



**FLORA QUEIROGA  
TABOSA**

**TURISMO CULTURAL EM ESPAÇOS  
RELIGIOSOS: UM ESTUDO EMPÍRICO NA  
CIDADE DO PORTO**



**FLORA QUEIROGA  
TABOSA**

**TURISMO CULTURAL EM ESPAÇOS  
RELIGIOSOS: UM ESTUDO EMPÍRICO NA  
CIDADE DO PORTO**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação da Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista, Professora Auxiliar ao Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

## **o júri**

presidente

**Professor Doutor Rui Augusto da Costa**  
professor auxiliar da Universidade de Aveiro

**Professora Doutora Fátima Regina Ney Matos**  
professora titular da Universidade de Fortaleza

**Professora Doutora Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista**  
professora auxiliar com agregação da Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

Agradeço a Professora Doutora Maria Manuel Baptista, pela confiança em meu trabalho e pela partilha de conhecimentos.

Aos meus pais e à minha irmã, que são a minha base e que muito me apoiaram desde sempre, e especialmente na minha vida académica.

Aos meus amigos, que também partilharam vivências e conhecimentos essenciais para a minha produção académica. Em especial, à Fernanda Zanon, que me auxiliou durante as entrevistas, e ao Klaas Kleber, que me norteou em vários momentos da pesquisa.

A todos os entrevistados desta investigação, pela boa recepção e disponibilidade.

**palavras-chave**

Turismo Cultural, Património Imaterial, Memória, Identidade, *Place Attachment*.

**resumo**

O turismo realizado em espaços religiosos permite uma gama de classificações e interpretações relevantes, para melhor percebermos o tipo de turista que frequenta estes espaços, os seus interesses e possíveis ligações estabelecidas com o património histórico-religioso. Consideramos o grande valor de estudar os espaços em seu sentido simbólico, e neste trabalho, fazemos uma abordagem profunda sobre os temas relacionados à memória (coletiva e individual), identidade e património, em uma perspectiva de construção do “sentido do lugar” (*place attachment*) como fator de grande valia para a profundidade da experiência turística.

A presente dissertação consiste em um estudo exploratório, de carácter qualitativo, sobre em que medida os visitantes de duas das atrações turísticas religiosas da cidade do Porto – Sé Catedral e Igreja de São Francisco – estabelecem uma ligação com património visitado. Através da recolha de dados com entrevistas semiestruturadas, direcionadas aos visitantes das atrações religiosas, procedemos a uma análise de conteúdo temática. Pretendemos, por este meio, perceber se os visitantes das atrações religiosas as reconhecem enquanto espaço simbólico. Ao mesmo tempo, procurámos conhecer o interesse dos sujeitos em ter acesso ao património imaterial, nomeadamente as estórias e lendas portuenses, bem como o conhecimento destes sujeitos com relação aos monumentos visitados.

**Keywords**

Cultural Tourism, Immaterial Heritage, Memory, Identity, Place Attachment.

**abstract**

The tourism accomplished in religious spaces allows a range of classifications and relevant interpretations to better understand the type of tourists that often visit the religious sites, their interests and possible connections/attachment established with the historical-religious heritage. We considered the great value of studying about the spaces in its symbolic sense, and in this dissertation, we build a deep approach on the themes related to the memory (collective and individual), identity and heritage, in a perspective of construction of the “place meaning” (place attachment) as a valuable element for the depth of the tourist experience.

This dissertation consists of a qualitative exploratory study about the connection/attachment established between visitors and two of the Porto's tourists attractions – Sé Cathedral and the Church of São Francisco. Using semi-structured interviews focused on the religious site's visitors, we proceeded with a thematic content analysis. We sought to understand if the interviewed visitors recognize the religious attraction as a symbolic place. At the same time, we seek to know the subjects' interest on having access to the immaterial heritage, such as the stories and legends from Porto City as well as subjects' knowledge about the visited heritage sites.

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| <b>INTRODUÇÃO</b> .....  | 1  |
| <b>PARTE I: ENQUADRAMENTO TEÓRICO</b> .....  | 5  |
| <b>Capítulo 1 – Espiritualidade, religiosidade e Turismo</b> .....                                     | 5  |
| 1.1.A espiritualidade e religiosidade na contemporaneidade .....                                       | 5  |
| 1.1.1.Os novos caminhos da espiritualidade contemporânea: believing without belonging e a New Age..... | 8  |
| 1.2.O pós-turismo .....  | 10 |
| 1.3.O deslocamento do religioso: turismo religioso e peregrinação .....                                | 11 |
| <b>Capítulo 2 – Turismo Cultural em espaços religiosos</b> .....                                       | 17 |
| 2.1. Cultura e turismo .....   | 17 |
| 2.2.Caracterização do turismo cultural em espaços religiosos .....                                     | 20 |
| 2.3. Caracterização do turista cultural .....  | 23 |
| <b>Capítulo 3 – Memória, Património Cultural, Identidade e Turismo</b> .....                           | 28 |
| 3.1.O Património Cultural Imaterial .....  | 28 |
| 3.2.A memória individual e coletiva: A memória como valor imaterial.....                               | 30 |
| 3.3.As identidades e o sentido do lugar .....  | 33 |
| 3.3.1. <i>Place attachment</i> .....   | 34 |
| <b>PARTE II: INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA</b> .....   | 37 |
| <b>Capítulo 4 – Porto, cidade histórica: Uma breve caracterização</b> .....                            | 37 |
| 4.1.A cidade do Porto .....  | 37 |
| 4.2.Breve caracterização turística .....   | 38 |
| 4.2.1. Atrações turísticas do Porto .....  | 38 |
| 4.2.2. Alojamento.....   | 42 |
| 4.2.3. Gastronomia e Vinho do Porto .....  | 43 |
| 4.2.4. Os guias turísticos impressos .....   | 44 |
| 4.3.Património (i)material no Porto: Considerações a respeito da História e das Estórias .....         | 45 |
| 4.3.1. A importância das lendas .....  | 46 |
| 4.3.2. Um pouco de História e de Estória.....  | 47 |
| 4.4.Alguns aspectos da cultura imaterial religiosa: As lendas de Nossa Senhora .....                   | 48 |
| <b>Capítulo 5 – Metodologia</b> .....  | 51 |
| 5.1.Pergunta de partida e hipóteses de investigação .....  | 52 |
| 5.2. Instrumento de recolha de dados .....   | 54 |
| 5.3. Caracterização dos sujeitos .....   | 57 |
| 5.4. Análise dos resultados .....  | 60 |
| 5.4.1. Género.....   | 61 |

|  |            |
|--|------------|
| 5.4.2. Idade.....  | 68         |
| 5.4.3. Escolaridade.....   | 73         |
| 5.4.4. Convicções Religiosas .....   | 77         |
| 5.4.4. Nacionalidade.....  | 83         |
| 5.5. Discussão dos resultados .....  | 88         |
| <b>PARTE III: CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E LIMITAÇÕES .....</b>                                     | <b>102</b> |
| <b>Capítulo 6 – Conclusões, recomendações e limitações do presente estudo .....</b>                | <b>102</b> |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>   | <b>107</b> |
| <b>APÊNDICES.....</b>  | <b>117</b> |
| <b>APÊNDICE 1 - Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto.....</b>                              | <b>119</b> |
| <b>APÊNDICE 2 – Lenda do altar de prata do Porto e as invasões francesas.....</b>                  | <b>124</b> |
| <b>APÊNDICE 3 – Fato histórico que deu origem à expressão popular “mandar para as malvas”.....</b> | <b>126</b> |
| <b>APÊNDICE 4 – Lenda dos tripeiros .....</b>  | <b>127</b> |
| <b>APÊNDICE 5 – Lenda de Nossa Senhora da Conceição: “a virgem, o menino e o bote”</b>             | <b>135</b> |
| <b>APÊNDICE 6 – Primeira versão do guião da entrevista (versão em português e inglês).</b>         | <b>137</b> |
| <b>APÊNDICE 7 – Guião definitivo da entrevista (versão em português e inglês) .....</b>            | <b>138</b> |
| <b>APÊNDICE 8 – Breve caracterização da Sé Catedral .....</b>                                      | <b>139</b> |
| <b>APÊNDICE 9 – Breve caracterização da Igreja de São Francisco .....</b>                          | <b>141</b> |



## ÍNDICE DE QUADROS

|  |    |
|--|----|
| Quadro 1.1 – Quadro comparativo de alguns padrões típicos de turistas religiosos e de peregrinos.....            | 15 |
| Quadro 4.1 – Antecedentes ao Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto.....                                   | 41 |
| Quadro 4.2 – A evolução da oferta de estabelecimentos hoteleiros do Porto.....                                   | 42 |
| Quadro 4.3 – Evolução no número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros no Porto.....                        | 42 |
| Quadro 5.1 – Fases e etapas do processo de investigação.....   | 51 |
| Quadro 5.2 – Hipóteses exploratórias da investigação.....  | 54 |
| Quadro 5.3 – Caracterização dos sujeitos entrevistados no pré-teste.....   | 55 |
| Quadro 5.4 – Temáticas e informações pretendidas no guião de entrevista.....                                     | 56 |
| Quadro 5.5 – Descrição geral dos sujeitos entrevistados.....   | 58 |
| Quadro 5.6 – Caracterização dos sujeitos segundo a escolaridade.....   | 58 |
| Quadro 5.7 – Caracterização dos sujeitos segundo a idade.....  | 59 |
| Quadro 5.8 – Caracterização dos sujeitos segundo o género.....   | 59 |
| Quadro 5.9 – Caracterização dos sujeitos segundo a nacionalidade.....  | 59 |
| Quadro 5.10 – Caracterização dos sujeitos segundo as convicções religiosas.....                                  | 60 |
| Quadro 5.11 – Caracterização dos sujeitos segundo o conhecimento de outros monumentos históricos do Porto.....   | 60 |
| Quadro 5.12 – Género e a motivação da visita.....  | 62 |
| Quadro 5.13 – Género e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado ( <i>place attachment</i> )..... | 63 |
| Quadro 5.14 – Género e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar.....                             | 64 |
| Quadro 5.15 – Género e o conhecimento da história dos monumentos.....  | 65 |
| Quadro 5.16 – Género e a satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos...                | 65 |
| Quadro 5.17 – Género e as sugestões de modificação para os guias turísticos.....                                 | 66 |
| Quadro 5.18 – Género e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial.....             | 67 |
| Quadro 5.19 – Idade e a motivação da visita.....   | 68 |
| Quadro 5.20 – Idade e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado ( <i>place attachment</i> ).....  | 69 |
| Quadro 5.21 – Idade e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar.....                              | 70 |
| Quadro 5.22 – Idade e o conhecimento da história dos monumentos.....   | 70 |
| Quadro 5.23 – Idade e a satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos.....               | 71 |
| Quadro 5.24 – Idade e as sugestões de modificação para os guias turísticos.....                                  | 71 |
| Quadro 5.25 – Idade e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial..                 | 72 |

|   |    |
|---|----|
| Quadro 5.26 – Escolaridade e a motivação da visita.....   | 73 |
| Quadro 5.27 – Escolaridade e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado ( <i>place attachment</i> ).....          | 74 |
| Quadro 5.28 – Escolaridade e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar.....                                      | 74 |
| Quadro 5.29 – Escolaridade e o conhecimento da história dos monumentos.....   | 75 |
| Quadro 5.30 – Escolaridade e a satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos.....                       | 75 |
| Quadro 5.31 – Escolaridade e as sugestões de modificação para os guias turísticos.....  | 76 |
| Quadro 5.32 – Escolaridade e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial.....                      | 77 |
| Quadro 5.33 – Convicções religiosas e a motivação da visita.....  | 78 |
| Quadro 5.34 – Convicções religiosas e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado ( <i>place attachment</i> )..... | 79 |
| Quadro 5.35 – Convicções religiosas e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar.....                             | 80 |
| Quadro 5.36 – Convicções religiosas e o conhecimento da história dos monumentos.....  | 80 |
| Quadro 5.37 – Convicções religiosas e a satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos.....              | 81 |
| Quadro 5.38 – Convicções religiosas e as sugestões de modificação para os guias turísticos.....                                 | 81 |
| Quadro 5.39 – Convicções religiosas e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial.....             | 82 |
| Quadro 5.40 – Nacionalidade e a motivação da visita.....  | 83 |
| Quadro 5.41 – Nacionalidade e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado ( <i>place attachment</i> ).....         | 84 |
| Quadro 5.42 – Nacionalidade e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar.....                                     | 85 |
| Quadro 5.43 – Nacionalidade e o conhecimento da história dos monumentos.....  | 85 |
| Quadro 5.44 – Nacionalidade e a satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos.....                      | 86 |
| Quadro 5.45 – Nacionalidade e as sugestões de modificação para os guias turísticos.....   | 86 |
| Quadro 5.46 – Nacionalidade e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial.....                     | 87 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 2.1 – Componentes da cultura – Adaptado de Burns (1999).....  | 19 |
| Figura 2.2 – Classificação do turista cultural (profundidade da experiência procurada e a influência do turismo cultural na decisão de visita a um destino – Adaptado de McKercher (2002)..... | 25 |
| Figura 2.3 – Gráfico da proporção de turistas que praticaram alguma viagem cultural (1997-2007) – Adaptado de “The ATLAS Cultural Tourism Project: Summary of Research Results”.....           | 27 |
| <br>   |    |
| Figura 4.1 – Evolução no número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros no Porto.....   | 43 |

## INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade característica da sociedade contemporânea, que pode ser analisada sob perspectivas outras que não somente a económica. Ao turismo estão associadas, também, as questões políticas, ambientais, sociais e culturais.

Os novos usos do território, a partir da atividade turística, mostra-se como algo de grande valor, pois, em um período em que a globalização se coloca como a possibilidade de mudanças, nos provoca ao debate e embates, ora colocando-a como ameaça ao desaparecimento das particularidades regionais e nacionais, ora como instrumento de transformação da cultura, o turismo emerge como uma real possibilidade de reconhecimento e valorização das características particulares de cada lugar.

A cultura, constituída por todas as manifestações que implicam o contato humano ou troca de experiências (Santos, 2008), e o turismo, assumem uma relação na qual reconhece-se a existência de pessoas motivadas a conhecer culturas diversas, e a possibilidade do turismo servir como instrumento de apreciação dos bens culturais (Dias, 2010).

Os bens culturais são representados pelo património material e imaterial de cada lugar. Aliás, todo património material tem intrínseco o seu valor histórico e simbólico. Esse valor simbólico é uma concepção que abrange valores, crenças, tradições, realidades psicológicas e espirituais (Mello, 2007). Todos esses elementos são exemplos do que denominamos património imaterial: eles que são reconhecidos por uma cultura como parte importante de sua história (UNESCO, 2003). Logo, património cultural, material e imaterial, abarca as várias memórias, individuais ou coletivas, e as identidades e sentidos do lugar. Ora, os espaços não podem, nem devem, se isolar dos seus conteúdos e significados: “não existe património edificado sem a dimensão intangível. A sua verificação deriva daquilo que o originou, bem como de tudo o que fez com que uma dada criação se projetasse no tempo” (Câmara Municipal do Porto, 2002, p. 12).

Estes fundamentos permeiam as discussões sobre a ligação que pode se estabelecer com os lugares, a partir de suas dimensões simbólicas, e a relevância que isto tem para a constituição do ser enquanto parte daquela cultura. E por que não referir sobre essas possibilidades de ligação como fator enriquecedor da experiência turística? Como afirmam Scannell & Gifford (2010), a conexão que se estabelece com determinado lugar é o que podemos chamar *place attachment*. Esta ligação torna-se mais forte em cenários que evocam memórias individuais. A nível coletivo, o *place attachment* engloba o significado simbólico compartilhado em um grupo em relação a um lugar.

Mas, na prática, de que maneira os turistas estão se apropriando destes espaços simbólicos? Será que o contexto atual de urgência, fugacidade, de hiperconsumo (Lipovetski, 2011) tem, em algum nível, influência sobre a forma de os turistas se relacionarem com os espaços visitados?

O conhecimento e ligação estabelecida com o património material e imaterial é tema já bastante discutido no campo das ciências sociais, mas mais comumente sob um olhar voltado aos moradores do lugar turístico, para a apropriação e reconhecimento deste património como parte integrante da vida e identidade de cada um destes moradores. Esta dimensão de debate é recorrente no Brasil, contemplando autores como Maria de Lourdes Horta (1999), José Newton Coelho Meneses (2006), Sérgio Célio Klamt (2008), Maria Célia Teixeira Moura Santos (2008), que trabalha com museologia e educação, André Luís Ramos Soares (2008), dentre vários outros.

Contudo, o estudo sobre as possibilidades e intensidade de apropriação do património pelos turistas é ainda pouco explorado, principalmente em se tratando de estudos empíricos. Neste sentido, optamos por estudar a cidade do Porto, pelo reconhecimento da cidade enquanto polo patrimonial e cultural, cenário de passagem de vários povos e culturas ao longo dos séculos. O Porto possui intenso fluxo turístico nos espaços religiosos, até porque a cidade conta com imensa quantidade e variedade de igrejas e capelas.

Nesta investigação, centramo-nos na seguinte pergunta de partida: em que medida os visitantes de uma atração religiosa estabelecem uma ligação com o local visitado, reconhecendo-o enquanto espaço simbólico?

Procurámos responder a essa pergunta através de uma revisão da literatura e de um estudo empírico.

Este estudo está dividido em três partes: a primeira é composta por um enquadramento teórico, onde a leitura do objeto é feita em sintonia com as leituras ligadas ao tema e contempladas por uma bibliografia específica. Na segunda parte discutimos a metodologia, ou seja o caminho que foi delineado e percorrido para a realização da investigação empírica, e finalmente a terceira parte é dedicada às conclusões, na verdade às novas questões suscitadas por nossa investigação, inclusive as suas limitações por não termos a pretensão de ter dado conta de tudo que poder-se-ia ser dito sobre os eixos que articulam o estudo: o turismo, a cultura, o património, a religiosidade etc. Nesse momento da escrita aproveito para sugerir, fazer recomendações, por considerar que os resultados de uma pesquisa passam a se constituir em documento, em fonte para outras pesquisas.

No primeiro capítulo, abordamos questões relacionadas à espiritualidade e religiosidade no mundo contemporâneo, bem como os conceitos de turismo religioso e peregrinação, a fim de clarificar as possíveis apropriações e utilizações turísticas dos espaços religiosos na contemporaneidade. Isto

pode estar atrelado a questões outras que não somente a religião. Caracterizamos ainda o turista atual, o qual chamamos de pós-turista.

O segundo capítulo é dedicado ao turismo cultural. Para tanto, discutimos alguns conceitos de cultura, dando especial atenção à visão antropológica do conceito, que vai de encontro com a visão em relação ao espaço simbólico. A partir da relação entre cultura e turismo, destacaremos o turismo cultural como uma atividade que utiliza o património material e imaterial e potencia a ligação do turista com o local visitado. Por fim, faremos uma breve caracterização do turista cultural, falando um pouco sobre suas preferências e comportamentos.

O terceiro capítulo desta dissertação trabalha o conceito de património material e imaterial. Procuramos destacar a correlação deste património com a(s) identidade(s) e memórias como valor imaterial. A memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva; é um fator extremamente importante para o sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo (Pollak, 1989). À isto vinculamos o fato de o património ser essencial para a ativação das memórias, e conseqüentemente, da(s) identidade(s). Incluímos também, neste capítulo, a abordagem de um conceito recentemente inserido no campo dos estudos do turismo: o *place attachment*, que remete ao sentido do lugar que se constrói, mais comumente, com uma ligação emocional ou simbólica (identificação).

O quarto capítulo é parte integrante da segunda parte desta dissertação (investigação empírica). Nele, é feito um levantamento sobre a cidade do Porto, expondo características em relação à localização, população, economia e turismo. No tópico direcionado ao turismo, realizamos uma breve caracterização turística da cidade, destacando algumas das atrações portuenses, gastronomia, seus alojamentos e respectiva ocupação de hóspedes. Depois, falamos ainda sobre os guias turísticos impressos, considerados importantes para aprofundar a experiência e vivência turística no Porto, dado que a cidade é rica em histórias e estórias. A seguir, vamos falar sobre estes aspectos imateriais, dando destaque à importância das lendas, as quais, segundo Cleto (2010), são pistas preciosas para a compreensão de muitos episódios históricos e para a génese de muitas localidades e seus monumentos.

O quinto capítulo é, propriamente, aquele em que descrevemos a nossa metodologia. Em primeiro lugar falamos das fases e etapas do processo de investigação, clarificando, em seguida, a natureza do estudo. Ele tem carácter exploratório, porque tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer conceitos, a fim de elaborar hipóteses pesquisáveis. Em seguida, mencionamos a pergunta-chave da pesquisa e explicitamos as hipóteses de investigação, as quais surgiram durante a pesquisa bibliográfica e também no decorrer do estudo empírico. Depois, apresentamos o nosso instrumento de recolha de dados, que foi a entrevista semiestruturada, não esquecendo de referir como ocorreu a elaboração do guião de perguntas, explicando as fases por que passámos até

chegarmos ao guião definitivo. Falamos também do local onde realizamos as entrevistas e o período de realização. Seguidamente, falamos do processo de seleção dos sujeitos, que forneceram os dados necessários à investigação, e a partir do qual foi possível caracterizar estes sujeitos.

A parte final do capítulo sobre a metodologia é dedicada à análise dos dados colhidos, que no nosso caso foi a concretizada com a análise de conteúdo. Esta parte contém os dados de acordo com as variáveis independentes em análise, nomeadamente: género, idade, nacionalidade, convicções religiosas e escolaridade. A partir destas variáveis, realizamos uma análise comparativa dos dados. Posteriormente a estas análises, prosseguimos para a discussão dos resultados, parte na qual relacionamos as informações colhidas na revisão da literatura com os dados do estudo empírico e realizamos uma reflexão relativamente às hipóteses propostas.

O último capítulo é dedicado unicamente ao desenvolvimento de uma conclusão, tendo em conta também algumas recomendações. Fazemos menção às limitações do estudo, construindo algumas sugestões e recomendações para estudos futuros.

# PARTE I: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

## Capítulo 1 – Espiritualidade, religiosidade e Turismo

Neste capítulo, trataremos de questões relacionadas à espiritualidade e religiosidade no mundo contemporâneo, destacando alguns conceitos sobre contemporaneidade, modernidade e pós-modernidade, para nos situar ao longo das discussões deste capítulo e dos capítulos seguintes. Depois, caracterizamos o turista atual, o qual chamamos de “pós-turista” e ao final, fazemos uma distinção dos conceitos de turismo religioso e peregrinação.

### 1.1. A espiritualidade e religiosidade na contemporaneidade

Antes de iniciarmos a discussão mais diretamente sobre o que propõe este tópico, ou seja, discutir sobre a espiritualidade e religiosidade no contexto atual, é relevante clarificar o que envolve as tão mencionadas palavras em produções acadêmicas de ciências humanas e sociais: modernidade, pós-modernidade, contemporaneidade.

A palavra ‘contemporaneidade’, referida no título desta secção, é empregada para sinalizar que a pesquisa refere-se a uma situação que está a acontecer no tempo presente. Mas analisar os acontecimentos correntes desta contemporaneidade é sempre um desafio porque além de sua mutabilidade, sabemos que é complicado nos distanciarmos de nosso próprio tempo.

Considerando que a contemporaneidade e os períodos passados envolvem uma série de fatores de ordem política, social e económica, torna-se impossível falarmos em um conceito para cada um desses momentos da história ocidental, sendo pertinente, assim, analisarmos o cenário que se apresenta como um todo, destacando algumas características.

No âmbito acadêmico, não existe consenso quanto a estarmos vivendo em um novo período histórico, com princípios organizadores próprios e suficientemente diferentes daqueles característicos da Modernidade. Contudo, estimulada por esse debate, a análise social e cultural da contemporaneidade tornou-se mais complexa, surgiram diferentes perspectivas teóricas para compreender as mudanças observadas no cenário mundial (Hennigen, 2007, p.195).

Uma gama de condições possibilitou o deslocamento do lugar ocupado pelo homem na transição entre Idade Média e Moderna: a Reforma Protestante, que o aproximou da religião institucionalizada; o Humanismo Renascentista, que colocou no centro do universo as revoluções científicas que forneceram meios e motivos para investigar a natureza; e o Iluminismo, que considerava o homem racional, livre de superstições, pronto para conhecer a natureza e a própria humanidade (Siqueira, 1999). Nesta altura, há a conceção do indivíduo como soberano, centrado em si mesmo e movido



fortemente pela razão: “a afirmação da autonomia do homem e de sua razão tem sido associada, a partir do Iluminismo, com a emancipação da religião” (Hervieu-Léger, 2008, p. 37).

A modernidade, consolidada a partir da Revolução Industrial e referenciada como o período de consolidação do Capitalismo, trouxe modificações na maneira de o homem se posicionar na sociedade, de modo que a sua autonomia foi reafirmada. Com a ideia de progresso baseado na ciência e na razão durante o Renascimento (Fridman, 2000), a vida cultural foi secularizada, isto é, afastada do domínio da Igreja. A preocupação com os assuntos religiosos ficou um tanto de lado entre os homens e as mulheres do Renascimento. Eles prestavam mais atenção ao mundo dos seres humanos, à vida na terra:

“Esta secularização combina a perda de influência dos grandes sistemas religiosos sobre uma sociedade que reivindica a sua plena capacidade de orientar o seu destino e a recomposição, sob nova forma, das representações religiosas que permitiram à sociedade moderna pensar em si própria como autónoma” (Hervieu-Léger, 2008, p. 41).

A secularização consiste, em suma, na perda de influência direta da religião enquanto instituição sobre as variadas esferas da vida social. Ou seja, há uma abertura maior para a busca da espiritualidade não necessariamente vinculada à religião e lugares religiosos. A espiritualidade é um termo mais geral, porque pode envolver várias formas de buscar um Deus, uma força maior, ou simplesmente, buscar um equilíbrio pessoal, o que não necessariamente deve estar relacionado à religião institucionalizada, porque a espiritualidade antecede a religiosidade. A espiritualidade, desse modo, relaciona-se à busca pessoal de respostas sobre o significado da vida e o relacionamento com o sagrado e/ou transcendente (Peres, Simão & Nasello, 2007).

Ao mencionar os processos de transformação na sociedade moderna, Giddens (1997) vincula-os ao que ele denomina de sociedade pós-tradicional, fato que não significa que a sociedade esteve ou está desprovida da tradição, pelo contrário, destaca-se que neste cenário a tradição pode ser reformulada, ou ainda reavivada, mas esta deixa de ser o fato explicativo da vida social.

Zygmunt Bauman trabalha sob a vertente da modernidade líquida, ou seja, da liquefação dos principais valores da sociedade humana, no sentido que estes valores escorrem por nossas mãos, fugindo ao nosso controle por muitas vezes; vivemos assim em uma realidade de incertezas constantes.

Na pós-modernidade, observa-se um aceleração de inquietações, das transformações que caracterizaram a modernidade. Gilles Lipovetsky (2011, p. 25) diz que a pós-modernidade “representa o momento histórico preciso em que todos os freios institucionais que se opunham à emancipação individual se desmoronam e desaparecem, dando lugar à manifestação de desejos singulares, da realização pessoal, da estima por si”. Mas, o autor considera também que a sociedade

ocidental continua a ser sustentada pelos mesmos valores definidos pelos modernos, trata-se de “elementos constitutivos da modernidade”, válidos desde o século XVIII.

Lipovetsky (2011) trata a sociedade atual como sendo hipermoderna, considerando que temos nada menos do que a intensificação das características e comportamentos sociais e de consumo do período moderno.

Eagleton (2005) assinala que o pós-modernismo celebra o pluralismo, a descontinuidade e a heterogeneidade. A cidade aparece neste cenário como ambiente de consumo de “mercadorias e experiências simbólicas produzidas pelas indústrias culturais (das artes, do entretenimento, do turismo, do patrimônio histórico)” (Featherstone, 1995).

Os valores que cultivamos na nossa sociedade hoje em dia são plurais, heterogêneos, intensificadores da individualidade, somos reféns de uma enxurrada de informações transmitidas através das diversas tecnologias disponíveis. É a era da urgência, da fugacidade. As novas gerações não possuem um foco apenas, são múltiplos focos, focos passageiros (Lipovetsky, 2011).

A partir da exposição de algumas das características dos períodos vividos pelas sociedades ocidentais, podemos melhor compreender o porquê de as atividades e costumes contemporâneos configurarem-se da forma que vemos hoje. É fato que o foco das atividades praticadas, do consumo e de costumes tem mudado, principalmente entre fins do século XX e início do século XXI (Bezerra et al., 2012), porque os interesses dos indivíduos são flutuantes, e assim o consumo e as práticas sociais são cambiantes ao longo do tempo.

### **1.1.1. Os novos caminhos da espiritualidade contemporânea: *believing without belonging* e a *New Age***

Os laços institucionais da atualidade parecem mais frágeis e facilmente mutáveis, e neste sentido o papel da religião na sociedade continua a ser alterado gradativamente. Há uma modificação nos tipos de crença, os quais estão muito mais vinculadas aos interesses individuais. É o chamado *believing without belonging*<sup>1</sup> (Hervieu-Léger, 2008).

O fato de a vida social estar cada vez menos submetida a regras de instituições religiosas é o que podemos chamar de laicização da sociedade. Porém, há uma tendência que, a princípio, parece contraditória, porque se por um lado discute-se sobre a secularização da vida social, por outro, também fala-se em sociedade *post* secular e de um regresso ao religioso ou, com maior propriedade, ao espiritual (Santos, 2006).

Mas a secularização mencionada anteriormente não significa que a sociedade seja descrente: a representação moderna do indivíduo quanto à crença religiosa destaca a fé pessoal como ponto-chave: “a descrição desta modernidade religiosa se organiza a partir de uma característica maior, que é a tendência geral à individualização e à subjetividade das crenças religiosas. [...] Existem, em todas as religiões, os ‘crentes não praticantes’. Estes, inclusive, constituem, na Europa, a maior parte da população que se declara ‘católica’ ou ‘protestante’ ” (Hervieu-Léger, 2008, p. 42).

O rompimento entre crenças e práticas características da religiosidade<sup>2</sup> na chamada *New Age* (Amaral, 2000; Dias, 2003), que fortemente caracteriza a espiritualidade, possibilita aquilo que Leila Amaral (2000) vai denominar “religiosidade caleidoscópica”, que segue uma lógica semelhante ao que Danièle Hervieu-Léger (2008) chama de “bricolagem das crenças”. Ou seja, é o sincretismo resultante das crenças e escolha espiritual individuais.

Há que referir, ainda, a tendência para a constituição de pequenos agregados religiosos, formados a partir de convicções semelhantes, comuns aos seus membros, num processo de recriação institucional que, em casos extremos, conduz à organização de seitas mais ou menos fundamentalistas. Ou seja, dos estilhaços das religiões tradicionais originam-se [...] novas fórmulas grupais do religioso, caracterizadas pela informalidade da sua constituição [...] (Santos, 2006, p. 67).

