

Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)

INTRODUÇÃO

A literatura e o discurso político versam, frequentemente, a questão da (eventual?) relação entre o turismo e a cultura. Para alguns, a ligação parece mais ou menos óbvia e na sua defesa são apresentados diversos argumentos que dissertam sobre as vantagens do estabelecimento de relações de trabalho mais próximas entre as duas áreas. Muitos dos defensores desta tese alegam, inclusive, o facto de em diversos países ambos os sectores se encontrarem associados a nível ministerial. Contudo, e em sentido contrário, existem aqueles para quem esta relação é problemática, tanto mais que do turismo, argumentam, se esperam benefícios económicos que, muitas vezes, são incompatíveis com as políticas que se estabelecem para as áreas da cultura e do património.

A argumentação pró e contra uma maior relação entre turismo e cultura encontra-se, com frequência, inquinada, na medida em que não são estabelecidos o objecto e objectivos da discussão, muito menos é apresentada evidência empírica que sustente as teses que se confrontam na área. Assim, aquilo que habitualmente acontece é que o tipo de discussões (enviesadas) que se estabelecem não permite discutir com rigor as problemáticas em causa. Nesse sentido, as ilações que se apresentam carecem muitas vezes de base de sustentação.

Não procurando reduzir uma matéria tão complexa como esta a uma discussão bipolar sobre se ambas as áreas são compatíveis ou não entre si,

* Universidade de Aveiro.

o presente artigo procura discutir se existem, de facto, fundamentos, conceptuais, históricos e orgânicos para que tal possa ser considerado. Tendo por base o caso de Portugal, o artigo visa, igualmente, avaliar até que ponto esta relação tem sido concretizada no nosso país em termos de políticas de intervenção e de projectos de financiamento

Deve ser realçado o facto de que o objectivo central deste artigo é o de introduzir uma discussão cujo vector de análise parte da avaliação sobre a forma como o sector do turismo tem vindo a incorporar a cultura nas suas abordagens, políticas e práticas. A discussão inversa, relativa à da relação da cultura com o sector do turismo, conduziria a abordagens e suscitaria uma validação empírica que não cabem no âmbito desta discussão.

A RELAÇÃO ENTRE TURISMO E CULTURA

O TURISMO COMO FENÓMENO CIVILIZACIONAL

A história do sector do turismo encontra-se associada à própria história da humanidade. A génese do turismo permeia-se, e confunde-se, nos mais diversos meandros da história das civilizações, desde as mais remotas da Grécia antiga (com a construção de equipamentos de lazer, recreio e desporto, tais como circos, teatros e anfiteatros) ao período da romanização (saunas, corridas, arenas, espectáculos, etc.). A oferta de equipamentos e infra-estruturas da área do lazer e do recreio é observável noutros locais e momentos temporais ainda mais remotos, tais como no Crescente Fértil e antiga Babilónia (e. g., jardins suspensos e «jardins zoológicos») e na civilização dos mayas (exemplo, Tikal).

Em termos internacionais, a «história contemporânea» do turismo encontra-se, contudo, associada e consolidada em torno de um conjunto de três realidades que emergiram entre os séculos XVIII e XX: (i) a realização do *grand tour*, como uma das condições de formação de *gentlemen* e a sua admissão nas Cortes (século XVIII); (ii) a criação do primeiro pacote turístico (*package*), inventado por Thomas Cook no século XIX (concretizado em 5 de Julho de 1841 com a realização da primeira viagem comercial de comboio para um grupo de 570 pessoas e que teve lugar entre Leicester e Loughborough); (iii) o fenómeno do turismo de massas, que teve a sua origem na década de 50 e grande desenvolvimento entre as décadas de 60-70 e que derivou do desenvolvimento da aviação comercial e da criação de operações *charter*. Estas operações rapidamente despoletaram uma florescente «indústria» do turismo, suportada em grandes operadores turísticos (grossistas), ramificada em cadeias de agências de viagens (retalhistas), e em pólos de alojamento comercial a nível de áreas-destino. Esta situação deu origem ao surgimento de importantes «pólos» e «destinos turísticos», locali-

zados ao longo de diversas áreas de turismo de massas da bacia do Mediterrâneo e nalgumas ilhas das Caraíbas (Pearce, 1989).

Em Portugal, a história do turismo compreende três fases distintas de evolução. Numa primeira fase, mais remota, logo a partir do início do século XIII, existia aquilo que podemos designar de «livre direito de viajar», resultante da obrigatoriedade decretada pelos reis para que o povo, e quem tivesse condições para tal, albergasse e alimentasse, a título gratuito, o rei e seu séquito, os grandes senhores, o exército, os presos e outros viajantes que se deslocassem pelo país (IFT, 2000). Segundo a mesma obra, tal situação só veio a ser alterada a partir dos séculos XIV e XV, com a «institucionalização» das hospedarias e com a «concessão» de direitos aos estalajadeiros que os protegessem e lhes permitissem obter benefícios com esta actividade. Numa segunda fase, correspondente ao início do século XX, dá-se um período de rápido crescimento e euforia no sector, com a criação das primeiras organizações governamentais: a nível nacional, com o lançamento da Sociedade de Propaganda de Portugal e da Repartição do Turismo, e a nível local, com a criação das comissões de iniciativa (Pina, 1988). É, contudo, depois da longa fase de letargia do sector introduzido pelo Estado Novo, e com o rápido crescimento do turismo de massas a nível internacional, que o sector do turismo nacional se vê catapultado para a ribalta dos maiores destinos mundiais, através do incremento de fluxos de massas para o Algarve, decorrente da construção do aeroporto de Faro em 1965.

