D., & Shackley, M. (1998). Bukhara (Uzbekistan): a former oasis town on the Silk Road. In M. Shackley (Ed.), *Visitor management: Case studies from world heritage sites* (pp. 10-25). Oxford: Butterworth- Heinemann.

ALEGRE, J. and POU, L. (2003). “El turismo de sol y playa desde la perspectiva de los consumidores europeos. Un nuevo desafío en el desarrollo turístico de Baleares”. (G. López Casanovas, dir.), *Islas Baleares. Serie Estudios Regionales*. Fundación BBVA, Madrid.

Allport, G. W. (1966). The Religious context of prejudice. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 5, 447–457.

Andriotis, K. & Vaughan, R. (2003). Urban Residents’ attitudes toward tourism development: the case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42, 172-185.

Andriotis, K. (2009). Sacred site experience: A phenomenological study. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 64–84.

Andriotis, K. (2011). Genres of heritage authenticity: Denotations from a pilgrimage landscape. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1613–1633.

Aramberri, J. (2009). The future of tourism and globalization: some critical remarks. *Futures*, 41, 367 – 376.

Artal-Tur, A., Briones-Peñalver, A. J., & Villena-Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities, and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: A probit approach. *Tourism & Management Studies*, 14(1), 7-18.

Asakura, S. (2008). Impacts of registration for world heritage in Japan. In Japan Institute of Tourism research (JITR). (Ed.), *Proceedings of the 23rd JITR annual conference* (pp. 329-332), Ueda, Japan.

Azevedo, C. (2000). *Dicionário de História Religiosa de Portugal*, vol. C-I.

- Azevedo, C. (2001). *Dicionário de História Religiosa de Portugal*, vol. J-P, vol. 3.
- Barber, R. (1993). *Pilgrimages*. London: The Boydell Press.
- Belhassen, Y., Caton, K., & Stewart, W. P. (2008). The search for authenticity in the pilgrim experience. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 668–689.
- Benjamin, S., Dillette, A., Alderman, D. (2020). “We can’t return to normal”: committing to tourism equity in the post-pandemic age. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22, 476-483.
- Benjamin, S., Kline, C., Alderman, D., & Hoggard, W. (2015). Heritage Site Visitation and Attitudes toward African American Heritage Preservation: An Investigation of North Carolina Residents. *Journal of Travel Research*, 55(7), 919–933.
- Berger, P. (1973). “Sincerity and Authenticity in Modern Society.” *Public Interest*, 31,81–89
- Berman, M. (1970). *The Politics of Authenticity*. London: Allen & Unwin.
- Besculides, A., Lee, M., McCormick, P. (2002). Residents’ Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29, 303-319.
- Beynon, M., Jones, C., Munday, M, Roche, N. (2018). Investigation value added from heritage assets: An analysis of landmark historical sites in Wales. *International Journal Tourism Research*, 20, 756-767.
- Bianchi, R. V. (2002). The Contested Landscape of World Heritage on a Tourist Island: The Case of Garajonay National Park, La Gomera. *International Journal of Heritage Studies*, 8(2), 81-97.
- Bianchi, R., & Boniface, P. (2002). Editorial: the politics of World Heritage. *International Journal of Heritage Studies*, 8(2), 79-80.
- Bianchini, F. (1990). Cultural Policy and Urban Social Movements: The Response of the “New Left” in Rome (1976-85) and London (1981-86).
- Bond, N., Packer, J., & Ballantyne, R. (2015). Exploring visitor experiences, activities, and benefits at three religious tourism sites. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 471–481.
- Boniface, P. (2013). *Managing Quality Cultural Tourism*. London: Routledge.
- Boorstin, D. (1964). *The Image: a Guide to Pseudo-events in America*. New York: Harper and Row.