O contexto desta Nova Era, para Stuart Hall, está ligado à pós-modernidade, no qual os processos identitários encontram-se mais dinâmicos, de modo que a possibilidade de arranjar e combinar

---

<sup>1</sup>O *believing without belonging* não significa que a privatização da crença “desfaça a necessidade de expressar a crença de um grupo no seio do qual o indivíduo encontra a confirmação de suas crenças pessoais” (Hervieu-Léger, 2008, p. 51).

<sup>2</sup> “É necessário fazer uma certa distinção entre religião e religiosidade. A primeira estaria associada à constituição de ritos, dogmas, corpo burocrático de especialistas do sagrado (padres, pastores, monges, etc.) e à codificação de comportamentos. A segunda liga-se mais a um “sentimento” difuso de ligação com o sagrado, sem hierarquia formal, regras de comportamento rígidas e centrando a atitude religiosa na liberdade do indivíduo” (Silveira, 2003, p. 71).

identidades fragmentas mostra-se acessível como nunca antes (Hall, 2001). Pode-se dizer, portanto, que a *New Age* não está unicamente ligada ao aspecto religioso (Oliveira, 2011).

Nesta corrente alteração dos padrões de comportamento religioso, Portugal é um país no qual, como vários outros países, muitas pessoas que se identificam como católicos praticantes, por exemplo, já não frequentam a missa dominical (Dias, 2010). Na diocese de Lisboa, Setúbal, Évora, Beja e Algarve, a prática de ir a missa dominical é inferior a 100 praticantes por 1000 habitantes, sendo consideradas áreas de práticas religiosas muito fracas. “Há a prática religiosa elevada nas dioceses de Braga, Lamego e Vila Real. Cerca de 1/3 da população assiste às celebrações religiosas todas as semanas. Perto desta realidade estão o Porto, Bragança, Viseu, Miranda do Douro, Aveiro e Leiria-Fátima” (Dias, 2010, p.67). Na realidade do continente europeu, Portugal ainda está entre os países onde se atribui maior importância à religião (Santos, 2011).

“Não é o fato de ‘crer em Deus’ que faz religioso o homem. É perfeitamente possível ‘crer em Deus’ de maneira não religiosa, em nome da iluminação surgida de uma experiência mística, da certeza de uma contemplação estética ou da convicção derivada de um empenhamento ético” (Hervieu-Léger, 2008, p. 23-24). O fato de frequentar as missas de domingo da Igreja Católica, por exemplo, não é um fator determinante da inserção na religião, porque esta seria apenas uma dimensão religiosa que não conta com aqueles que não participam das celebrações católicas, mas que possuem fé.

A religião foi responsável por diversos e importantes movimentos migratórios ao longo da história mundial. Tanto que as chamadas peregrinações são quase sempre associadas à religião, embora saibamos que, hoje em dia, nem sempre a devoção e fé são as principais razões para este tipo de deslocamento. Segundo Maria Cruz Porcal Gonzalo (2006), desde a antiguidade, é possível encontrar testemunho de peregrinações em todas as religiões e credos.

A European Values Survey (EVS)<sup>3</sup> tem vindo monitorizar o desenvolvimento da fé e da prática religiosa na Europa nas últimas duas décadas. Em relação ao cenário europeu, cerca de metade de todos os habitantes do continente rezam ou meditam pelo menos uma vez por semana. Três em cada quatro europeus dizem que são pessoas religiosas. Mas claro, há uma grande lacuna entre os países do noroeste mais secularizados e os mais tradicionais do sudeste. Mesmo em um país como a Holanda, por exemplo, famoso por sua tradição liberal, um em cada quatro de todos os moradores frequentam a igreja. Ainda assim, a maioria das igrejas europeias atrai menos fiéis a cada ano, especialmente na parte ocidental do continente.

---

<sup>3</sup> O European Values Surveys (EVS) é um programa que teve início no ano de 1981, e desde este ano realiza pesquisas para levantamento de dados sobre valores humanos básicos na Europa. Este programa fornece informações em relação à crenças, atitudes, valores e opinião dos cidadãos europeus.

Os europeus estão combinando e misturando crenças religiosas, doutrinas e práticas. Os sociólogos falam sobre essa tendência como “espiritualidade sem igreja”. Europeus continuam religiosos, mas a sua abordagem é eclética (EVS, 2000). Dados da EVS (1999-2000) em relação aos indicadores da religiosidade na Itália, Portugal, Polónia, Áustria, Bélgica, Espanha, França e Irlanda, mostram que os portugueses são os que mais confiança depositam na igreja enquanto instituição. Depois da Polónia, Portugal é o país de maioria católica.

Millán Arroyo Menéndez (2007) afirma, de acordo com um estudo do comportamento europeu em relação à religião, que os elementos que predominantemente caracterizam a religiosidade portuguesa são: uma elevada confiança na instituição eclesial; uma alta identificação religiosa com o catolicismo; uma prática religiosa não tão elevada como a sua identidade católica, expressa mais na oração individual do que na assistência à missa; um elevado nível de crença em Deus, claramente relacionado com o Deus pessoal da tradição católica.

## **1.2. O pós-turismo**

O pós-turismo compreende o conjunto de mudanças que a atividade turística sofreu em relação às transformações sociais, culturais e organizacionais, e as mudanças ocasionadas pelas novas tecnologias (Molina, 2003). Novas tecnologias têm surgido e o conhecimento é fonte de grande valor.

Para Urry (1990), o turista atual enxerga o património cultural como um refúgio, uma segurança, um ponto de referência contra a dissolução pós-moderna dos velhos valores e modelos. Isto é o que potencia o turismo, especialmente o turismo religioso e o turismo cultural.

O pós-turismo possibilita experiências para sentir a cultura do local visitado e suas peculiaridades: “estas são algumas das razões pelas quais o turismo cultural, ecológico e naturalista têm crescido na preferência das pessoas, logo novas identidades pós-modernas irão se desenvolver, especialmente, em novas demandas criadas e materializadas em diferentes estilos de vida e viagem” (Nascimento & Silva, 2009, p. 108). Na sociedade pós-moderna em que vivemos, prevalece uma tendência para a nostalgia, que se manifesta numa atração nostálgica pelo património cultural, entendido como representação simbólica da cultura, sendo esta uma das mais fortes motivações para a prática do turismo cultural (Urry, 1990).

Locais de turismo de massa, como praias, cidades históricas, muito embora ainda dominem, vêm sendo articulados e complementados com um conjunto de segmentos turísticos alimentados por turistas mais conscientes, mais seletivos, mais exigentes e mais complexos, que configuram uma procura mais fragmentada e menos uniformizada e padronizada. Estes turistas, mais do que locais

diferentes, procuram, acima de tudo, experiências e atmosferas únicas que os marquem e que os enriqueçam, sobretudo em termos imateriais e emocionais (Carvalho & Tomás, 2013).

Esta nova dimensão de interesses no turismo, na qual a componente emocional está presente, é contraditório e caracteriza a sociedade atual, teoricamente dominada pela razão. De maneira geral, os turistas pós-modernos busca qualidade diversificada nas experiências que têm, valorizando a cultura e movimentando-se em busca de ícones que representam a identidade local e a memória coletiva representados pelos bens materiais e imateriais (Nascimento & Silva, 2009).

O turismo oferece instrumentos para interpretação da condição identitária dos sujeitos e para ativação de seus imaginários, através do modo como as relações espaço-temporais são percebidas e instrumentalizadas no desenrolar do próprio ato turístico (Fortuna & Ferreira, 1996). O nosso presente é por demais ambíguo, recheado de incertezas e riscos, que geram no indivíduo um sentimento de desorientação. Desta maneira, o contato com os ambientes da cidade onde estão representadas partes da história e cultura pode ser elemento relevante e reconfortante.

### **1.3. O deslocamento do religioso: turismo religioso e peregrinação**

Cultura, turismo e religião estão relacionados. A religião é responsável pela afirmação de identidades. Ela une e divide grupos sociais. Todo o património religioso, seja ele material ou imaterial, é considerado um património cultural, porque representa um aspecto da cultura de um povo.

A religião como parte da cultura contribui para a construção de significados e influencia comportamentos. Toda a religião fala através de símbolos e se constrói como um conjunto de mitos e ritos (Dias, 2010).

As crenças religiosas, criações da consciência humana, são parte da cultura dos povos cuja razão de ser é a satisfação das necessidades do espírito humano (Kozak-Zychman & Gurba, 2005), e representam muitos deles porque revelam as diferentes identidades; os grupos sob qualquer crença se unem por terem estes laços em comum. As pessoas podem se deslocar a fim de reestabelecer identidades, para se encontrarem espiritualmente, ou simplesmente para apreciar a arquitetura e história atrelada ao património religioso das cidades. Esta apreciação do património religioso, bem como a interpretação a partir da visita aos locais onde está representado, vai ser considerado como uma atividade do turismo cultural, se o interesse do visitante não for relacionado unicamente à busca espiritual.

“As religiões tendem a se apresentar como uma matéria-prima simbólica, maleável, que pode dar lugar a reaproveitamentos diversos, segundo o interesse dos grupos que a exploram” (Hervieu-Léger, 2008, p. 59).

O mundo contemporâneo possibilitou novas formas de expressão e de procura da espiritualidade, e o sagrado e o profano não estão tão bem delimitados quanto se supõe estar. O turismo, atividade tão característica da pós-modernidade em seus moldes flutuantes e cambiantes, apresenta-se como uma nova maneira de muitos buscarem uma religiosidade, ou simplesmente uma aproximação com a mesma a partir da visita a locais considerados sagrados, representativos de alguma religião. “A religião e a espiritualidade estão entre as motivações mais comuns para viajar. Muitos dos principais destinos turísticos desenvolveram-se de forma alargada como consequência das suas ligações com lugares sagrados, eventos e caminhos percorridos” (Dias, 2010, p. 33).

A Organização Mundial do Turismo (OMT) classifica os motivos da viagem por divisões, para turismo recetor, emissor e interno: lazer, recreação e férias; visitas a parentes e amigos; negócios e motivos profissionais; tratamento de saúde; **religião/peregrinações**; outros. A segmentação da atividade turística é relevante para facilitar a identificação de turistas com comportamentos semelhantes, mas esse perfil traçado nunca é homogêneo, principalmente quando se refere ao turismo religioso e turismo cultural.

Os atrativos religiosos classificam-se da seguinte maneira, segundo Nolan & Nolan (1989): santuários de peregrinação; espaços religiosos com um caráter histórico-artístico significativo e os grandes encontros de grupos religiosos e as celebrações de caráter também religioso. Porém, “as estratégias de transformação dos ambientes religiosos em atrativos turísticos com diferentes atrações populares acabam desembocando na associação de motivação religiosa com outras motivações” (Christoffoli, Pereira, Silva, 2012, p. 598).

A partir dos deslocamentos com motivações religiosas, iniciou-se uma vasta discussão sobre quando poderiam ser considerados turismo religioso, peregrinação ou turismo cultural, tendo em vista que, o sujeito dito hoje pós-moderno é multifacetado, pode viajar com mais de uma motivação, e no seu destino pode realizar atividades variadas para além daquelas relacionadas a alguma crença religiosa.

Os termos ‘peregrinação’, ‘turismo religioso’ e ‘romaria’, aparecem muitas vezes na literatura académica como sinónimos, recobrando um universo extenso de práticas sociais. Há uma falta de consistência epistemológica e metodológica que qualifique, por exemplo, o turismo religioso, sem que possamos tratar de verdades absolutas (Silveira, 2003).

As viagens com motivação ou destinação religiosa só vieram a se tornar 'turismo religioso', segundo Edin Abumanssur (2003), quando o volume de pessoas envolvidas alcançou uma escala que tornou economicamente viável o planejamento e os investimentos na área. Nesse sentido, embora qualquer peregrinação possa ser encarada pelos agentes do turismo como turismo religioso, não é toda peregrinação que se torna um *trade*. A experiência do turismo e da peregrinação tem um caráter comum: o distanciamento do cotidiano e a afirmação da alteridade (Abumanssur, 2003).

Steil (1998a) sublinha a ocorrência de uma inter-relação entre o universo religioso, o turismo e o lazer, afirmando existir em comum entre os praticantes do turismo e da peregrinação, a saída do cotidiano, a mudança de atividades e convivências.

Se por um lado, a Maria da Graça Santos (2006) fala que as realidades do turismo religioso e da peregrinação são semelhantes, por terem subjacente a elas o afastamento do dia-a-dia profissional e residencial durante um certo período de tempo, há aqueles que, como Vukonić (1996), consubstancia a sua posição através da espiritualidade que a peregrinação acarreta, diferenciando-as da frivolidade das viagens turísticas, onde o imediatismo e a descontração se opõem à meditação e contemplação das peregrinações.

Ainda para Vukonić (1996), o conceito de turismo religioso engloba as várias atividades turísticas que apresentam características religiosas, sejam peregrinações ou visitas a lugares religiosos, tendo a fé como principal motivação.

Em documento oficial publicado na Conferência Mundial de Roma, realizada em 1960, o turismo religioso foi compreendido como uma atividade que movimenta peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou da devoção a algum santo. Na prática, são viagens organizadas para locais sagrados, congressos e seminários ligados à evangelização, festas religiosas que são celebradas periodicamente e que envolvem agências e agentes institucionalizados (redes hoteleiras e agências de viagem, operadoras de turismo etc.) com a participação dos poderes locais, como prefeituras, do próprio estado e dos agentes religiosos, em organizar pacotes de viagens para um destino turístico.

Mário Carlos Beni diferencia turistas dos peregrinos. Para o autor, o turista é aquele que se desloca a outros lugares a partir de escolhas e motivações variadas, o peregrino se concentra na motivação religiosa, mas é um turista potencial, porque existe consumo na viagem com fins religiosos (hospedagem, alimentação, compra de lembranças). Esse peregrino assume um comportamento de consumo turístico, pois utiliza equipamentos e serviços com uma estrutura de gastos semelhantes às de um turista (Beni, 2000).



Steil (1998b) aponta que o peregrino mover-se-ia no espaço em busca de uma experiência de integração em uma comunidade; já o turismo remeteria para a produção do espetáculo, e não se trataria de conhecer 'o outro', mas de estabelecer uma melhor definição de si.

A palavra "peregrinação" pode evocar várias associações, talvez porque a origem da palavra latina *peregrinus* foi usada para denominar uma pessoa que viaja por países estrangeiros ou aquelas que não têm direito à cidadania nestes países. É um termo utilizado para referir os movimentos migratórios que ocorreram ao longo da história mundial. Místicos hindus, muçulmanos, cristãos e judeus recomendavam ou impunham a peregrinação de penitência, considerada como uma preciosa oportunidade de purificação (Vilhena, 2003). Esta prática de deslocamento tornou-se ainda mais comum com a expansão do cristianismo.

Se tratarmos da composição da palavra, composta por duas partes: *per* (através) e *agros* (campo), ou seja, significaria caminhar por um campo longe de casa, podemos levantar a hipótese que boa parte do turismo seria um tipo de peregrinação no mundo atual (Kmiecinski, 2005). Os destinos de peregrinação (Jerusalém, Vaticano, Santiago) são espaços religiosos culturais que possuem o uso turístico, o que significa que possuem um caráter plurifuncional, onde convivem ambas as funções – turística e religiosa (Gonzalo, 2006).

Na sequência de caracterização da peregrinação, Vilhena (2003) cita o protagonismo laico destes movimentos e o caráter extramuros, fora dos limites das cidades. Ele diz também que, para o *homo religious*, toda a vida pode ser entendida como peregrinação a caminho de outra vida, a que realmente vale a pena, a penalidade de viver neste mundo.

Se, por um lado, a peregrinação se exprime na história como um exercício de encontro com 'o outro', o estrangeiro, por outro, aponta para uma busca mística de si, como uma jornada de santificação que encontra seu ponto de chegada no reconhecimento de uma divindade que se manifesta no interior de cada devoto (Steil, 2003, p.30).

Oliveira (2004) diferencia peregrinos de turistas e afirma que o turismo religioso é hoje uma peregrinação contemporânea motivada por celebrações relacionadas direta ou indiretamente com a cultura cristã, podendo afastar-se do sagrado e do lazer e aproximar-se mais da ideia de um turismo de negócios: "o negócio da fé."

Em alguns contextos sociais, a exemplo do Brasil, o peregrino muitas vezes não se sente como um turista, porque a peregrinação vem assumir, em alguns casos, um caráter de sacrifício. Obviamente que este cenário pode configurar-se de maneira diferente em se tratando, por exemplo, daqueles que fazem o caminho de Santiago de Compostela, os que caminham para lá por razões outras um tanto distantes do fator religioso ou penitencial, como pelas paisagens ao longo do percurso, ou simplesmente para viver a experiência de percorrer o caminho, pela aventura e diferencial que pode

caracterizar muito bem este tipo de viagem. Estas pessoas, apesar das motivações distantes no que se refere à fé, continuam a ser peregrinos, se consideramos unicamente o deslocamento a pé, e ao mesmo tempo não deixariam de ser turistas.

Os santuários, muito utilizados como motivação de deslocamento dos peregrinos, são considerados locais de convergência (Lima, 2003), porque proporcionam encontros de pessoas que lá estão por motivos variados e, portanto, os interesses e expectativas em torno de um local. “De variadas origens e motivações, os santuários, ao longo dos anos, são visitados por populações diversas que ali vivem pausas de existência e, por certo, encontram mediações de outra realidade” (Lima, 2003, p. 31).

Todo o santuário, além de atrair o deslocamento de fiéis, provoca o surgimento de uma procura cultural, de pessoas que irão apreciá-lo pelo que contém de histórico, cultural e arquitetónico (Dias, 2003) – e, neste caso, cabe falar no turismo cultural. Outra questão importante é saber que muitos destes centros, como o Castelo de Guimarães, o Mosteiro da Batalha, a Torre dos Descobrimentos e os vários conventos são importantes para a estruturação e manutenção da memória coletiva de Portugal.

Neste trabalho, consideramos o carácter comum na experiência do turismo religioso e da peregrinação: o distanciamento do cotidiano, a afirmação da alteridade. Trata-se da experiência de defrontar-se com o outro e isto “permitiria, então, um distanciamento dos próprios hábitos e valores, distanciamento revertido em virtude do “refinamento” da identidade do turista, muito mais do que um “encontro” com o outro” (Silveira, 2003, p. 89).

Maria da Graça Mouga Poça Santos caracteriza o turista religioso a partir de uma análise comparativa com os peregrinos, e como resultado tem-se os dados apresentados a seguir:

**Quadro 1.1: Quadro comparativo de alguns padrões típicos de turistas religiosos e de peregrinos**

| <b>Turista Religioso</b>   | <b>Peregrino</b>   |
|--|--|
| Turista crente   | Crente devoto  |
| Uso de equipamentos hoteleiros e de restauração  | Alojamento em casas religiosas, quartos arrendados e acampamentos improvisados   |
| Atividades religiosas, de lazer e culturais  | Oração, atos de culto e cumprimento de promessas   |
| Algum consumismo   | Sobriedade e frugalidade   |
| Organização por agência de viagens ou organismo religioso especializado ( <i>segmento de mercado turístico comercial</i> ) | Organização individual ou por grupo de amigos e familiares, paróquia e movimentos ( <i>fora do mercado turístico comercial</i> ) |
| Linguagem da fé, da cultura, da estética, da natureza, do conhecimento, do repouso, etc.                                   | Linguagem da fé, da ascese, da penitência, etc.  |
| A deslocação é um meio   | A deslocação é um fim  |

Fonte: Adaptado de Santos (2006).

O turismo religioso e a peregrinação têm como característica a união do sagrado e do profano por meio de várias motivações, como a prática de um culto, a busca pela meditação, a renovação ou penitência.

Longe de encontrar um conceito único, reconhecemos as várias abordagens que se pode suscitar, não querendo tomar como ponto de partida as dicotomias para representar as múltiplas dimensões deste tema. É mais sensato que pensemos no turismo religioso como uma forma de turismo, como é evidente, mas também como uma manifestação da religiosidade contemporânea; é um patamar de aproximação com o sagrado (Oliveira, 2008), tendo a fé e devoção como pilares.

A abordagem das definições de turismo religioso e peregrinação exposta anteriormente é necessária para que no capítulo seguinte possamos falar sobre o turismo em espaços sagrados como uma modalidade do turismo cultural, sem haver confusão entre os termos e as atividades, que embora desenvolvidas em espaços semelhantes, reservam características particulares.

## **Capítulo 2 – Turismo Cultural em espaços religiosos**

Neste capítulo, discute-se alguns conceitos de cultura, dando especial atenção à visão antropológica do conceito. Este esclarecimento será importante para subseqüentemente falarmos da relação entre cultura e turismo. A partir do aprofundamento desta relação, destacaremos o turismo cultural como uma atividade que pode fortalecer os laços entre a cultura e o turismo. Por fim, faremos uma breve caracterização do turismo cultural em espaços religiosos e do turista cultural.

### **2.1. Cultura e turismo**

De maneira geral, podemos referir a cultura como sendo constituída por todas as manifestações que implicam o contato humano, ou trocas de experiências, as quais estão inteiramente ligados ao princípio de uma construção social (Santos, 2008). A cultura está vinculada às relações sociais, que desenvolve em comunidade, com as suas características particulares, referindo-se, por isso, a grupos humanos, com suas práticas e costumes.

A cultura define também as formas de classificarmos o mundo. É pela construção de sistemas classificatórios que a cultura nos proporciona os meios pelos quais podemos dar sentido ao mundo social e construir significados (Woodward, 2000).

De acordo com Raymond Williams (1976, citado em Pérez, 2009), há três maneiras de entender e utilizar o conceito de cultura: a) antropológica; b) sociológica; c) estética. A perspectiva antropológica de cultura entende-a como modo de vida e não concorda com a simples redução da cultura às atividades ligadas às belas artes. Neste contexto, a cultura estaria impregnada em tudo, ela seria “o açúcar diluído”, e seria resultado da participação e criação coletiva, enquanto o conceito sociológico a vê como um “pacote de açúcar sem dissolver” (Pérez, 2009).

Para os antropólogos, a cultura é constituída por ideias, abstrações e comportamentos. As ideias abrangem toda a variedade de conhecimento e crenças, sejam elas filosóficas, científicas, históricas ou teológicas. Abstrações encontram-se unicamente no plano da mente, referem-se a acontecimentos e fatores não palpáveis (Ex: O cristianismo). Os comportamentos são maneiras de agir de indivíduos pertencentes a um determinado grupo social (as leis, costumes, etc) (Marconi, 2007).

A noção sociológica fala da cultura como produção e consumo de atividades culturais, e daí a sua ligação com as políticas da cultura. Neste ponto de vista, a cultura é entendida como espetáculo, como política, produção e consumo (Pérez, 2009):

Se a perspectiva antropológica de cultura entende a cultura como impregnada em tudo, o sociológico entende a cultura como um campo de ação específico juntamente com outros – economia, política –, que estão estratificados de acordo com determinados critérios (Pérez, 2009, p.105).

Ainda segundo Pérez (2009), quanto ao uso estético do conceito de cultura, descrevem-se atividades intelectuais e artísticas como por exemplo a música, a literatura, o teatro, o cinema, a pintura, a escultura e a arquitetura. Este panorama define a criação artística como forma de cultivo humano do espírito. É sinónimo de 'Belas Artes' e exige níveis de instrução educativa formal.

Por extensão, pensa-se que uma pessoa que conhece e pratica estas manifestações artísticas tem que ser diferente da gente comum, atribuindo-lhe a categoria de culto, em oposição ao "inculto" ou de "pouca cultura". Portanto, a perspectiva estética de cultura entende-se como "alta cultura" (ex.: ir à ópera), a produção cultural de uma minoria para uma elite letrada de iniciados. Esta perspectiva elitista, promovida na Europa refinada do século XIX, é criticada pela perspectiva antropológica de cultura, pois confunde níveis de instrução com conhecimento e capacidade criativa, refinamento com habilidades culturais para dar resposta aos problemas quotidianos (Pérez, 2009, p. 105-106).

Clifford Geertz (1989) trabalha sob a visão antropológica, e diz ser a cultura um conjunto de hábitos e de mecanismos de controle: planos, receitas, regras, instruções – para governar o comportamento.

Como sistemas entrelaçados de signos interpretáveis (o que eu chamaria símbolos, ignorando as utilizações provinciais), a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto (Geertz, 1989, p. 10).

Peter Burns (1999) propõe o modelo de cultura descrito na figura 2.1 abaixo, onde relaciona e interliga elementos que estariam então diluídos na cultura. O autor não entende a cultura apenas como uma estratificação de campos de ação, junto a outros como a economia e política, segundo creem os sociólogos. Do contrário, seguindo a lógica antropológica, economia e política já são parte da própria cultura. Portanto, os componentes da figura 2.1 constituem o "contexto" que é a cultura e ao qual Clifford Geertz se refere na citação anterior.



**Figura 2.1 – Componentes da Cultura**

Fonte: Adaptado de Burns (1999).

A cultura e seus componentes são claramente dinâmicos e mutáveis. As mudanças culturais são, sob o ponto de vista de Marconi (2007), alterações nos traços, nos complexos e/ou nos padrões da cultura. O aumento ou diminuição das populações, o contato entre povos de culturas diferentes, inovações científicas e tecnológicas, as catástrofes (guerras, epidemias), mudança de governos, etc, podem exercer elevada influência nestas mudanças.

O contato entre povos e culturas diferentes é algo que o turismo promove intensamente. Ao sairmos do nosso cotidiano, temos acesso ao “novo”, mas sempre entramos em contato, mesmo que superficialmente, com outra cultura. Há uma relação de “troca” constante entre as culturas e o turismo: A ligação entre turismo e cultura é relativamente recente e muito mais o conceito de turismo cultural. Os profissionais da cultura tendiam, até há pouco tempo, a desvalorizar o turismo, porque entendiam-no como uma atividade banal, superficial, aculturadora e com pouco interesse pela cultura visitada (Pérez, 2009).

A relação simbiótica entre cultura e turismo desenvolve-se sobre dois pilares: Um deles é o da existência de pessoas motivadas em conhecer culturas diversas, o outro da possibilidade do turismo servir como instrumento de valorização da identidade cultural, da preservação e conservação do património e da promoção de bens culturais (Dias, 2010).

O contato intercultural entre turistas e anfitriões que o turismo possibilita também pode influenciar na mudança dos traços culturais dos sujeitos envolvidos, o que é normal quando se fala do contato entre grupos distintos. “A constatação de que há culturas diferentes precede à existência do próprio

conceito de cultura” (Barretto, 2007, p. 23). A cultura não é estável, assim como as identidades dos povos também não, portanto o contato saudável e naturalmente estabelecido é relevante, mas jamais uma cultura deve-se impor a outra.

Cada país responde diferentemente a desafios do turismo em função da sua própria história e cultura (Barretto, 2007), mas de maneira geral, o turismo transforma as culturas locais em bens de consumo, e a mercantilização turística da cultura provoca uma distribuição desigual dos benefícios do turismo (Pérez, 2009). Esta referência ao turismo como indústria é uma realidade que, segundo Hunter (2010), contradiz-se com as razões espirituais e pessoais que fazem uma pessoa viajar.

O turismo cultural compreende os elementos turísticos relacionados à vivência do conjunto de elementos significativos do património histórico e cultural, bem como dos eventos culturais. O património cultural e natural, no seu sentido mais genérico, pertence a todos, por isso temos o direito de compreendê-lo, valorizá-lo e conservá-lo (ICOMOS, 1976). O turismo cultural pode ser um meio para atingir esses objetivos, já que pode ser entendido como uma experiência de intercâmbio cultural que permite aproximar-nos não apenas do conhecimento do passado, mas também da vida atual de outros grupos humanos.

## **2.2. Caracterização do turismo cultural em espaços religiosos**

Falar em turismo cultural é, no fundo, falar da ligação do património aos novos usos do território (Carvalho, 2010). Em se tratando de cidades históricas, temos “uma realidade complexa e multidimensional, um aglomerado de dimensões físicas, económicas, sociais, funcionais, políticas e ambientais, dentro das quais se insere a dimensão turística” (Vaquero, 2006, p. 22). Nas cidades históricas, podemos dizer que o património cultural constitui um núcleo de identidade cultural e é a base do principal atrativo turístico destas cidades históricas (Marujo, Serra, Borges, 2013).

O turismo cultural em espaços religiosos, nas cidades históricas, é proposto por Seccal (2009) em referência às atividades turísticas associadas ao património religioso: a diversidade do turismo cultural permite-nos dizer que ele envolve a procura dos testemunhos e das expressões histórico-artísticas da religião (Santos, 2006). Referimo-nos aos espaços físicos religiosos, também em seu sentido simbólico, ou seja, em uma dimensão indissociável que engloba valores, crenças, tradições, e até mesmo realidades psicológicas ou espirituais (Mello, 2007).

Os lugares religiosos simbolizam algo através da forma como se relacionam com o entorno e pela forma como aparecem aos seres humanos. Portanto, estes lugares só seriam símbolos para aqueles que se sentem ligados aos mesmos e que os decifram. Um símbolo abre uma gama de possibilidades de conexões cognitivas e não propõe uma resposta direta dada de forma unívoca e clara (Mourão, 2013).

Os espaços religiosos e seu património vão assumir duas funções de uso: a religiosa (compreendendo aspectos teológicos, litúrgicos e pastorais) e a secular (que inclui, entre outras, a vertente educativa, histórica e estética) (Seccal, 2009). O uso secular deste património, principalmente por envolver a componente educativa, é um ponto presente nas atividades do turismo cultural.

A capacidade de interpretação do património cultural é fundamental, para que, de fato, o património atinja todo a sua potencialidade educativa. Que não sirva meramente para instruir, memorizar e reproduzir características, o que não é eficaz (Ferreira, 2010). O ideal é que se compreenda o passado nos termos do presente, que se compreenda o objeto, a manifestação cultural, que apresenta um ponto de partida para questionamentos, comparações, permitindo, assim, o estabelecimento de conexões entre o passado-presente, entre uma cultura e outra (Ferreira, 2010).

Quando um elemento de atração turística é um monumento ou outra forma de legado cultural de natureza religiosa, podemos estar diante do turismo cultural em espaço religioso. A viagem envolve, neste caso, uma intenção intelectual de compreender aquele espaço religioso, ou, mais frequentemente, a apreciação das expressões artísticas e estéticas que podem ali ser encontradas (Dias, 2003).

Podemos citar, como exemplo de turismo cultural em espaço religioso, as visitas às igrejas coloniais em Tiradentes, Minas Gerais. Brandão (1989, citado em Camurça & Giovannini, 2003) observa, em seu estudo, que os turistas que vão à Tiradentes não têm nenhum interesse propriamente religioso quando visitam estas igrejas: o que os turistas buscam entre as igrejas, que valem mais como museus ou monumentos, é uma espécie rara e diversa de cultura na qual se acredita que tenham sido preservados os valores e os símbolos de nossa história. Assim, apesar de a literatura muitas vezes considerar a interseção nos conceitos que envolvem o turismo religioso e o turismo cultural<sup>4</sup>, devemos manter a ideia de que o simples fato de visitar o património cultural religioso, buscar informações sobre manifestações religiosas e/ou frequentar as mesmas não é suficiente para classificarmos um turista como religioso. Para classificá-lo como tal, é preciso que o turista tenha sido motivado, principalmente, pela fé e devoção (Christoffoli, Pereira, Silva, 2012).