Na origem de todas estas formas, nacionais e internacionais, de turismo, os elementos civilizacional e cultural encontram-se fortemente presentes e, mais do que isso, constituem-se como o, ou um dos principais, elemento de motivação para que as pessoas se desloquem para outros locais e, assim, para que exista turismo. No caso do *grand tour*, o factor de motivação da deslocação encontrava-se relacionado com a necessidade do desenvolvimento de contactos com outros povos, civilizações e culturas para que, deste modo, o *gentleman* pudesse ser admitido nas Cortes. No caso dos pacotes turísticos criados por Thomas Cook, a ideia central encontrava-se associada à necessidade de se aliviar o *stress* criado pelos modos de vida industrializados e de colocar as pessoas em ambientes rurais, onde se pretendia explorar as formas de vida originárias da sociedade britânica a nível das áreas que lhe deram origem: o *countryside* inglês. De igual forma, as viagens realizadas em Portugal, e relatadas por diversos autores, também possuíam, na sua base, um forte elemento cultural e civilizacional: tratava-se, maioritariamente, de deslocações efectuadas por elementos da corte, da aristocracia e, de uma maneira geral, das elites de então com objectivos de auto-recreação e de formação educacional e intelectual.

Mesmo a nível da fase do turismo de massas, que acontece após os anos 50, os propósitos das deslocações eram em tudo semelhantes. Aproveitando-

-se a vantagem de se procurarem locais climaticamente mais agradáveis, os povos do Norte e Centro da Europa passaram a deslocar-se para aqueles que vieram a consagrar-se como os destinos privilegiados do turismo de massas: o Mediterrâneo e as Caraíbas. Uma vez mais, a necessidade de encontro e contacto com outras civilizações, povos e estilos de vida esteve na origem da deslocação para estes destinos de, principalmente, ingleses, alemães, franceses e holandeses. Um dos primeiros trabalhos científicos a serem publicados nesta área do conhecimento e que melhor demonstram estas «novas» realidades surgidas a partir da década de 50 é, indubitavelmente, o artigo escrito pelo «clássico» Christaller (1963). A obra publicada por De Kadt (1979) constitui, igualmente, uma referência obrigatória neste domínio, dado aí se discutirem, com uma extensão e qualidade notáveis, as complicadas interacções e contactos sociais e civilizacionais criados pelo, de então, «novo» fenómeno do turismo.

De uma forma idêntica, nas formas de «turismo» da antiguidade o elemento cultural e civilizacional encontra-se bem vincado. Na antiga Babilónia e Crescente Fértil, o grande factor de motivação da deslocação das pessoas prendia-se com o contacto com equipamentos urbanos (imponentes) então construídos. Na Grécia antiga, um dos factores principais para a deslocação de pessoas estava associado à necessidade de interacção em áreas onde se tornasse possível a contemplação, introspecção e desenvolvimento intelectual. Neste padrão de grandes exemplos, apenas no caso da Roma antiga se podem encontrar algumas variações, embora não muito distantes destes factores de motivação culturais e civilizacionais. De facto, os romanos possuíam um espírito pragmático, utilitário e, pode mesmo dizer-se, materialista da vida. Assim, a criação de equipamentos e infra-estruturas de lazer possuía, igual ou ainda mais vincadamente, o objectivo de se melhorar a *performance* física dos seus habitantes para que estes pudessem estar melhor preparados para as guerras e para o trabalho e poderem contribuir de uma forma mais efectiva para a expansão do império (Torkildsen, 1992).

DEFINIÇÕES DE TURISMO PELO «LADO DA PROCURA»

A presença de uma vertente vincada e maioritariamente sócio-cultural no turismo encontra-se igualmente testemunhada na forma como este fenómeno se encontra definido. Registe-se que até ao final do segundo quartel do século XX o turismo foi sempre e exclusivamente definido pelo lado da «procura». Aliás, as definições avançadas por aqueles que se encontram entre os académicos mais reputados desta área do conhecimento assim o documentam.

Mathieson e Wall (1982) definem turismo como sendo o movimento de pessoas para fora das suas áreas habituais de residência habitual por períodos não inferiores a vinte e quatro horas, bem como os impactos que essas mesmas pessoas geram a nível das áreas-destino, com particular destaque

para os impactos a nível da cultura, do património e da sociedade. Murphy (1985) define turismo de uma forma semelhante, referindo que o cerne do estudo e da questão do turismo está na relação, e no impacto que se estabelece, entre os modelos sociais e civilizacionais dos turistas e das comunidades hospedeiras, e daí o autor intitular o seu livro *Tourism: a Community Approach*. Leiper (1990, 1979) define a actividade do turismo como envolvendo três sistemas, sendo que dois destes, as áreas geradoras de turismo e as regiões em trânsito, existem exclusivamente para servirem de suporte àquilo que é o propósito do fenómeno: as «regiões-destino». Segundo este autor, a grande questão do turismo centra-se no estudo deste sistema receptor, onde pontificam os factores de indução do turismo, a saber, os subsistemas sociais, culturais, patrimoniais, ambientais e políticos.

Muitas outras definições de turismo poderiam ainda ser aqui enunciadas, produzidas por amplamente citados, e reconhecidos, académicos e cientistas da área (Cooper *et al.*, 1998; Middleton, 1988; McIntosh e Goeldner, 1986; MacCannell, 1976). Contudo, em todas estas definições seria facilmente demonstrado que a definição de turismo encerra, invariavelmente, o estudo do movimento de pessoas para fora das suas áreas habituais de residência e por períodos superiores a vinte e quatro horas, sendo que esta movimentação acontece tendo por base um conjunto de motivações centrais e que as mais importantes e significativas são as que dizem respeito a factores sociais, culturais, patrimoniais, ambientais e económicos. Aliás, é tendo por base esta constatação que alguns autores reconhecidos na área argumentam que o estudo do turismo encerra, invariavelmente, o estudo dos seus impactos a nível da cultura/património, ambiente e economia (Mathieson e Wall, 1982).

