

TURISMO CULTURAL E INTERPRETAÇÃO - UMA ESTRATÉGIA PARA DINAMIZAÇÃO DOS PATRIMÓNIOS

Rosa Cláudia Vieira Gomes, Arqueóloga, Ágora Propostas Culturais

RESUMO

Os legados culturais já começam a ser entendidos como bens de inequívoco valor que importa dinamizar, conferindo-lhe novos usos distintos dos originais. Habilmente reconvertidos são um eficaz instrumento de desenvolvimento territorial, para além de serem elementos potenciadores de qualidade de vida, uma vez que trazem a reabilitação de espaços e a consequente oferta de novos de serviços, sempre inspirados na identidade de cada lugar. Mas para que o património cumpra esta multiplicidade funções, existem várias estratégias e metodologias que o podem afeiçoar, dando-lhe nalguns casos um tratamento interpretativo. Esta estratégia requer um estudo minucioso das especificidades de cada lugar para catalizar a sua essência para depois a revelar ao público em geral. Recorrendo às técnicas da Interpretação, permite-se usufruir desses bens de modo prazenteiro, ao ponto de os transformar num factor potenciador do turismo cultural e do consequente desenvolvimento local.

PATRIMÓNIO CULTURAL E O DESENVOLVIMENTO LOCAL – UMA ESTRATÉGIA RENTÁVEL

Nas sociedades actuais, industrializadas, a grande mobilidade geográfica imposta, rompeu com o enraizamento vigente, o que veio aumentar a necessidade de pertença e identificação cultural.

Isto vai conduzir à valorização dos elementos patrimoniais por parte das populações, que inconscientemente atribuem uma hierarquia de valor aos seus legados histórico culturais, fruto do grau identitário e vivências singulares que lhe são associadas, para além de começar a ser entendido como factor de rentabilidade económica.

Neste contexto o passado é em função das circunstâncias e necessidades do presente, resgatado, interpretado, recriado, inventado e processado através da mitologia, das ideologias, dos nacionalismos, do romantismo, do orgulho local e, mais recentemente do marketing (Hobsbawm e Ranger, 1983; Lowenthal, 1998; Schouten, 1995; citados por Anico, 2005).

Na opinião de Anico (2005), perante as tendências de homogeneização da globalização, assiste-se cada vez mais por parte dos agentes locais e poderes instituídos, a um resgate do passado, (re)construído pelo presente mediante a patrimonialização dos elementos culturais. Procura-se preservar a “autenticidade” de rituais, festas, tradições e demais referentes culturais que, mediante um processo de valorização e activação, se transformam em recursos turístico-patrimoniais, para que captem fluxos turísticos e originem consequentemente o desenvolvimento local.

É imperioso que os projectos de valorização do património, contemplem estudos de viabilidade económica para que património, turismo e desenvolvimento, se associem tendo em conta que sem a manutenção e dinamização dos bens patrimoniais activados, não acontecerá o tão proclamado desenvolvimento.

Um dos erros mais comuns nos projecto turístico-patrimoniais, é a sobrevalorização do património em si mesmo, como se ele preenchesse todas as necessidades dos turistas por si só, ou assegurasse o desenvolvimento local apenas pela sua existência. Se não se desenvolverem estratégias para a criação de um produto turístico integrado, com actividades complementares e a serviços de apoio acompanhadas de uma boa investigação dos legados patrimoniais, dificilmente irão reproduzir um aumento da procura turística.

Existe um conjunto de factores que desenham um território e determinam o seu desenvolvimento. Os índices que tradicionalmente quantificavam o grau de crescimento de uma região, consideravam sobretudo a força do seu parque industrial. Agora são apreciados outros factores, como os recursos humanos de que dispõe e a forma como são geridos os recursos físicos, ou cuidadas as riquezas culturais e patrimoniais.

Os territórios mais afastados dos grandes centros urbanos, localizados em meios rurais, menos industrializados e humanizados, com os seus agro-negócios, produções artesanais ou actividades extractivas primárias, contêm espaços e mais valias muito próprias, que ao serem habilidosamente reconvertidos, podem muito bem ser um factor de competitividade, quando dinamizadas e submetidas a

um modelo de gestão participativo, que inclua e responsabilize os vários agentes locais nos projectos de valorização e gestão territorial.

A revalorização do território e da territorialidade a partir dessas diferenças e especificidades sócio-culturais, aumenta a necessidade de criar produtos e serviços que destaquem esse território afirmando-o como um espaço geográfico único, moldado por uma dinâmica própria.

Uma vez que estes produtos turístico-culturais, são cada vez mais procurados e conceituados nos novos mercados pelos novos padrões de consumo, constituem uma força motriz que impulsiona o desenvolvimento sustentável do meio, ao exigir projectos que obedeçam quer à qualidade tangível (higiene, qualidade dos produtos...), quer à qualidade simbólica, fundamentada nos valores culturais, tradições e histórias, onde bens e serviços são produzidos/oferecidos.