Tighe (1986) diz que o turismo cultural é um termo que abrange locais históricos, artes, feiras de artesanato e festivais, museus de todos os tipos, as artes do espetáculo, as artes visuais e outro património que os turistas visitam em busca de experiências culturais. Uma oferta de turismo cultural

---

<sup>4</sup> Sob o ponto de vista Ministério do Turismo brasileiro, por exemplo, o turismo religioso apresenta-se como uma subcategoria de turismo cultural, juntamente ao turismo cívico, turismo místico e exotérico, turismo étnico, turismo cinematográfico, turismo arqueológico, turismo gastronómico e enoturismo.



pode integrar os produtos culturais do passado, os produtos culturais contemporâneos e também os modos de vida das pessoas de um local turístico.

O turismo cultural pode proporcionar diferentes vivências, nomeadamente: as vivências sensuais (sons, odores, cores, ambiente), sociais (relações com os outros, hospitalidade, bem-estar, segurança, diversão), culturais (eventos, festivais, atividades, alojamento, restauração, enriquecimento) (Pérez, 2009).

De acordo com o ICOM (Conselho Internacional de Museus), os valores que o turismo cultural deveria ter são os seguintes:

- Transmissão da importância do património cultural a anfitriões e visitantes.
- Respeitar as culturas anfitriãs.
- Facilitar e promover o diálogo entre os conservadores do património cultural e a indústria do turismo, com o objetivo final de um desenvolvimento sustentável.
- Apoiar a conservação e a gestão do património cultural.
- Formular padrões de intervenção no património cultural.
- Predomínio do valor simbólico, sobre os valores de uso e de troca (Canclini, 1999).

A 'transmissão da importância do património cultural a anfitriões e visitantes' é importante, e havemos de reconhecer que esta transmissão deveria ser contemplada, primordialmente, pelas políticas públicas das cidades com potencial turístico. A inserção de uma educação patrimonial direcionada aos anfitriões é um tema relativamente recente mas de grande dimensão, porque trabalha sob a vertente de que os anfitriões devem ser os primeiros a (re) conhecer o seu património e identificar-se com o mesmo, reconhecendo-o como parte integrante da sua construção enquanto cidadão. Segundo Horta (1999), a educação patrimonial tende a modificar a atitude dos indivíduos em relação aos seus bens, eles descobrem uma nova realidade e identificam seus valores.

Como afirma Paulo Carvalho (2010), o turismo cultural deve ser enquadrado nas tarefas de planeamento e gestão dos espaços históricos, através da definição de políticas e ações integradas, direcionadas aos múltiplos problemas das áreas históricas e indo ao encontro das expectativas e interesses dos grupos que estão na cidade.

Para termos uma ideia da abrangência do turismo cultural, segundo dados do Conselho Mundial do Turismo, mais de 40% das viagens internacionais são motivadas por aspectos relacionados aos feitos culturais. Para complementar estas informações, temos os dados da Conferência Ministerial de Oceanos e Novos Espaços Turísticos que a OMT (Organização Mundial do Turismo) celebrou em Lisboa, na qual o turismo cultural foi considerado uma das principais atividades do século XXI. O turismo cultural vem sendo implementado nos últimos tempos como produto de muitas mudanças,

entre elas a variação na forma de organizar as viagens, o que está influenciando a decaída do tradicional mês de férias a favor de períodos mais curtos de descanso, distribuídos durante todo o ano (Fernández & Ramos, 2010).

Portugal é um país de diversificada oferta em vários segmentos do turismo: muito do turismo cultural é praticado em cidades como Porto, Braga, Coimbra, Lisboa, principalmente por serem sítios históricos, ricos e diversificados em relação aos monumentos religiosos, os quais estão muito atrelados à história de fundação/construção das cidades portuguesas (grande parte das cidades começaram a ser construídas a partir ou ao redor de uma igreja).

Também estas mesmas cidades possuem festejos religiosos responsáveis por atrair visitantes, alguns motivados por questões de crença, outros para desfrutar do 'lado profano' destes mesmos festejos: 67% dos turistas que vêm a Portugal visitam monumentos e museus durante suas férias e 47% dos turistas realizam atividades culturais (Turismo de Portugal, 2014).

Obviamente que não somente de benefícios vive o turismo cultural. Como qualquer fenómeno económico e social contemporâneo, é possível relacionar também alguns pontos negativos: a comercialização da cultura, a romantização da história, impactos ambientais, transformações no artesanato local, etc (Kravets & Camargo, 2008).

### **2.3. Caracterização do turista cultural**

Há teóricos que criticam as tipologias de turistas determinadas na literatura, como é o caso de Swarbrooke e Horner (1999): para estes investigadores, nenhuma das tipologias considera a possibilidade de um consumidor individual mover-se entre várias modalidades, devido ao impacto de diferentes determinantes ao longo do tempo, incluindo mudanças em relação à saúde, renda, tempo de lazer e compromissos de trabalho. Outra questão é que estas tipologias são generalistas, são articuladas como se pudessem ser aplicadas às pessoas em todos os países, ignorando por vezes as diferenças culturais de cada povo. Estas tipologias são muito descritivas, e raramente ajudam a compreender verdadeiramente o comportamento do turista.

A distinção tipológica de turistas é, ainda assim, muito importante como ferramenta para fins de análise teórica e para segmentação de mercado, o que influencia o tipo de oferta turística e/ou a natureza dos encontros entre anfitriões e turistas. Isto põe em foco temas como a motivação no turismo, experiência e consequências socioculturais próprias a cada tipo de turista.

Talvez a diversidade da oferta turístico-cultural – o património cultural dificilmente se explicará por apenas um valor ou qualidade (Bucho, 2010) – seja um fator que influencie a grande variação no perfil do turista cultural e suas motivações, embora estas estejam, algumas vezes, fortemente

relacionadas à componente educativa. Nas ciências sociais, o termo “motivação” está associado a uma realidade na qual alguém se dispõe a despende um esforço individual para a concretização de uma vontade, um objetivo (Dubois, 1990).

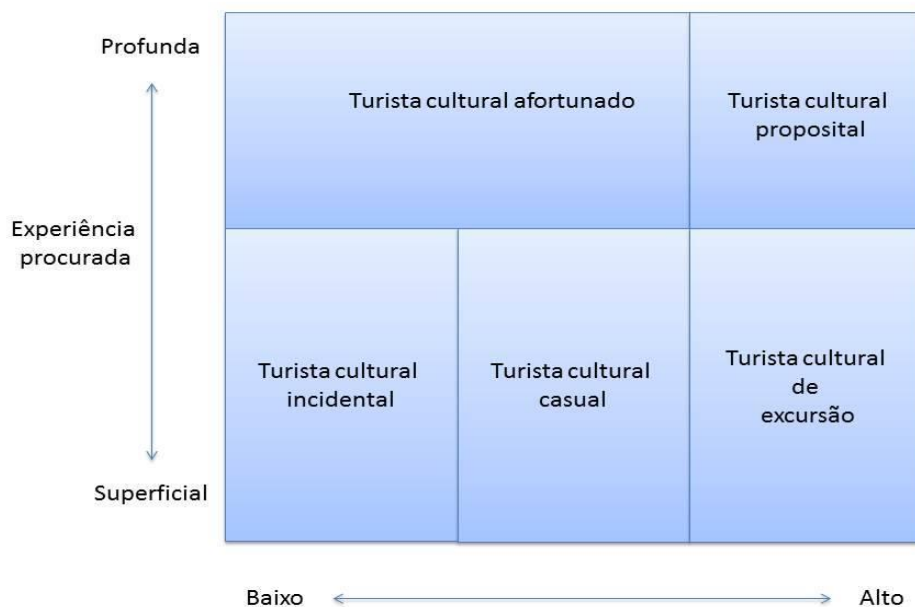
É difícil medir, ou quantificar, a intensidade das motivações, pois são de ordem eminentemente subjetiva: “na generalidade, o património cultural motiva os visitantes pela sua dimensão de educação, e como significado e fator determinante para um “sentido de pertença”, através do qual os visitantes sentem uma ligação especial a um destino através dos conhecimentos adquiridos e os contactos humanos estabelecidos” (Marques, 2011, p. 19).

Comumente, as experiências de contato com o património envolvem uma natureza emocional e subjetiva, que produzem benefícios psicológicos aos visitantes (McIntosh, 1999).

Em termos gerais, para a definição da motivação do turista, Erick Cohen (1974) considera muito importante o fato de o turista ser ou não institucionalizado, ou seja, se ele viaja utilizando-se de serviços intermediários de agências e operadoras de turismo.

Duas pessoas viajando por razões similares podem ter, fundamentalmente, experiências distintas, baseado nas suas habilidades em envolver-se com a localidade (profundidade da experiência). Essa habilidade em envolver-se com atrações culturais e patrimoniais depende de vários fatores, dentre eles, o nível educacional, conhecimento em relação ao local antes da visita, concepção a respeito do local/monumento, interesse em relação ao mesmo, seu significado para quem está a visitar, disponibilidade de tempo, etc.

McKercher (2002) propõe um modelo de classificação do turista cultural (figura 2.2) de acordo com duas dimensões: uma é em relação à importância das motivações culturais no processo de decisão em visitar um destino; outra dimensão está relacionada com a profundidade da experiência.



**Figura 2.2 – Classificação do turista cultural (profundidade da experiência procurada e a influência do turismo cultural na decisão de visita a um destino).**

Fonte: Adaptado de McKercher (2002).

Para melhor compreender a figura acima, vale apresentar uma breve caracterização de cada tipo de turista cultural apresentado: *Turista cultural afortunado*: o turismo cultural tem pouca ou nenhuma influência no processo de decisão, mas quando no destino, estes turistas vão participar das atividades do turismo cultural tendo experiências profundas; *turista cultural proposital*: aprender sobre outras culturas ou patrimónios é a maior razão da visita e esse tipo de turista tem uma experiência profunda; *turista cultural incidental*: o turismo cultural tem pouca ou nenhuma influência no processo de decisão, mas quando no destino, estes turistas vão participar das atividades do turismo cultural tendo experiências mais superficiais; *turista cultural casual*: as razões do turismo cultural têm papel limitado na decisão, e esse tipo de turista cultural insere-se em um destino de maneira superficial; *turista cultural de excursão*: na língua inglesa, são chamados *sightseeing cultural tourists*, ou seja, são os que têm o propósito de aprender sobre a cultura dos destinos e isto é a razão principal da visita, no entanto eles têm uma experiência superficial, mais orientada para o entretenimento.

Stebbins (1996) identifica dois tipos de turistas culturais: “*generalised cultural*”, o qual visita diferentes sítios e regiões, e com o passar do tempo, este turista adquire um vasto conhecimento de diferentes culturas; o “*specialised cultural tourist*”, o qual foca seus esforços em um número reduzido de entidades culturais e sítios geográficos. Este turista visita repetidamente uma cidade, país ou região em particular, e busca um aprofundado entendimento cultural destes locais, ou vai a

diferentes cidades ou regiões em busca de exemplares de um tipo de arte em particular, história, festival ou museu.

Rami Isaac (2008) questiona se há mesmo turistas exclusivamente culturais, e esse questionamento surge da realidade em que, mesmo os visitantes culturais podem desfrutar de museus, restaurantes, estabelecimentos comerciais, de acordo com suas próprias preferências e conhecimento. O mesmo autor diz que:

Por causa das complicações práticas ou a definição imperfeita do turismo cultural, e da variedade de usuários em locais de interesse cultural e objetos tornam muito difícil ter um perfil ou saber mais sobre os "turistas culturais". Assim, há uma necessidade de compreender o comportamento do turista, suas motivações e experiências, a fim de ser capaz de gerir ou otimizar a gestão dos sítios culturais e objetos corretamente (Isaac, 2008, p.74-75).

O turista cultural, para Isaac (2008), busca constantemente o que é diferente; busca a autenticidade nas experiências culturais; preocupa-se com a autenticidade existencial e autovalorização, bem como com a interação com os destinos e seus habitantes.

Já outros autores seguem narrativas que definem as características socioeconômicas do turista cultural (Bodo, 1995; Prentice, 1993) do seguinte modo:

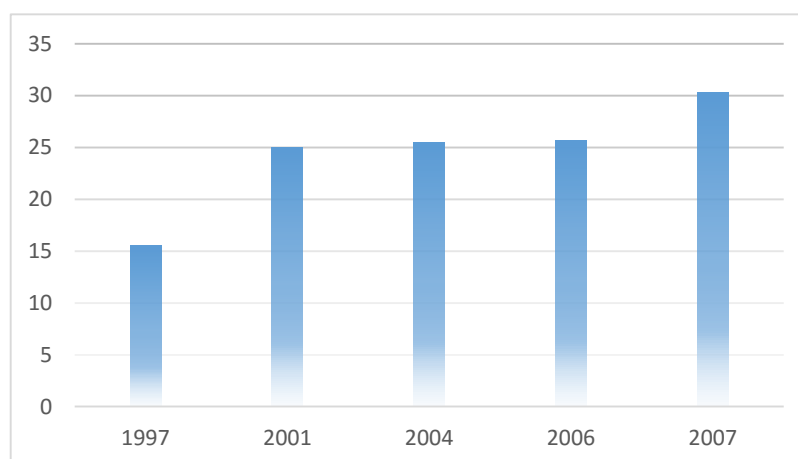
- Visitantes estrangeiros de idiomas e bagagens culturais diferentes.
- Cidadãos do próprio país, que procuram uma relação mais aprofundada com o seu patrimônio cultural.
- Residentes que procuram um conhecimento mais aprofundado do território que habitam.
- Pessoas com rendimentos acima da média.
- Pessoas que gastam mais.
- Pessoas que passam mais tempo em um mesmo lugar.
- Pessoas com mais probabilidade de alojamento em hotéis.
- Pessoas cultas e provavelmente mulheres.
- Jovens que procuram experiências culturais intensas e pouco estereotipadas.
- "Whoppies" (*Whealthy Healthy Older People*), pessoas mais velhas com meios econômicos e saúde.

Erik Cohen (1979) sugere uma classificação de cinco grupos de turistas com base no tipo de experiência que eles procuram:

- O turista de lazer, com ênfase na recreação física;
- O turista diversivo, que procura maneiras de esquecer sua vida cotidiana;
- O turista experiencial, que busca experiências autênticas;

- O turista experimental, que tem o desejo de estar em contato com os moradores da região visitada;
- O turista existencial, o qual quer mergulhar totalmente na cultura e estilos de vida de seu destino de férias.

Para introduzirmos alguns dados estatísticos relacionados à prática do turismo cultural, lembramos que há significativo crescimento na quantidade de turistas fazendo férias culturais – crescimento de 17% em 1997 para 31% das viagens em 2007 (ATLAS, 2007) – a nível mundial, como demonstra o gráfico abaixo:



**Figura 2.3: Gráfico da proporção de turistas que praticaram alguma viagem cultural (1997-2007)**

**Fonte:** Adaptado de “The ATLAS Cultural Tourism Project: Summary of Research Results”. Disponível em: <http://www.tram-research.com/atlas/previous.htm>.

Dados ainda mais recentes mostram que o turismo cultural é a motivação primária de 15,4% das viagens de lazer realizadas pelos europeus, representando 36,6 milhões de viagens da Europa em 2010. A perspectiva é que haja um crescimento médio anual de busca por atrativos religiosos culturais de 4% nos próximos anos (Turismo de Portugal, 2014). Estas pessoas viajam sozinhas ou em grupo, muitos viajam com suas famílias:

As viagens têm habitualmente uma ou duas semanas de duração e realizam-se ao longo do ano, embora se verifique uma concentração das viagens (mais de 50%) no período de maio a agosto. O gasto médio diário por turista situa-se entre os 80 e os 150 euros” (Turismo de Portugal, 2014, p. 8).

Os principais mercados emissores de turistas culturais na Europa são: França, Itália, Escandinávia, Alemanha, Rússia, Reino Unido e Espanha.

## Capítulo 3 – Memória, Património Cultural, Identidade e Turismo

Esta seção é especialmente importante por tratar de temas fundamentais, representativos da cultura e do turismo. Os termos património cultural, identidade e memória foram citados diversas vezes ao longo dos capítulos anteriores, por isso neste capítulo iremos trabalhá-los mais a fundo.

Por que há um interesse crescente pelos campos de estudo relacionados a memória, identidade e património? Há um movimento de valorização das culturas em geral, iniciado com aspectos materiais, em geral produzido pelas elites, que tem expandido, aos poucos, para as manifestações intangíveis dos grupos sociais (Pelegriani & Funari, 2008). Esta valorização “está articulada às transformações das formas de convívio social e aos padrões culturais que regem a existência humana” (Pelegriani & Funari, 2008, p. 31).

A dinâmica acadêmica de recuperação e maior discussão destes temas na área das ciências humanas pode estar vinculado à necessidade de enraizamento, já que é do vínculo com o passado que se extrai a força para a formação da identidade (Costa & Castro, 2008).

### 3.1. O Património Cultural Imaterial

*“O que há de próprio em cada cidade, para além do território, para além das pessoas de cada momento, para além dos notáveis de uma geração, aquilo que fica quando todo o resto se perde, aquilo que fica e guarda a semente da cidade, isso será a sua dimensão intangível” (Loza, 2002, p. 28).*

O património está atrelado ao tempo passado e ao tempo presente. Até certo ponto, o conteúdo do passado não é, por natureza, diferente do presente, isso porque o que já existiu, o que já aconteceu, teve lugar e data, da mesma maneira daquilo que agora existe; passado, sendo real e decisivo, deve ser seriamente estudado (Châtelet, 1962, citado em Le Goff, 1997). O património não é senão a aproximação, por assim dizer, do passado e presente, e clama pela permanência do passado.

A palavra ‘património’ tem origem latina na palavra *patrimonium*, e, primordialmente, estava relacionada com bens de família, herança e posse. A definição mais comum é o conjunto de bens que uma pessoa ou entidade possuem.

Há a divisão entre património natural e cultural. Património natural, como o próprio nome refere, são as riquezas naturais, a exemplo das florestas, dos rios, do oceano e etc. Já o património cultural é um conceito que vem sendo ampliado. No processo de evolução deste conceito:

O significado da palavra património passou de tesouro artístico – que era destinado à contemplação por apenas uma minoria de privilegiados – para monumento histórico-cultural – de interesse dos Estados-nação – e posteriormente, passou a representar culturas, e ser instrumento de educação universal (Silva & Silva, 2008, p. 153).

Na imensidão de características relacionadas ao conceito de património, destaca-se ainda a divisão teórica entre património tangível (material) e intangível (imaterial) – embora um esteja vinculado ao outro. Ao Património Cultural Material relaciona-se, por exemplo, as construções antigas, ferramentas, objetos pessoais, vestimentas, museus, cidades históricas, património arqueológico e paleontológico, jardins, edifícios militares e religiosos, documentos, instrumentos musicais, e outros objetos que representem um povo em sua forma de organização social, política e cultural (Silva & Silva, 2008). O grupo dos bens intangíveis, ou seja, o Património Cultural Imaterial, segundo a UNESCO (2003), consiste em práticas, representações, expressões, e seus respectivos instrumentos, objetos e artefatos associados, que são reconhecidos por uma cultura como parte de importante de sua história. O Património Cultural Imaterial estaria manifesto nos seguintes domínios: “1. Tradições e expressões orais, incluindo a linguagem como veículo de património imaterial; 2. Artes performativas; 3. Práticas sociais, rituais e eventos festivos; 4. Conhecimento e práticas relativas à natureza e ao universo; 5. Artesanato tradicional” (Unesco, 2003, Artigo 2).

A proteção do Património Cultural Imaterial não significa que é possível manter as tradições, lendas, os mitos, etc, intactos com o passar do tempo. Pode ser que as histórias registradas permaneçam sem tantas variações por mais tempo, mas a maneira como as mesmas serão contadas vai variar, principalmente se contadas por aqueles que de alguma forma têm ou tiveram contato com esse Património Imaterial.

O património cultural entrelaça-se à memórias e identidades, adquirindo sentido como uma teia de significados, envolvendo ações coletivas e individuais (Geertz, 1989). E sob o domínio do que chamamos de *petite histoire*, ou história das minorias, ou ainda dos marginalizados, afirma Margarita Barretto:

O património deixou de ser definido pelos prédios que abrigaram reis, condes e marqueses e pelos utensílios a eles pertencentes, passando a ser definido como o conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e forma de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade (Barretto, 2001, p. 11).

A constituição do património é uma prática característica dos Estados modernos ocidentais. Através de atribuições de valores enquanto manifestações históricas e artísticas, os bens escolhidos por profissionais das agências do património são elevados à categoria de património, passando a ter uma natureza simbólica na construção e legitimação de uma identidade nacional (Oliveira, 2003).



O património de uma cidade é um conjunto de bens que determinada cidade possui. Estes ‘bens’ podem ser determinados como tal pelo governo local, por ter importância histórica para aquela sociedade; ou podem ser considerados património por alguém que tenha estabelecido algum vínculo emocional com um lugar, uma construção ou alguma característica cultural. Os bens de uma cidade são resultantes do diálogo entre o homem e o meio, a comunidade e seu território, e vinculam o ser humano ao seu passado, quer no plano coletivo ou individual, quer no público ou privado (Canclini, 1994).

O património coletivo, segundo Vitor Jorge (2004), não está em destruição, mas em construção e ampliação constantes, mesmo que uma parte importante dele, os documentos/suportes da memória, tornem-se cada vez mais alvo de apropriações específicas, por vezes agressivas, ou mesmo brutais, permitidas pela tecnologia atual.

Nos espaços com património edificado, há um “entrelaçamento de elementos fixos, ordenados no decorrer do processo de apropriação humana, e um sistema de relações sociais e legados culturais impressos ao longo dos processos históricos” (Aragão & Carvalho, 2013, p. 697). São espaços vistos por Marc Augé como lugares antropológicos: o lugar antropológico é a construção simbólica e concreta do espaço, que se refere à casa, às aldeias, ou seja, aos lugares que têm sentido, que são identitários, relacionais e históricos, que trazem subjacente o sentido de permanência” (Augé, 2007, p. 34).

O grande desafio, no âmbito da gestão do Património Cultural Imaterial, está em “registrar os bens imateriais, escolhendo apenas alguns bens simbólicos a eles associados, sem engessar seus conteúdos, as sensações, os sentimentos e emoções, tão necessários à preservação dessa cultura imaterial” (Costa & Castro, 2008, p. 126); e também fazer com que os costumes e tradições fiquem de tal maneira fixados que percam o potencial de se reconstruírem no presente.

### **3.2. A memória individual e coletiva: A memória como valor imaterial**

Como nos sentiríamos se um dia acordássemos sem memória? Não poderíamos saber onde estamos, nem o nosso nome, nem de onde viemos. A nossa casa, a princípio já não seria nossa. Os laços familiares teriam que ser reconstruídos com o dia-a-dia da convivência. Ter saudade de quê? O que recordar? Que sentido dar ao que vemos?

As perguntas que foram levantadas como exemplo da consequência da perda de memória são também exemplos de fatores que, indubitavelmente, afetariam a identidade. A memória e a identidade poderiam ser reconstruídas e ressignificadas, mas nunca resgatadas, porque não são elementos estáticos. Uma população sem memória sofreria consequências semelhantes.

Por vezes, torna-se complicado separar o nível coletivo do individual da memória, na medida em que vivemos em uma sociedade onde os planos ou escalas permanentemente fluem entre si, e mesclam-se (Jorge, 2004). Há um forte paradoxo na modernidade, e embora o esquecimento seja parte intrínseca destes tempos modernos, assistimos ao crescente interesse da modernidade em compreender/recuperar/memorizar o passado. Em uma perspectiva psicossocial, podemos dizer que as memórias devem ser vistas como uma mescla resultante tanto das lembranças dos indivíduos como das experiências de grupo. Em outras palavras, a memória deve ser entendida sempre como uma mistura da relação entre o indivíduo e o grupo (Costa & Castro, 2008).

A importância da memória<sup>5</sup> é evidente, primeiramente para cada um de nós, enquanto seres humanos e cidadãos. Cada um de nós desenvolve relações com o patrimônio e/ou partes da cidade onde vivemos. A imagem que construímos daquilo que vemos está recheada de memórias e significações (Lynch, 1982). Através da memória sabemos o porquê de pertencermos a uma comunidade, a uma religião, a uma cultura, em geral porque também temos a consciência do percurso do grupo no qual estamos inseridos ou por nós mesmos, individualmente. A memória abrange a identidade própria de cada um de nós, mas também a identidade do Outro (Baptista, 2013). “A memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si” (Pollak, 1989, p. 5).

Vale ressaltar a importância em considerar o papel das emoções na preservação das memórias que constituem o Patrimônio Imaterial Nacional, porque as emoções priorizam conteúdos da memória, sendo as experiências afetivas dos grupos uma condição necessárias a sua preservação (Costa & Castro, 2008).

A existência de monumentos históricos, parte do patrimônio material, é relevante para ativar a memória das populações. Mas, e quanto aos casos em que não há representação construída de determinada cultura ou partes dela? Os mitos, as lendas, os contos, as cantigas são fragmentos visíveis entre acontecimentos lembrados e acontecimentos vividos pelo grupo e como registros de experiências, são bens simbólicos que ancoram o bem imaterial patrimonializado. As memórias coletivas são constituídas através desses bens simbólicos que ao serem exteriorizadas, seja por meio da oralidade ou das inscrições, agem como um operador de socialização nas atividades coletivas desenvolvidas pelo grupo (Costa & Castro, 2008).

---

<sup>5</sup> São elementos constitutivos da memória os acontecimentos vividos pessoalmente e os vividos “por tabela”, ou seja, vividos pelo grupo ou coletividade à qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem participou (Pollak, 1992, p. 201).

Podemos citar aqui um exemplo exposto pela autora Maria Cecília Londres Fonseca, para ilustrar o que foi dito no parágrafo anterior e que se aplica as considerações acerca da implementação de políticas e programas de turismo cultural que trate mais da oralidade e das minorias: quando se olha a Praça XV, no centro do Rio de Janeiro, um dos ícones do patrimônio histórico nacional, a evocação mais óbvia é a do poder real, suscitada pelo Paço Imperial, sede da corte. Ao fundo, a antiga catedral, hoje Igreja de Nossa Senhora do Carmo, atesta a importância, no Brasil colonial e imperial, do poder da Igreja. Esses são testemunhos materiais imponentes, tanto do ponto de vista da ocupação e da permanência no espaço da cidade, quanto dos padrões estéticos hegemônicos. Essa leitura da Praça XV, no entanto, está longe de evocar plenamente o passado, a sociedade da época e a vida que se desenvolvia naquele espaço; poucos foram os registros que captaram a presença nestes espaços de mercados, escravos, negros de serviço e alforriados (Fonseca, 2009).

Este é um exemplo significativo de como devem ser tratadas as prioridades do turismo cultural para turistas locais e de outras partes do mundo que fazem essas visitas, e pode ser aplicado a vários outros locais de memória, porque na praça em questão, não é possível encontrar nenhuma marca ou menção à presença constante de escravos pegando água no Chafariz do Mestre Valentim, por exemplo, que lá ainda permanece como mera extensão do Paço Imperial. O Rio de Janeiro foi uma cidade quase totalmente africana durante a primeira metade do século XIX e essa informação não ficou registrada de nenhuma forma ali naqueles bens considerados patrimônio cultural brasileiro.

Se a memória se alimenta de lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censura ou projeções, o registro do patrimônio imaterial é uma tentativa de fazer com que a nação como um todo se reconheça como pertencente a esses locais, construindo uma história que pertence a todos (Costa & Castro, 2008).

A lembrança é fruto de um processo coletivo, pois necessita de uma comunidade afetiva: “esta comunidade afetiva é o que permite atualizar uma identificação com a mentalidade do grupo no passado e retomar o hábito e o poder de pensar e lembrar como membro do grupo” (Schmidt, 1993, p. 289). Portanto, o reconhecimento e construção dependem da existência de um grupo de referência, tendo em vista que as lembranças retomam não apenas sentimentos isolados, mas principalmente, os resultados das relações sociais (Schmidt, 1993).

Ao turismo interessa a partilha, ainda que parcial e efêmera, de uma multiplicidade de memórias, mesmo que elas não tenham a forma de construções inscritas no espaço (Santos, 2010). O turismo cultural tem como alicerce as memórias que estão representadas pelo patrimônio material e imaterial, e estes constituem força fundamental para fazer com que uma história seja contada ao turista e que a mesma o proporcione uma experiência. O turismo pode estimular o registro do patrimônio imaterial, possibilitando o acesso à brochuras ou guias durante a visita do turista, com o

conteúdo simbólico característico do local visitado. Porém, por vezes a história é substituída por uma narrativa simplificadora e ficcional, orientada apenas para a leveza instalada pelo sentido lúdico da experiência (Santos, 2010).

Esses elementos ajudam a pensar o turismo cultural, então, sob uma perspectiva de não alienação da cultura, como um dispositivo para a propagação da memória.

### **3.3. As identidades e o sentido do lugar**

As memórias que um indivíduo ou grupo possui são alguns dos pilares para a constituição de uma identidade ou várias. A visão pós-moderna da identidade como 'celebração móvel' diz que esta é formada e transformada continuamente, em relação às formas pelas quais somos representados ou interpretados, ao contrário do que se acreditou anteriormente, a respeito da identidade como fixa e estável: "à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente" (Hall, 2001, p. 13).

O olhar do Outro sobre nós mesmos tem bastante influência na conformação da identidade. Kathryn Woodward (2000) analisa a construção da identidade relativamente a outras identidades, ao Outro, ao "forasteiro", ou seja, relativamente ao que não é. A autora diz ainda que a diferença pode ser construída negativamente através da exclusão ou marginalização do Outro. Por outro lado, pode ser celebrada como fonte de diversidade, heterogeneidade, vista como enriquecedora.

A marcação das diferenças ocorre através de sistemas simbólicos de representação e por meio de formas de exclusão social (Woodward, 2000). A diferença é uma entidade independente, autorreferenciada, como algo que remete a si própria, a diferença existe tal como a identidade. No caso, em oposição à identidade, a diferença seria o que o Outro é: "ele é português", "ele é negro" (Tomaz Tadeu da Silva, 2000).

Sob a perspectiva do Outro, segundo Maria Manuel Baptista (2006), é mais coerente que consideremos não apenas uma identidade, mas várias, porque não há apenas um Outro, há múltiplos 'Outros'. Enquanto seres na coletividade, podemos interpretar quem somos exatamente a partir do reconhecimento que nos é dado por aquele Outro (Marinho, 2009).

É certo que existem abordagens várias para se falar sobre a identidade; ela dá sentido ao que somos e também aos lugares. Estabelece relações com os modos de vida, com o modo de estar no mundo e o modo de se relacionar com o meio e com o Outro.

Identidade é a 'partilha' de um lugar em comum, no sentido mais profundo do termo. Esse lugar pode ser espacial, social, cultural. E novamente lembramos da perspectiva do lugar em seu sentido simbólico, o lugar antropológico (Augé, 2007). A dimensão espacial é, ao mesmo tempo, aquilo que exprime a identidade do grupo e aquilo que o grupo deve defender contra as ameaças externas e internas para que a linguagem da identidade conserve um sentido (Augé, 2007).