DEFINIÇÕES DE TURISMO PELO «LADO DA OFERTA»

Apesar da predominância das abordagens pelo «lado da procura», existe actualmente uma forte tendência, introduzida pela Organização Mundial do Turismo (OMT), no sentido de que o turismo passe a ser perspectivado pelo «lado da oferta». Estes novos desenvolvimentos têm por objectivo fazer com que seja conhecido qual o valor e peso reais do turismo em termos de actividade económica. De facto, apesar da reconhecida importância atribuída pelos governos dos países a este sector, aquilo que se regista é que esta é mais em termos de retórica, uma vez que o sector continua a ser considerado um «parente pobre», quando comparado com outros sectores da actividade económica. A relativamente fraca posição ministerial do turismo, bem como os orçamentos atribuídos às organizações do sector, incomensuravelmente inferiores aos dos outros sectores da economia, são prova clara disso.

A origem das definições de turismo pelo «lado da oferta» foi inicialmente desenvolvida por um grupo de canadianos e ainda hoje é ao nível deste país

que o conhecimento nesta área se encontra mais desenvolvido. Smith (1989) foi o primeiro académico a apresentar uma definição de turismo pelo «lado da oferta». Segundo este autor, apesar de ser indubitável que o turismo encerra na sua génese a movimentação de pessoas e, como tal, possui uma forte vertente social, este deve ser perspectivado como um agregado de actividades de negócios que directa ou indirectamente fornecem bens ou serviços que suportam as actividades de lazer e recreio realizadas pelas pessoas fora dos seus locais de residência habitual. Na sua definição, Smith elenca aquelas que integram o núcleo central da actividade do turismo: bens e serviços fornecidos na sua quase totalidade para os turistas, por exemplo, linhas aéreas, hotéis, alguns restaurantes, operadores turísticos, agências de viagens, etc. A estas devem acrescer-se as actividades que podem ser consideradas como estando localizadas na «periferia de suporte» do sector: bens e serviços fornecidos para a actividade do turismo e para as actividades não turísticas, por exemplo, actividades utilizadas pelos turistas e pelas comunidades locais, tais como certos restaurantes, táxis, supermercados, etc.

As vantagens (práticas) decorrentes da definição de turismo pelo «lado da oferta» fizeram com que a OMT considere que esta é uma das melhores formas de se delimitar, quantificar e focalizar o objecto, objectivos e inter-relações que acontecem no sistema, social e económico, do turismo. Assim sendo, estas metodologias têm vindo a ser alvo de uma forte atenção por parte de académicos e investigadores da área. A nível governamental há também a registar o facto de vários países se encontrarem a criar as suas contas satélite para o turismo (CST). Esta linha de orientação, e de convergência, tem vindo a ter um grau de aceitação tão grande que novos desenvolvimentos têm sido registados nesta área, com a criação de um grupo de trabalho na OMT para proceder à implementação das CST numa base regional. A dinâmica nesta área é já tão grande que as reflexões e guias metodológicos já são produzidos não apenas pela OMT, mas também por outras organizações mundiais, tais como a OCDE e o WTTC (World Travel and Tourism Council).

É importante realçar que, apesar de em todos os guiões metodológicos o grande enfoque passar a ser na vertente material, tangível e empresarial do turismo, não é também menos verdade que os elementos culturais, sociais e civilizacionais encontram, igualmente, uma expressão muito vincada. De acordo com a metodologia da CST, o sector do turismo agrupa um conjunto de actividades que se estruturam em sete eixos principais de oferta: (i) alojamento; (ii) restauração; (iii) transportes; (iv) serviços de agências de viagens e operadores turísticos; (v) *rent-a-car*; (vi) serviços culturais; (vii) serviços recreativos e de lazer. De uma análise cuidada daquelas que constituem mais de uma dezena de quadros que servem para contabilizar o valor económico produzido pelas empresas e organizações associadas ao sector do turismo conclui-se, igualmente, que os «eixos VI e VII», correspondentes às actividades sócio-culturais, fazem parte integrante desta mesma contabilização.

Isto é, aquele que poderia vir a constituir-se como um receio, legítimo, de que os elementos culturais e patrimoniais pudessem vir a ser «arredados» das prioridades do sector, caso o turismo viesse a ser perspectivado pelo «lado da oferta» e segundo uma óptica empresarial, parece estar muito longe de se concretizar. As novas definições de turismo vêm dar um valor renovado à área da cultura e património, uma vez que estas passam a ser analisadas em paralelo com a actividade empresarial do sector e, assim, pode melhor avaliar-se quanto é que as mesmas representam, efectivamente, em termos de valor gerado, bem como a importância orçamental que os governos lhes atribuem.

Actualmente, pode já mesmo concluir-se, baseado em evidência empírica (De Kadt, 1979; Mathieson e Wall, 1982; Boissevan, 1996), que as definições «clássicas», pelo «lado da procura», apesar de conceptualmente enfatizarem a questão da cultura e do património, não conseguiram, ao longo de décadas, fazer com que estas áreas tivessem a importância que as mesmas possuem, na prática, no sistema do turismo, em termos de factor de motivação e de plataforma onde o turismo se desenvolve e articula com as comunidades hospedeiras. Em particular, o relatório publicado em 1980 pela OMT (WTO, 1980) é muito claro nas considerações que faz sobre esta matéria. Baseado em 1619 planos de turismo recolhidos em todos os continentes, bem como em investigação produzida por diversos académicos e cientistas, o estudo conclui que o turismo se desenvolveu, até àquele período, tendo por base uma filosofia que enfatizava o movimento de pessoas por razões sociais, culturais, ambientais e económicas, mas que, contrariamente ao que seria de esperar, foi responsável, não pela consolidação dos recursos de base que o sustentam e que são essenciais para que ele exista e tenha sucesso, mas sim pela sua alienação, consumo irracional e mesmo destruição. Os casos fracassados de desenvolvimento desarticulado e obliterador das bases económica, social e ambiental registados nas Caraíbas e no Mediterrâneo, reportados nessas mesmas publicações, são disso um caso paradigmático.