- Boz, M. (2018). Religious Heritage Tourism: The St. Paul Trail Project in Troas. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(3), 1-14.
- Breakey, N.m. (2012). Study in world heritage visitors: The case of the remote Riversleigh Fossil Site. *Visitor Studies*, 15(1), 82-97.
- Bremer, T. S. (2006). Sacred spaces and tourist places. In D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 25-35). London: Routledge.
- Brown, I. (2013). Tourism: A catalyst for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 40, 176-190.
- Bryce, D., Curran, R., O’Gorman, k., & Taheri, B. (2015). Visitors’ engagement and authenticity: Japanese heritage consumption. *Tourism Management*, 46, 571-581.
- Buggeln, G. (2012). Museum space and the experience of the sacred. *The Journal of Objects Art and Belief*, 8(1), 30-50.
- Bulatovic, I., Stranjancévic, A. (2019). Integrated Model of Religious Tourism In Underdeveloped Destinations. *Journal of the Geographical Institute*, 69(1), 53-66.
- Bywater, M. (1993). The Market for Cultural Tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst*, 6, 30-46.
- Campbell, C., Pitt, L. F., Parent, M., & Berthon, P. R. (2011). Understanding consumer conversations around ads in a Web 2.0 world. *Journal of Advertising*, 40(1), 87-102.
- Canale, R., Simone, E., Maio, A. & Parenti, B. (2019). UNESCO World Heritage sites and tourism attractiveness: The case of Italian provinces. *Land Use Policy*, 85, 114-120.
- Castéran, H., & Roederer, C. (2013). Does authenticity really affect behavior? The case of the Strasbourg Christmas Market. *Tourism Management*, 36, 153-163.
- Caton, K. and Santos, C.A. (2007). Heritage tourism on Route 66: deconstructing nostalgia, *Journal of Travel Research*, 45(4), 371-86.
- Cellini, R. (2011). Is UNESCO recognition effective in fostering tourism? A comment on Yang, Lin and Han. *Tourism Management*, 32(2), 452-454.
- Chhabra, D., Healy, R. and Sills, E. (2003) Staged authenticity and heritage tourism, *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.
- Chhabra, D. (2005). Defining authenticity and its determinants: Toward an authenticity flowmodel. *Journal of Travel Research*, 44, 64-73.

- Chien, P. M., & Ritchie, B. W. (2018). Understanding intergroup conflicts in tourism. *Annals of Tourism Research*, 72, 177–179.
- Cisneros-Martínez, J. D., & Fernández-Morales, A. (2015). Cultural tourism as tourist segment for reducing seasonality in a coastal area: the case study of Andalusia. *Current Issues in Tourism*, 18(8), 765–784
- Clements, C., J. Schultz, and D. Lime. (1993). Recreation, Tourism, and the Local Residents: Partnership or Co-existence? *Journal of Park and Recreation Administration*, 11, 78–91.
- Clifford, C. (2020). The water in Venice, Italy's canals is running clear amid the COVID-19 lockdown. CNBC. <https://www.cnbc.com/2020/03/18/photos-water-in-venice-italys-canals-clearamid-covid-19-lockdown.html>
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179–201.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, 371–386.
- Cohen, E. H. (2006). Religious tourism as an educational experience. In D. J. Timothy, & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 78–83). London: Routledge.
- Cojocariu, S. (2015). The development of cultural routes: a valuable asset for Romania. *Procedia Economics and Finance*, 32, 959–967.
- Cole, S. (2007). “Beyond Authenticity and Commodification.” *Annals of Tourism Research*, 34(4), 943–60.
- Collins-Kreiner, N. (2010). Researching pilgrimage continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456.
- Collins-Kreiner, N., & Klot, N. (2000). Pilgrimage tourism in the Holy Land: The behavioral characteristics of Christian pilgrims. *GeoJournal*, 50(1), 55–67.
- Conselho da Europa. (2016). Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation
- Conselho da Europa. (2015). Cultural Routes Management: from theory to practice.
- Conselho da Europa. (2015). Programa Conjunto com a Comissão Europeia - DG GROW. Disponível em <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/eu-jp-2015-17>
- Conselho da Europa. (2015). Programa conjunto com a União Europeia. Disponível em <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/eu-joint-programme>.

Cook, P.S. (2010). Constructions and experiences of authenticity in medical Tourism: The performances of places, spaces, practices, objects and bodies. *Tourist Studies*, 10(2), 135-153.

CUCCIA, T. and RIZZO, I. (2011). "Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily". *Tourism Management*, 32, 589-595.

Culler, J. (2007). Semiotics of tourism. *The American Journal of Semiotics*, 1(172), 127-140.