Com ou sem a influência do turismo cultural, a identidade dos indivíduos passa por reavaliações de fronteiras interiores e exteriores, que fazem erodir uns mitos e selecionar outros (Santos, 2010). Ocorre, portanto, uma regeneração de identidades locais face à presença de outras identidades, ou ainda, a predominância da produção simultânea de novas identificações 'globais' e 'locais'.

O turismo cultural pode representar, na sociedade contemporânea, uma nova forma de ancoragem para a identidade, visto que a atividade turística pode oferecer possibilidades de identificação para o sujeito turista. O turista tem a oportunidade real de ligar-se às identidades locais, sem o medo de assumir o compromisso com essa identidade (Falco, 2009).

### **3.3.1. *Place attachment***

Ainda considerando a identidade e o sentido do lugar, e ampliando um pouco mais esta discussão, consideramos um conceito que tem sido recorrentemente utilizado em publicações mais recentes, principalmente aquelas que trabalham temas relacionados ao turismo: o *place attachment*.

O *place attachment* é a ligação emocional ou simbólica (identificação) que se estabelece entre pessoas e lugares que elas experienciam (cidades, uma região como um todo, um monumento, etc) e que para elas são importantes. O vínculo com um lugar é uma ligação universal afetiva que satisfaz necessidades humanas (Scannell & Gifford, 2010).

Em relação a esta ligação afetiva com um lugar, citamos como exemplo a realidade dos portugueses, que, segundo Paula Mota Santos (2002), vêm as ruas do Centro Histórico como lugares de intimidade, criada pela familiaridade desses lugares, e esta familiaridade está completamente relacionada a questões identitárias e de memória destes habitantes:

Estes lugares íntimos estão guardados nos recessos da memória e produzem intensa satisfação quando lembrados. Muitas vezes as lembranças desses 'lugares íntimos' são evocações não de detalhes arquitetónicos – logo visuais – mas de percepções sensoriais: cheiros, sabores, sons, revelando um universo íntimo, profusamente texturado pois é nas coisas pequenas, nas coisas que nos são mais familiares que a memória tece os seus encantos mais fortes (Santos, 2002, p. 45).

Há ainda uma outra questão referenciada por Renate Eder e Arne Arnberger (2012), com relação ao *place attachment*: a dependência/confiança em relação a um lugar, que é frequentemente relacionada à atividade de entretenimento a que um indivíduo aspira, refletindo portanto a importância do local referido para o desenvolvimento de certas atividades.

Sanjoy Mazumdar (2005) diz que, de fato, o *place attachment* refere-se a locais onde pessoas viveram ou experienciaram, “mas também pode se referir a lugares onde as pessoas nunca estiveram ou experienciaram” (Mazumdar, 2005, p. 90).

Todo ser humano, para de fato ‘estar’ no mundo, necessita de raízes, precisa sentir que pertence a algum lugar em específico, e criar laços, espirituais e psicológicos. O sentido de lugar abrange o conceito de memória, identidade, a ligação e dependência com o local. Pode abranger também laços ancestrais, a sensação de pertencimento, o desejo de ficar neste lugar, a nostalgia (Hay, 1998, citado em Scannell & Gifford, 2010). Não são simplesmente os lugares por eles mesmos que são significantes para uma pessoa ou um grupo delas, mas sim o seu sentido simbólico e a experiência vivida nestes lugares.

Leila Scannell e Robert Gifford (2010) estabelecem, portanto, uma divisão do *place attachment* em três dimensões: o ator (quem estabelece a ligação, e se é uma pessoa ou um grupo); o processo psicológico (relativo à maneira como a pessoa é afetada, o comportamento manifesto na ligação estabelecida); a última dimensão seria o objeto daquela ligação, incluindo as características do lugar e sua natureza. Estas ligações estabelecidas podem envolver a conexão individual que uma pessoa tem com algum lugar.

Esta conexão que se estabelece torna-se mais forte em cenários que evocam memórias individuais. A nível coletivo, o *place attachment* engloba o significado simbólico compartilhado em um grupo em relação a um lugar. Uma cultura em comum estabelece uma ligação de seus membros a um lugar através de experiências históricas compartilhadas, valores e símbolos (Scannell & Gifford, 2010, p. 2).

Com relação às experiências turísticas culturais em espaços religiosos, que é o foco deste trabalho, podemos dizer que a religião tem a capacidade de estabelecer uma ligação afetiva de um grupo cultural a um lugar sagrado, ou a templos e igrejas. Em seu modelo conceitual, a respeito de como a religião influencia o *place attachment*, Mazumdar & Mazumdar (2004) consideram que a ligação coletiva de um grupo a um lugar pode ser promovida de diversas maneiras, e cita o exemplo dos santuários, os quais podem ser especialmente significantes para um grupo por causa de acontecimentos passados naquele local. Da mesma forma, segundo Mazumdar & Mazumdar (2004), as pessoas podem desenvolver uma ligação afetiva, individualmente, a locais religiosos: os indivíduos podem ter um forte apego a um determinado lugar mais do que outros, porque um lugar

pode ganhar significado espiritual através de experiências pessoais (por exemplo, uma epifania). Se a experiência individual em um local for positiva, pode-se manter e até fortalecer a ligação estabelecida.

Portanto, *place attachment* pode existir tanto com os moradores de certa região quanto com os turistas que a visitam. Muito tem sido referenciado na literatura ocidental a respeito do turismo e o papel da identificação dos residentes e visitantes com os lugares de memória para a preservação dos mesmos (Gu & Ryan, 2008). Estudos realizados por Kyle, Graefe & Manning (2004), em um parque dos Estados Unidos, mostram que os visitantes com apego emocional a determinado sítio são mais críticos em relação aos impactos de uso, conflitos entre usuários e comportamento depreciativo daqueles visitantes menos ligados ao local.

## PARTE II: INVESTIGAÇÃO EMPÍRICA

### Capítulo 4 – Porto, cidade histórica: Uma breve caracterização

*“Não podemos perder a noção do transitório e do efémero, mas, não podemos perder também a noção do estável e do eterno. Há disso na cidade histórica, e é responsabilidade de cada tempo escolher as marcas que ficam e aquelas que no seu momento se imprimem” (Loza, 2002, p. 30-31).*

Este tópico apresenta algumas características da cidade do Porto, dando especial atenção ao cenário turístico local. Realizamos um levantamento relativamente à gastronomia local, o tipo de alojamento disponível na cidade, bem como a evolução no número de hóspedes e quantidade de dormidas.

Abordamos também o património histórico material do Porto, com ênfase nas várias freguesias. Citamos, por conseguinte, algumas ações de recuperação e conservação do Centro Histórico do Porto e o plano de gestão para esta finalidade.

Voltamos a falar sobre o património imaterial, mas desta vez expomos algumas lendas e estórias dos tripeiros, e abordamos alguns aspectos da cultura imaterial religiosa. Por fim, o último tópico deste capítulo fala sobre a importância dos guias turísticos para a experiência do turista no Porto.

#### 4.1. A cidade do Porto

Situada no Noroeste de Portugal e na margem norte do Rio Douro, a cidade do Porto é sede do concelho e capital do distrito.

A população residente total, de acordo com o censo do Instituto Nacional de Estatística – INE em 2011, é de 237.591 habitantes, em uma área de aproximadamente 40,1 km<sup>2</sup>. Esta população é distribuída entre quinze freguesias, nomeadamente: Aldoar, Bonfim, Campanhã, Cedofeita, Foz do Douro, Lordelo do Ouro, Massarelos, Miragaia, Nevogilde, Paranhos, Ramalde, Santo Ildefonso, S. Nicolau, Sé e Vitória.

No território do distrito distribuem-se dezoito concelhos, entre os quais estão Amarante, Baião, Felgueiras, Gondomar, Lousada, Maia, Matosinhos, Marco de Canaveses, Paços de Ferreira, Paredes, Penafiel, Porto, Póvoa de Varzim, Santo Tirso, Trofa, Valongo, Vila do Conde e Vila Nova de Gaia.



Com relação às atividades económicas, destacamos que a região do Porto é onde está situada grande parte das pequenas e médias empresas do país, e muito contribui para as exportações nacionais. O Porto sempre foi, tradicionalmente, uma cidade comercial. O Vinho do Porto é um importante produto representante destas trocas comerciais e é produzido nas vinhas das encostas do Alto Douro. Na pecuária, citamos a criação de bovinos. Há também forte atividade pesqueira, tanto marítima quanto fluvial. Apesar da gradativa terceirização do comércio, a atividade industrial permanece com a sua parcela de importância, destacando as atividades ligadas ao setor têxtil, calçado, cerâmica, móveis, ourivesaria, etc. O fluxo turístico no Porto imprime à atividade turística também imensa importância para a economia local.

O Aeroporto Francisco Sá Carneiro é um importante aeroporto do país, que em termos de movimentos aéreos de carga e de passageiros é o segundo maior, estando atrás apenas do aeroporto de Lisboa. O Porto é, sem dúvida, um dos destinos mais procurados em Portugal. Detalhes sobre o cenário turístico do Porto serão discutidos no próximo tópico desta dissertação.

## **4.2. Breve caracterização turística**

### **4.2.1. Atrações turísticas do Porto**

*“O Porto é uma cidade cuja história e vida estão profundamente ligadas ao rio Douro, rio de mau navegar, que serpenteante e orgulhosamente ostentando as suas seis pontes, convida a observar... observar a ponte D. Luís, erguida com base nos modelos da arquitetura do ferro, que liga à cota alta e a cota baixa às margens da cidade do Porto e de Vila Nova de Gaia. Ambas têm história e estórias para nos contar, ambas as margens nos convidam a parar” (Turismo de Portugal, 2013).*

O Porto é marcado por sua riqueza histórica, patrimonial e urbanística, com paisagens que nos faz mergulhar em um passado que se faz presente por ainda estar muito bem representado ao longo das ruas e largos da cidade.

Há vários elementos medievais na cidade, a exemplo da muralha primitiva (também conhecida como muralha românica ou cerca velha), a qual representa parte da antiga cintura de muralhas do Porto. Hoje em dia encontra-se frágil, com apenas algumas partes erguidas.

Posteriormente, foram erguidas as muralhas conhecidas como Muralhas Fernandinas, por causa do crescimento demográfico do burgo no século XIV.

Para além das muralhas citadas, podemos encontrar também algumas construções pertencentes ao período medieval, como a Torre Medieval, a Casa da Rua da Reboleira, a Casa do Infante, a Casa da Bolsa do Comércio, a Casa da Câmara, o Muro dos Cobertos da Ribeira, etc.

A Freguesia da Sé, primeira constituída na cidade, foi erguida nos arredores da Sé Catedral, e tem ruas importantes, como a Rua das Flores, a Rua de D. Hugo, a Rua de Cimo de Vila, Rua Chã. Conta também com edifícios históricos: a Estação de São Bento, o Mosteiro de Santa Clara, Capela dos Alfaiates, Teatro de São João, Igreja de São Lourenço, Igreja da Ordem do Terço.

A Rua das Flores, por exemplo, é uma das ruas que ainda mantem o perfil original quase intacto (Câmara Municipal do Porto, s/d). A rua liga o Largo de São Domingos à Praça de Almeida Garrett<sup>6</sup>, foi aberta por conta do aumento populacional e o desenvolvimento económico. Nesta rua, visualizamos belas fachadas e rico património construído, alguns dos melhores conjuntos de casas dos séculos XVII, XVIII e XIX, nomeadamente, o antigo Hospital de D. Lopo, a Casa dos Maias, a Casa da Companhia, a Casa dos Sousa e Silva, Casa dos Constantinos, Igreja da Misericórdia e Casa dos Cunhas Pimentéis; todos estes com grande valor histórico. É uma rua bastante movimentada, possui vários cafés e lojas com produtos locais, por isso é ponto de passagem obrigatória de grande parte dos turistas.

A Freguesia da Vitória, outra área de interesse turístico, foi constituída a partir da divisão da Freguesia da Sé em quatro freguesias distintas: Belomonte, Sé, São Nicolau e Vitória. Mais tarde, a freguesia de Belomonte foi extinta. Os pontos de interesse da Freguesia da Vitória que podemos destacar são: o Campo de Olival, atualmente conhecido como Cordoaria<sup>7</sup>; a Praça do Anjo; os Clérigos; o Convento das Carmelitas; Rua dos Caldeireiros; a Cadeia e Tribunal da Relação; o Mosteiro de São Bento da Vitória; a Igreja de Nossa Senhora da Vitória; Igreja de São José das Taipas; Jardim da Cordoaria; Hospital de Santo António; Igreja da Ordem Terceira do Carmo; Praça Carlos Alberto, etc.

A Freguesia de S. Nicolau é também recheada de lindas construções históricas, dentre elas a Igreja de São Francisco, além de incluir a Ribeira, zona banhada pelo Rio Douro. É nesta freguesia que podemos encontrar ainda algumas casas no estilo medieval, em uma área conhecida como “O Barredo”.

A Freguesia de Miragaia é uma zona de pontos interessantes para a visita, suas ruas e construções representam mais uma parte da história portuense. Há a Igreja de São Pedro de Miragaia, o passeio das Virtudes, que foi conhecido como “Túmulo dos Judeus”, já que havia aí um cemitério da comunidade judia (Câmara Municipal do Porto, s/d); o Clube Inglês; o Convento e Igreja de São João Novo; o Monte dos Judeus (Miragaia era uma zona com forte presença de comunidades judias); o Palácio das Sereias e a Rua Nova da Alfândega, a qual foi inaugurada no século XIX.

---

<sup>6</sup> João Baptista da Silva Leitão de Almeida Garrett foi um escritor e dramaturgo português que viveu entre os anos de 1799 e 1854.

<sup>7</sup> A palavra ‘Cordoaria’ remete a um local onde se fabrica cordas e os Cordoeiros são um grupo de produtores de corda que teve, durante certo tempo, importante papel para a atividade industrial do Porto.

Os pontos de interesse nas freguesias que destacamos podem ser visitados em percursos a pé. Aliás, existem roteiros já montados pela Câmara Municipal do Porto para contemplar vários dos locais citados em uma rota a pé.

O Porto é uma cidade versátil, com potencial para agradar diversos tipos de turistas. O fato de ser uma cidade histórica é ponto crucial para o movimento turístico, mas a cidade possui ainda o rio Douro, as praias nas proximidades, diversos miradouros (como o Miradouro das Virtudes, por exemplo), parques e jardins (a exemplo de Serralves, o Jardim Botânico, a zona do Palácio de Cristal).

O Norte de Portugal, como um todo, tem grande potencial turístico por sua importância histórica: é uma zona de ancestral ocupação do homem, espaço de cruzamento de culturas atlânticas e mediterrâneas, particularmente rica em património natural e cultural (Turismo de Portugal, 2013).

Em 1996, o Centro Histórico do Porto foi inscrito na lista de Património Mundial da UNESCO. A atribuição dessas classificações significa o reconhecimento da existência de valores culturais e históricos relevantes na zona do Porto.

Novos projetos de reabilitação urbana vêm sendo desenvolvidos no centro histórico do Porto, assentes em princípios de salvaguarda do património. Estes projetos geram impactos sobre as dinâmicas e fluxos turísticos.

Os investimentos na revitalização e intervenções no centro histórico só foram, de fato, iniciados após o 25 de Abril. Até então, as propostas e estudos realizados para a área falhavam por apresentarem objetivos parcelares e setoriais em matéria de higienização e salubridade urbanas, ou de valorização de monumentos e de áreas de interesse arqueológico.

Em 1974, a Câmara do Porto cria o Comissariado para a Renovação Urbana da Área Ribeira-Barredo (CRUARB). Com o passar dos anos, com novo enquadramento político e a mudança de tutela do CRUARB para dependência direta da autarquia, há um alargamento da área de intervenção. Dentro da nova área de atuação está compreendido todo o núcleo interior à Muralha Fernandina, estendendo-se para nascente, até as Fontainhas, e para norte e poente, até a Cordoaria e Massarelos. Mas a CRUARB foi apenas uma das iniciativas em prol da cidade do Porto. É possível visualizar no quadro 4.1 outras ações e acontecimentos que antecedem o Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto.

**Quadro 4.1 – Antecedentes ao Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto**

| <b>Ano</b>    | <b>Ações direcionadas ao Centro Histórico do Porto</b>  |
|---------------|---|
| 2008          | Elaboração do Plano de Gestão para o Centro Histórico do Porto Património Mundial   |
| 2006          | Publicação do Plano Diretor Municipal do Porto (PDMP)   |
| 2005          | Envio do Relatório sobre a aplicação da Convenção do Património Mundial à UNESCO  |
| 2004          | Constituída a Porto Vivo, Sociedade de Reabilitação Urbana  |
| 2003          | Extinção do CRUARB  |
| 2002          | UNESCO exige um Plano de Gestão   |
| 2001          | Centro Histórico do Porto classificado como Monumento Nacional pela publicação da Lei de Bases do Património                                    |
| 1998          | Editado o II volume do livro “Porto Património Mundial”   |
| 1997          | Centro Histórico do Porto classificado por proposta do Instituto Português do Património Arquitetónico (IPPAR) como Imóvel de Interesse Público |
| 1996          | Inscrição do Centro Histórico do Porto na Lista de Património Mundial (5 Dezembro, cidade Mérida, México)                                       |
| 1994          | Início do Projeto-piloto Urbano do Bairro da Sé   |
| 1993          | CRUARB publica a 1ª edição do livro “Porto a Património Mundial” com a candidatura à lista da UNESCO  |
| 1990          | Criação da Fundação para o Desenvolvimento da Zona Histórica do Porto   |
| 1985          | Primeira declaração das Áreas de Recuperação e Reversão Urbanística (ACRRU), em oito zonas do Centro Histórico                                  |
| 1982          | CRUARB é integrado na Câmara Municipal do Porto com 1º alargamento da área do Centro Histórico do Porto   |
| 1974          | Criação do CRUARB – (Desp. Conj. Ministérios da Administração Interna e do Equipamento Social e do Ambiente)                                    |
| Antes de 1974 | CHP é uma das áreas mais degradadas da cidade (ruína moral e social, pobreza extrema, miséria humana)   |

Fonte: Adaptado de Porto Vivo (2008).

A breve descrição da evolução das ações a favor da preservação do Centro Histórico do Porto no quadro acima mostra-nos, primeiramente, que não há muito tempo atrás (ainda no século XX), o Porto sofria com a degradação social e física de suas construções, apenas a partir de 1974 é que se começou a de fato agir para melhorar a conjuntura local. Foi neste ano que a CRUARB foi criada, e poucos anos depois, em 1982, a mesma foi integrada à Câmara Municipal do Porto, com o consequente alargamento da área do Centro Histórico. Depois, em 1985, foram identificadas oito áreas do centro que precisavam de uma intervenção para recuperação. Cinco anos depois, criou-se uma Fundação para injetar mais desenvolvimento no Centro Histórico.

Em 1994 houve a criação do Projeto Urbano do Bairro da Sé e, em 1996, o Centro Histórico do Porto é inscrito na Lista de Património Mundial. Logo após o centro ter sido reconhecido como imóvel de interesse público, a UNESCO exige um plano de gestão para toda a zona histórica do Porto, em 2002, o que vai se concretizar somente seis anos mais tarde.

Estas ações direcionadas ao Centro Histórico do Porto foram um avanço positivo no processo de preservação dos espaços e impulsionaram o interesse dos visitantes e ampliou também a diversidade de atividades desenvolvidas na área.

#### **4.2.2. Alojamento**

De acordo com dados do INE (2013), a cidade do Porto contava, em 2009, com o total de 92 estabelecimentos hoteleiros (31 hotéis, 59 pensões, 1 hotel-apartamento), com capacidade de alojamento para 10.405 indivíduos. No quadro 4.2, observamos um certo aumento no número de estabelecimentos até 2012. Entre 2012 e 2013, o número de estabelecimentos hoteleiros mantém-se em 99, mas a capacidade de alojamentos aumenta de 11.912 para 12.129.

**Quadro 4.2 – A evolução da oferta de estabelecimentos hoteleiros no Porto**

|   | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Número de estabelecimentos hoteleiros</b>                    | 92          | 95          | 96          | 99          | 99          |
| <b>Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros</b> | 10.405      | 10.896      | 10.933      | 11.912      | 12.129      |

Fonte: INE (2009-2013).

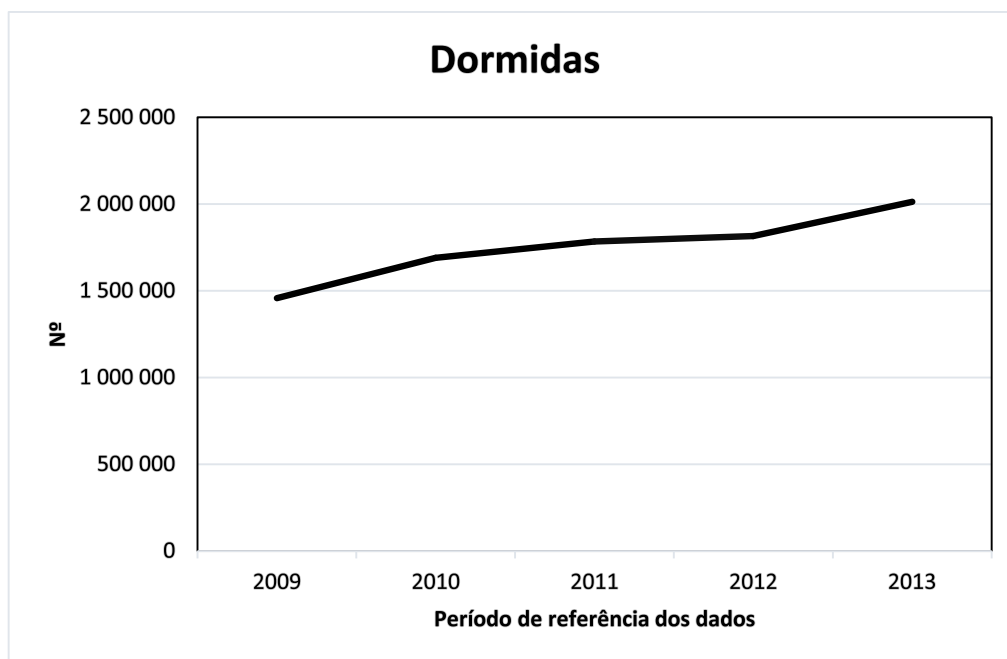
Com relação ao número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros do Porto, podemos ver no quadro 4.3 que houve um expressivo aumento (INE, 2009-2013). A proporção de hóspedes estrangeiros teve um aumento significativo, de 54,5% em 2009 para 66% em 2013 (INE, 2009-2013).

**Quadro 4.3 – Evolução no número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros no Porto**

|   | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros</b> | 793.315     | 905.758     | 945.427     | 952.185     | 1.047.747   |

Fonte: INE (2009-2013).

Quanto ao número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros, observa-se na figura 4.1 que houve um sensível aumento de 38,07%, entre os anos de 2009 e 2013 (INE, 2009-2013).



**Figura 4.1 – Evolução no número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros no Porto.**

Fonte: INE (2009-2013).

Os dados apresentados nos dois quadros e na figura, explicitam uma realidade de crescimento na procura turística do Porto, ano após ano, e parece que a perpetuação deste cenário é uma tendência para o futuro.

Os estabelecimentos hoteleiros aos quais nos referimos não inclui as casas de moradores que alugam quartos por temporada através dos serviços de *Airbnb*<sup>8</sup> e *Couchsurfing*<sup>9</sup>. Nestas duas plataformas *online*, os portuenses disponibilizam suas casas para turistas, especialmente estrangeiros. Estes dois meios alternativos de hospedagem, com o auxílio de redes sociais, são responsáveis também pelo movimento de grande número de pessoas na cidade do Porto.

### **4.2.3. Gastronomia e Vinho do Porto**

A gastronomia constitui um forte atrativo da cidade do Porto. Alguns pratos tradicionais se destacam, nomeadamente as Tripas à moda do Porto, alimento este que fez com que os habitantes da urbe passassem a ser conhecidos como Tripeiros. Além deste prato, podemos mencionar os pratos confeccionados à base de bacalhau; o caldo verde; a doçaria local que também é de qualidade; a francesinha que tem origem no Porto e é considerada a melhor do país.

<sup>8</sup> O *Airbnb* é um serviço *online* comunitário, no qual as pessoas fazem um perfil com seus dados pessoais, morada, fotos, descrição das instalações da morada, para então disponibilizar um quarto ou toda a casa para turistas, a um custo reduzido em relação a hotéis e albergues.

<sup>9</sup> O *Couchsurfing* tem a mesma proposta do *Airbnb*: hospedar turistas. A diferença é que a hospedagem não é paga.

O Porto possui uma variedade na restauração que abrange cozinhas de várias partes do mundo, contemplando a culinária mediterrânica, indiana, mexicana, portuguesa, italiana, japonesa, chinesa, brasileira, espanhola, dentre outras.

Além da restauração, a cidade conta também com várias caves de Vinho do Porto, as quais são atrativo para grande parte dos turistas que vêm de vários países para degustar o vinho local. O Vinho do Porto é um vinho licoroso, produzido unicamente na Região Demarcada do Douro, distinguindo-se dos vinhos comuns pelas suas características particulares: uma enorme diversidade de tipos em que surpreende uma riqueza e intensidade de aroma incomparáveis, uma persistência muito elevada quer de aroma quer de sabor, numa vasta gama de doçuras e grande diversidade de cores. Usualmente o Vinho do Porto é resultado da junção de vinhos de diferentes anos. Com esta lotação pretende-se que a qualidade do Vinho do Porto se mantenha estável ao longo do tempo (Porto Turismo, s/d).

#### **4.2.4. Os guias turísticos impressos**

Os primeiros guias de viagem foram aqueles dedicados a orientar as peregrinações, a partir do século XII, os quais tinham como objetivo central guiar o viajante até o lugar sagrado. O livro de maior destaque foi um manuscrito de 1140, escrito pelo peregrino francês Aymeric Picaud. Tratava do Caminho de Santiago, partindo da França (Nova, 2008). Mais tarde, no século XVI, devemos destacar a demanda por guias de viagem que auxiliassem os viajantes do *Grand Tour*. Esta era uma prática de viagem comum entre os jovens aristocratas da época, que buscavam com isso um crescimento intelectual. Não se sabe como esses guias eram distribuídos, a única certeza que se tem é que eles eram impressos (Nova, 2008).

Há ainda os relatos de viagem a terras desconhecidas, por exemplo, no caso dos primeiros portugueses que chegaram ao Brasil e que escreviam sobre o território recém-ocupado. Embora a finalidade não fosse propriamente guiar um próximo viajante ao destino, esses relatos escritos foram registos feitos, muitas vezes bem detalhados, sobre o que tudo de novo se via nas terras quase inexploradas.

O primeiro guia produzido na perspectiva do que conhecemos hoje foi no século XIX, com a divulgação de informações destinadas a determinados públicos e finalidades (Nova, 2008). A função primordial de um guia é informar a pessoa que viaja sobre o local de destino.

Hoje em dia, há um número crescente de pessoas que planeiam as suas viagens de maneira individualizada, buscando uma vivência singular e sem contar com agências de viagem e excursões

(Zillinger, 2007). Desta forma, as fontes de informação através dos guias são importantes para estes turistas.

Há alguns fatores que contribuem para a preferência dos turistas em relação a estes guias impressos, segundo Ferreira (2011): a falta de conforto para a navegação de rotas e mapas através da tela de dispositivos móveis; baixa capacidade de conexão em alguns locais; altas taxas de *roaming* para dados internacionais; os motivos de âmbito emocional, como o hábito de ter o guia em mãos, folhá-lo e estudá-lo previamente; a possibilidade de guardar o guia de lembrança.

Os guias contribuem para a construção da imagem de um lugar, divulgando sobre aspectos geográficos, sociais, culturas, serviços, estabelecimentos de restauração e hospedagem, etc. Eles podem ser a porta de entrada para a construção de uma ligação ou relação especial com os lugares visitados. A história, as lendas dos lugares, permite-nos viajar no tempo. Encontrarmos, talvez, pontos de intersecção entre a cultura do turista e a cultura visitada. E mesmo que não encontremos, sempre é possível criar afeição a uma cultura ou a um local específico, seja por vivências individuais, seja pelas histórias relacionadas que nos comove de alguma maneira.

Um conteúdo diferenciado dos guias, que fizesse-nos mergulhar em uma parte da cultura visitada a partir de lendas locais narradas por moradores, é uma ótima estratégia para a satisfação dos turistas culturais. Com isso, seria possível olhar para um monumento já conhecendo as lendas relacionadas a ele e seu entorno, proporcionando uma experiência mais profunda e interessante.

A Câmara do Porto oferece algumas opções de guias e mapas para seus turistas. Durante esta pesquisa, foi feita uma recolha dos guias disponíveis em dois dos Centros de Informações Turísticas da cidade.

Há algumas rotas interessantes, as quais podem ser realizadas a pé, que são retratadas em um conjunto de guias chamado: "Descobrir o Porto, Património Mundial". Estas guias são bem elaborados, com textos breves e fotografias de um Porto antigo, das ruas e construções da forma que eram no passado. É uma proposta interessante, que possibilita ao turista uma caminhada pela cidade, sabendo por onde está passando e o que cada construção ou rua representa para o Porto.

#### **4.3. Património (i)material no Porto: Considerações a respeito da História e das Estórias**

*"A região do Porto é fértil em lendas. Cruzando mouros, judeus, cristãos, escravos negros, cavaleiros, mercadores, frades, ricos e pobres. Em cenários históricos precisos, com que nos continuamos a cruzar nos nossos dias, em praias, rios, montes, ilhas, pontes, igrejas, capelas, mosteiros, torres e casas solarengas..." (Cleto, 2010, p. 6).*



### **4.3.1. A importância das lendas**

Lendas e mitos são elementos constituintes do *ethos* de qualquer civilização, revelando e evidenciando o que de mais primordial existe numa determinada comunidade ou grupo humano. A sua natureza define o enraizamento dos povos com o seu meio, a sua cultura e tradição. As lendas e mitos projetam, no fundo, as preocupações, necessidades, sonhos e utopias do ser humano. Seu estudo vem se tornando de grande expressividade para o aprofundamento da história, cultura e identidade dos povos. “As lendas não deixam de encerrar pistas preciosas – por vezes as únicas que chegaram aos nossos dias – para a compreensão de muitos episódios históricos e para a gênese de muitas localidades e seus monumentos” (Cleto, 2010, p. 6).

As lendas são narrativas transmitidas de geração em geração, fazem parte do património imaterial das comunidades. O fato de as lendas serem transmitidas oralmente faz com que sofram alterações ao longo dos anos (Cleto, 2010).

Podemos também chamar as narrativas orais de literatura oral<sup>10</sup>. Há quatro características principais da literatura oral, de acordo com Cascudo (1984): a antiguidade, já que é possível identificar a data de seu surgimento; a persistência, porque são transmitidas de geração para geração e reformuladas com o passar dos anos; o anonimato da autoria e a oralidade.