O SISTEMA DE PLANEAMENTO EM TURISMO

Existem diversos trabalhos que possuem abordagens diferenciadas, mas complementares, sobre a história, a evolução e as filosofias de intervenção do sistema de planeamento na área do turismo (Costa, 2001; Heeley, 1981; Pearce, 1989; Inskeep, 1991; Gunn, 1994; WTO, 1985 e 1980). Da análise destes trabalhos é possível denotar que existe um consenso alargado sobre a importância da existência de formas de coordenação e de planeamento na área do turismo. Tal consenso decorre, entre outros factores, do facto de o turismo integrar um vasto sistema de actividades transversais que inclui matérias relacionadas com a economia, sociedade, cultura, património e ambiente, da especifi-

cidade intrínseca às características dos produtos e da actividade da «indústria» do turismo (intangibilidade e perecibilidade) e ainda do facto de o turismo ser constituído por uma amálgama de empresas com dimensões muito reduzidas.

O consenso alargado sobre esta matéria tem feito com que a Organização Mundial do Turismo, em todos os documentos que debatem este assunto, faça referência explícita à necessidade da existência de formas de intervenção do Estado a nível do turismo (WTO, 1985 e 1980). Aliás, em todos os países onde o turismo possui uma dimensão apreciável e onde os governos estão interessados em apoiá-lo e estimulá-lo existem estruturas organizacionais responsáveis pela sua coordenação, planeamento e desenvolvimento (Pearce, 1992).

A ausência de um sistema de coordenação e planeamento para o turismo, devidamente sistematizado e organizado, pode ser apenas encontrada na fase de crescimento rápido do turismo a nível das bacias do Mediterrâneo e das Caraíbas durante as décadas de 50 a 70 (De Kadt, 1979; Pearce, 1979; WTO, 1980). Durante esta época pode afirmar-se que o turismo se expandiu tendo por base um racional económico, cujo objectivo era o de amealhar o lucro fácil e rápido, que, com muito entusiasmo, atraía investidores e governos. Durante este período, o turismo foi mesmo visto como uma (nova) «galinha dos ovos de ouro». Contudo, mesmo durante esta fase de ausência de formas de coordenação e planeamento específicas para o turismo podiam observar-se formas de planeamento indirectas que suportavam a expansão do sector. Isto é, o controlo do crescimento do turismo era feito através dos instrumentos de planeamento e ordenamento existentes e aplicáveis às outras formas de aglomerados urbanos (Costa, 2001).

Com excepção deste período muito particular, existe evidência empírica que documenta que todos os modelos existentes nesta área possuem uma matriz de abordagem comum, em que as vertentes sócio-culturais e patrimoniais assumem importância central no processo de planeamento (Costa, 1996). Por exemplo, o modelo PASOLP (*product's analysis for outdoor leisure planning*) sustenta a tese de que a análise de produtos e mercados e a avaliação competitiva de cada país e região só são possíveis se as mesmas forem consideradas no âmbito de uma adequada avaliação dos recursos e das estruturas económicas e político-organizacionais de cada local (Baud-Bovy, 1982, p. 312). No «modelo sistémico», desenvolvido por Donald Getz, o processo de identificação de problemas e de soluções para o turismo compreende uma fase cuidada de descrição e avaliação dos sistemas no que concerne à sua inventariação, tipologias e classificações (Getz, 1986, p. 29). Seguindo uma filosofia semelhante, o modelo de Alberta assume o princípio de que a realização de planos e estratégias de planeamento e de promoção tem de ser precedida de um cuidado diagnóstico de inventariação e caracterização de recursos, em que as componentes sócio-culturais e patrimoniais estão devidamente presentes (Gunn, 1988, p. 196). Uma filosofia semelhante é igualmente encontrada no modelo de Mill e de Morrison,

onde é defendido que o processo de formulação de políticas e estratégias para o turismo tem de ser precedido de uma fase de análise e avaliação dos constrangimentos internos dos sistemas onde o turismo se desenvolve, nomeadamente no que respeita ao valor patrimonial e sócio-cultural das suas atracções turísticas (Mill e Morrison, 1985, p. 245).

Tem sido na base destas constatações, e evidências empíricas, que os modelos de gestão e planeamento de destinos, tão bem tipificados nos modelos de Inskeep (1991) e de Mathieson e Wall (1982), colocam as questões da avaliação de recursos patrimoniais e sócio-culturais, bem como as questões relativas ao ambiente e à economia, no centro do processo de planeamento do turismo. Isto é, conclui-se que as matérias relativas à gestão e planeamento do turismo estão, por definição, associadas à questão da gestão e planeamento da cultura e do património. Assim, qualquer abordagem que não as inclua de uma forma clara e inequívoca acaba por ignorar aquilo que é conceptualmente o turismo e, mais ainda, contribui para formas de desenvolvimento do turismo desprovidas de sustentação e de articulação com os seus recursos de suporte.

A GESTÃO DA CULTURA E DO PATRIMÓNIO EM PORTUGAL

A EVIDÊNCIA POSITIVA DA RELAÇÃO ENTRE TURISMO E CULTURA

A análise introduzida nos pontos anteriores teve por objectivo demonstrar que uma das questões centrais que se colocam a investigadores e aos representantes governamentais da área do turismo, e que muita discussão têm gerado, é a de se saber se a actividade, em particular a empresarial, do turismo se pode articular, e é compatível, com a promoção dos valores culturais e patrimoniais das regiões receptoras de fluxos de visitantes. A discussão apresentada pretendeu demonstrar que, em termos conceptuais, empresariais e de coordenação, mais do que compatíveis, estas duas áreas estão fortemente interligadas e o seu sucesso individual depende da relação de uma com a outra.