Regido por três princípios básicos (Artigo 2 do Tratado de Maastricht), equilíbrio e coesão social, sustentabilidade ambiental e competitividade, o desenvolvimento territorial deve assim, obedecer a uma gestão integral desses recursos para que possa criar condições que lhe permitam reforçar o seu valor e satisfazer a procura.

Tal como um objecto de arte, o valor de um legado cultural ultrapassa o seu significado histórico, quando não é dotado ao desleixo e à destruição, já que património só é apreciado se estiver bem preservado.

Ao acarretar a regeneração e reabilitação física do espaço degradado onde se encontra, faz com que essa reabilitação possa converter-se num elemento gerador de qualidade de vida.

Adaptando-o a novas funções, distintas das originais, transforma o legado patrimonial numa resposta às várias necessidades quer dos residentes permanentes, ao criar postos de trabalho evitando o despovoamento, quer correspondendo aos interesses necessidades da procura turística, ao apresentar serviços de valor que conciliam qualidade e conservação do património.

De quase nada importa que se salve o espólio, reconstitua cientificamente o local, invista no arranjo paisagístico das estruturas visitáveis, que se construam observatórios ou centros de acolhimento, se a injeção de capital para a construção destas infra-estruturas não trouxer benefícios para as populações locais nem vier dinamizar o turismo e vida

cultural da região. É do interesse geral que sejam bem geridos e promovidos.

Porém, em caso algum, a importância económica e social, deve ser secundarizada em relação às suas componentes (in)formativa, cultural, científica. Devem acontecer em simultâneo e em concordância, uma vez que sem conhecimento não é possível que o património nos fale, mas sem divulgação é impossível que alguém o escute e sem as populações locais é difícil que impulse o desenvolvimento local.

TURISMO CULTURAL

Segundo Maria Alcina Quintela (2005), citando Fernandez e Haulot (1977), a palavra *tour*, poderá ser de origem hebraica, cujo significado será "viagem de descoberta". A palavra surge pela primeira vez no Livro dos Números (Cap.12, vers.17), na passagem em que Moisés envia um grupo de representantes a Canaã para obter informações sobre aquele lugar.

A mesma autora refere que por sua vez a actividade turística, foi criada pelos ingleses, autores da revolução industrial, como alternativa à vida urbana, uma vez que já por volta de 1850, aproximadamente 85% da população já vivia em cidades. Para esta população urbana, fazer turismo, significava já uma saída para o campo ou praia, como forma de escapar ao ambiente citadino.

Mais que uma deslocação geográfica e a quebra nas rotinas do quotidiano, o turismo é descoberta, intercâmbio de saberes, culturas, que tem acompanhado a própria evolução económica e social. Foi o impulso dado pela indústria naval e dos meios de transporte que possibilitou, desde finais do século XIX, que as classes sociais mais endinheiradas se aventurassem a cruzar os mares à descoberta de outros lugares e novas gentes.

Nas primeiras décadas do século XX, a aprovação das primeiras férias remuneradas veio democratizar e aumentar progressivamente o número de viajantes temporários a "cultivar-se". Do latim *colere*, que significa "cultivar" o turismo cultural pode muito bem ser a viagem que nos leva à descoberta dos outros, nos seus lugares, com vivências, hábitos e legados característicos. Se um produto patrimonial (seja ele natural ou cultural ICOMOS 1999), for culturalmente representativo e ao mesmo tempo possuir verosimilhança histórica, bem promovido e gerido ele gera riqueza.

INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÓNIO

Os projectos turísticos em espaços rurais menos desenvolvidos, não devem descartar as actividades autóctones e as características culturais, pelo contrário, devem estimulá-los e fortificá-los, já que é pelo diferente do urbano, que o rural se torna atractivo. Por isso mesmo devem merecer uma promoção integral, privilegiando o contexto em si, sem isolar um monumento ou sitio em particular. É na primazia pelo conjunto que se deve afirmar a oferta patrimonial e sustentar um projecto de valorização.

Os projectos de interpretação, para além de serem uma eficaz ferramenta na valorização do território, alimentem e ampliam a procura turística da região onde se inserem. Quando são bem desenvolvidos, constituem uma oferta extra no turismo local, que traz consigo a revitalização económica da região, com a entrada em funcionamento dos serviços e actividades que a interpretação comporta.

Cada lugar ou coisa interpretada requer um estudo minucioso do seu contexto para catalisar a sua essência de tal modo que seja capaz de recriar a história do sitio e transportar o visitante numa viagem no tempo estimulante e inesquecível.

A tradução e explicação das coisas e dos lugares, apoia-se em estratégias que permitem usufruir desses espaços de modo prazenteiro, percorrendo caminhos, recriando ofícios, segundo pistas que encaminham o visitante á assimilação da especificidade daqueles espaços, sítios ou coisas, mais ou menos trabalhado pelo homem num tempo mais ou menos remoto.