Esta literatura é uma prática social antiga que está se perdendo com o passar do tempo, tanto pela falta de tratamento adequado que inclua a sua valorização, como pela falta de espaço e de tempo no agitado mundo contemporâneo. Os dinâmicos conteúdos da memória social, principalmente os transmitidos pela oralidade, estão sujeitos ao desgaste do tempo, sob o risco de descaracterização em sua essência, e esquecimento (Sousa, 2006). A recolha e análise das narrativas orais podem contribuir para o entendimento de uma cultura, além de permitir a inclusão de outras vozes e discursos dos moradores locais (Moreiras, 2001).

A utilização destas narrativas para o turismo pode ser uma ferramenta para a diferenciação da experiência turística. Neste sentido, o turismo assume relevante papel, dando uma contribuição para o conhecimento, valorização e preservação da oralidade.

---

<sup>10</sup> A literatura oral manifesta-se, segundo Cascudo (1984), de maneira variada, através de mitos, lendas, contos, causos, adivinhas, canções, rezas, ritos e provérbios transmitidos oralmente, de geração para geração.

### **4.3.2. Um pouco de História e de Estória**

O Porto é cidade referência em Portugal, a sua história possui pontos marcantes e lendas contadas com orgulho. Estas lendas contribuem para a constituição da identidade portuguesa. A parte antiga da cidade reúne um legado histórico e cultural relativamente bem preservado; são construções importantes para suscitar a memória local.

Para introduzirmos um pouco de história e das estórias constituintes do património local, é interessante referirmos um fato sobre o nome da cidade do Porto: este contribuiu para a definição da denominação do país que viria a ser Portugal: “trata-se da mais que conhecida associação de ‘Portus’ (Porto) e ‘Cale’ (Gaia), que posteriormente originará ‘Portucale’ e, finalmente, Portugal” (Cordeiro, 2002, p. 70).

Sem correr o risco de qualquer exagero, pode afirmar-se que ao longo dos séculos, o Porto foi sedimentando uma identidade muito própria, que hoje em dia se traduz tanto nos seus aspectos materiais como imateriais (Cordeiro, 2002).

Não somente da “história oficial” vive a cultura do Porto. Algumas estórias importantes constituem o quadro identitário portuense, como, por exemplo, a lenda relacionada ao episódio de ocultação, durante as Invasões Francesas, do altar de prata da Sé do Porto<sup>11</sup>; ou a lenda relacionada, nos primórdios do século XV, ao nascimento no Porto do Infante Dom Henrique – também conhecido como *o navegador* – personagem muito referido por seu contributo no processo de expansão marítima, tendo instigado o expansionismo da época. Apesar de não existir total certeza, a tradição popular vem atribuindo à “Casa do Infante” o local de seu nascimento (Cordeiro, 2002).

Há também fatos históricos que geraram expressões populares como “mandar para as malvas”, que está relacionada à fúnebre tradição de enterrar assassinos que morriam na forca, na área onde hoje está erguida a Torre dos Clérigos<sup>12</sup>.

Em relação ao período de expansão marítima, surge a curiosa denominação dos portuenses: “tripeiros”. A lenda dos tripeiros conta que, no ano de 1415, as margens do Douro estavam repletas de naus e barcos destinados à expedição “secreta” a Ceuta. Boatos multiplicavam-se, muitos não tinham certeza sobre o que estava a se passar. O Mestre Vaz, quem estava a frente das construções, para garantir total empenho na expedição, disse ao Infante D. Henrique que seria feito o mesmo que foi feito trinta anos antes aquando da guerra com Castela: doariam toda a carne para mantimento das embarcações e não se importariam de comer apenas as tripas restantes<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> Lenda disponível no Apêndice 2.

<sup>12</sup> Breve relato disponível no Apêndice 3.

<sup>13</sup> A lenda completa está disponível no Apêndice 4.

Há também muitas histórias relacionadas ao Rio Douro, direta ou indiretamente. O rio é um forte elemento identitário da cidade, por ter sido cenário de vários acontecimentos económicos e sociais: “o Porto se fez através do rio” (Silva, 2011, p. 152). O comércio e tráfico marítimo formaram e enriqueceram a burguesia mercantil. Os mercadores do Porto metiam-se ao mar em seus navios para vender as suas mercadorias em outras zonas da Europa.

O Douro assumiu, durante muitos anos, a função de ponto de chegada para quem vinha à Galécia; era também via natural de penetração no interior, onde se produziam géneros que eram exportados para os mais importantes portos do Norte da Europa (Silva, 2011). Era no Rio Douro que as grandes embarcações faziam escalas, “quando precisavam de abrigo nas medonhas tempestades; para que fosse possível reparar um ou outro estrago sofrido; e para se abastecerem de mantimentos de água” (Silva, 2011, p. 151).

Quanto ao perigo das cheias do rio, quando fugia ao controle, uma procissão de penitência era organizada.

Para além da relevância económica, o rio foi palco de festas religiosas e profanas. As chamadas “Fúrias de Rio”, que perduraram até o século XIX, eram as mais famosas: realizavam-se, em regra, pelo verão. Era um passatempo das famílias do burgo. Estas famílias alugavam um ou dois barcos que toldavam e enfeitavam a seu modo, e, no interior de cada uma das embarcações, tomava lugar uma tocata, pequeno conjunto musical de cariz popular, que atuava enquanto as famílias dançavam. Nesta época tornaram-se célebres também os cortejos com o bispo do Porto, durante a festa que se fazia em honra de São Marcos (Silva, 2011). “O prelado tomava lugar numa barca, ricamente engalanada, que desde o sítio do Codeçal atravessava o Douro, à frente de um enorme cortejo de barcos, até junto da capelinha de S. Marcos, onde se fazia uma cerimónia religiosa” (Silva, 2011, p. 156).

#### **4.4. Alguns aspectos da cultura imaterial religiosa: As lendas de Nossa Senhora**

O imaginário popular acabou, muitas vezes, por envolver narrativas que se confundem com a realidade e que permaneceram até os dias atuais, pela força da tradição. A expressão da tradição da religião católica no Porto está visível nas várias construções espalhadas por toda a cidade, como é óbvio, mas também pelas lendas relacionadas com Nossa Senhora. Pesquisar sobre lendas do Porto é deparar-se com uma gama de relatos sobre acontecimentos em igrejas, aparições de Nossa Senhora, lendas sobre a construção de capelas e etc.

Quais as origens, então, do catolicismo no Porto? Como muito bem relata Joel Cleto (2012), aquele que é um dos mais emblemáticos monumentos do Porto, a igreja de Cedofeita, está intimamente ligada às origens do catolicismo na região. Foi a primeira igreja da cidade e, por ter sido construída rapidamente, foi cedo...feita. Um rei suevo, Teodomiro, que se instalara junto ao seu povo, no estuário do Douro, tinha seu filho curado de uma grave enfermidade em que há tempos encontrava-se mergulhado. Foi uma cura milagrosa, ninguém teve dúvida. Teodomiro recorreu na altura ao S. Martinho de Tours, um santo das Gálias, cujas relíquias vinham sendo associadas a prodigiosos milagres e surpreendentes curas. O S. Martinho era católico e todo o seu reino era ariano. Mas a sua angústia falou mais alto. Enviou ao santo embaixadores com ofertas de ouro e prata, totalizando um peso igual ao de seu filho. O rei disse que, se seu filho se curasse, converter-se-ia ao catolicismo, o que deveria ser seguido por todos de seu reino. Os embaixadores enviados retornam semanas depois com um Martinho que era natural da atual Hungria, que mais tarde veio a ser considerado santo: S. Martinho de Dume. Ele portava uma relíquia do taumaturgo de Tours. Perante a exposição, o filho do rei fica miraculosamente curado.

Ao cumprir a promessa, Teodomiro converteu-se ao catolicismo, e em celebração à sua nova fé, mandou erguer, de imediato, um templo católico que fosse também de homenagem a S. Martinho. Poucos meses depois o templo estava concluído, um dos primeiros da religião católica nestas paragens. Foi uma igreja que foi cedo...feita.

Os portuenses têm forte devoção pelo culto mariano. É uma antiga tradição assentada em imagens de Nossa Senhora envolvidas por lendas da época de ocupação romana e que têm a ver com imagens que foram encontradas em lugares ermos, longe de povoados. A explicação que era dada para aqueles achamentos era que, sempre que acontecia uma invasão árabe, os cristãos corriam a esconder de seus inimigos as imagens de sua devoção e faziam em locais menos frequentados pela população (Silva, 2011).

Existem dois casos mais referenciados pela população, segundo Germano Silva (2011), nomeadamente, o da Nossa Senhora da Silva – que segundo contam, apareceu no meio de um silvado aos operários que estavam a trabalhar na construção da Sé Catedral –; e o de Nossa Senhora de Campanhã: foi encontrada numa *campina* ou no sítio de uma *campanha* em que os mouros foram dissipados pelos exércitos cristãos. E, em relação a um combate entre mouros e cristãos, cuja batalha foi por estes vencida, anda também a imagem da Nossa Senhora da Batalha.

Já a Nossa Senhora da Conceição é uma relevante imagem medieval que está no interior da igreja paroquial de Leça da Palmeira. Ela teve, segundo conta a lenda, uma vida atribulada antes de ali chegar (Cleto, 2010)<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> A lenda completa está disponível do Apêndice 5.

As lendas e histórias citadas neste capítulo são exemplos de elementos que se entrelaçam aos valores e tradições do Porto, e, sem dúvida, constituem o espaço simbólico.

Após o esclarecimento, no capítulo 1, sobre o que é o turismo religioso e peregrinação, tornou-se possível compreender melhor e diferenciar, no capítulo 2, as atividades relacionadas ao turismo cultural em espaços religiosos. O turismo cultural apresenta-se como oportunidade de acesso ao património material e imaterial, como já dito anteriormente, e é uma modalidade de turismo que está estreitamente ligada à identidade e memória dos lugares. Aliás, é a memória e a identidade que nos desperta para o sentimento de ligação com o outro e com os locais históricos (*place attachment*). A nível coletivo, o *place attachment* engloba o significado simbólico compartilhado em um grupo em relação a um lugar. No presente capítulo, percebemos o potencial que o Porto tem para despertar o sentido do lugar em seus turistas, pelo valor simbólico que suas ruas e edifícios históricos carregam.

O conhecimento sobre a história e lendas vem para gerar e intensificar qualquer tipo de relação e ligação com o entorno. Todos estes fatores vão contribuir para o enriquecimento da experiência turística e plenitude das vivências do turista cultural.

O entrelaçar de todas estas discussões constrói o cenário para os tópicos seguintes, ao longo dos quais desenvolveremos as análises metodológicas da pesquisa de campo.

## Capítulo 5 – Metodologia

A metodologia é o desenho, ou o delineamento, da investigação (Bento, 2011). É a altura que ocorre o estudo dos caminhos, dos instrumentos utilizados para fazer uma pesquisa científica. Segundo Fonseca (2002), *methodos* significa organização, e *logos*, estudo sistemático, pesquisa, investigação. Assim, não envolve apenas os métodos e técnicas, envolve também a teoria, que é fundamental para a constituição da pesquisa.

No contexto da constituição da metodologia, segundo Quivy e Campenhoudt (1998), a pesquisa científica está dividida nas seguintes fases e etapas, expostas no quadro 5.1:

**Quadro 5.1 - Fases e Etapas do Processo de Investigação**

| Fases       | Etapas  |
|-------------|---|
| Ruptura     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Pergunta de partida</li><li>• Exploração</li><li>• Problemática</li></ul>   |
| Construção  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Problemática</li><li>• Construção do modelo de análise</li></ul>            |
| Verificação | <ul style="list-style-type: none"><li>• Observação</li><li>• Análise das informações</li><li>• Conclusões</li></ul> |

Fonte: Adaptado de Quivy e Campenhoudt (1998).

As três fases não são independentes, pelo contrário, são constituídas mutuamente. Então, por exemplo, a ruptura não é realizada apenas no início da investigação, completa-se na e pela construção. A construção não pode passar sem as etapas iniciais da ruptura, e a verificação vai buscar o seu valor à qualidade da construção (Quivy & Campenhoudt, 1998).

Este estudo baseou-se também nas fases e etapas de investigação: com uma pergunta de partida, um problema foi formulado e explorado, para depois ser estabelecido um modelo de análise, que permitiu o desenvolvimento do método de recolha de dados para posterior observação, análise das informações e por fim, a obtenção das conclusões.

Durante o desenvolvimento da metodologia de pesquisa, deve-se reconhecer a importância da constante construção da relação entre teoria e empiria: a produção científica resulta da ação dos investigadores que interroga a empiria, formulando conceitos que se relacionam entre si e produzem conhecimentos articulados (Guerra, 2006).

Nesta dissertação, consideramos a classificação da pesquisa quanto ao seu objetivo, de acordo com Antônio Carlos Gil (2008), em três níveis: pesquisa descritiva, pesquisa exploratória ou pesquisa explicativa. A nossa pesquisa é de caráter exploratório, porque tem como principal

finalidade desenvolver, esclarecer conceitos, a fim de elaborar hipóteses pesquisáveis. Este tipo de pesquisa proporciona maior familiaridade com o problema. A maioria das pesquisas exploratórias envolve levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado (Gil, 2008).

### **5.1. Pergunta de partida e hipóteses de investigação**

Segundo os autores Quivy & Van Campenhoudt (1998), é essencial que se estabeleça, como primeiro passo da pesquisa, a definição de uma pergunta que sirva de linha condutora do trabalho. Uma pesquisa só é iniciada se existir uma pergunta, uma dúvida para a qual se quer buscar a resposta: “As razões que levam à realização de uma pesquisa científica podem ser agrupadas em razões intelectuais (desejo de conhecer pela própria satisfação de conhecer) e razões práticas (desejo de conhecer com vistas a fazer algo de maneira mais eficaz)” (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 12).

Definiu-se como pergunta para esta dissertação: em que medida os visitantes de uma atração religiosa estabelecem uma ligação com o local, reconhecendo-o enquanto espaço simbólico?

Na condução de uma investigação, a construção de hipóteses de pesquisa consiste na melhor maneira de prosseguir o estudo com rigor (Quivy & Van Campenhoudt, 1998). O papel fundamental das hipóteses constitui-se em sugerir explicações para os fatos, por isso podem ser falsas ou verdadeiras. Se bem elaboradas, conduzem à verificação empírica, o que é o propósito da pesquisa científica (Gil, 2008). Na pesquisa qualitativa, as hipóteses podem surgir antes, durante ou posteriormente a investigação empírica (Guerra, 2006). No caso da nossa investigação, as hipóteses surgiram antes e durante a investigação empírica.

As hipóteses utilizadas para nortear esta investigação foram as seguintes:

H1: Os visitantes da atração religiosa não possuem as suas convicções religiosas como motivação principal para visita.

H2: Os visitantes da atração religiosa não sentem ligados ao património visitado.

H3: Os visitantes da atração religiosa não se sentem satisfeitos com os guias turísticos impressos disponíveis.

H4: Os visitantes da atração religiosa possuem características de um turista cultural.

H5: Os visitantes da atração religiosa se interessariam por um guia impresso sobre o património imaterial do Porto, a partir de relatos de moradores locais.

A hipótese 1 relaciona a temática explorada no primeiro capítulo desta dissertação, que trata das novas formas de conexão com o religioso, com a espiritualidade, não tendo necessariamente ligação com lugares ou instituições religiosas (Hervieu-Léger, 2008). Através desta hipótese, tenciona-se esclarecer o posicionamento contemporâneo em relação ao interesse pelo espaço religioso.

A hipótese 2 relaciona-se às temáticas exploradas no terceiro capítulo deste trabalho: património, memória, identidade, *place attachment*, as quais encontram-se interligadas. Há, para Costa & Castro (2008), um paradoxo na modernidade, no qual o esquecimento é parte intrínseca, e por isso há um crescente interesse em compreender, recuperar e memorizar o passado. Os espaços de memória, sob um olhar simbólico (Augé, 2007; Mello, 2007), são fortemente representados por seu respectivo património. Portanto, património, memória, identidade são três pilares para a construção do sentido do lugar (*place attachment*), tendo em mente as dimensões do *place attachment* que são defendidas por Scannell & Gifford (2010). O reconhecimento do valor desta temática, inclusive para a prática do turismo, resultou na elaboração da hipótese 2, e ela permitirá identificar se há alguma ligação estabelecida entre o visitante da atração e o património.

A hipótese 3 permitirá conhecer a satisfação dos visitantes em relação aos guias impressos, disponíveis para os turistas. A coleta dos guias disponíveis nos postos de informações turísticas do Porto permitiu perceber que, de maneira geral, estes guias possuem poucas informações e nenhum trata do património imaterial.

A hipótese 4 diz respeito às características dos visitantes das atrações religiosas. Pretende-se, com esta hipótese, conhecer o perfil do turista que frequenta as atrações religiosas (Sé Catedral e Igreja de São Francisco) e se as características mais presentes são de um turista cultural ou de um turista religioso, a partir das teorias referenciadas no primeiro e segundo capítulos.

Tomando como partida as discussões apontadas ao longo do quarto capítulo, no qual dissertamos sobre a importância do registro dos conteúdos da memória social – principalmente os transmitidos pela oralidade, pelo risco de descaracterização da essência (Sousa, 2006) – a hipótese 5 foi elaborada no intuito de investigar o real interesse dos visitantes das atrações religiosas em ter acesso às narrativas locais do Porto. Isto porque, concordamos com Moreiras (2011) quanto à contribuição que a recolha e conhecimento das narrativas orais pode ter para o melhor entendimento de uma cultura.

No decorrer da pesquisa de campo, definimos hipóteses exploratórias a fim de relacionar as variáveis estudadas (género, idade, nacionalidade, escolaridade e convicções religiosas) com a



ligação e interesses dos visitantes durante a visita à atração religiosa. Apresentamos estas hipóteses no quadro a seguir:

### **Quadro 5.2 – Hipóteses exploratórias da investigação**

| <b>Hipóteses exploratórias</b>  |
|---|
| HE1 – O género influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.                  |
| HE2 – A idade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.                   |
| HE3 – A escolaridade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.            |
| HE4 – As convicções religiosas influenciam a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial. |
| HE5 – A nacionalidade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.           |

## **5.2. Instrumento de recolha de dados**

Para alcançar os objetivos definidos neste estudo, além da recolha de dados secundários a partir de extenso levantamento bibliográfico, optou-se pela realização de entrevistas semiestruturadas com visitantes de duas das atrações religiosas do Porto: Sé Catedral e Igreja de São Francisco<sup>15</sup>.

### **5.2.2. Entrevista semiestruturada**

A pesquisa de campo é fundamental para uma investigação, pois “possibilita ao pesquisador adquirir um conhecimento mais próximo sobre seu tema e também dar uma orientação mais precisa à sua pesquisa” (Deslauriers & Kérisit, 2008, p. 135).

Primordialmente, o nosso objetivo com a entrevista realizada foi perceber o tipo de relação ou ligação estabelecida entre os sujeitos entrevistados e o património, bem como compreender melhor sobre as práticas e interesses destes sujeitos durante a visita.

A recolha de dados desta investigação consistiu na realização de entrevistas semiestruturadas, realizadas nos dias 13 de Abril, 10, 11 e 12 de Julho de 2015, nos espaços externos da Sé do Porto e da Igreja de São Francisco. O registro das entrevistas foi feito por intermédio de um gravador digital, com autorização verbal dos sujeitos.

A entrevista consiste numa interação verbal entre pessoas que se envolvem voluntariamente em igualdade de relação, a fim de partilharem um saber experienciado, para melhor compreender um fenómeno de interesse para as pessoas implicadas (Savoie-Zajc, 2003).

<sup>15</sup> A caracterização da Sé Catedral e da Igreja de São Francisco está disponível nos Apêndices 8 e 9, respectivamente.

Na entrevista semiestruturada, o pesquisador faz um guião de perguntas, em uma ordem que vai depender do desenrolar da entrevista, e há uma abertura para o surgimento de novas questões e discussões: o pesquisador deixar-se-á guiar pelo fluxo da entrevista, com o objetivo de abordar, de um modo que se assemelha a uma conversa, os termos gerais sobre os quais deseja ouvir o respondente, permitindo assim extrair uma compreensão rica do fenómeno em estudo (Savoie-Zajc, 2003).

Antes de iniciar cada entrevista, procuramos explicar que a nossa pesquisa tem finalidade académica, para elaboração de uma dissertação no âmbito do Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo. Tivemos também a preocupação de deixar o entrevistado à vontade, introduzindo as perguntas naturalmente. Segundo Zélia Alves e Maria Helena Silva (1992), é das atitudes de aproximação, respeito e empatia, trazidas pelo pesquisador, que virá a disponibilidade dos sujeitos e o seu envolvimento com a tarefa de informantes, o que amplia a possibilidade de validade dos dados obtidos.

O guião das entrevistas foi sujeito a um pré-teste<sup>16</sup>, no intuito de perceber se as perguntas estavam claras e suficientes para a coleta das informações pretendidas. Neste pré-teste, realizamos a entrevista com cinco sujeitos de idade, escolaridade, convicções religiosas e nacionalidades variadas. Estes sujeitos estão caracterizados na tabela abaixo:

**Quadro 5.3 – Caracterização dos sujeitos entrevistados no pré-teste**

| Sujeito | Idade | Género    | Nacionalidade | Escolaridade | Convicções Religiosas   |
|---------|-------|-----------|---------------|--------------|-------------------------|
| 1       | 37    | Feminino  | Portuguesa    | Secundário   | Católica não praticante |
| 2       | 35    | Masculino | Francesa      | Licenciatura | Agnóstico               |
| 3       | 70    | Masculino | Brasileira    | Bacharelado  | Nenhuma                 |
| 4       | 27    | Feminino  | Alemã         | Licenciatura | Nenhuma                 |
| 5       | 62    | Feminino  | Austríaca     | Licenciatura | Católica                |

Como podemos observar na tabela descritiva dos sujeitos do pré-teste, eles possuem as idades entre 27 e 70 anos, são de diferentes nacionalidades, e a maioria concluiu o ensino superior, apenas um deles cursou até o secundário. Quanto às convicções religiosas, apenas um sujeito disse ser católico praticante; um é agnóstico, dois não possuem religião alguma, e um disse ser católico não praticante.

Com o pré-teste, foram feitas algumas modificações no guião, para que as perguntas fossem melhor compreendidas. Assim, decidiu-se substituir, por exemplo, a palavra “materiais” por “guias”, porque percebemos que isto causava confusão aos sujeitos. A questão 4 foi utilizada para a parte de

<sup>16</sup> O guião do pré-teste está disponível no Apêndice 6.

caracterização dos sujeitos, presente no próximo tópico deste capítulo, pois ela permite-nos traçar um perfil de interesse e conhecimento dos turistas em relação ao património do Porto. A pergunta 8 foi reformulada, porque era pouco compreendida: os sujeitos não perceberam muito bem o significado de “manifestações de cunho imaterial”. Por fim, a pergunta 9 foi retirada, porque a entrevista acabava por tomar um rumo diferente, e fechar a entrevista com essa pergunta cortava a linha de raciocínio.

Após as modificações do guião de perguntas, ficamos com a versão final, disponível no Apêndice 7. O quadro 5.4 mostra, portanto, as categorias e a informação pretendida com cada pergunta.

**Quadro 5.4 – Temáticas e informações pretendidas no guião da entrevista**

| <b>Categorias</b>   | <b>Perguntas</b>  | <b>Informações pretendidas</b>   |
|---|---|--|
| <b>Motivação da visita</b>  | O que o motivou a conhecer este monumento?                                      | Se havia algum interesse particular na atração e o porquê  |
| <b>Tipo de ligação estabelecida com o património visitado (<i>place attachment</i>)</b> | Você se sente de alguma maneira ligado a este património? Por quê?              | Se o turista estabelece algum tipo de relação ou ligação com o património histórico visitado e o porquê              |
| <b>Recursos necessários para aumentar o sentido do lugar</b>                            | De que maneira acredita que poderia se sentir mais ligado a este património?    | Opinião sobre os recursos necessários para estimular uma relação ou ligação maior entre os visitantes e o património |
| <b>Conhecimento da história dos monumentos</b>  | Conhece alguma história relacionada aos monumentos?                             | O conhecimento para além do património material representado pelo monumento visitado                                 |
| <b>Satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos</b>            | Considera que os guias destinados aos turistas possuem informações suficientes? | Opinião em relação a qualidade dos guias turísticos<br><br>Se os guias são suficientes para auxiliar a visita        |
| <b>Sugestões de modificações para os guias turísticos impressos</b>                     | Se pudesse sugerir modificações nesses guias, quais seriam?                     | Saber se o visitante da atração sente a necessidade de modificar os guias turísticos                                 |

| <b>Categorias</b>  | <b>Perguntas</b>   | <b>Informações pretendidas</b>  |
|--|--|---|
| <b>Interesse em um guia turístico que disponibilize informações sobre o património imaterial</b> | Interessar-lhe-ia um guia informativo que tratasse das curiosidades e lendas relacionadas a este e outros monumentos do Porto, a partir, por exemplo, de narrativas dos moradores da cidade? | O interesse do visitante em ter acesso a mais informações sobre o lugar visitado e porquê |

### 5.3. Caracterização dos sujeitos

Na pesquisa qualitativa, a seleção dos sujeitos está centrada em sua representatividade social e não na representatividade estatística (Guerra, 2010). Devemos buscar a diversidade dos sujeitos para garantir que a investigação aborde a realidade considerando as variações necessárias. Torna-se necessário, numa pesquisa que utilize entrevistas, interrogar os sujeitos cujas opiniões sejam diferentes, reportando a um leque variado de situações (Guerra, 2010).

Procuramos entrevistar pessoas com diferentes níveis de escolaridade, faixa etária, género, nacionalidade e diferentes convicções religiosas. Pensamos ser estas variáveis independentes determinantes para as diferentes posições dos sujeitos face ao estudo. Buscamos aqueles turistas que não estavam inseridos em grupos de visita guiada por um profissional. Quisemos entrevistar aqueles que estavam sendo auxiliados, unicamente, por guias impressos/brochuras, os quais, inclusive, constituíam uma maioria.

No processo de seleção dos sujeitos, utilizamos o método de amostragem por homogeneização. Aplica-se, nesta realidade, o princípio de diversidade interna do grupo, procurando-se variáveis pertinentes face ao objeto. Neste caso, é difícil prever o número de pessoas entrevistadas, é no decorrer da pesquisa que isto será definido: sabe-se que o resultado pode ser adquirido entre 30 e 50 entrevistas, mas também é possível que se consiga resultado com uma quantidade menor de entrevistados (Guerra, 2010). No caso desta pesquisa, entrevistamos 29 pessoas.

Selecionamos turistas visitantes de dois dos mais frequentados patrimónios religiosos do Porto: a Catedral da Sé e a Igreja de São Francisco. Estas duas igrejas estão situadas em sítios históricos, os quais remetem a estórias e história variadas. Sabemos que há uma tendência, por parte dos turistas de uma cidade histórica, em buscar locais mais populares para a visita (Levi & Kocher, 2009). Então, optámos por estes espaços religiosos de intenso fluxo turístico, no intuito de perceber melhor sobre o tipo de experiência que eles oferecem aos visitantes e a maneira que estes últimos usufruem destes espaços.

O quadro abaixo mostra o panorama geral dos sujeitos entrevistados.

**Quadro 5.5 – Descrição geral dos sujeitos entrevistados**

| Sujeito | Idade | Género    | Nacionalidade | Escolaridade | Convicções religiosas   |
|---------|-------|-----------|---------------|--------------|-------------------------|
| 1       | 26    | Feminino  | Francesa      | Licenciatura | Católica praticante     |
| 2       | 24    | Feminino  | Austríaca     | Bacharelado  | Nenhuma                 |
| 3       | 37    | Feminino  | Portuguesa    | Secundário   | Católico não praticante |
| 4       | 20    | Masculino | Venezuelana   | Licenciatura | Nenhuma                 |
| 5       | 35    | Masculino | Francesa      | Licenciatura | Agnóstico               |
| 6       | 36    | Feminino  | Alemã         | Licenciatura | Católica praticante     |
| 7       | 69    | Feminino  | Estadunidense | Doutoramento | Nenhuma                 |
| 8       | 70    | Masculino | Estadunidense | Bacharelado  | Nenhuma                 |
| 9       | 71    | Masculino | Bélgica       | Secundário   | Católica praticante     |
| 10      | 28    | Feminino  | Brasileira    | Mestrado     | Nenhuma                 |
| 11      | 27    | Feminino  | Canadiana     | Licenciatura | Nenhuma                 |
| 12      | 21    | Feminino  | Brasileira    | Secundário   | Católica não praticante |
| 13      | 62    | Masculino | Brasileira    | Licenciatura | Católica praticante     |
| 14      | 29    | Masculino | Brasileira    | Mestrado     | Católico não praticante |
| 15      | 30    | Masculino | Portuguesa    | Secundário   | Nenhuma                 |
| 16      | 33    | Masculino | Francesa      | Mestrado     | Católica praticante     |
| 17      | 23    | Feminino  | Italiana      | Bacharelado  | Católica praticante     |
| 18      | 75    | Masculino | Portuguesa    | 4ª Classe    | Católica praticante     |
| 19      | 71    | Feminino  | Portuguesa    | 4ª Classe    | Católica praticante     |
| 20      | 23    | Masculino | Polaca        | Mestrado     | Católica praticante     |
| 21      | 23    | Feminino  | Brasileira    | Licenciatura | Católica praticante     |
| 22      | 21    | Feminino  | Portuguesa    | Licenciatura | Católica praticante     |
| 23      | 24    | Feminino  | Chinesa       | Mestrado     | Nenhuma                 |
| 24      | 28    | Masculino | Brasileira    | Bacharelado  | Nenhuma                 |
| 25      | 32    | Feminino  | Espanhola     | Licenciatura | Espirita                |
| 26      | 23    | Feminino  | Húngara       | Mestrado     | Católica praticante     |
| 27      | 23    | Feminino  | Húngara       | Mestrado     | Calvinista              |
| 28      | 50    | Feminino  | Portuguesa    | 4º Ano       | Católica praticante     |
| 29      | 28    | Masculino | Colombiana    | Bacharelado  | Católica praticante     |

Após este panorama geral, agrupamos os sujeitos segundo as suas características, de acordo com as variáveis independentes que definimos para a pesquisa, nomeadamente o género, escolaridade, convicções religiosas, nacionalidade e idade.

**Quadro 5.6 – Caracterização dos sujeitos segundo a escolaridade**

| Escolaridade             | Número de sujeitos | Total |
|--------------------------|--------------------|-------|
| Ensino secundário        | 7                  | 29    |
| Bacharelato/Licenciatura | 14                 |       |
| Mestrado/Doutoramento    | 8                  |       |

Os sujeitos entrevistados eram em sua maioria bem qualificados, como se pode perceber da análise do quadro 5.6. Apenas sete deles tinham o ensino secundário, oito tinham mestrado ou doutoramento e catorze tinham bacharelato ou licenciatura.