Um vasto trabalho de investigação apresentado no âmbito da dissertação de doutoramento de Ana Ferreira, onde é discutida a capacidade de o turismo poder propiciar a regeneração dos centros históricos do Algarve, conclui que as vantagens da associação entre o turismo e a cultura e património são enormes (v. Ferreira, 2003)¹. Este trabalho apoia-se na tese de que, contrariamente ao que muitas vezes é referido, nomeadamente em termos políticos, mesmo a nível de áreas caracterizadas por fenómenos de procura centrados

¹ O estudo abrangeu a aplicação de 391 inquéritos aos visitantes, com base numa amostra do tipo não probabilístico, por conveniência, e teve lugar no centro histórico de Faro nos meses de Julho, Agosto e Setembro de 2001.

no «sol e praia» e em regiões caracterizadas por um mercado dominado pelo turismo de massas, os turistas procuram e «consomem» manifestações culturais e patrimoniais, e não apenas actividades de lazer baseadas na inactividade decorrentes do usufruto da orla costeira.

Registe-se que a premissa de que os turistas de massas estão interessados maioritariamente em inacção e no gozo do sol e praia decorre de evidência empírica que se reporta ao desenvolvimento do turismo de massas durante as décadas de 50 a 70. Escrevendo sobre este período, e sobre esta questão, De Kadt (1979) afirma, com suporte científico, que o turista de massas desta fase se pode caracterizar bem pela resposta de um dos seus inquiridos que, quando questionado sobre o seu grau de conhecimento sobre a história, cultura e património do local onde estava, respondia: «Sim, conheço bem o país onde estou, dado que já li tudo sobre este destino na brochura fornecida pelo agente de viagens.»

Se, por um lado, é razoável produzir-se este tipo de afirmações para caracterizar o turista de massas deste período, não é aceitável afirmar-se o mesmo actualmente, porque o turismo e os turistas mudaram substancialmente em virtude de factores endógenos e exógenos ao fenómeno: melhoria das condições de vida e da formação académica, oferta de novos produtos que associam as actividades do lazer inactivo (repouso) a ofertas de formação vária nas áreas do ambiente, cultura e património.

Sobre esta matéria Ferreira demonstra que 88% dos turistas que procuram o Algarve fazem-no, de uma forma expectável, com o objectivo de usufruírem das praias da região. Não sendo este resultado de todo surpreendente, tendo em consideração que a região é promovida no exterior através da sua associação clara ao mercado do «sol e praia», aquilo que deve ser relevado, para efeitos desta discussão, é o facto de 72% dos turistas manifestarem interesse em conhecerem a história e a cultura locais. Deste grupo de grande dimensão, que, apesar de estar contido, quase se sobrepõe na sua totalidade ao do «mercado do sol e praia», devem destacar-se as fortes preferências sócio-culturais dos turistas estrangeiros em Portugal, com 73% dos turistas a manifestarem interesse pela área dos monumentos, 65% pelos museus e 36% pelas galerias de arte algarvias. Acresce-se que a autora demonstra ainda que os resultados encontrados para o Algarve são idênticos aos que foram descobertos noutros projectos de investigação para outros locais onde este tipo de mercado é dominante (para uma análise mais detalhada sobre estes projectos, v. Ferreira, 2003).

Estes, entre muitos outros, resultados apresentados nesta dissertação vêm comprovar a tese defendida por Ferreira quando esta questiona algumas das «verdades» veiculadas nos nossos dias pelas entidades governamentais e também por alguns académicos que as produzem sem rigor científico. A investigadora parte da hipótese de partida, e comprova-a, de que os turistas de massas actuais são «consumidores» de cultura e património,

porque os mesmos são, na sua esmagadora maioria, oriundos de países com níveis educacionais (pelo menos comparativamente) elevados (Inglaterra, França, Alemanha, Holanda, Espanha). Mais ainda, os turistas residem, habitualmente, em áreas urbanas onde as manifestações e ofertas culturais são relativamente abundantes. Assim sendo, seria bizarro pensar-se, e assumir-se, que os mesmos, quando se deslocam em lazer e recreio, «esqueçam» e «abandonem» os seus hábitos na área da cultura e do património.

O argumento de que existe uma associação, salutar, e a ser potenciada, entre o turismo e a cultura e património encontra igualmente suporte a nível de importantes programas do governo português. A filosofia inerente à elaboração do II Quadro Comunitário de Apoio (QCA) (1994-1999) conduziu à criação de um subprograma denominado «Turismo e Património Cultural» (v. quadro n.º 1). Este subprograma incentivou a associação entre a actividade empresarial do turismo e acções ligadas à cultura e ao património. A medida 2, gerida pela ENATUR, destinou-se ao apoio da oferta de formas de alojamento para o turismo em unidades patrimoniais relevantes (pousadas de Portugal). Duas outras medidas, geridas pelo Ministério da Cultura, destinaram-se à valorização do património cultural (medida 4) e aos museus e outros equipamentos culturais (medida 5). Saliente-se ainda que no final da década de 90 foi assinado um protocolo de cooperação entre as Secretarias de Estado do Turismo e da Cultura tendo em vista uma maior articulação ao nível de projectos desenvolvidos entre estes dois departamentos governamentais.