Datta, P., Bigham, G., Zou, Z., & Hill, G. (2015). A global study of heritage site ecology, proclivity & loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 25, 19-29.

Davie, G. (2006). 'Is Europe an exceptional case. *The Hedgehog Review*, 8, 23 -34.

De Sousa, D. (1993). Tourism and pilgrimage: Tourist as pilgrims? *Contours*, 6(2), 4-8.

Delamere and Hinch. (1994). Community Festivals: Celebration or Sellout? *Recreation Canada*, 52(1), 26-29

Di Lascio, F. M. L., Giannerini, S., Scorcu, A. E., & Candela, G. (2011). Cultural tourism and temporary art exhibitions in Italy: a panel data analysis. *Statistical Methods & Applications*, 20(4), 519-542

Dias, I. (2010). Turismo Cultural e Religioso no Distrito de Coimbra: Mosteiros e Conventos: Viagem entre o Sagrado e o Profano. Dissertação de Mestrado. Universidade de Coimbra.

Direção-Geral do Património Cultural. Património Cultural. Disponível em <http://patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-mundial/>.

Direção Regional de Cultura do Norte. Projetos cofinanciados- Operação Castelos a Norte. Disponível em <https://www.culturanorte.gov.pt/drcn/projetos-cofinanciados/operacao-castelos-a-norte/>

Direção Regional de Cultura do Norte. Projetos cofinanciados- Operação Mosteiros a Norte. Disponível em <https://www.culturanorte.gov.pt/drcn/projetos-cofinanciados/operacao-mosteiros-a-norte/>

Direção Regional de Cultura do Norte. Projetos cofinanciados- Operação Rota das Catedrais. Disponível em <https://www.culturanorte.gov.pt/drcn/projetos-cofinanciados/operacao-rota-das-catedrais/>

Direção Regional de Cultura do Norte. Projetos cofinanciados- Operação Vale do Varosa II. Disponível em <https://www.culturanorte.gov.pt/drcn/projetos-cofinanciados/operacao-vale-do-varosa-ii/>

- Engeset, M.G., & Elvekrok, I. (2015). Authentic concepts effects on tourist satisfaction. *Journal of Travel Research*, 54(4), 456-466.
- Ferreira, E., Santos, S. (2010). Roteiro Turístico pelas Igrejas Católicas do centro histórico de São Luís (MA). Anais do VI Seminário de pesquisa em Turismo do Mercosul Saberes e fazeres no turismo: Interfaces.
- Ferreira, L.; Aguiar, L.; Pinto, Jorge Ricardo. (2012). Turismo Cultural, Itinerários Turísticos e Impactos nos Destinos. *Revista de Cultura e Turismo*, 6(2), 1-18.
- Figueira, L. (2013). Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural.
- Fine, E., and J. Speer. (1997). Tour Guide Performances as Sight Sacralization. *Annals of Tourism Research*, 12, 73-95.
- Fletcher, R., Murray Mas, I., Blazquez-Salom, M., & Blanco-Romero, A. (2020). Tourism, degrowth, and the COVID-19 Crisis. *Political Ecology Network*.
- Frey, B. S., & Steiner, L. (2011). World Heritage List: does it make sense? *International Journal of Cultural Policy*, 17(5), 555-573
- Frey, B., & Meier, S. (2006). The economics of museums. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 1, 1017-1047.
- Frisvoll, S. (2013). Conceptualizing authentication of ruralness. *Annals of Tourism Research*, 43, 272-296.
- Fyall, A., & Garrod, B. (1998). Heritage tourism: at what price. *Managing Leisure*, 3, 213-228.
- Gatrell, J. D., & Collins-Kreiner, N. (2006). Negotiated space: Tourists, pilgrims and the Baha" terraced gardens in Haifa. *Geoforum*, 37, 765-778.
- Gladstone, David L. 2005. From Pilgrimage to Package Tour: travel and tourism in the Third World New York: Routledge.
- Gomez, J., Quijano, C. (1991). Rutas e Itinerarios Turísticos En España. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gossling, S., Scott, D., Hall, M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21.
- Graburn, Nelson H. H. (1977). Tourism: The sacred journey.
- Graham, B., Ashworth, G.J., & Tunbridge, J.E. (2000). A geography of heritage: Power, culture and economy. London: Hodder Arnold.