**Quadro 5.7 – Caracterização dos sujeitos segundo a idade**

| Idade          | Número de sujeitos | Total |
|----------------|--------------------|-------|
| Jovem (20-29)  | 16                 | 29    |
| Adulto (30-37) | 6                  |       |
| Maduro (50-75) | 7                  |       |

O quadro 5.7 mostra a distribuição dos sujeitos por categoria de idade. A grande parte dos entrevistados possuía idade inferior aos 50 anos, ou seja, obtivemos uma amostra massivamente jovem, entre os 20 e 37 anos. Optámos por dividir as idades em três grupos, o grupo jovem (20-29), o adulto (30-37) e o maduro (50-75). Em alguns momentos da análise destes sujeitos, poderemos ainda separá-los em dois grupos: mais jovens (20-29 e 30-37), e os menos jovens (50-75).

**Quadro 5.8 – Caracterização dos sujeitos segundo o género**

| Género    | Número de sujeitos | Total |
|-----------|--------------------|-------|
| Feminino  | 17                 | 29    |
| Masculino | 12                 |       |

Os sujeitos entrevistados estavam divididos entre 17 mulheres e 12 homens; obtivemos uma ligeira maioria do género feminino.

**Quadro 5.9 – Caracterização dos sujeitos segundo a nacionalidade**

| Nacionalidade |                   | Número de sujeitos | Total |
|---------------|-------------------|--------------------|-------|
| Europeu       | Francesa (3)      | 17                 | 29    |
|               | Austríaca (1)     |                    |       |
|               | Portuguesa (6)    |                    |       |
|               | Alemã (1)         |                    |       |
|               | Belga (1)         |                    |       |
|               | Italiana (1)      |                    |       |
|               | Polaca (1)        |                    |       |
|               | Espanhola (1)     |                    |       |
|               | Húngara (2)       |                    |       |
| Não Europeu   | Venezuelana (1)   | 12                 |       |
|               | Estadunidense (2) |                    |       |
|               | Canadiana (1)     |                    |       |
|               | Brasileira (6)    |                    |       |
|               | Colombiana (1)    |                    |       |
|               | Chinesa (1)       |                    |       |

Com relação à nacionalidade, optámos por dividir os nossos sujeitos em dois grandes grupos, segundo podemos visualizar no quadro 5.9: europeus e não europeus. A variedade de nacionalidades, mesmo em território europeu, era grande. O conjunto de sujeitos não europeus era

constituído por sujeitos maioritariamente latino-americanos, com exceção da nacionalidade chinesa, canadiana e estadunidense.

**Quadro 5.10 – Caracterização dos sujeitos segundo as convicções religiosas**

| Convicções religiosas      | Número de sujeitos | Total |
|----------------------------|--------------------|-------|
| Católica praticante        | 14                 | 29    |
| Católica não praticante    | 3                  |       |
| Agnóstica/não cristão/ateu | 12                 |       |

A caracterização dos sujeitos relativamente às convicções religiosas é mostrada no quadro 5.10. A maioria dos sujeitos entrevistados eram católicos. Dividimo-los entre os sujeitos que se afirmaram católicos praticantes e os que se afirmaram não praticantes. Isto porque, no estudo que conduzimos, esta parece ser uma variante importante para o comportamento e opinião dos sujeitos. Além disto, percebemos durante o inquérito, que ao questionarmos sobre as convicções religiosas, os respondentes sempre enfatizavam se eram ou não católicos. Na categoria ‘não cristão’ temos um sujeito que se define como espírita. Os demais dizem não possuir uma religião.

**Quadro 5.11 – Caracterização dos sujeitos segundo o conhecimento de outros monumentos históricos do Porto**

| Conhecem outros monumentos | Não conhecem outros monumentos | Total |
|----------------------------|--------------------------------|-------|
| 13                         | 16                             | 29    |

A partir das respostas da quarta questão do guião do questionário (vide Apêndice 7), pudemos perceber que a maioria não conhece outros monumentos históricos no Porto para além daquele onde estava sendo entrevistado – Sé do Porto ou Igreja de São Francisco. Muitos dos respondentes que disseram conhecer outros monumentos, não lembravam o nome dos mesmos, ou enfatizavam que conheciam unicamente a história que aí estava disponível.

Em suma, na caracterização geral dos nossos sujeitos, temos um grupo com maioria de entrevistados europeus, cristãos, do género feminino, jovens, com elevada escolaridade e sem um conhecimento aprofundado em relação aos monumentos históricos do Porto.

#### 5.4. Análise dos resultados

Nesta secção, apresentaremos e analisaremos os dados recolhidos. A análise de conteúdo foi o método escolhido para o tratamento dos dados. Para Guerra (2010), não há somente um tipo de análise de conteúdo. É possível agrupar os diferentes tipos de análise de conteúdo em três categorias: temática, formal e estrutural (Quivy & Van Campenhoudt, 1998).

Para esta dissertação, acreditamos ser a análise de conteúdo temática a mais adequada, pois ela permite descrever o que foi dito pelos entrevistados de forma mais adequada e condensada (Guerra, 2010).

Segundo Guerra (2010), a análise de conteúdo temática tem caráter descritivo e pode ser feita através da construção de categorias e também de tipologias. Na etapa da exploração do material, “o investigador busca encontrar categorias que são expressões ou palavras significativas em função das quais o conteúdo de uma fala será organizado” (Cavalcante, Calixto, Pinheiro, 2014, p. 16). A categorização é, na verdade, um processo de redução do texto às palavras e expressões significativas (Minayo, 2007). O pesquisador realiza a classificação e a agregação dos dados, escolhendo as categorias teóricas ou empíricas, responsáveis pela especificação do tema (Bardin, 1977, citado em Cavalcante, Calixto, Pinheiro, 2014).

Depois, da categorização, realizamos interpretações e inferências a partir do material recolhido. Este material é ordenado para ser classificado, segundo critérios que o pesquisador considera pertinentes, a fim de encontrar semelhanças e diferenças entre as respostas dos entrevistados (Guerra, 2010).

A apresentação dos dados será feita a partir de um estudo comparativo entre as variáveis independentes trabalhadas nesta pesquisa: gênero, idade, nacionalidade, convicções religiosas e escolaridade.

#### **5.4.1. Gênero**

O quadro a seguir expõe uma sinopse dos resultados da análise de conteúdo às entrevistas realizadas, tendo em conta o gênero dos entrevistados (12 homens e 17 mulheres). Para facilitar a visualização e posterior análise dos dados, foi feita uma sistematização do resultado, e cada quadro expõe uma única variável, relacionando-a com a categoria e os níveis da categoria.



**Quadro 5.12 – Género e a motivação da visita**

| <b>Categorias</b>          | <b>Níveis da categoria</b>       | <b>Género masculino</b> | <b>Género feminino</b> | <b>Total</b> |
|----------------------------|----------------------------------|-------------------------|------------------------|--------------|
| <b>Motivação da visita</b> | Apreciação estética              | 5                       | 9                      | 14           |
|                            | Utilização de mapas/guias        | 5                       | 5                      | 10           |
|                            | Cultura local/história           | 4                       | 5                      | 9            |
|                            | Acaso                            | 3                       | 3                      | 6            |
|                            | Informações colhidas na internet | 1                       | 1                      | 2            |
|                            | Indicação de amigos              | 1                       | 1                      | 2            |
|                            | Energia do lugar                 | -                       | 2                      | 2            |
|                            | Espiritualidade                  | 1                       | -                      | 1            |
|                            | <i>Place attachment</i>          | -                       | 1                      | 1            |
|                            | Turismo negro                    | -                       | 1                      | 1            |
|                            | Religiosidade                    | -                       | 1                      | 1            |

A partir da análise dos dados recolhidos, podemos concluir que há três níveis da categoria relacionadas à categoria “motivação da visita”, os quais se destacam pela alta frequência: a “apreciação estética”, “utilização de mapas e guias” e “cultura local/história”. Maioritariamente, os sujeitos do género feminino e do género masculino, entrevistados nesta pesquisa, são apreciadores não somente da estética das igrejas, mas também da história e cultura local. Costumam utilizar mapas e guias para a visita, mas alguns deles também apreciam um passeio sem mapas, nos quais o acaso é o responsável pelo contato com os monumentos históricos.

Observamos ainda, em comparação entre os dois géneros, que os sujeitos do género feminino parecem ser bastante mais sensíveis à componente estética e a energia dos locais que visitam. Motivam-se pela cultura e história local, pouco mais do que os homens. O género feminino é motivado também pela religiosidade, pela ligação que sentem pelo lugar (*place attachment*) e pela ligação que o local tem com a morte (turismo negro), no caso das catacumbas da Igreja de São Francisco.

O género masculino, por sua vez, menciona a espiritualidade como fator motivador da visita ao património religioso.

A “indicação de amigos” e “informações colhidas na internet” foram motivações pouco frequentes, mas foram consideradas pelos dois géneros.

**Quadro 5.13 – Género e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado (*place attachment*)**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b>                        | <b>Género masculino</b> | <b>Género feminino</b> | <b>Total</b> |
|---|---|-------------------------|------------------------|--------------|
| <b>Tipo de ligação estabelecida com o património visitado (<i>place attachment</i>)</b> | Não ligação                                       | 5                       | 5                      | 10           |
|   | Ligação genérica pela história e cultura do lugar | 1                       | 8                      | 9            |
|   | Ligação espiritual/religiosa                      | 4                       | 5                      | 9            |
|   | Ligação genérica pela estética do lugar           | 3                       | 2                      | 5            |
|   | Ligação afetiva/emocional                         | 1                       | 3                      | 4            |

Os níveis de categoria os quais denominamos “ligação genérica” são ligações muito gerais e vagas. A “ligação genérica pela estética do lugar” é uma relação constituída sob a seguinte realidade: os visitantes chegam na atração, acham-na bonita, admiram a arquitetura, mas não vai além disso. Por exemplo, um dos nossos sujeitos do género feminino declara: “(...) não sinto quase nada, venho apenas pela beleza do lugar”.

O mesmo ocorre à “ligação genérica pela história e cultura do lugar”: são relações um tanto superficiais, porque, na realidade, constatamos que os nossos sujeitos não são conhecedores da história local. Mas há um visível interesse pela cultura local, eles conseguem enxergar o património religioso visitado como parte integrante desta cultura: “(...) gosto de visitar tudo que é português”.

As demais ligações, “espiritual/religiosa” e “afetiva/emocional” não nos pareceu ser genérica ou superficial, são ligações bastante evidenciadas por nossos sujeitos. Um sujeito do género masculino diz: “(...) como eu sou muito católico, gosto muito de conhecer estes lugares religiosos”.

Identificamos que a mesma frequência de inquiridos do género masculino e do género feminino não sente qualquer tipo de ligação com o local visitado. A não ligação foi o nível de categoria mais recorrente.

Alguns dos sujeitos justificaram a pouca ligação com o património religioso visitado pelo fato de não serem do Porto. Há, por exemplo, um sujeito do género feminino que diz: “(...) como não sou daqui, então não tenho muita ligação, mas acho muito importante preservar”. Com esta fala, é possível inferir que, mesmo que a entrevistada não sinta uma significativa ligação com o património visitado, ela consegue enxergar a pertinência em preservá-lo. Talvez seja um pensamento a favor das pessoas que são e moram no Porto e a conservação de sua história e cultura.

Percebemos que os sujeitos do género feminino sentem-se muito ligados, de maneira genérica, pela história e cultura do lugar. Aliás, os entrevistados deste género são imensamente mais sensíveis à questão histórica e cultural do que os sujeitos do género masculino. A ligação espiritual/religiosa ocorre com frequência semelhante entre os dois géneros, sendo que um pouco mais entre as mulheres. A ligação genérica pela estética do lugar é mais frequente entre os homens. Eles não indicam tanto interesse pela cultural local, e menos ainda pela história. Por fim, a ligação afetiva/emocional aparece com menor incidência, se compararmos com os demais níveis de categoria, mas é mais frequente entre as mulheres.

**Quadro 5.14 - Género e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                      | <b>Género masculino</b> | <b>Género feminino</b> | <b>Total</b> |
|--|---|-------------------------|------------------------|--------------|
| <b>Recursos necessários para aumentar o sentido do lugar</b> | Não sabe/Não responde                           | 6                       | 10                     | 16           |
|  | Identificação com o local                       | 3                       | 4                      | 7            |
|  | Informação prévia (Internet, aplicações, guias) | 3                       | 3                      | 6            |

No quadro comparativo que relaciona o género aos recursos necessários para aumentar o sentido do lugar, temos uma maioria forte, quer de homens quer de mulheres, que não soube responder. O nível de categoria “identificação com o local” foi identificado entre os entrevistados que julgam ser necessário pertencer à cidade ou país visitado para haver uma identificação com elementos do lugar e para que seja possível a criação de um sentido de lugar.

A importância da informação prévia sobre o lugar visitado como recurso que potencializa o sentido de lugar foi igualmente reconhecida entre homens e mulheres.

Apesar de a maioria dos inquiridos não saberem como aumentar o sentido do lugar, identificamos que as mulheres estiveram mais dispostas a refletir e discutir sobre o tema do que as dos homens, elaborando, portanto, respostas mais aprofundadas. Isto sinaliza uma maior atenção do género feminino em relação a conexão com o lugar.

**Quadro 5.15 - Género e o conhecimento da história dos monumentos**

| <b>Categoria</b>                               | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Género masculino</b> | <b>Género feminino</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|-------------------------|------------------------|--------------|
| <b>Conhecimento da história dos monumentos</b> | Não conhece a história     | 7                       | 11                     | 18           |
|  | Conhece vagamente          | 3                       | 4                      | 7            |
|  | Conhece a história         | 2                       | 2                      | 4            |

Em relação ao conhecimento sobre a história do monumento visitado, verificamos que, na realidade, nenhum dos dois géneros a conhece bem. Praticamente a mesma frequência ocorre entre homens e mulheres que conhecem vagamente sobre os monumentos visitados, este nível de categoria refere-se àqueles sujeitos que sabem alguma informação sobre a atração a partir do que viram ou leram no local da visita.

**Quadro 5.16 - Género e satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Género masculino</b> | <b>Género feminino</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|-------------------------|------------------------|--------------|
| <b>Satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos</b> | Sim                        | 6                       | 9                      | 15           |
|  | Não                        | 2                       | 4                      | 6            |
|  | Não sabe/Não responde      | 3                       | 2                      | 5            |
|  | Por vezes                  | 1                       | 2                      | 3            |

A análise do quadro 5.16 permite-nos concluir que a maioria de homens e mulheres estão satisfeitos com as informações contidas nos guias turísticos impressos. No entanto, foram mais as mulheres do que os homens que responderam não estarem satisfeitas, e mais homens disseram não saber responder à pergunta.

**Quadro 5.17 - Género e sugestões de modificação para os guias turísticos impressos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                           | <b>Género masculino</b> | <b>Género feminino</b> | <b>Total</b> |
|--|--|-------------------------|------------------------|--------------|
| <b>Sugestões de modificação para os guias turísticos impressos</b> | Nada a modificar                                     | 3                       | 6                      | 9            |
|  | Não sabe/Não responde                                | 6                       | 1                      | 7            |
|  | Acrescentar informações histórico-culturais          | -                       | 5                      | 5            |
|  | Acrescentar serviços                                 | 1                       | 1                      | 2            |
|  | Acrescentar atrações turísticas mais relevantes      | -                       | 1                      | 1            |
|  | Acrescentar projeto cultural local                   | -                       | 1                      | 1            |
|  | Diversidade linguística                              | -                       | 1                      | 1            |
|  | Corrigir erros                                       | -                       | 1                      | 1            |
|  | Tornar mais acessível (linguística e economicamente) | -                       | 1                      | 1            |
|  | Simplificar e organizar melhor as informações        | -                       | 1                      | 1            |
|  | Segmentar por idade                                  | -                       | 1                      | 1            |
|  | Mais opções de roteiros turísticos                   | -                       | 1                      | 1            |
|  | Acrescentar referências geográficas                  | 1                       | -                      | 1            |

Apesar de muitos dos inquiridos terem respondido que não modificariam nada nos guias turísticos, ou que não sabem responder à pergunta, obtivemos um grande número de respostas com sugestões de modificações dos guias turísticos impressos, cujos resultados apresentamos no quadro 5.17.

O grupo do género feminino parece ser mais autocrítico do que o grupo de sujeitos do género masculino, pois apresenta uma maior diversidade e número de sugestões. Entre as mulheres, nota-se a forte necessidade de ver nos guias mais informações histórico-culturais, talvez por este género ser mais sensível à componente histórica e cultural e sentirem-se ligadas ao lugar visitado através desta componente. Nenhum dos homens citou a necessidade de ver nos guias turísticos mais informações sobre a história e cultura do lugar, aliás, as únicas sugestões dadas por esse grupo

foram: acrescentar serviços e acrescentar referências geográficas. Nenhum dos nossos sujeitos do género feminino mencionou o nível de categoria “acrescentar referências geográficas”. As mulheres parecem não dar importância a questões espaciais e de localização.

Os entrevistados de ambos os géneros que sugeriram “acrescentar serviços”, disseram ser importante, por exemplo, a presença de um mapa e cartão do Metro do Porto.

Os sujeitos do género feminino sugerem que os guias possuam maior número de indicação de atrações turísticas relevantes e mais populares; que haja informações de projetos/atrações culturais locais que estejam a acontecer no período da visita; que se disponibilize a tradução dos guias turísticas para outras línguas além do inglês; que sejam corrigidos os erros dos guias – esta foi a sugestão de uma turista francesa que havia comprado o seu guia ainda na França, e segundo ela, havia muitos erros com relação à informação histórica da Catedral da Sé. Sugeriu-se também que os guias fossem mais acessíveis, relativamente aos preços de custo e à língua que os vendedores desses guias falam (segundo uma das entrevistadas, são pessoas que não falam bem o inglês, e há, portanto, uma dificuldade de comunicação). Há ainda quem, entre os sujeitos do género feminino, sugira que se organize e simplifique mais as ideias expostas nos guias turísticos, porque são muitas vezes confusos e mal escritos. A segmentação por idade foi uma necessidade detectada para tornar mais fácil e rápido o conhecimento sobre os eventos culturais para cada faixa etária. Por fim, temos a sugestão de acrescentar mais opções de roteiros nos guias. Os nossos entrevistados querem roteiros definidos e ricos em informações.

**Quadro 5.18 - Género e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Género masculino</b> | <b>Género feminino</b> | <b>Total</b> |
|---|----------------------------|-------------------------|------------------------|--------------|
| <b>Interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial</b> | Sim                        | 8                       | 14                     | 22           |
|   | Não                        | 4                       | 3                      | 7            |

Ambos os géneros mostraram interesse assimilável em ter acesso a um guia que trate do património imaterial, ou seja, as estórias e lendas narradas por moradores do Porto. Houve um sujeito do género masculino que respondeu: “(...) é interessante essa história meio lado B... porque aqui é a história como é contada nos livros”. Outro sujeito do género masculino falou que uma iniciativa como esta seria uma “(...) evolução diferente para os turistas, conhecer outras histórias pessoais é muito mais interessante”.

A frequência dos que não se interessam por um guia sobre o património imaterial é um pouco maior entre os sujeitos do género masculino, quando comparado com o género feminino.

#### 5.4.2. Idade

Os quadros apresentados abaixo, relacionam as categorias e seus níveis a partir da variável “idade”. Fizemos as entrevistas com um total de 16 jovens (20-29), 6 adultos (30-37) e 7 maduros (50-75).

**Quadro 5.19 - Idade e a motivação da visita**

| <b>Categoria</b>           | <b>Níveis da categoria</b>       | <b>Jovem<br/>(20-29)</b> | <b>Adulto<br/>(30-37)</b> | <b>Maduro<br/>(50-75)</b> | <b>Total</b> |
|----------------------------|----------------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------|
| <b>Motivação da visita</b> | Apreciação estética              | 8                        | 4                         | 3                         | 15           |
|                            | Cultura local/história           | 8                        | 1                         | 2                         | 11           |
|                            | Utilização de mapas/guias        | 5                        | 1                         | 2                         | 8            |
|                            | Acaso                            | 5                        | 2                         | -                         | 7            |
|                            | Informações colhidas da internet | 1                        | 1                         | -                         | 2            |
|                            | Indicação de amigos              | -                        | -                         | 2                         | 2            |
|                            | Energia do lugar                 | 1                        | 1                         | -                         | 2            |
|                            | Espiritualidade                  | 1                        | -                         | -                         | 1            |
|                            | <i>Place attachment</i>          | 1                        | -                         | -                         | 1            |
|                            | Turismo negro                    | -                        | 1                         | -                         | 1            |
|                            | Religiosidade                    | -                        | 1                         | -                         | 1            |

A análise deste quadro (5.19), referente à motivação da visita em relação as três faixas etárias que identificamos entre os nossos sujeitos, conduz-nos a observar que a apreciação estética é a razão mais forte da visita, principalmente entre os jovens (20-29). Estes mesmos jovens são, surpreendentemente, bastante movidos também pela cultura e história local. A utilização de mapas e guias destaca-se, tendo menor frequência no grupo adulto (30-37).

Uma observação interessante é que o acaso não aparece entre os entrevistados mais maduros (50-75), provavelmente eles planeiam mais a viagem e os lugares a serem visitados, e, como observamos no quadro 5.19, consideram a indicação de amigos. Mas o planeamento dos sujeitos maduros certamente não é feito a partir da recolha de informações da internet: o quadro acima evidencia que a busca na internet ocorre somente entre os mais jovens (20-29 e 30-37). Ainda assim, a busca de informações na internet nem pode ser considerada uma prática corrente entre os nossos inquiridos. A energia do local também é fator motivador para este grupo mais jovem.

Os jovens (20-29) foram os únicos a citarem a espiritualidade e o *place attachment* como elementos que constituem a sua motivação em conhecer a atração histórica. Os adultos (30-37) mencionam, por outro lado, respostas ausentes entre as outras faixas etárias: dizem que foram motivados por sua religiosidade e pelo turismo negro.

**Quadro 5.20 – Idade e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado (*place attachment*)**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b>                        | <b>Jovem (20-29)</b> | <b>Adulto (30-37)</b> | <b>Maduro (50-75)</b> | <b>Total</b> |
|---|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Tipo de ligação estabelecida com o património visitado (<i>place attachment</i>)</b> | Ligação genérica pela história e cultura do lugar | 7                    | -                     | 2                     | 9            |
|   | Ligação genérica pela estética do lugar           | 3                    | 3                     | 2                     | 8            |
|   | Ligação espiritual/religiosa                      | 5                    | 1                     | 1                     | 7            |
|   | Não ligação                                       | 4                    | 1                     | 2                     | 7            |
|   | Ligação afetiva/emocional                         | 4                    | -                     | -                     | 4            |

O tipo de ligação estabelecida pelos sujeitos, maioritariamente, é uma ligação genérica pela estética do lugar e pela história e cultura. Os sujeitos jovens (20-29) são maioria na ligação genérica pela história e cultura do lugar, enquanto os sujeitos adultos (30-37) consideram que a história e cultura não influenciam a sua ligação. Os sujeitos que, no grupo adulto, expressam alguma ligação com o lugar visitado, falam, unicamente, em uma ligação genérica pela estética do lugar e uma ligação espiritual/religiosa.

Os sujeitos maduros (50-75) têm suas frequências distribuídas igualmente entre os níveis de categoria “ligação genérica pela história e cultura do lugar”, “ligação genérica pela estética do lugar” e “não ligação”. Existe alguma ligação espiritual/religiosa neste grupo etário, de acordo com o que diz um destes inquiridos “(...) em vários países, a sabedoria está nas igrejas”, mas não há, nesta faixa etária, sujeitos com ligação afetiva/emocional.

A ligação espiritual/religiosa é frequente entre os entrevistados jovens (20-29). Este grupo apresentou também, com exclusividade em relação as demais faixas etárias, uma ligação afetiva/emocional com o património visitado.

A “não ligação” é outro nível de categoria mais frequente no grupo jovem (20-29), comparativamente as outras faixas etárias. Apesar disto, são estes jovens que se destacam em relação aos demais sujeitos adultos e maduros nos demais níveis de categoria de ligação.



**Quadro 5.21 – Idade e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                      | <b>Jovem (20-29)</b> | <b>Adulto (30-37)</b> | <b>Maduro (50-75)</b> | <b>Total</b> |
|--|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Recursos necessários para aumentar o sentido do lugar</b> | Não sabe/Não responde                           | 6                    | 3                     | 5                     | 14           |
|  | Informação prévia (Internet, aplicações, guias) | 7                    | 1                     | -                     | 8            |
|  | Identificação com o local                       | 3                    | 2                     | 2                     | 7            |

No que diz respeito aos recursos necessários para aumentar o sentido do lugar, muitos dos sujeitos não souberam o que responder. Dos que responderam, a maior parte considera a informação prévia através da internet, aplicações e guias, um bom recurso para aumentar o sentido do lugar, mas essa maioria foi representada apenas pelos sujeitos mais jovens (20-29 e 30-37), porque nenhum dos sujeitos maduros (50-75) menciona este nível da categoria. Relativamente à identificação com o local, os jovens entre os 20 e 29 anos foram os que mais nomearem este nível da categoria como recurso para aumentar o sentido do lugar.

**Quadro 5.22 – Idade e o conhecimento da história dos monumentos**

| <b>Categoria</b>                               | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Jovem (20-29)</b> | <b>Adulto (30-37)</b> | <b>Maduro (50-75)</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Conhecimento da história dos monumentos</b> | Não conhece a história     | 11                   | 3                     | 4                     | 18           |
|  | Conhece vagamente          | 3                    | 1                     | 2                     | 6            |
|  | Conhece a história         | 2                    | 2                     | 1                     | 5            |

Os sujeitos das três faixas etárias conhecem pouco ou nada da história relacionada aos monumentos que visitam. Apesar de os jovens identificarem a importância da informação prévia, como observamos no quadro 5.21, uma frequência relevante deles não conhece a história. A frequência dos sujeitos que conhecem a história não é significativa, em nenhum dos grupos de idade. Porém, os mais jovens (entre os 20-29 anos e entre os 30-37 anos) conhecem mais sobre a história do que os menos jovens (50-75).

**Quadro 5.23 – Idade e satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Jovem (20-29)</b> | <b>Adulto (30-37)</b> | <b>Maduro (50-75)</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos</b> | Sim                        | 7                    | 3                     | 6                     | 16           |
|  | Não                        | 4                    | 1                     | 1                     | 6            |
|  | Não sabe/Não responde      | 4                    | -                     | -                     | 4            |
|  | Por vezes                  | 2                    | -                     | -                     | 2            |

A satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos é expressiva para todos os grupos etários.

Analisando os sujeitos que indicaram a ‘não satisfação’, os jovens entre os 20 e os 29 anos foram os menos satisfeitos. Um dos jovens disse, comparando os guias impressos que já teve acesso, que “algumas informações são diferentes. Eu já comprovei que os guias na cidade são diferentes desses comprados”.

**Quadro 5.24 – Idade e sugestões de modificação para os guias turísticos impressos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                           | <b>Jovem (20-29)</b> | <b>Adulto (30-37)</b> | <b>Maduro (50-75)</b> | <b>Total</b> |
|--|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Sugestões de modificação para os guias turísticos impressos</b> | Nada a modificar                                     | 1                    | 4                     | 5                     | 10           |
|  | Não sabe/Não responde                                | 5                    | 1                     | 1                     | 7            |
|  | Acrescentar informações histórico-culturais          | 4                    | 1                     | -                     | 5            |
|  | Tornar mais acessível (linguística e economicamente) | 2                    | -                     | -                     | 2            |
|  | Acrescentar serviços                                 | 1                    | -                     | 1                     | 2            |
|  | Acrescentar projeto cultural local                   | 1                    | -                     | -                     | 1            |
|  | Diversidade linguística                              | 1                    | -                     | -                     | 1            |
|  | Corrigir erros                                       | 1                    | -                     | -                     | 1            |
|  | Simplificar e organizar melhor as informações        | 1                    | -                     | -                     | 1            |
|  | Segmentar por idade                                  | 1                    | -                     | -                     | 1            |
|  | Mais opções de roteiros turísticos                   | 1                    | -                     | -                     | 1            |
|  | Acrescentar referências geográficas                  | 1                    | -                     | -                     | 1            |

| <b>Categoria</b> | <b>Níveis da categoria</b>                      | <b>Jovem (20-29)</b> | <b>Adulto (30-37)</b> | <b>Maduro (50-75)</b> | <b>Total</b> |
|------------------|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
|                  | Acrescentar atrações turísticas mais relevantes | 1                    | -                     | -                     | 1            |

Começamos por deduzir que os jovens (20-29) têm uma postura mais autocrítica diante da categoria “sugestões de modificação para os guias turísticos impressos”, porque poucos deles responderam que não há nada a modificar.

Estes jovens têm opinião bem formada, são observadores e interessados em mais informações histórico-culturais nos guias impressos. Eles enxergam a necessidade de tornar os guias mais acessíveis, ou seja, mais baratos ou de graça, e com tradução para várias línguas. Querem ver, nos guias, um maior número de atrações turísticas famosas; querem melhores referências geográficas; mais opções de roteiros turísticos. Os jovens necessitam de um guia segmentado, o qual apresente um conteúdo de interesse específico de sua faixa etária; sugerem também que os guias sejam mais simples e organizados; mais acessíveis (linguística e economicamente), sem erros de informações históricas e com mais serviços disponíveis.

Os adultos (30-37) somente consideraram a importância de acrescentar informações sobre a história e cultura. Já os sujeitos maduros (50-75) referiram a necessidade de acrescentar serviços. Os maduros representam o grupo no qual quase todos os respondentes acreditam não haver modificações a fazer nos guias impressos.

**Quadro 5.25 – Idade e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Jovem (20-29)</b> | <b>Adulto (30-37)</b> | <b>Maduro (50-75)</b> | <b>Total</b> |
|---|----------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| <b>Interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial</b> | Sim                        | 14                   | 3                     | 3                     | 20           |
|   | Não                        | 2                    | 3                     | 4                     | 9            |

O interesse dos jovens (20-29) em um guia impresso sobre as lendas e histórias do Porto, narradas por moradores locais, é quase total, apenas dois sujeitos deste grupo disseram não se interessar. Os adultos e maduros têm praticamente a mesma frequência dos que se interessam e dos que não se interessam por este guia, mas são frequências baixas.

### 5.4.3. Escolaridade

Os quadros a seguir expõem a relação entre as categorias e seus níveis referidas pelos sujeitos entrevistados, de acordo com a formação educacional dos mesmos, que no nosso caso engloba o ensino secundário (7 sujeitos), bacharelato/licenciatura (14 sujeitos) e mestrado/doutoramento (8 sujeitos).

**Quadro 5.26 – Escolaridade e motivação da visita**

| <b>Categoria</b>           | <b>Níveis da categoria</b>       | <b>Ensino secundário</b> | <b>Bacharelato/Licenciatura</b> | <b>Mestrado/Doutoramento</b> | <b>Total</b> |
|----------------------------|----------------------------------|--------------------------|---------------------------------|------------------------------|--------------|
| <b>Motivação da visita</b> | Apreciação estética              | 4                        | 7                               | 2                            | 13           |
|                            | Utilização de mapas/guias        | 1                        | 4                               | 4                            | 9            |
|                            | Cultura local/história           | 2                        | 2                               | 5                            | 9            |
|                            | Acaso                            | 3                        | 4                               | -                            | 7            |
|                            | Informações colhidas da internet | -                        | 1                               | 1                            | 2            |
|                            | Indicação de amigos              | 2                        | -                               | -                            | 2            |
|                            | Energia do lugar                 | -                        | 2                               | -                            | 2            |
|                            | Espiritualidade                  | -                        | 1                               | -                            | 1            |
|                            | <i>Place attachment</i>          | -                        | 1                               | -                            | 1            |
|                            | Turismo negro                    | -                        | 1                               | -                            | 1            |
|                            | Religiosidade                    | -                        | 1                               | -                            | 1            |

As motivações dos sujeitos, apontadas no quadro acima, são bastante relacionadas com a apreciação estética – principalmente entre os sujeitos com bacharelato/licenciatura. Os respondentes com bacharelato/licenciatura e com mestrado/doutoramento recorrem a mapas e guias nas visitas às atrações, em maior frequência do que os sujeitos com o ensino secundário.