Subprograma «Turismo e Património Cultural» (1994-1999)

[QUADRO N.º 1]

Me- di- da	Designação	Entidade	Fundo	Inv. total	
				Milhões de contos	Milhões de euros
1*	Modernização e diversificação da oferta turística de alojamento e animação . . .	IFT	FEDER	198,4	989,6
2*	Alojamento turístico em edifícios histórico-culturais	ENATUR	FEDER	13,7	68,3
3	Formação dos profissionais do turismo . .	INFT	FSE	12,5	62,3
4	Valorização do património cultural	Ministério da Cultura	FEDER	7,9	39,4
5	Museus e outros equipamentos culturais . .	Ministério da Cultura	FEDER	15,5	77,3
6	Turismo juvenil	IPJ	FEDER	4,7	23,4
<i>Total</i>				252,7	1 258,3

Para além desta verificação, o *Estudo de Avaliação do II QCA* (Costa, 2003) documenta que a política e a estratégia preconizadas pelo governo

durante o período de vigência do II QCA associam, de uma forma clara e intensa, as questões do turismo às do património. O volume 2 do referido estudo apresenta uma análise muito detalhada de todos os programas nacionais e comunitários preparados pelo governo português para este período, concluindo que a intenção de se associarem as questões do turismo às do património surge, de facto, de uma forma bem vincada.

A EVIDÊNCIA DA INEFICÁCIA DA RELAÇÃO ENTRE TURISMO E CULTURA

Apesar da associação conceptual, dos esforços desenvolvidos em termos governamentais para que se fomente a proximidade entre o turismo e a cultura e do suporte científico que demonstra que mesmo a nível dos mercados de massas do «sol e praia» os turistas procuram produtos relacionados com a cultura e património, existe igualmente evidência empírica que comprova que, na prática, os elementos culturais e patrimoniais não são devidamente considerados pelo sector do turismo em Portugal.

Os dados apresentados na tese de doutoramento de Costa (1996) questionam, nesta área da gestão cultural, bem como noutras áreas de intervenção, a forma como o sector do turismo se encontra organizado, planeado e gerido em Portugal. Através do diagnóstico realizado em quatro regiões nacionais, correspondentes à área de intervenção de três regiões e de uma junta de turismo (Alto Minho, Rota da Luz, Costa do Estoril e Algarve), o autor demonstra que as organizações da área da cultura e património possuem pouca importância e influência na organização e gestão regional do sector do turismo. O estudo recorre a uma análise do tipo sociométrico em que se identificam as organizações responsáveis pelo sector do turismo a nível regional, bem como a existência, frequência, intensidade e características das relações entre essas mesmas organizações.

O trabalho conclui que um pequeno grupo de agentes, que integram 20% das organizações presentes na região de turismo, está no centro das operações de todo o trabalho realizado na área do turismo a nível regional, uma vez que 50% das trocas de informação e de contactos no sistema se processam entre os actores deste mesmo grupo. Esta «clique» inclui, invariavelmente, as próprias regiões de turismo, as comissões de coordenação e desenvolvimento regional e municípios de grandes dimensões, onde, habitualmente, a sede da região de turismo se encontra instalada. A elevada conectividade entre estas organizações, em termos de frequência e intensidade, confere-lhes a capacidade de assegurarem o controlo da rede regional que opera na área do turismo.

Existe um segundo grupo, com conectividade média em todo o sistema (45% das organizações, às quais correspondem 40% da conectividade total do sistema), cuja capacidade de intervenção e de influência nos processos de tomada de decisão é bem mais diminuta. Este agregado integra municípios

localizados no litoral e um conjunto variado de organizações do sector público (por exemplo, direcções regionais do ambiente, autoridades portuárias, representantes de organizações governamentais nacionais e regionais).

Contudo, aquilo que importa enfatizar para efeitos deste artigo é o facto de existir na rede regional um vasto leque de agentes «periféricos», que evidenciam uma capacidade muito reduzida de influência nos processos de tomada de decisão. Esta agremiação de organizações inclui as associações representativas da área da cultura e património, associações não lucrativas e organismos associativos representativos do sector privado. Esta categoria integra 35% das organizações, mas contribui com apenas 10% para o total da conectividade da rede regional.

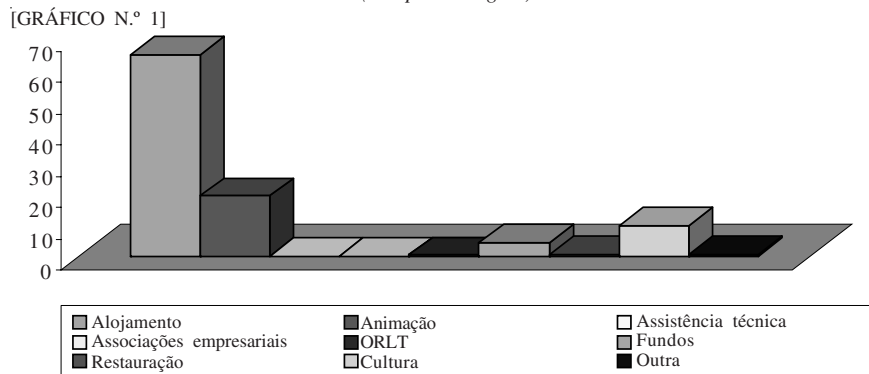
Para além de evidenciarem uma pequena capacidade de intervenção sobre os processos de tomada de decisão na área do turismo, pode, igualmente, concluir-se que, quando comparadas com o sector empresarial, as organizações da área da cultura e património evidenciam uma muito menor capacidade de absorverem os financiamentos disponibilizados para o turismo. Esta verificação decorre dos resultados apresentados ao nível do vol. 5 do *Estudo de Avaliação do II QCA* (v. Costa, 2003). Neste documento é apresentada uma análise detalhada sobre a forma como os financiamentos disponíveis ao nível do II QCA foram canalizados para as empresas e organizações da área do turismo. Os dados do estudo permitem concluir que, apesar de todos os esforços realizados no sentido de em Portugal existir uma intersecção entre a cultura e o turismo, existe ainda um longo caminho a percorrer no que concerne à implementação de uma política concertada e efectiva entre os sectores da cultura e património e do turismo.