- Grefe, X. (1994) 'Is rural tourism a lever for economic and social development?' *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 22-40.
- Guccio, C., Lisi, D., Mignosa, A., & Rizzo, I. (2018). Does cultural heritage monetary value have an impact on visits? An assessment using official Italian data. *Tourism Economics*, 24(3), 297-318.
- Gunn, C. (1988). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Gunn, C.A. (1988) *Vacation scape: designing tourist regions*. Van Nostrand Reinhold, New York, 2nd edition.
- Gutic, J., Caie, E., & Clegg, A. (2010). In search of hetertopia? Motivations of visitors to an English cathedral. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 750-760.
- Hafele, E. (2013). "European Cultural Routes" A Practical Guide.
- Hall, C.M., & Piggin, R. (2003). World heritage sites: managing the brand. In A. Fyall B. Garrod & A. Leask (Eds.) *Managing visitor attractions: New direction* (pp. 203-219). Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Hannam, K. (2006). Contested Representations of War and Heritage at the Residency, Lucknow, India. *International Journal of Tourism Research*, 8, 199-212.
- Hardy, A. (2003). An investigation into the key factors necessary for the development of iconic touring routes. *Journal of Vacation Marketing*, 9(4), 314-330.
- Hargrove, C.M. (2002). Heritage Tourism. *Cultural Resource Management*, 25, 10-11.
- Harrison, Julia. (2003). *Being a Tourist: finding meaning in pleasure travel*. Vancouver: UBC Press.
- Henderson, J. C. (2014). Bidding for World Heritage: Singapore's Botanic Gardens. *Tourism Culture & Communication*, 14(2), 63-75
- Henderson, J.C. (2011). Religious Tourism and Its Management: The Haji in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 13, 541-552.
- Hervieu-Léger, D. (2000). *Religion as a chain of memory*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolikowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: Rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926-1944.

Hollinshead, K. (1998). Tourism and the restless peoples: a dialectical inspection of Bhabha's halfway populations. *Tourism, Culture and Communication*, 1(1), 49–77.

Horák, M., Kozumplíková, A., Somerlíková, K., Lorencová, H. & Lampartová, I. (2015). Religious Tourism in the South-Moravian and Zlín Regions: Proposal for three new pilgrimage routes. *European Countryside*, 3, 186-178.

<http://antt.dglab.gov.pt/pesquisar-na-torre-do-tombo/fundos-e-colecoes/instituicoes-monasticas-e-conventuais-i/>

[http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP\\_PagesUser/SIPA.aspx?id=5246](http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=5246)

<https://www.culturanorte.gov.pt/patrimonio/mosteiro-da-serra-do-pilar/>

Huang, C-H., Tsaur, J-R., & Yang, C-H. (2012). Does world heritage list really induce more tourists? Evidence from Macau. *Tourism Management*, 33(6), 1450-1457.

Hughes, G. (1995). Authenticity in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 781-803.

Hughes, K., Bond, N., & Ballantyne, R. (2013). Designing and managing interpretive experiences at religious sites: Visitors' perceptions of Canterbury Cathedral. *Tourism Management*, 36, 210 – 220.

Icomos Portugal International Council of Tourism. Disponível em <https://www.icomos.org/en>

Instituto Nacional de Estatística, (2019). Estatísticas do Turismo, 1-79.

Instituto Nacional de Estatística. (2019). Estatísticas do Turismo-2019.

Jang, S. S., Há, J., e Park, K. (2012). Effects of ethnic authenticity: Investigating Korean restaurante customers in the US. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 990-1003.

Jimura, T. (2007). The impact of World Heritage Site designation on local communities – a comparative study of Ogimachi (Japan) and Saltaire (UK) (Unpublished doctoral thesis). Nottingham Trent University, Nottingham.

Jimura, T. (2011). The impact of world heritage site designation on local communities- A case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, 32, 288-296.

Jimura, T. (2016). World Heritage site management: a case study of sacred sites and pilgrimage routes in the Kii mountain range, Japan. *Journal of Heritage Tourism*, 1-29.