As respostas dos sujeitos deste estudo apontam que os mais qualificados tendem a buscar as atrações religiosas pela história e cultura relacionada às mesmas. Os sujeitos com mestrado/doutoramento não se deixam mover pelo acaso, como ocorre entre os sujeitos com o ensino secundário e com bacharelato/licenciatura. Entretanto, os sujeitos com ensino secundário seguem a indicação de amigos, e não recorrem a informações na internet.

Os demais níveis de categoria que aparecem no quadro 5.26, estão presentes entre os sujeitos com bacharelato/licenciatura. Estas categorias são: “energia”, “espiritualidade”, “*place attachment*”, “turismo negro” e “religiosidade”.

**Quadro 5.27 – Escolaridade e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado (*place attachment*)**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b>                        | <b>Ensino secundário</b> | <b>Bacharelato/Licenciatura</b> | <b>Mestrado/Doutoramento</b> | <b>Total</b> |
|---|---|--------------------------|---------------------------------|------------------------------|--------------|
| <b>Tipo de ligação estabelecida com o património visitado (<i>place attachment</i>)</b> | Ligação genérica pela história e cultura do lugar | 2                        | 5                               | 2                            | 9            |
|   | Não ligação                                       | 3                        | 3                               | 2                            | 8            |
|   | Ligação genérica pela estética do lugar           | 1                        | 3                               | 2                            | 6            |
|   | Ligação espiritual/religiosa                      | 1                        | 4                               | 2                            | 7            |
|   | Ligação afetiva/emocional                         | -                        | 3                               | 1                            | 4            |

A ligação genérica pela história e cultura do local é bastante apontada nos três grupos de escolaridade, mas especialmente no grupo de sujeitos que detém o bacharelato ou licenciatura. Estes sujeitos sugerem ainda uma ligação espiritual/religiosa com o património visitado. A ligação genérica pela estética do lugar é mais indicada pelos sujeitos com bacharelato/licenciatura e mestrado/doutoramento. A não ligação é bem alta entre os sujeitos, e um pouco maior entre os do ensino secundário e bacharelato/licenciatura. Os sujeitos com maiores qualificações são os que estabeleceram ligação afetiva emocional.

**Quadro 5.28 – Escolaridade e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                      | <b>Ensino secundário</b> | <b>Bacharelato/Licenciatura</b> | <b>Mestrado/Doutoramento</b> | <b>Total</b> |
|--|---|--------------------------|---------------------------------|------------------------------|--------------|
| <b>Recursos necessários para aumentar o sentido do lugar</b> | Informação prévia (Internet, aplicações, guias) | 3                        | 8                               | 4                            | 15           |
|  | Não sabe/Não responde                           | 3                        | 4                               | 3                            | 10           |
|  | Identificação com o local                       | 1                        | 2                               | 1                            | 4            |

A observação do quadro 5.28 indica o forte reconhecimento dos sujeitos em relação à necessidade de busca de informações previamente para o aumento do sentido do lugar visitado. Os sujeitos com bacharelato/licenciatura foram os que mais apontaram tal categoria. A relevância da identificação com o local foi mais referida pelos sujeitos com bacharelato/licenciatura.

Um grande número de sujeitos não soube responder à questão, com a mesma frequência entre os sujeitos com ensino secundário e com mestrado/doutoramento. Uma maior frequência ocorre com os sujeitos com bacharelato/licenciatura.

**Quadro 5.29 – Escolaridade e o conhecimento da história dos monumentos**

| <b>Categoria</b>                               | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Ensino secundário</b> | <b>Bacharelato/Licenciatura</b> | <b>Mestrado/Doutoramento</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|------------------------------|--------------|
| <b>Conhecimento da história dos monumentos</b> | Não conhece a história     | 6                        | 10                              | 3                            | 19           |
|  | Conhece vagamente          | 1                        | 2                               | 3                            | 6            |
|  | Conhece a história         | -                        | 2                               | 2                            | 4            |

Nenhum dos sujeitos com ensino secundário disse conhecer com profundidade sobre a história dos monumentos visitados, ao contrário, a maioria deles respondeu que não conhece. A maioria dos entrevistados com bacharelato/licenciatura também não conhece sobre a história.

Os que menos disseram não conhecer a história do local foram os sujeitos com mestrado/doutoramento. Estes sujeitos parecem buscar informações e conhecimento sobre as atrações antes da visita. Os discursos de dois dos sujeitos exemplificam este fato: “(...) antes de vir temo-nos preparado para ver qual era a história de cada monumento”; e “sempre colete informações antes de ir a um local”.

O que podemos concluir com os dados do quadro 5.29 é que o nível de escolaridade dos turistas que entrevistamos tem influência sobre o conhecimento da história dos monumentos históricos visitados: os sujeitos com bacharelato/licenciatura e mestrado/doutoramento conhecem mais sobre a história do que os sujeitos com ensino secundário.

**Quadro 5.30 – Escolaridade e satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Ensino secundário</b> | <b>Bacharelato/Licenciatura</b> | <b>Mestrado/Doutoramento</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|------------------------------|--------------|
| <b>Satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos</b> | Sim                        | 5                        | 6                               | 5                            | 16           |
|  | Não                        | 1                        | 4                               | 1                            | 6            |
|  | Não sabe/Não responde      | 1                        | 4                               | -                            | 5            |
|  | Por vezes                  | -                        | -                               | 2                            | 2            |

Com a análise do quadro 5.30, identificamos que, de uma maneira geral, os sujeitos dizem estar satisfeitos com as informações disponíveis nos guias turísticos. Um detalhe importante que pode ser percebido é que os sujeitos menos satisfeitos são aqueles com bacharelato/licenciatura.

**Quadro 5.31 – Escolaridade e sugestões de modificação para os guias turísticos impressos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                           | <b>Ensino secundário</b> | <b>Bacharelato/ Licenciatura</b> | <b>Mestrado/ Doutorado</b> | <b>Total</b> |
|--|--|--------------------------|----------------------------------|----------------------------|--------------|
| <b>Sugestões de modificação para os guias turísticos impressos</b> | Nada a modificar                                     | 4                        | 3                                | 2                          | 9            |
|  | Não sabe/Não responde                                | 1                        | 6                                | -                          | 7            |
|  | Acrescentar informações histórico-culturais          | 1                        | 3                                | 1                          | 5            |
|  | Simplificar e organizar melhor as informações        | -                        | 1                                | 1                          | 2            |
|  | Acrescentar serviços                                 | 1                        | -                                | 1                          | 2            |
|  | Acrescentar projeto cultural local                   | -                        | -                                | 1                          | 1            |
|  | Acrescentar atrações turísticas mais relevantes      | -                        | -                                | 1                          | 1            |
|  | Corrigir erros                                       | -                        | 1                                | -                          | 1            |
|  | Acrescentar referências geográficas                  | -                        | -                                | 1                          | 1            |
|  | Segmentar por idade                                  | -                        | 1                                | -                          | 1            |
|  | Tornar mais acessível (linguística e economicamente) | -                        | -                                | 2                          | 2            |
|  | Mais opções de roteiros turísticos                   | -                        | -                                | 1                          | 1            |
|  | Diversidade linguística                              | -                        | -                                | 1                          | 1            |

Analisando o nível de categoria mais frequente (“nada a modificar”), percebemos que, na realidade desta pesquisa, quanto mais baixo o grau de escolaridade dos sujeitos, menos necessidade de modificação nos guias é reconhecida. Podemos ver também que nenhum sujeito com mestrado/doutorado disse que não sabia responder, todos responderam alguma coisa.

Dentre os que disseram ser necessário acrescentar algo aos guias, o que mais se destaca é o nível de categoria “acrescentar informações histórico-culturais”, referenciado mais frequentemente entre os sujeitos com bacharelato/licenciatura. A segmentação dos guias por idade é sugerida por um dos sujeitos com o bacharelato/licenciatura: “(...) é uma experiência diferente se tu és estudante e é diferente para pessoas mais velhas, então era bom saber quais os lugares que as pessoas jovens frequentam”. A necessidade de corrigir erros de informações nos guias foi referida apenas pelos sujeitos com bacharelato/licenciatura.

Os inquiridos com mestrado/doutoramento aludiram uma maior variedade de sugestões. Foi o único grupo a identificar a relevância da diversidade linguística dos guias turísticos; de acrescentar mais opções de roteiros; a relevância da acessibilidade económica e linguística; acrescentar projeto cultural local; acrescentar atrações turísticas relevantes e referências geográficas.

O grupo de entrevistados do ensino secundário foi o único a citar o nível da categoria “acrescentar serviços”. Ao que parece, eles são mais interessados em modificações que venham a facilitar o deslocamento na cidade visitada, pois os sujeitos sugeriram que fosse acrescentado melhores mapas e o cartão do metro com respectivo mapa das linhas.

**Quadro 5.32 – Escolaridade e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Ensino secundário</b> | <b>Bacharelato/ Licenciatura</b> | <b>Mestrado/ Doutoramento</b> | <b>Total</b> |
|---|----------------------------|--------------------------|----------------------------------|-------------------------------|--------------|
| <b>Interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial</b> | Sim                        | 3                        | 11                               | 7                             | 21           |
|   | Não                        | 4                        | 3                                | 1                             | 8            |

Analisando o panorama dos dados expostos no quadro 5.32, concluímos que os sujeitos estão interessados em ter informações sobre o património imaterial do Porto. Este interesse ocorre em menor escala entre os sujeitos com o ensino secundário e se destaca entre os sujeitos com bacharelato/licenciatura e mestrado/doutoramento.

#### **5.4.4. Convicções Religiosas**

Os quadros a seguir contêm a sinopse das entrevistas aos sujeitos, separadas segundo as convicções religiosas. Temos um total de 14 católicos praticantes, 3 católicos não praticantes e 12 agnósticos/não cristãos/ateus.



**Quadro 5.33 – Convicções religiosas e motivação da visita**

| <b>Categoria</b>           | <b>Níveis da categoria</b>       | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|----------------------------|----------------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| <b>Motivação da visita</b> | Apreciação estética              | 3                          | 1                              | 7                                   | 11           |
|                            | Utilização de mapas/guias        | 4                          | 1                              | 4                                   | 9            |
|                            | Cultura local/história           | 2                          | 2                              | 4                                   | 8            |
|                            | Acaso                            | 2                          | 1                              | 4                                   | 7            |
|                            | Informações colhidas da internet | 1                          | -                              | 1                                   | 2            |
|                            | Indicação de amigos              | 2                          | -                              | -                                   | 2            |
|                            | Energia do lugar                 | 1                          | -                              | 1                                   | 2            |
|                            | Espiritualidade                  | -                          | -                              | 1                                   | 1            |
|                            | <i>Place attachment</i>          | 1                          | -                              | -                                   | 1            |
|                            | Turismo negro                    | -                          | -                              | 1                                   | 1            |
|                            | Religiosidade                    | 1                          | -                              | -                                   | 1            |

No caso dos nossos sujeitos que se dizem agnósticos/não cristãos/ateus, a motivação mais frequentemente referida é a apreciação estética e cultura e história do Porto, mais do que os católicos (praticantes ou não). A princípio, poderíamos até pensar que a causa deste comportamento seria a ausência de convicções religiosas dos agnósticos/não cristãos/ateus, que permitiria uma motivação em outros âmbitos apesar de a visita ser a local religioso. No entanto, como é possível perceber no quadro 5.33, dos entrevistados que se assumiram católicos, apenas um efetivamente disse ser a religião uma motivação para a visita às igrejas. Ou seja, o fato de ser ou não ser religioso parece não influenciar a motivação da visita pela religiosidade.

Os três grupos de convicções religiosas utilizam mapas e guias para a visita. Isto é um pouco mais frequente para os católicos praticantes e os agnósticos/não cristãos/ateus.

O acaso em deparar-se com a atração histórica e resolver visitá-la é um acontecimento mais comum entre os agnósticos/não cristãos/ateus.

A questão estética ainda é um forte atrativo para boa parte dos entrevistados, principalmente para os agnósticos/não cristãos/ateus.

O grupo de entrevistados que se identifica como católico praticante e o grupo que se identifica como agnóstico/não cristão/ateu, são motivados, na mesma proporção, pelas informações colhidas na internet e pela energia do lugar.

A indicação de amigos, o *place attachment* e a religiosidade são motivações exclusivas dos católicos praticantes. Os agnósticos/não cristãos/ateus foram os sujeitos a citarem como motivação da visita a espiritualidade e o turismo negro. Os católicos não praticantes, além de serem uma minoria no âmbito desta pesquisa, são os sujeitos com menor variedade de motivações.

**Quadro 5.34 – Convicções religiosas e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado (*place attachment*)**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b>                        | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|---|---|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| <b>Tipo de ligação estabelecida com o património visitado (<i>place attachment</i>)</b> | Não ligação                                       | 5                          | 2                              | 4                                   | 11           |
|   | Ligação genérica pela história e cultura do lugar | 4                          | 1                              | 4                                   | 9            |
|   | Ligação espiritual/religiosa                      | 5                          | -                              | 2                                   | 7            |
|   | Ligação genérica pela estética do lugar           | 1                          | -                              | 3                                   | 4            |
|   | Ligação afetiva/emocional                         | 2                          | -                              | 2                                   | 4            |

Comparando os dados do quadro 5.34, vemos que a maioria dos sujeitos não se sente ligado ao património visitado, com destaque para a frequência entre os católicos praticantes e agnósticos/não cristãos/ateus.

Há uma frequência total relevante de sujeitos que estabelecem uma ligação genérica pela história e cultura do lugar, e, novamente, destacam-se, nesta realidade, as frequências entre católicos praticantes e agnósticos/não cristãos/ateus. Estes dois grupos de sujeitos indicaram uma ligação espiritual/religiosa com o património visitado, a qual é mais frequente no grupo católico praticante.

Podemos concluir que espiritualidade e religiosidade não são motivações para a visita dos católicos praticantes, tal como foi mostrado no quadro anterior (quadro 5.33), mas ao chegarem ao monumento religioso, sentem uma ligação espiritual/religiosa com o local.

Os sujeitos entrevistados que se identificam como agnósticos/não cristãos/ateus, ligam-se ao lugar muito mais no sentido da espiritualidade e da energia do lugar do que da religiosidade propriamente.

A ligação afetiva e emocional com o lugar foi identificada entre os católicos praticantes e agnósticos/não cristãos/ateus, com mesma frequência. Os católicos não praticantes, como pudemos perceber, são mais desconectados do lugar, emocionalmente e espiritualmente.

**Quadro 5.35 – Convicções religiosas e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                      | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|--|---|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| <b>Recursos necessários para aumentar o sentido do lugar</b> | Informação prévia (Internet, aplicações, guias) | 12                         | 3                              | 8                                   | 23           |
|  | Identificação com o local                       | 2                          | -                              | 2                                   | 4            |
|  | Não sabe/Não responde                           | -                          | -                              | 2                                   | 2            |

Para aumentar o sentido do lugar, a totalidade dos católicos não praticantes e a grande parte dos católicos praticantes e dos agnósticos/não cristãos/ateus disseram que é necessário ter informação prévia (pela internet, aplicações ou guias). A identificação com o local foi a dimensão não sugerida pelos católicos não praticantes. Estes são uma espécie de maioria em Portugal, “sociologicamente católicos” apenas, mas muito indiferentes.

**Quadro 5.36 – Convicções religiosas e o conhecimento da história dos monumentos**

| <b>Categoria</b>                               | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| <b>Conhecimento da história dos monumentos</b> | Não conhece a história     | 8                          | 2                              | 10                                  | 20           |
|  | Conhece vagamente          | 3                          | 1                              | 1                                   | 5            |
|  | Conhece a história         | 3                          | -                              | 1                                   | 4            |

O total da frequência dos sujeitos entrevistados que não conhecem a história dos monumentos visitados é bem significativo. Nenhum católico não praticante respondeu que conhece a história. Dos três grupos, os católicos praticantes foram os que com mais frequência disseram conhecer a história. É possível que esse maior conhecimento da história do lugar pelos católicos seja consequência direta da convicção religiosa, que potencializa o interesse em saber mais sobre o espaço religioso visitado. A maior parte dos agnósticos/não cristãos/ateus disseram não conhecer a história.

**Quadro 5.37 – Convicções religiosas e a satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| <b>Satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos</b> | Sim                        | 10                         | 3                              | 2                                   | 15           |
|  | Não                        | 1                          | -                              | 9                                   | 10           |
|  | Por vezes                  | -                          | -                              | 2                                   | 2            |
|  | Não sabe/Não responde      | 2                          | -                              | -                                   | 2            |

Todos os sujeitos católicos não praticantes estão satisfeitos com as informações contidas nos guias turísticos. Os católicos praticantes estão, em sua maioria, satisfeitos. Já os agnósticos/não cristãos/ateus fogem a regra dos outros grupos, porque sua maioria demonstra insatisfação com os guias turísticos.

**Quadro 5.38 – Convicções religiosas e sugestões de modificação para os guias turísticos impressos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                           | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|--|--|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| <b>Sugestões de modificação para os guias turísticos impressos</b> | Nada a modificar                                     | 5                          | 1                              | 3                                   | 9            |
|  | Não sabe/Não responde                                | 3                          | -                              | 4                                   | 7            |
|  | Acrescentar informações histórico-culturais          | 2                          | -                              | 3                                   | 5            |
|  | Tornar mais acessível (linguística e economicamente) | 1                          | -                              | 2                                   | 3            |
|  | Acrescentar serviços                                 | 1                          | -                              | 1                                   | 2            |
|  | Acrescentar atrações turísticas mais relevantes      | -                          | -                              | 1                                   | 1            |
|  | Mais opções de roteiros turísticos                   | 1                          | -                              | -                                   | 1            |
|  | Acrescentar projeto cultural local                   | -                          | -                              | 1                                   | 1            |
|  | Acrescentar referências geográficas                  | -                          | 1                              | -                                   | 1            |
|  | Segmentar por idade                                  | -                          | -                              | 1                                   | 1            |
|  | Simplificar e organizar melhor as informações        | 1                          | -                              | -                                   | 1            |
|  | Diversidade linguística                              | -                          | -                              | 1                                   | 1            |

| <b>Categoria</b> | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
|                  | Corrigir erros             | 1                          | -                              | -                                   | 1            |

No quadro 5.38, o conjunto de sujeitos de maior diversidade e frequência nas respostas foi o agnóstico/não cristão/ateu, o que vai de encontro com a não satisfação em relação aos guias turísticos, expressa por este grupo no quadro anterior (5.37). Eles expõem que há muito a ser modificado nos guias turísticos impressos. Dois níveis de categorias destacam-se entre eles, nomeadamente, “acrescentar informações histórico-culturais” e “tornar o guia mais acessível (linguística e economicamente)”. Depois, os sujeitos agnósticos/não cristãos/ateus falam em acrescentar atrações turísticas mais relevantes, bem como projetos culturais locais. A segmentação por idade e a diversidade linguística foram outros dois fatores referidos por estes sujeitos para aprimoramento dos guias turísticos impressos.

Os agnósticos/não cristãos/ateus e católicos praticantes referem que alguns serviços deveriam ser acrescentados aos guias, para que o turista se orientasse melhor durante a visita. Aos católicos praticantes interessa que haja mais opções de roteiros turísticos nos guias; a simplificação e organização das informações dos guias turísticos; a correção de erros destas informações e a acessibilidade linguística e económica.

Por fim, aos católicos não praticantes interessa que sejam acrescentadas aos guias mais referências geográficas.

**Quadro 5.39 – Convicções religiosas e o interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Católico praticante</b> | <b>Católico não praticante</b> | <b>Agnóstico/ Não cristão/ Ateu</b> | <b>Total</b> |
|---|----------------------------|----------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------|
| <b>Interesse em um guia impresso que informe sobre o património imaterial</b> | Sim                        | 12                         | 2                              | 7                                   | 21           |
|   | Não                        | 2                          | 1                              | 5                                   | 8            |

O último quadro desta secção evidencia-nos o forte interesse dos sujeitos em um guia com informações sobre as memórias locais (lendas) do Porto, nos três grupos de convicções religiosas. Os católicos praticantes são os mais interessados, enquanto há uma maior frequência de respondentes agnósticos/não cristãos/ateus que não se interessam por um guia destes. É possível

que os agnósticos/não cristãos/ateus sintam algum receio em deparar-se com um guia que trate unicamente de memórias relacionadas à religião.

#### 5.4.4. Nacionalidade

Nesta sinopse das entrevistas, e de acordo com as categorias e seus níveis emergentes, apresentamos os dados recolhidos entre os sujeitos europeus (com um total de 17 sujeitos) e não europeus (com um total de 12 sujeitos).

**Quadro 5.40 – Sinopse comparativa: nacionalidade e motivação da visita**

| <b>Categoria</b>           | <b>Níveis da categoria</b>       | <b>Europeus</b> | <b>Não europeus</b> | <b>Total</b> |
|----------------------------|----------------------------------|-----------------|---------------------|--------------|
| <b>Motivação da visita</b> | Apreciação estética              | 4               | 5                   | 9            |
|                            | Utilização de mapas/guias        | 5               | 4                   | 9            |
|                            | Acaso                            | 3               | 4                   | 7            |
|                            | Cultura local/história           | 3               | 2                   | 5            |
|                            | Informações colhidas na internet | 2               | -                   | 2            |
|                            | Indicação de amigos              | 2               | -                   | 2            |
|                            | Energia do lugar                 | -               | 2                   | 2            |
|                            | Espiritualidade                  | -               | 1                   | 1            |
|                            | <i>Place attachment</i>          | 1               | -                   | 1            |
|                            | Turismo negro                    | 1               | -                   | 1            |
|                            | Religiosidade                    | 1               | -                   | 1            |

Com base nos dados do quadro acima, identificamos que a motivação da visita dos europeus ocorre muito pelas informações colhidas em guias e mapas da cidade, e pela cultura local e história. O encontro do monumento por força do acaso foi considerado pelos sujeitos europeus. Para eles, há mais elementos motivadores da visita do que para os não europeus.

Os não europeus são um pouco mais motivados pela apreciação estética e, mesmo com uma frequência de sujeitos que consultam mapas e guias, há uma mesma frequência dos que gostam de andar na cidade sem muitos planos, e deparar-se com os monumentos pelo acaso.

Com relação especificamente à apreciação estética, dois sujeitos não europeus, brasileiros, falaram do ouro presente no interior das igrejas como um forte atrativo para eles, por acharem bonito. Este fato ocorre, talvez, por causa do conhecimento de que grande parte do ouro presente nas igrejas portuguesas vieram do Brasil, na época da colonização. Nenhum dos europeus levantou esta questão como algo importante para a visita.

Os não europeus citam a motivação pela energia do lugar e pela espiritualidade, enquanto os europeus apresentaram motivações ligadas à religiosidade, turismo negro e *place attachment*.

**Quadro 5.41 – Nacionalidade e o tipo de ligação estabelecida com o património visitado (*place attachment*)**

| <b>Categoria</b>  | <b>Níveis da categoria</b>                        | <b>Europeus</b> | <b>Não europeus</b> | <b>Total</b> |
|---|---|-----------------|---------------------|--------------|
| <b>Tipo de ligação estabelecida com o património visitado (<i>place attachment</i>)</b> | Não ligação                                       | 6               | 4                   | 10           |
|   | Ligação genérica pela história e cultura do lugar | 2               | 6                   | 8            |
|   | Ligação espiritual/religiosa                      | 4               | 3                   | 7            |
|   | Ligação genérica pela estética do lugar           | 4               | -                   | 4            |
|   | Ligação afetiva/emocional                         | 2               | 2                   | 4            |

Uma maior frequência de não ligação ao monumento visitado é percebido no quadro 5.41. Curiosamente, os europeus sentem-se menos ligados ao património visitado do que os não europeus.

Os sujeitos não europeus entrevistados neste estudo estabelecem com frequência alta, uma ligação genérica pela história e cultura local. A ligação espiritual/religiosa está presente quase na mesma frequência nos dois grupos de nacionalidades; o mesmo ocorre com a ligação afetiva/emocional. Finalmente, a ligação genérica pela estética é estabelecida apenas entre os europeus. Ao que parece, os não europeus são mais sensíveis à outras questões mais profundas do que meramente a estética. Os brasileiros, por exemplo, falam nas interseções existentes entre a história do Brasil e Portugal como um fator que influencia o sentimento de ligação com a atração visitada, inclusive porque a influência da religião católica levada pelos portugueses durante a colonização foi muito

forte, o que resultou na constituição de um património religioso semelhante ao encontrado em Portugal.

**Quadro 5.42 – Nacionalidade e os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b>                      | <b>Europeus</b> | <b>Não europeus</b> | <b>Total</b> |
|--|---|-----------------|---------------------|--------------|
| <b>Recursos necessários para aumentar o sentido do lugar</b> | Informação prévia (Internet, aplicações, guias) | 5               | 6                   | 11           |
|  | Identificação com o local                       | 8               | 2                   | 10           |
|  | Não sabe/Não responde                           | 4               | 4                   | 8            |

Relativamente aos recursos necessários para aumentar o sentido do lugar, o quadro 5.42 evidencia que quase com a mesma frequência de europeus e não europeus indicam a necessidade de informação prévia (através de internet, guias ou aplicações) como um recurso importante para aumentar o sentido do lugar. Os europeus, mais do que os não europeus, dizem ser necessário que, primeiramente, o indivíduo identifique-se com o local para que o local tenha algum sentido para aqueles que o visita.

**Quadro 5.43 – Nacionalidade e o conhecimento da história dos monumentos**

| <b>Categoria</b>                               | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Europeus</b> | <b>Não europeus</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|-----------------|---------------------|--------------|
| <b>Conhecimento da história dos monumentos</b> | Não conhece a história     | 12              | 5                   | 17           |
|  | Conhece a história         | 2               | 4                   | 6            |
|  | Conhece vagamente          | 3               | 3                   | 6            |

A frequência total dos sujeitos que não conhecem a história é bem alta, e verifica-se que mais sujeitos não europeus conhecem a história, panorama que pode justificar o fato de os não europeus sentirem-se mais ligados ao património visitado do que os europeus.



**Quadro 5.44 – Nacionalidade e satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Europeus</b> | <b>Não europeus</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|-----------------|---------------------|--------------|
| <b>Satisfação relativamente às informações contidas nos guias turísticos</b> | Sim                        | 10              | 6                   | 16           |
|  | Não                        | 4               | 2                   | 6            |
|  | Não sabe/Não responde      | 2               | 3                   | 5            |
|  | Por vezes                  | 1               | 1                   | 2            |

Europeus e não europeus, maioritariamente, estão satisfeitos com as informações contidas nos guias turísticos. Mas, os europeus demonstram maior satisfação do que os não europeus.

**Quadro 5.45 – Nacionalidade e sugestões de modificação nos guias turísticos**

| <b>Categoria</b>                                     | <b>Níveis da categoria</b>                           | <b>Europeus</b> | <b>Não europeus</b> | <b>Total</b> |
|--|--|-----------------|---------------------|--------------|
| <b>Sugestões de modificação nos guias turísticos</b> | Não sabe/Não responde                                | 3               | 5                   | 8            |
|  | Acrescentar informações histórico-culturais          | 3               | 3                   | 6            |
|  | Nada a modificar                                     | 5               | -                   | 5            |
|  | Acrescentar serviços                                 | 1               | 1                   | 2            |
|  | Tornar mais acessível (linguística e economicamente) | -               | 2                   | 2            |
|  | Simplificar e organizar melhor as informações        | 1               | 1                   | 2            |
|  | Acrescentar projeto cultural local                   | -               | 1                   | 1            |
|  | Corrigir erros                                       | 1               | -                   | 1            |
|  | Acrescentar referências geográficas                  | -               | 1                   | 1            |
|  | Acrescentar atrações turísticas mais relevantes      | 1               | -                   | 1            |
|  | Segmentar por idade                                  | 1               | -                   | 1            |
|  | Mais opções de roteiros turísticos                   | 1               | -                   | 1            |
|  | Diversidade linguística                              | -               | 1                   | 1            |

Apesar de muitos dos inquiridos não saberem responder quais sugestões poderiam ser dadas para a melhoria dos guias turísticos impressos, os sujeitos entrevistados detetaram a necessidade de acrescentar informações histórico-culturais, com a mesma frequência entre europeus e não europeus.

Apenas europeus responderam que não há nada a modificar nos guias turísticos. A necessidade de tornar os guias mais acessíveis linguística e economicamente, aumentar a diversidade linguística, acrescentar referências geográficas e acrescentar projetos culturais locais são modificações expostas pelos não europeus. Os europeus, por sua vez, sugerem a correção de erros, a adição de atrações turísticas mais relevantes, a segmentação dos guias por idade e mais opções de roteiros turísticos.

**Quadro 5.46 – Nacionalidade e o interesse em um guia que informe sobre o património imaterial**

| <b>Categoria</b>   | <b>Níveis da categoria</b> | <b>Europeus</b> | <b>Não europeus</b> | <b>Total</b> |
|--|----------------------------|-----------------|---------------------|--------------|
| <b>Interesse em um guia que informe sobre o património imaterial</b> | Sim                        | 11              | 10                  | 21           |
|  | Não                        | 6               | 2                   | 8            |

Europeus e não europeus, em sua maioria, interessam-se pela ideia de elaboração de um guia com que informasse sobre as lendas do Porto, com narrativas de moradores locais. É importante observar, no entanto, que uma quantidade maior de sujeitos europeus respondeu que não lhes interessaria esta informação; porém, quase todos os sujeitos não europeus demonstraram interesse nesta ideia.

Um dos sujeitos não europeus, por exemplo, respondeu a esta questão da seguinte forma: “(...) com certeza é uma ideia bem interessante, até para despertar a vontade nos turistas de ver outros monumentos”. Já um dos sujeitos de nacionalidade europeia disse: “eu acho que ia ser muito interessante, porque acho que não somente aqui, mas em cada monumento tem muito da superstição das pessoas”.

Um sujeito de nacionalidade francesa disse que poderia ser ainda mais interessante se houvessem moradores locais a guiar as visitas aos monumentos históricos do Porto, porque proporcionaria um contato mais próximo com a realidade da comunidade local e do património visitado, facilitando o sentimento de ligação afetiva.

## 5.5. Discussão dos resultados

Tendo em conta os dados do estudo empírico e as devidas análises comparativas, esta secção é constituída pelas discussões dos resultados obtidos, relacionando-os com a nossa revisão da literatura e avaliando as hipóteses levantadas.