De facto, do conjunto das seis medidas que integraram o referido subprograma, três delas, o que corresponde a 50% do seu total, foram destinadas à área da cultura e património. Para a medida 2 (relativa à criação de alojamento turístico em edifícios histórico-culturais) foram canalizados 68,3 milhões de euros; a medida 4 (valorização do património cultural, através da recuperação e melhoria das infra-estruturas de apoio aos visitantes nos principais monumentos nacionais) absorveu 39,4 milhões de euros; para a medida 5 (recuperação e revitalização de museus e outros equipamentos culturais de interesse turístico) foram canalizados 77,3 milhões de euros (v. quadro n.º 1).

No entanto, apesar de se constatar que o número de medidas destinadas à área da cultura e património totaliza 50% do total do subprograma, verifica-se, igualmente, que a grande fatia do investimento foi canalizada, claramente, para a área do «alojamento» (gráfico n.º 1). Esta área corresponde a 72,1% dos projectos apoiados, aos quais foi atribuído um montante de 64,5% do investimento realizado e 60,2% do incentivo libertado pelo governo. Em segundo lugar aparece, igualmente destacado, o sector da animação, com uma fatia de 12,6% dos projectos apoiados, aos quais correspondeu 19,4% do investimento e 9,8% do incentivo atribuído.

A área da cultura surge apenas em terceiro lugar, com 4,4% do total de projectos aprovados, aos quais correspondeu um volume de investimento de 9,8% do total do subprograma. Contudo, deve também realçar-se um esforço de «correção» desta situação, na medida em que, mesmo assim, esta área acabou por absorver 21,1% do total de incentivo concedido pelo subprograma.

Distribuição do investimento realizado no âmbito do subprograma «Turismo e Património Cultural» (1994-1999)
(em percentagem)



Fonte: Costa (2003), vol. 5.

Através de uma reorganização da informação disponibilizada pelo estudo, é possível concluir que o total de investimento realizado na área da cultura e património é aquele que se encontra sistematizado no quadro n.º 2. A informação disponível permite concluir que 36,8% do investimento foram canalizados para a área da construção e reabilitação de pousadas, bem como de museus (26,9%), palácios (10,6%), mosteiros (9,8%) e teatros (7,9%). Registe-se que a componente eventos absorveu a módica «fatia» de 1,2%, isto é, 2,2 milhões de euros.

Uma análise em termos da tipologia do investimento realizado permite ainda concluir que três quartos do total do investimento total foram aplicados na construção e reabilitação de unidades, isto é, naquilo que se pode designar como a componente do *hardware* da cultura e património (gráfico n.º 2). Aliás, uma das grandes críticas apresentadas pelo *Estudo de Avaliação do II QCA* reside no facto de se concluir que o sector do turismo tem vindo a investir largamente na área da melhoria das infra-estruturas e equipamentos e Portugal necessita, efectivamente, de qualificar a sua oferta. Contudo, regista-se igualmente um esforço reduzido na área do *software* do turismo, isto é, nas vertentes imateriais que permitem animar e consolidar os investimentos materiais realizados. Aliás, um importante rumo a trilhar nesta área é este da consolidação dos *clusters* de oferta nacional em detrimento da construção

non-stop de equipamentos e infra-estruturas, que também são responsáveis pelo fenómeno de congestão e alienação, em particular, do cordão litoral.

Em suma, os resultados do estudo permitem concluir que muito há ainda a fazer para que seja implementado o desiderato da política nacional que tem por objectivo desenvolver o sector do turismo assente no elemento distintivo da cultura e património nacionais. Isto é, apesar de existir consciência e intenções de política para que estas duas áreas venham a aproximar-se gradualmente, verifica-se que tal objectivo não encontra ainda repercussão em termos tangíveis a nível do financiamento e das estruturas organizacionais do sector do turismo.

Investimento realizado na área da cultura e património durante o período de vigência do II QCA (1994-99)

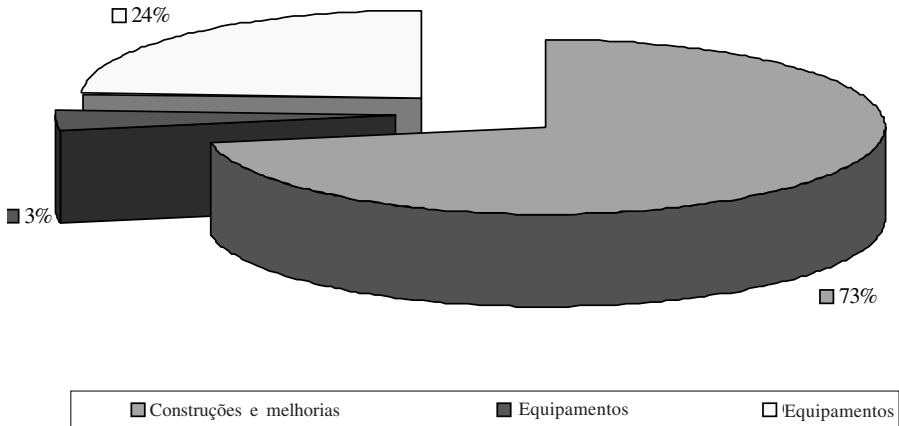
[QUADRO N.º 2]

	Número de projectos	Investimento total	Porcentagem	Investimento corrigido	Porcentagem
Pousadas da ENATUR	50	68 247 247,08	36,8	68 020 036,74	38
Eventos	2	2 212 525,71	1,2	2 212 525,71	1,2
Mosteiros	4	18 241 039,10	9,8	18 241 039,10	10,2
Museus	8	49 939 523,05	26,9	44 238 362,85	24,7
Palácios	5	19 600 662,40	10,6	19 600 662,40	10,9
Teatros	7	14 597 992,47	7,9	14 417 432,62	8
Assistência técnica	1	545 974,20	0,3	545 974,20	0,3
Outra	4	11 962 720,19	6,5	11 962 720,19	6,7
<i>Total</i>	81	185 347 684,20	100,0	179 238 753,81	100,0

Fonte: Adaptado de Costa (2003), vol. 5.