Johnson, J., D. Snepenger, and S. Akis. (1994). Residents' Perceptions of Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 21, 629–642.

Johnson, P., & Thomas, B. (1998). The economics of museums. A research perspective. *Journal of Cultural Economics*, 22, 75-85.

Juan, J. (2015). Haciendo caminos en el patrimonio cultural. Una mirada transversal de las rutas e itinerários culturales transnacionales en España desde las convenciones y programas de la Unesco y el Consejo de Europa. Actas IX Jornadas de Historia y Patrimonio de la Provincia de Sevilla, 15-23.

Keogh, B. (1990). Public Participation in Community Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*, 17, 449-465.

Kim, H., & Jamal, T. (2007). Touristic quest for existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 181-201.

Kolar, T. & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 31(5), 652-664.

Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: the paradox of alterity in tourism areas. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22(3), 633-638.

Lau, R. W. K. (2010). "Revisiting Authenticity—A Social Realist Approach." *Annals of Tourism Research*, 37(2), 478-498.

Lee, T. H., & Hsu, F. Y. (2013). Examining how attending motivation and satisfaction affects the loyalty for attendees at aboriginal festivals. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 18-34.

Lourens, M. (2007). Route Tourism: a roadmap for a successful destinations and local economic development. *Development Southern Africa*, 24(3), 475-490.

Lupu, C., Brochado, A. & Stoleriu, O. (2018). Visitor experiences at UNESCO monasteries in Northeast Romania. *Journal of Heritage Tourism*, 1-18.

MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.

MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London: Macmillan.

MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley & Los Angeles, CA: University of California Press.

Machado, R., Rosas, L., Botelho, L., Resende, N. (2019). *Rota do Românico- Guia*. 2ª edição.

Maia, S., Batista, M. (2010). O Turismo e as Rotas Culturais- Proposta de Rotas Museológicas na Região de Aveiro. Universidade de Aveiro.

Majdoub, W. (2010). Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective. *Alma Tourism*, 2, 29-37.

Marcotte, P., Bourdeau, L. (2006). Tourist' knowledge of the UNESCO designation of World Heritage sites: the case of visitors to Quebec City. *Int. J. Arts Manag.* 8(2), 4-13.

Mathieson, A., and G. Wall. (1984). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman House.

Medina, L. (2003). Commoditizing culture: Tourism and Maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30, 353-368.

MEYER, D. (2004). Tourism routes and gateways: key issues for the development of tourism and gateways and their potential for Pro-Poor background paper, output of the ODI project: Propoor Tourism Pilots in Southern Africa.

Moscardo, G., & Pearce, P. (1999). Understanding ethnic tourists. *Annals of Tourism Research*, 26, 416-434.

Nagy, K. (2012). Heritage Tourism, Thematic Routes and Possibilities for Innovation. *Journal of Economic Literature*, 8, 46-53.

Naoi, T. (2004). Visitors' evaluation of a historical district: The role of authenticity and manipulation. *Tourism and Hospitality Research*, 5(1), 45-63.

Nguyen, T. H. H., & Cheung, C. (2014). The classification of heritage visitors: A case of Hue City, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35 -50.

Nurick, J. (2000). Heritage and Tourism, *Locum Destination Review*, 2, 35-38.

Olsen, H. (2006). Management issues for religious heritage attractions. *Tourism, religion and spiritual journeys*, 104-118.

Os Itinerários Culturais do Conselho da Europa. Disponível em <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/participacao-da-dgpc-em-organizacoes-internacionais/os-itinerarios-culturais-do-conselho-da-europa/>

Park, E., Choi, B., Lee, T. (2019). The role and dimensions of authenticity in heritage tourism. *Tourism Management*, 74, 99-109.

Pérez, X. (2009). "Turismo Cultural - Uma visão antropológica". PASOS, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Tenerife.

Polyzos, S., Samitas, A., Spyridou, A.Ef. (2020). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach, 1-14.

Poria Y, Butler R, Airey D. (2001). Clarifying heritage tourism. *Annals of Tourism Research* 28(4), 1047-1049

Poria Y, Butler R, Airey D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.