Porém para que o património cumpra a sua utilidade imaterial mais evidente, a de proporcionar conhecimento, importa que seja “trabalhado” isto é, requer necessariamente um tratamento interpretativo.

Definição

Muitas são as definições e autores a descrever os objectivos e estratégias da interpretação. Martín (2004), aponta a origem do termo no século XIX nos Estados Unidos, com a criação dos Parques Nacionais, passando pelo primeiro congresso mundial de interpretação em Banff (1985), onde se afirma que “A interpretação é o processo de desenvolvimento do interesse, o desfrute e a compreensão do visitante por uma área, mediante a explicação das suas características e as suas inter-relações”.

Intrinsecamente associada à difusão e explicação do património, ela é descrita na sua primeira definição

académica, por Freeman Tilden (1957), citado por Martín (2004), como sendo “uma actividade educativa que pretende revelar significados e inter-relações através do uso de objectos originais, por contacto directo com o recurso ou por meios ilustrados, não se limitando a dar uma mera informação dos factos.”

Estes trabalhos de interpretação em torno do património, exigem uma sucessão de actividades que passam pela identificação, investigação e recuperação/valorização do registo, prossegue com a sua dinamização e divulgação, por intermédio de uma comunicação atractiva, com informação breve reveladora de significados de modo a estimular o apreço nos visitantes pelo seu património natural e histórico.

A mensagem transmitida para facilitar a leitura do lugar deve ser equilibrada, estruturada por vários níveis de informação, concisa, possuir rigor científico e apresentar uma boa qualidade gráfica na exposição desses conteúdos.

Deve ser adequada e diferenciada para todas as faixas etárias e estimular a participação activa do visitante no conhecimento do lugar, apelando aos vários sentidos, e respondendo às expectativas diferenciada dos vários públicos que o visitam sejam elas crianças, adolescentes ou adultos.

A mensagem deve ter uma utilização regrada de termos técnicos e não se demorar em muitas descrições científicas para não desmotivar a leitura dos painéis e brochuras informativas, ainda que se deva ter em conta que uma mensagem demasiado simples também aborrece o visitante.

Deve imperar uma adequação dos meios e programas ao contexto para realçar os valores próprios do lugar, com a as características dos bens interpretados a assumir o seu protagonismo desde as primeiras etapas do projecto de interpretação do património, ainda que sem destacar factos isolados ou sobre-interpretar os recursos.

No entanto colocar o objecto como catalisador de todas as atenções pode provocar demasiada curiosidade nos visitantes pondo em risco a sua integridade. O ideal é evitar - muito particularmente no caso dos parques naturais - o convite exacerbado ao manuseio, ou ao cheiro dos objectos, para evitar o desbaste da vegetação ou degradação do meio.

Nesta comunicação com o publico, a mensagem deve ter impacto e ser capaz de despertar consciências e estimular o desejo de contribuir para a conservação e protecção do património.

Recorrendo ao entretenimento e em simultâneo a pesquisas rigorosas, faz com que o visitante adquira uma noção singular do local e saia enriquecido ao reviver o passado de modo prazenteiro.

Um programa interpretativo deve ainda contar com o apoio político, financeiro, administrativo e voluntariado para que os projectos prosperem.

BIBLIOGRAFIA

Anico, M. 2005. *Património, turismo e políticas culturais autárquicas. Conflitualidade ou convergência e interesses?* Universidade Técnica de Lisboa.
Disponível em <http://www.naya.org.ar>

Braga, C.; Morelli, G.; Lages, V. N. 2004. *Territórios em Movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva.* São Paulo, SEBRAE.

Martín, Marcelo, 2004. *Património y Sociedad Interpretación y otras cuestiones en la planificación turística de las ciudades monumentales.* Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Boletín GC: nº8: Interpretación del patrimonio Cultural, junio de 2004.

Morales Miranda J. F. 1998. *Guía para la interpretación del patrimonio. El arte de acercar El legado natural y cultural al público visitante.* Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

Quintela, Maria A. 2005. *Museus, cultura popular e turismo cultural na cidade do Rio de Janeiro: algumas reflexões,* in *Perspectivas del turismo cultural II* .
Disponível em <http://www.naya.org.ar/turismo>.

Rosa Cláudia Vieira Gomes, nasceu em Braga, Portugal, em 18 de Janeiro de 1976. Licenciou-se em História, Variante de Arqueologia pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra em 2000, tendo realizado uma pós-graduação em Gestão de Projectos de Turismo Cultural pela Universidade de Barcelona em 2005. Desde 2000 que desenvolve ininterruptamente a sua actividade profissional como arqueóloga, tendo identificado mais de 40 sítios arqueológicos inéditos, quer sob a sua responsabilidade científica, quer como co-coordenadora científica. Actualmente é sócia-gerente da empresa Ágora Propostas Culturais, empresa especializada em património, turismo cultural e formação.