Tipologia do investimento realizado na área da cultura e património (1994-1999)

[GRÁFICO N.º 2]



Fonte: Adaptado de Costa (2003), vol. 5.

CONCLUSÃO

Este artigo pretendeu proceder a uma discussão sobre as dimensões que a relação do turismo com a cultura encerra. A discussão apresentada teve por objectivo demonstrar que, em termos conceptuais, históricos, de planeamento e de política e estratégia, o turismo possui uma base de relação muito próxima com a área da cultura. Mesmo segundo uma perspectiva de mercado, prova-se que o sucesso empresarial do turismo depende largamente da forma com a vertente cultural e patrimonial é tomada em consideração.

A evidência apresentada em relação ao caso português demonstra, igualmente, que tem existido um esforço para que as questões da cultura e do património sejam consideradas devidamente a nível das políticas que são preparadas para a área. Contudo, fica igualmente demonstrado que existe um sério hiato entre as intenções expressas nesta área e a realidade. De facto, continua a observar-se que, na prática, as organizações da área da cultura e património estão longe de possuírem o grau de penetração e de expressão nos processos de tomada de decisão e no acesso aos financiamentos disponibilizados na área do turismo.

Assim, mais do que meras expressões de retórica impressas no discurso da política do turismo, torna-se essencial que a relação da cultura com o sector do turismo seja expressa através de fórmulas de financiamento e de representação organizacional mais adequadas. A construção de sistemas de financiamento que integrem activamente a cultura no seu *core business*, e o desenvolvimento de sistemas organizacionais que tragam as organizações culturais para o centro do processo de tomada de decisões deverão estar entre o conjunto de medidas de política a serem tomadas no futuro nesta área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUD-BOVY, M. (1982), «New concepts in planning for tourism and recreation», in *Tourism Management*, 3 (4), pp. 308-313.
- BOISSEVAIN, J. (1996), *Coping with Tourists — European Reactions to Mass Tourism*, Oxford, Berghahn Books.
- CHRISTALLER, W. (1963), «Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions — underdeveloped countries — recreation areas», in *Regional Science Association*, Papers XII, Lund Congress, pp. 95-105.
- COOPER, C., FLETCHER, J., GILBERT, D., SHEPERD, R., e WANHILL, S. (1998), *Tourism: Principles and Practice*, Londres, Longman.
- COSTA, C. M. M. (2003) (coord.), *Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio — Componente Turismo*, Lisboa, Secretaria de Estado do Turismo/Universidade de Aveiro.
- COSTA, C. M. M. (2001), «An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning», in *The International Journal of Tourism Research*, vol. 3, n.º 6, pp. 425-441.
- COSTA, C. M. M. (1996), *Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and Development at the Regional Level: Planning, Organisations and Networks. The Case of Portugal*, Inglaterra, Universidade de Surrey, tese de doutoramento.

- DE KADT, E. (1979), *Tourism: Passport to Development?*, Oxford, Oxford University Press.
- FERREIRA, A. M. (2003), *O Turismo como Propiciador da Sustentabilidade dos Centros Históricos Urbanos. O Caso Algarvio*, Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, tese de doutoramento.
- GETZ, D. (1986), «Models in tourism planning: towards integration of theory and practice», in *Tourism Management*, 7 (1), pp. 21-32.
- GUNN, C. A. (1988), *Tourism Planning*, Nova Iorque, Taylor and Francis, 2.^a ed.
- GUNN, C. A. (1994), *Tourism Planning*, Nova Iorque, Taylor and Francis, 3.^a ed.
- HEELEY, J. (1981), «Planning for tourism in Britain: an historical perspective», in *Town Planning Review*, vol. 52, n.º 1, pp. 61-79.
- IFT (2000), *Quatro Décadas de Turismo*, Lisboa, Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo.
- INSKEEP, E. (1991), *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Nova Iorque, Van Nostrand Reinhold.
- LEIPER, N. (1990), *Tourism Systems*, Auckland, New Zealand, Massey University Department of Management Systems Occasional Paper 2.
- LEIPER, N. (1979), «The framework of tourism, in *Annals of Tourism Research*, 6 (4), pp. 390-407.
- MACCANNELL, D. (1976), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Nova Iorque, Schocken Books.
- MCINTOSH, R. W., e GOELDNER, C. R. (1986), *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*, Nova Iorque, John Wiley, 5.^a ed.
- MATHIESON, A., e WALL, G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Harlow, Longman.
- MIDDLETON, V. T. C. (1988), *Marketing in Travel and Tourism*, Oxford, Butterworth and Heinemann.
- MILL, R. C., e MORRISON, A. M. (1985), *The Tourism System: An Introductory Text*, Nova Jérσία, Prentice-Hall.
- MURPHY, P. E. (1985), *Tourism: A Community Approach*, Nova Iorque, Methuen.
- PINA, P. (1988), *Portugal: O Turismo no Século XX*, Lisboa, Lucidus.
- PEARCE, D. (1992), *Tourist Organizations*, Harlow, Longman.
- PEARCE, D. (1989), *Tourist Development*, Harlow, Longman, 2.^a ed.
- SMITH, S. L. J. (1989), *Tourism Analysis: A Handbook*, Harlow, Longman.
- TORKILDSEN, G. (1992), *Leisure and Recreation Management*, Londres, E & F Spon.
- WTO (1985), *The State's Role in Encouraging the Development of New Destinations and Ensuring Balanced Distribution of Tourism Flows...*, Madrid, WTO.
- WTO (1980), *Physical Planning and Area Development for Tourism in the Six WTO Regions 1980*, Madrid, WTO.