Poria, Y., Biran, A., & Reichel, A. (2009). Visitors' preferences for interpretation at heritage sites. *Journal of Travel Research*, 48(1), 92-105.

Poria, Y., Butler, R. and Airey, D. (2001) Tourism sub-groups: do they exist? *Tourism Today*, 1(1), 14-22.

Poria, Y., Reichel, A., & Cohen, R. (2013). Tourists perceptions of World Heritage Site and its designation. *Tourism Management*, 35, 272-274

Prentice, R. (1993). Tourism and heritage attractions. New York, NY: Routledge.

Programa de Itinerários Culturais do Conselho da Europa. Disponível em <https://www.coe.int/es/web/cultural-routes/about>

Programa Revive. Disponível em <https://revive.turismodeportugal.pt/pt-pt>

Queirós, A. (2010). O novo paradigma da economia do turismo. Corpus científico das actividades turísticas. *Journal of Tourism and Development*, 13/14(3), 1021-1022.

Quilici S. (2012). Cultural Routes: The Via Francigena Case Study. SIIV Roma MMXII- 5th International Congress.

Ram, Y., Bjork, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110-122.

Ramkissoon, H. (2015). Authenticity, satisfaction, and place attachment: A conceptual framework for cultural tourism in African Island economies. *Development Southern Africa*, 32(3), 292-302.

Richards, G. (1996). Production and consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261-283.

Richards, G. (1996, ed.,) Cultural Tourism in Europe. Wallingford: CAB International.

Richards, G. (2002). Tourism attractions systems exploring cultural behavior. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1048-1064.

Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

Rifai, T. (2014). Tourism: Promoting Our Common Heritage and Fostering Mutual Understanding. I. International Congress Religious Heritage and Tourism: Types, Trends and Challenges Elche, Spain, 26-28 November 2014.

Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67.

Rodríguez, M. (2019). Relationship between historic building information modeling and conventional valuation approaches for managing cultural heritage sites and its impact on tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 15(4), 381-397.

Romagosa, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. *Tourism Geographies: An international Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22(3), 690-694.

Rota do Românico. Disponível em <https://www.rotadoromanico.com/pt/rota/premios/>

Rubicondo, K. (Ed.). (2011). Impact of European Cultural Routes on SME'S innovation and competitiveness. Council of Europe Publishing.

Ryan, C. (1997). Maiori and tourism: A relationship of history, constitutions and rites. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(4), 257-278.

Ryan, C. (2003). Recreational tourism: Demand and impacts. Clevedon: Channel View Books.

Saipradist, A., & Staiff, R. (2008). Crossing the cultural divide: Western visitors and interpretation at Ayutthaya world heritage site, Thailand. *Journal of Heritage Tourism*, 2(3), 211-224.

Santa-Cruz, F., López-Guzmán, T. (2017). Culture, tourism and World Heritage Sites. *Tourism Management Perspectives*, 24, 111-116.

Santos, M. (2003). "Religious tourism: contributions towards a clarification of concepts". In: Fernandes, Carlos, Jonathan Edwards and Francis McGettigan (eds): Religious Tourism and Pilgrimage: ATLAS – special interest group 1st expert meeting. Tourism Board of Leiria/Fátima: Fátima, 27-42.

Shackley, M. & Welton, R. (2008). Religious tourism in the European Union: Resources and trends. New York: Nova Science Publishers.

- Shackley, M. (1998). Conclusions - visitor management at cultural World Heritage Sites. In M. Shackley (Ed.), *Visitor Management: Case studies from World Heritage Sites* (pp. 194-205). Oxford: Butterworth-Heinemann
- Sharpley, R., & Sundaram, P. (2005). Tourism: A sacred journey? The case of ashram tourism, India. *International Journal of Tourism Research*, 7(3), 161-171.
- Shepherd, R., Yu, L., & Huimin, G. (2012). Tourism, heritage, and sacred space: Wutai Shan, China. *Journal of Heritage Tourism*, 7(2), 145-161
- Smith, M. (2002). A Critical Evaluation of the Global Accolade: the significance of World Heritage Site status for Maritime Greenwich. *International Journal of Heritage Studies*, 8(2), 137-151.
- Smith, M., MacLeod, N., & Hart Robertson, M. (2010). *Key concepts in tourist studies*. London: Sage Publications.
- Smith, V.L. (1989). *Hosts and guests – The anthropology of tourism*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Smith, V.L. (1992). Introduction: The quest in guest. *Annals of Tourism Research*, 19, 1-17.
- Sousa, B., Pina, I., Andrade, M., Santos., M. (2006). Ordens Religiosas em Portugal. Das Origens a Trento-Guia histórico.
- Stausberg, M. (2011). *Religion and Tourism: Crossroads, destinations, and encounters*.
- Steiner, C.J., & Reisinger, Y. (2006). Understanding existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 299-318.
- Terzidou, M., Scarles, C., Saunders, M. (2018). The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions. *Annals of Tourism Research*, 70, 54-65.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage Tourism in the 21 st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London: Routledge
- Tunbridge J, Ashworth G. (1996). *Dissonant Heritage: The Management of the Past as a Resource in Conflict*. Wiley: Chichester.
- Turner, V., & Turner, E. (1978). *Image and pilgrimage in christian culture: Anthropological perspectives*. New York: Columbia University.

Tussyadiah, I. P., and J. Pesonen. (2015). "Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns." *Journal of Travel Research*, 32(4), 437–452.

UNESCO (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage.

Unesco. (2003). Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial. Disponível em [http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=17716&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

United Nations World Tourism Organization. (2019). International Tourism Highlights. UNWTO: Madrid.

UNWTO. (2020). International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020. <https://www.unwto.org/news/covid-19-internationaltourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.

Van Maanen, J., and Laurent, A. (1993). The Flow of Culture: Some Notes on Globalization and the Multinational Corporation. In *Organization Theory and the Multinational Corporation*, S. Ghohal and D. E. Westney, eds., pp. 275-312. London: St Martin's Press.

Vukonic, Boris. (1996). *Tourism and Religion*. Oxford, New York, Tokyo: Pergamon. -- 2002. "Religion, tourism and economics: a convenient symbiosis". *Tourism Recreation Research*, 27, 59–64

Waite, G. (2000). Consuming heritage: Perceived historical authenticity. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 835- 862.

Wall, G., & Black, H. (2004). Global Heritage and Local Problems: Some Examples from Indonesia. *Current Issues in Tourism*, 7(4-5), 436-439.

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.

Weaver, D. (1995). Alternative Tourism in Montserrat, *Tourism Management*, 8(16), 593–604.

Weidenfeld, A. (2006). Religious needs in the hospitality industry. *Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 143–159.

- Weikert, B., and D. Kertstetter. (1996). Resident's Attitudes Towards Tourism: An Applied Study in a Historic Community. Proceedings of the 1995 Northeastern Recreation Research Symposium, USFS Gen. Tech. Rept. NE-218. Radnor PA: USFS
- Williams, R. (1983). Keywords. London: Fontana.
- Williams, S. (1998). Tourism geography. London: Routledge.
- Withey, Lynne. 1997. Grand Tours and Cook's Tours: a history of leisure travel, 1750 to 1915. New York: William Morrow.
- World Tourism Organization. (2015). Affiliate Members Global Reports, Volume twelve – Cultural Routes and Itineraries, UNWTO, Madrid.
- Wright, J. K. (2008). The Christian travel planner. Nashville, TN: Thomas Nelson.
- Xie, P.F. (2011). Authenticating ethnic tourism. Bristol: Channel View Publications.
- Xie, P.F., & Wall, G. (2002). Visitors' perceptions of authenticity at cultural attraction in Hainan, China. *International Journal of Tourism Research*, 4(5), 353-366.
- Yan, C., Morrison, A.M., (2008). The influence of visitors' awareness of world heritage listings: a case study of Huangshan, Xidi and Hongcun in Southern Anhui. China. *J. Heritage Tour*, 2(3), 184-195.
- Ye, S., Xiao, H., Zhou, L. (2018). Commodification and perceived authenticity in commercial homes. *Annals of Tourism Research*, 71, 39-53.
- Yi, X., Fu, X., Yu, L., Jiang, L. (2018). Authenticity and loyalty at heritage sites: The moderation effect of postmodern authenticity. *Tourism Management*, 67, 411-424.
- Yi, X., Lin, V., Jin, W., Luo, Q. (2017). The authenticity of Heritage Sites, Tourists' Quest for Existential Authenticity, and Destination Loyalty. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1032-1048.
- Zenker, S.; Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic- A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 1-4.
- Zeppal, H., and C. Hall. (1991). Selling Art and History: Cultural Heritage and Tourism. *Tourism Studies*, 2, 47-55.
- Zeppel, H. (2002). Cultural Tourism at the Cowichan Native Village, British Columbia. *Journal of Travel Research*, 41(1), 92-100.
- Zhou, Q., Zhang, J., Zhang, H., Ma, J. (2015). A structural model of host authenticity. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1495-1513.

Zhou, Q., Zhang, J., & Edelheim, J. (2013). Rethinking traditional Chinese culture: A consumer-based model regarding the authenticity of Chinese calligraphic landscape. *Tourism Management*, 36, 99-112.

Zhou, Q., Zhang, J., Zhang, H., Li., X. (2018). Is all authenticity accepted by tourists and residents? The concept, dimensions and formation mechanism of negative authenticity. *Tourism Management*, 67, 59-70.

Fontes manuscritas

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1458714>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1458714>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1458319>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1458146>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1458715>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1459299>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1459306>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=4380804>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1459356>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1458715>

Arquivo Nacional da Torre do Tombo. Disponível em <https://digitarq.arquivos.pt/details?id=1461637>  
[http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP\\_PagesUser/SIPA.aspx?id=1053](http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=1053)

[http://www.monumentos.gov.pt/site/app\\_pagesuser/sipa.aspx?id=6974](http://www.monumentos.gov.pt/site/app_pagesuser/sipa.aspx?id=6974)

[https://www.e-cultura.pt/patrimonio\\_item/2346](https://www.e-cultura.pt/patrimonio_item/2346)





### Guião da Entrevista

1. Considera que a atribuição da designação de património mundial confere aos destinos a entrada de um maior número de turistas?
2. Considera que as entidades públicas e governamentais estão a aproveitar o potencial do património histórico e cultural das cidades como forma de dinamização do setor turístico em Portugal?
3. O turismo tem vindo a aumentar devido ao aumento do turismo religioso ou em virtude de outros segmentos do turismo?
4. O crescimento do setor do turismo religioso está ligado exclusivamente a motivações religiosas ou a outros fatores?
5. Quais são as principais motivações que levam os indivíduos a viajar (religiosas, culturais, lazer, negócios, pressão social, atrações culturais, desenvolvimento pessoal, educacional e cultural, conhecimento da cultura e religião de outras nações)?
6. Considera haver um aumento do turismo religioso por ocasião da celebração de eventos de cariz religioso ou peregrinações?
7. Julga que os destinos mais visitados em Portugal estão ligados ao seu património histórico-cultural ou à esfera religiosa?
8. As atrações culturais de um destino são o motivo principal para a eleição do mesmo?
9. De que forma o planeamento de atividades poderia levar à dinamização do turismo em Portugal, nomeadamente em torno do património associado aos conventos e mosteiros?
10. Acredita que com a criação de um itinerário turístico os turistas ficariam a conhecer melhor o património histórico e cultural de Portugal?
11. De que forma é que a elaboração da rota dos conventos ou mosteiros poderia fomentar o turismo religioso em Portugal?

12. A ocorrência de peregrinações origina transformações no setor político, hoteleiro, económico, social e cultural em Portugal?
13. Quais as vantagens que o ramo do turismo poderia obter através da criação da rota dos conventos ou mosteiros?
14. Julga que a criação de um itinerário turístico e religioso poderia incrementar outros setores, como o hoteleiro e de restauração?
15. Tem conhecimento de quais os conventos e mosteiros que existem no Norte de Portugal e permanecem em atividade? Há documentação associada ao património edificado desses conventos?
16. Considera que existe uma política nacional de preservação dos edifícios associados aos conventos e mosteiros?
17. Considera que a preservação dos conventos e mosteiros contribui para a autenticidade do destino?
18. De que forma encara a conversão de conventos e mosteiros ou outros resquícios históricos em recursos turísticos?