Ao questionar os sujeitos entrevistados sobre o que os motivou a visitar o monumento (Igreja de São Francisco e a Sé Catedral), quisemos perceber, primeiramente, se a fé e convicções religiosas estariam, em algum nível, influenciando a decisão da visita, e se a componente educativa era também um fator motivador. Quisemos, ao mesmo tempo, inferir se o turista entrevistado tem, predominantemente, características de um turista cultural ou de um turista religioso.

Os dados recolhidos mostram-nos que as motivações da visita mais citadas no nosso grupo de sujeitos foram: a apreciação estética, a cultura local e história, a utilização de mapas e guias e o acaso. As outras motivações presentes, mas menos citadas, foram: informações colhidas da internet, indicação de amigos, energia do lugar, *place attachment*, espiritualidade, religiosidade e turismo negro.

Começamos por analisar a motivação pela apreciação estética e pela história e cultura local: estas preferências vão de encontro ao pensamento de Dias (2003), para os quais os espaços religiosos provocam o surgimento de uma procura cultural para além do deslocamento de fiéis: são pessoas que, segundo o autor, irão apreciar os espaços religiosos pelo conteúdo histórico, cultural e arquitetónico.

Ora, como retrata Hervieu-Léger (2008), a sociedade contemporânea é secularizada, ou seja, houve a perda de influência direta da religião sobre as variadas esferas da vida social. Os indivíduos querem orientar seus destinos, sem a influência de sistemas religiosos, ou seja, querem plena autonomia. Isto não significa, como já referido no primeiro capítulo desta dissertação, que a sociedade seja descrente, mas admite-se novos usos dos espaços religiosos, com atividades e interesses não necessariamente ligados à religião.

O cenário da secularização na sociedade contemporânea é fator integrante do que Amaral (2000) e Dias (2003) chamam *New Age*. Observa-se, nesta nova era, uma tendência à privatização das crenças – o chamado *believing without belonging* (Hervieu-Léger, 2008). Assim, o indivíduo não precisa pertencer a um grupo religioso, ou à alguma instituição, para ter contato com a sua religião, ou com a sua crença; bem como há lugares não-religiosos que abrem espaço para uma conexão com o sagrado, com o espiritual, dependendo do estado de espírito do indivíduo ou do que é absorvido por ele de seu entorno.

Esta teoria é muito bem exemplificada ao longo da resposta de um sujeito que entrevistamos na Sé Catedral, o qual diz não ter religião. Ele comenta: “(...) não sinto que estar num local religioso faz-te mais religioso do que outra pessoa, porque não se sabe sobre as razões que levaram a outra pessoa a não frequentar um local religioso. É uma questão muito individual. Eu já me senti muito apegado a uma energia maior mesmo na praia, e eu estava sozinho”.

O uso secular do património religioso, observado neste estudo empírico, é um ponto presente, de acordo com Seccal (2009), nas atividades do turismo cultural em espaços religiosos. A constante referência à cultura e história local como motivação tem relação, ainda, com a afirmação de Dias (2010), segundo a qual a relação simbiótica entre cultura e turismo resulta da existência de pessoas que viajam para ter contato com culturas diversas.

Apenas um dos turistas inquiridos, que se reconhece como católico praticante, mencionou a religiosidade como um fator motivador, e um sujeito não cristão falou na espiritualidade que a igreja visitada evoca. Mas, mesmo nestes dois casos, religiosidade e espiritualidade vieram em segundo plano, sendo que a motivação principal para estes sujeitos ainda foi a arquitetura, a beleza do lugar.

A ausência da prática de atividades turísticas em espaços religiosos com a fé como principal motivação, requisito necessário, segundo Vukonić (1996), para a prática do turismo religioso, permite-nos dizer que os visitantes entrevistados possuem, predominantemente, características de um turista cultural.

O panorama da motivação da visita até então destacado tende a reforçar a hipótese 4: os visitantes da atração religiosa possuem características de um turista cultural; como também vai de encontro a hipótese 1: os visitantes da atração religiosa não possuem as suas convicções religiosas como motivação principal para visita.

Esta conjuntura não está de acordo, por conseguinte, com a constatação de Dias (2010) de que, atualmente, a religião e a espiritualidade são as motivações de viagem mais comuns.

Relativamente à motivação pela utilização dos mapas e guias, verificamos que eles têm sim, bastante influência sobre os visitantes. Muitos dos sujeitos atribuíram a escolha da visita do monumento às indicações dos mapas e guias:

- I. “(...) a gente estava olhando um guia turístico, e vimos que é muito bonita a Catedral da Sé, então decidimos vir visitar”.
- II. “(...) este monumento é indicado em todos os guias turísticos, parece ser famoso”.

Apenas dois sujeitos fizeram menção à busca de informações *online* (nível de categoria “informações colhidas na internet):

- I. “(...) eu apenas olhei *online*, no *website* que se chama *Visit Porto*. Lá encontrei e selecionei para a visita o que achei mais interessante”.
- II. “(...) foi pelo *Trip Advisor* que vimos que havia uma igreja aqui que era famosa, então viemos”.

É interessante identificar que, embora estejamos cercados de tecnologias, através das quais é possível ter acesso a todo tipo de informação, a maioria das pessoas entrevistadas ainda recorre sobretudo aos guias impressos. Esta preferência é consequência, como bem descreve Ferreira (2011), dos seguintes fatores: a falta de conforto para a navegação de rotas e mapas através da tela de dispositivos móveis; baixa capacidade de conexão em alguns locais; altas taxas de *roaming* para dados internacionais; os motivos de âmbito emocional, como o hábito de ter o guia em mãos, folhá-lo e estudá-lo, e a possibilidade de guardá-lo como lembrança.

Ademais, o fato de todos dos sujeitos entrevistados estarem viajando sem utilizar os serviços de agências de turismo e excursões, apenas com o auxílio dos guias, prende-se ao que refere Zillinger (2007), para quem há um número crescente de pessoas que planeia as suas viagens individualmente, buscando uma vivência singular, sem contar com agências de viagem e excursões, realidade que, para a autora, acentua a importância da informação obtida através dos guias.

A utilização dos mapas e guias, com a limitação de informações que detectamos – tanto pelo levantamento que fizemos nos postos de informações turísticas, quanto pela imensa variedade de sugestões de modificação nos guias –, é apenas um intensificador das experiências superficiais e fugazes, características da pós-modernidade (Lipovetski, 2011).

A massificação e superficialidade da experiência turística são agravadas por fatores como o que foi observado na Sé Catedral: as visitas que lá ocorrem, sejam elas em grupo ou individuais, continuam normalmente durante a celebração da missa na Catedral. Sobre acontecimentos deste género, Levi e Kocher (2009) comentam que preservar o património em espaços religiosos requer que a comunidade possa continuar a usufruir destes espaços e que as práticas religiosas não sejam interrompidas pela presença de turistas.

O que ocorre na Sé Catedral vai contra dois dos valores que o turismo cultural deveria englobar para gerar um equilíbrio na atividade turística, de acordo com o ICOM (Conselho Internacional de

Museus), referido em Canclini (1999): “respeitar as culturas anfitriãs” e “apoiar a conservação e a gestão do património cultural”.

Sobre a motivação dos sujeitos pelo acaso, vemos que ela entrelaça-se, por vezes, à questão estética e cultura do lugar.

- I. “(...) estamos de passagem pelo Porto e acabamos por vir por acaso, de passagem.”
- II. “(...) estava passando por perto e vi a igreja por acaso, achei bonita, resolvi ver o interior dela... acho que o passado cultural está aqui representado”.

A segunda declaração remete ao crescente movimento de valorização das culturas em geral (Pelegrini & Funari, 2008), e remete também, possivelmente, à uma nostalgia pelo património como representação simbólica (Urry, 1990) da cultura portuense.

Encontrar as atrações por acaso, alude ao pouco ou nenhum planeamento da viagem dos nossos sujeitos. Podemos chamar estes visitantes, segundo as distinções das práticas dos turistas culturais feitas por McKercher (2002), de *turista cultural casual*: as razões do turismo cultural têm papel limitado na decisão, e esse tipo de turista cultural insere-se em um destino de maneira casual e superficial. Porém, não há nada na nossa revisão da literatura que nos explique, especificamente, sobre essa atração e interesse pelas experiências de acaso que uma visita não planeada pode proporcionar. Serão necessários estudos mais aprofundados para que possamos melhor compreender este comportamento.

A motivação a qual nomeamos de “turismo negro” foi expressa pelo interesse do entrevistado em visitar a Igreja de São Francisco por causa do cemitério catacumbal lá existente: “(...) falaram-me que essa igreja tem umas catacumbas com ossos, aí me interessei em conhecer”. Definimos este interesse como a prática de turismo negro, de acordo com uma das cinco categorias de turistas negros descrita por Seaton (1996): o autor diz que os turistas negros tendem a visitar locais de inumação ou memoriais. Esta categoria inclui, por conseguinte, visitas a cemitérios e outros lugares de inumação, bem como memoriais de guerras e cenotáfios.

A motivação pela ligação que se sente com a atração visitada – *place attachment* – foi manifestada por apenas um sujeito. Podemos então fazer uma aproximação deste sujeito e o comportamento do turista cultural proposital segundo McKercher (2002), porque este tipo de turista expressa o interesse por outras culturas ou patrimónios, sentindo-se ligados a eles e desenvolvendo uma experiência profunda.

Quando questionamos os sujeitos sobre a ligação estabelecida com a atração visitada (*place attachment*), levamos em consideração, primeiramente, a identidade enquanto celebração móvel, em consonância com as reflexões de Hall (2001). Logo, quisemos averiguar se os sujeitos entrevistados encaixam-se nas dinâmicas identitárias pós-modernas, nas quais, segundo Hall (2001), os sistemas de significação e representação cultural multiplicam-se, e somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar, ao menos temporariamente.

Assumimos o valor que este vínculo e sensação de pertencimento possui, na vida pessoal e na experiência enquanto ser humano, enquanto turista. Pretendemos saber se os sujeitos entrevistados reconhecem o património visitado enquanto espaço simbólico, de acordo com a teoria de Marc Augé (2007) sobre lugares antropológicos – lugares que constituem-se a partir da construção simbólica e concreta do espaço, aos lugares que têm sentido, que são identitários, históricos, que trazem subjacente o sentido de permanência.

Talvez, inconscientemente, os turistas culturais estejam, em algum nível, em busca de uma conexão com o património histórico. Esta busca, segundo Hay (1998, citado em Scannell & Gifford, 2010), entrelaça-se com a necessidade de todo ser humano de construir raízes, de sentir que pertence a algum lugar em específico, e criar laços, espirituais e psicológicos. Daí a viabilidade de o turismo cultural representar ao ser humano, segundo Falco (2009), uma oportunidade real de ligar-se às identidades locais.

Em nossa pesquisa, porém, observamos uma grande frequência de sujeitos que não conseguiram estabelecer nenhuma ligação com o património visitado. Os demais sujeitos apenas têm uma ligação genérica pela história e cultura local; ligação genérica pela estética do lugar; ligação pela espiritualidade/religião e uma ligação afetiva/emocional.

Apesar de a religião e espiritualidade serem pouco referidas como fatores que motivaram a visita, muitos dos sujeitos estabelecem uma ligação espiritual e religiosa no local. As memórias coletivas e individuais com certeza contribuíram para esta ligação, porque a arquitetura sacra, a imagem de santos e de Nossa Senhora no interior das igrejas, a presença do ouro, característica das igrejas portuguesas, dentre outros elementos, faz-nos, irremediavelmente, relacionar o ambiente à religião, à fé, à devoção. Como mais da metade dos nossos sujeitos identificaram-se como católicos (praticantes ou não praticantes), é compreensível que aquele tipo de ligação tenha sido sentida: as igrejas representaram um meio de aproximação da religião para esta minoria de sujeitos. Outra possível razão para o estabelecimento de uma conexão religiosa, é o ganho de significado espiritual que um lugar pode assumir através de vivências individuais (Mazumdar & Mazumdar, 2004) – uma epifania, por exemplo.

A apreciação estética foi algo bastante citado entre os sujeitos como componente de interesse durante a visita, e alguns falaram que se sentem ligados porque acham o monumento visitado muito bonito, com rica arquitetura. Por isso chamamos de ligação 'genérica' estética: não conseguimos identificar a componente emocional atrelada à questão estética, o que seria fundamental para a profundidade da ligação e da experiência (Mazumdar & Mazumdar, 2004; Scannell & Gifford, 2010).

O mesmo ocorre com a ligação genérica à história e cultura local: os sujeitos dizem sentir a ligação apenas por saberem que aquele património remete para a história e cultura do Porto, e pelas breves informações que recolhem ao longo da visita, seja através dos guias impressos, seja através das placas informativas no monumento.

Podemos atribuir a falta de uma ligação profunda com o património ao desconhecimento sobre o mesmo, sobre a sua história, sobre a realidade cultural da cidade. Identificamos em nosso estudo empírico que, mesmo que a história e cultura local sejam mencionadas como fator motivador da visita e fator de ligação às atrações religiosas, foi-nos evidenciado que os visitantes pouco ou nada conhecem sobre o património cultural.

A maior parte dos sujeitos disseram que o pouco tempo de viagem dificulta o conhecimento e o contato mais profundo com o local:

- I. "(...) eu acho que em um dia não é possível ver muita coisa. A visita é apenas para sentir um pouco a energia da cidade, o que ela oferece, e depois seria necessário uma outra visita, mais longa, para de fato conhecer o lugar".
- II. "(...) viemos apenas passar a tarde no Porto, então não há tempo para conhecer muito sobre a cidade".
- III. "(...) não sei sobre a história local porque ainda estamos em nosso segundo dia de visita. Talvez busquemos mais informações amanhã".

Um outro sujeito justifica o não conhecimento sobre a história do local dizendo: "(...) eu não conheço, mas quando viajo costumo conhecer. É que a minha relação aqui ainda não é como turista, já que vivo aqui perto". Ou seja, para este sujeito, é necessário sentir-se turista, ser alguém que venha de fora e de longe, para haver a curiosidade em buscar conhecimento sobre o lugar visitado. Por outro lado, sabemos, a partir da nossa revisão da literatura, da importância em buscar conhecimento para uma visão crítica sobre o património, que permita o estímulo da criatividade e identidade não só dos visitantes, mas também dos moradores locais (Ferreira, 2010).



Somos obrigados a refletir sobre este distanciamento do património como um sintoma da urgência e fugacidade das experiências pós-modernas (Lipovetski, 2011), aliado à visão da cidade enquanto mero produto de consumo do património e da cultura em geral – como é exposto por Featherstone (1995) – resulta, dentre outras situações, no tipo de vivência detectada entre os turistas que entrevistamos. A maioria nem mesmo recorda os nomes dos monumentos pelos quais passaram e decidiram visitar:

- I. “(...) nós visitamos vários monumentos mais cedo, mas não sabemos os nomes.”
- II. “(...) eu conheci algumas igrejas, acho que uma delas era a Igreja do Carmo”.
- III. “(...) a gente foi para... que mais que a gente foi? Igreja dos Congregados e mais algumas que não lembro o nome”.

O não conhecimento dos sujeitos gera lacunas que impossibilitam qualquer tipo de interpretação do património, e sua função educativa é substituída por mera transmissão de informações que nada contribuem para uma experiência plena de inserção em uma cultura. O ideal, sugerido por Ferreira (2010), em uma experiência cultural, seria compreender o passado nos termos do presente, compreender a manifestação cultural como um ponto de partida para questionamentos, comparações e, assim, permitir que se estabeleçam conexões passado-presente, entre uma cultura e outra.

Este ideal não é atingido pelos nossos entrevistados, o que nos leva a concluir pela eventual veracidade da hipótese 2: os visitantes da atração religiosa não se sentem ligados ao património visitado.

Os recursos necessários para aumentar o sentido do lugar, foram apontados pelos sujeitos com bastante dificuldade, e identificamos pouca variedade nas respostas. Muitos não souberam responder, enquanto alguns disseram que seria preciso identificar o local enquanto parte da própria cultura. Porém, sabemos que, de acordo com a teoria de Relph (1976), o *place attachment* é um vínculo autêntico e emocional com um lugar que satisfaz, em algum nível, as necessidades humanas individuais, e o vínculo pode ser desenvolvido com qualquer país, qualquer região, qualquer cidade.

Os locais históricos utilizados pelos turistas culturais têm entrado em um nível de “comercialização” para acomodar o turismo, que gera conflitos com as expectativas dos visitantes sobre o que é apropriado em um local religioso (Levi & Kocher, 2009), inclusive porque isto atrapalha imensamente o processo de identificação com o património. Com efeito, um dos inquiridos mostra intensa insatisfação com a quantidade de pessoas presentes durante a sua visita à Igreja de São Francisco: “(...) é uma igreja muito cheia de gente, mal dá para sentir o lugar”.

Os sujeitos reconheceram o valor da informação prévia para o estabelecimento de uma ligação com o lugar, comprovando a teoria de Scannell & Gifford (2010), na qual a ligação entre pessoas-lugares inclui elementos cognitivos: conhecimentos que os indivíduos relacionam à suas questões internas, memórias, crenças. O conhecimento sobre as estórias, memórias de um lugar, oferece uma gama de possibilidades para a criação de uma a ligação emocional ou simbólica (identificação), pela profunda familiaridade que se pode adquirir.

Todavia, a possibilidade de uma ligação a locais antes mesmo de conhecê-los, reputada por Scannell & Gifford (2010), não foi considerada pelos sujeitos.

Sobre a satisfação dos sujeitos relativamente às informações contidas nos guias turísticos, vimos que muitos não estão satisfeitos, e por isso sugerem uma série de modificações para estes guias. A hipótese 3 ganhou, portanto, no nosso estudo, alguma força: os visitantes da atração religiosa não se sentem satisfeitos com os guias turísticos impressos.

Sobre as possíveis modificações nos guias turísticos impressos, poucos sujeitos responderam que não haveria nada a modificar. Os sujeitos que não souberam o que sugerir foram aqueles que, até ao momento da entrevista, não tinham tido a oportunidade de folhar o guia adquirido.

A variedade de sugestões surgidas era esperada, porque nesta investigação, recorremos aos guias distribuídos nos postos de turismo da cidade do Porto e detectamos a pouca informação que muitos deles transmitem. Não por acaso, a sugestão mais recorrente entre os sujeitos foi “acrescentar informações histórico-culturais”.

Muitos dos guias estavam disponíveis apenas em português, ou em português e inglês. A diversidade linguística foi uma necessidade enxergada pelos entrevistados:

- I. “(...) eu vi alguns monumentos religiosos hoje, enquanto andava pelas ruas (...) não me lembro dos nomes dos monumentos que vi e visitei porque não falo nada de português. Nos locais não há tradução dos nomes para outras línguas.”

Outro ponto percebido pelos sujeitos foi a necessidade de melhor organizar as informações nos guias, e simplifica-las: “(...) eu acho que muitas vezes eles precisam é de serem mais práticos de leitura [...] às vezes se fossem mais esquemáticos, as pessoas conseguiriam perceber de forma mais fácil”.

A perspectiva de análise de Carvalho & Tomás (2013) relativamente ao panorama dos movimentos turísticos na atualidade, no qual os segmentos turísticos são alimentados por turistas mais

conscientes, mais seletivos, exigentes e complexos parece ter sentido, pelo que foi possível perceber a enorme demanda por melhorias nos guias.

Na Igreja de São Francisco, por exemplo, é possível ter acesso a uma brochura, com informações sobre a chegada do primeiro convento franciscano em Portugal, sobre o museu e a história da Igreja de São Francisco, bem como sobre a construção do local e as representações de cada retábulo e altar. Mas, ainda assim, os turistas não a consideraram suficiente para a interação com o local e conhecimento sobre o mesmo. Expressaram a necessidade de um guia que fosse detalhado e adaptado aos seus interesses pessoais. Para o efeito, os guias deveriam ser mais segmentados, focados em interesses específicos. A Catedral da Sé, por sua vez, não oferece material sobre a história do lugar aos visitantes.

Sobre o interesse dos visitantes da atração religiosa em ter um acesso a um guia impresso que fale do património imaterial, identificamos uma enorme frequência de interessados, o que vai de encontro ao que formulamos na hipótese 5: os visitantes da atração religiosa se interessariam por um guia impresso sobre o património imaterial do Porto, a partir de relatos de moradores locais.

Como afirma Nascimento & Silva (2009), os turistas pós-modernos buscam qualidade diversificada nas experiências que têm, valorizando a cultura e movimentando-se em busca de ícones da identidade local e a memória coletiva representados pelos bens materiais e imateriais.

Entretanto, é contraditório que os sujeitos se interessem em um guia sobre o património imaterial, quando nem mesmo possuem conhecimento sobre o património material visitado. As discontinuidades talvez sejam sintomas da contemporaneidade, como refere Laclau (1990): não há um centro, um princípio articulador único, e não se desenvolve com o desdobramento de uma única causa.

Agora, procuremos refletir sobre as nossas hipóteses exploratórias:

HE1 – O género influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.

HE2 – A idade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.

HE3 – A escolaridade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.

HE4 – As convicções religiosas influenciam a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.

HE5 – A nacionalidade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial.

Começamos por analisar a HE1 (o género influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial). Com a nossa pesquisa empírica, observamos que todas as nossas respostas se revelam influenciadas pelo género, reforçando, assim, a nossa hipótese. Não se encontra nenhum estudo na área de turismo que justifique este resultado. Teria que ser feita uma investigação ampla na área dos estudos de género para melhor compreender esta realidade.

Quanto à motivação da visita, identificamos que os sujeitos do género feminino são bastante mais sensíveis à componente estética, à cultura e à história, do que os sujeitos do género masculino. São as mulheres que citam uma maior variedade de motivação, as quais não são referenciadas pelos homens: energia do lugar, *place attachment*, turismo negro, religiosidade. A energia do lugar é mais um fator revelador da sensibilidade das nossas entrevistadas. Uma delas revela “(...) gosto de estar na igreja porque é tão calmo, tranquilo, transmite paz”. Os homens são mais sucintos, mais objetivos em suas respostas.

Esta sensibilidade e atitude mais crítica, típica dos nossos sujeitos do género feminino, talvez venha a justificar o fato de que uma frequência superior de mulheres que mencionou ter algum tipo de ligação com o património visitado. A ligação das mulheres é estabelecida, genericamente, pela história e cultura do lugar. Por outro lado, os sujeitos do género masculino ligam-se mais frequentemente através da espiritualidade/religiosidade.

Apesar de os inquiridos dos dois géneros, maioritariamente, não saberem como aumentar a ligação com o lugar, identificamos que as mulheres estiveram mais dispostas a refletir e discutir sobre o tema do que os homens, elaborando, portanto, respostas mais aprofundadas. Isto sinaliza uma maior atenção do género feminino em relação ao sentimento de conexão com o lugar. Uma das entrevistadas respondeu: “(...) falta haver algo mais concatenado, haver uma ligação entre as histórias (Brasil-Portugal)”.

O género feminino tem mais interesse em um guia impresso que trate do património imaterial do que o género masculino. Esta realidade pode ser justificada, em parte, pela grande insatisfação com os guias disponíveis atualmente, expressa pelos nossos sujeitos do género feminino. Estes sujeitos representam mais o cenário atual do turista que busca experiências únicas, não padronizadas.

A nossa revisão da literatura não explica a conclusão a que chegamos com relação à diferença entre os géneros. Esta constatação requer estudos mais aprofundados.

A HE2 (a idade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial), também deve ser considerada como plausível. Temos sujeitos mais jovens (20-29) muito mais ligados ao património do que os sujeitos menos jovens (30-37 e 50-75). Os mais jovens são mais ligados a partir da memória coletiva, e estabelecem suas ligações através da afetividade. Um desses sujeitos fala em uma “relação especial” com a Igreja de São Francisco, por conta de seus antepassados familiares: “(...) os meus bisavós eram franciscanos, e meus avós são franciscanos, portanto acabo por ter uma relação especial com a igreja”. O sentido de lugar atribuído por este sujeito abrange o conceito de memória, identidade, dependência com o local, a partir de laços ancestrais, nostalgia, exemplos claros de *place attachment*, segundo Hay (1998, citado em Scannell & Gifford, 2010).

A visita à Igreja de São Francisco, nesse caso, parece ser uma maneira de estar mais próximo da memória coletiva familiar, ativando também a memória individual a partir das vivências no local. Afinal, nas coisas que nos são mais familiares é que a memória tece os seus encantos mais fortes (Santos, 2002).

Proporcionalmente à quantidade de entrevistados em cada faixa etária, os jovens (20-29) são os mais interessados em ter acesso a um guia impresso que trate do património imaterial. Dois destes sujeitos expuseram o seu interesse, algumas vezes, complementando com sugestões que revelam o domínio das novas tecnologias e o valor dado às mesmas por esta geração:

- I. “(...) eu acho que seria mais legal até se fosse um aplicativo no celular”.
- II. “(...) o que faltava era, hoje em dia nessa era tecnológica, uma aplicação que quando a pessoa entrasse na igreja, conseguissem ter informações de uma maneira mais prática, porque as vezes andar com um livro, numa igreja, é complicado. A pessoa ou está a ler ou está a olhar. Muitas vezes não é tao prático como seria com as tecnologias de hoje em dia”.

Um outro jovem falou na praticidade que um guia destes traria para os turistas: “(...) eu acho que é uma forma mais prática de informar o turista sobre as histórias e lendas da cidade”.

Devido à grande concentração de entrevistados com alta escolaridade (bacharelato/licenciatura e mestrado/doutoramento), optámos por abandonar a HE3 (escolaridade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial).

Relativamente à HE4 (as convicções religiosas influenciam a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial), acreditamos ser válido dividir os nossos sujeitos entre católicos (praticantes e não praticantes) e agnósticos/não cristãos/ateus, inclusive porque há uma quantidade muito pequena de católicos não praticantes.

Observamos que há mais católicos do que agnósticos/não cristãos/ateus a estabelecerem alguma relação com a atração visitada. Possivelmente, a tendência à secularização da sociedade, como já discutido nesta secção, influencie o comportamento dos sujeitos católicos para sentirem uma relação genérica com a atração visitada não apenas pela religiosidade ou espiritualidade, mas também pela história e cultura.

Os agnósticos/não cristãos/ateus, ainda mais afastados da religião; ligam-se ao património, essencialmente, pela estética da construção e também pela cultura e história. Como seria de esperar, eles se relacionam com o lugar muito mais no sentido da espiritualidade e da energia do lugar do que da religiosidade.

Um dos sujeitos, que se identifica como ateu, diz: "(...) eu gosto de locais religiosos porque eu entro na igreja, rapidamente, mas fico mais na praça, fico sentado, fico lendo um livro, alguma coisa assim, como agora... e eu sinto que aqui dá para pensar muito, dá uma certa paz. É lindo". É incontestável a necessidade de conectar-se aos espaços históricos-religiosos. Se não for pela religião, será por uma outra razão. É a necessidade de "ancoragem da identidade" (Falco, 2009), a qual satisfaz necessidades humanas (Scannell & Gifford, 2010).

Aos católicos interessaria mais um guia impresso sobre o património imaterial do que aos agnósticos/não cristãos/ateus. Uma possível explicação vem da análise das motivações entre os sujeitos. É verdade que católicos e agnósticos/não cristãos/ateus são motivados, em igual medida, pela história e cultura local, no entanto, os agnósticos/não cristãos/ateus são ainda mais motivados pela contemplação estética. Eles parecem ter menos interesse por uma experiência profunda do que os católicos.

Outro ponto a ser destacado é o fato de alguns não cristãos falarem que não lhes interessaria um guia impresso sobre o património imaterial religioso, especificamente. Talvez isto possa ser aclarado pelo fato de os indivíduos quererem orientar seus destinos sem a influência dos sistemas religiosos, com plena autonomia (Hervieu-Léger, 2008).

Por fim, temos a HE5 (a nacionalidade influencia a ligação estabelecida com a atração visitada e o interesse em conhecer seu respectivo património imaterial). Com efeito, o nosso estudo tende a apontar para o fato de a nacionalidade influenciar o comportamento dos turistas entrevistados nesta investigação, em alguns níveis.

Investigar a ligação dos turistas europeus e não europeus aos lugares visitados, permitiu perceber de que maneira os nossos sujeitos se apropriam do património, e até que ponto a memória coletiva e individual influencia esse processo, já que Santos (2002) fala na importância das lembranças dos lugares, que vão além dos detalhes arquitetónicos (visuais), para firmar-se nas percepções sensoriais: cheiros, sons, e também na familiaridade com o local.

Começamos por verificar que, curiosamente, os europeus sentem-se menos ligados ao património visitado do que os não europeus. O sujeito de nacionalidade chinesa comenta: “(...) sinto-me ligada, porque é um pouco como as festas e templos na China... Também usamos o ouro”. Esta é uma ligação estabelecida por um sujeito a partir do que lhe é familiar, e relaciona-se com a lembrança que o sujeito teve relativamente à sua memória coletiva e à tradição de seu país.

A conexão pela história e cultura é mais citada por não europeus, e são eles também que mais conhecem a história do lugar visitado. Este grupo é, em grande parte, composto por latino-americanos, e dentre eles há um considerável número de brasileiros que relacionam a ligação estabelecida à ligação entre a história do Brasil e de Portugal.

Um sujeito do Brasil refere-se ao ouro como um atrativo e fator de ligação com a igreja, porque ele diz ter consciência que grande parte do ouro presente nas igrejas portuguesas veio do Brasil.

Ou seja, os sujeitos não europeus conseguem desenvolver uma teia de significados a partir de conexões com a sua própria cultura. Aliás, há um sujeito, entrevistado na Igreja de São Francisco, que fala explicitamente na relevância em haver, nas atrações turísticas, informações que interliguem as várias histórias das culturas: “(...) hoje eu estava visitando ali e vi uns documentos mostrando sobre irmãos e irmãs que entraram para a Ordem (franciscana) [...] tinha documentos que foram feitos no Brasil, em Salvador, então se tivesse explicando essa ligação das histórias, fazendo a gente descobrir mais coisas para associar com a nossa vida, seria mais interessante”.

Um sujeito de nacionalidade colombiana por sua vez, diz:

- I. “(...) toda forma de arte eu acho que tem uma conexão com a emoção das pessoas, a intelectual e a do coração”.

Ele enxerga o potencial que as várias artes representantes de culturas têm para despertar a ligação afetiva e emocional dos sujeitos.

Um outro sujeito, venezuelano, revela:

- II. “(...) é impossível não se sentir ligado, quando se tem uma história e tem um peso não só espiritual, tem tanta gente envolvida”.

Este sujeito reconhece a ligação com o local como consequência das memórias coletivas, das pessoas envolvidas àquela parcela da história da cidade.

No contexto do nosso estudo, a ligação dos europeus ao património visitado é bastante influenciada pelas dimensões estéticas. Inclusive, um sujeito de nacionalidade italiana justifica a sua não ligação pelo estilo barroco da igreja, o qual, em sua opinião, tem detalhes demais, é uma arquitetura “pesada”.

Por fim, salientamos que os inquiridos europeus não expressam uma atitude tão favorável quanto os não europeus em relação a ideia de ser elaborado um guia sobre o património imaterial do Porto. Um sujeito não europeu explica seu ponto de vista: “(...) eu acho importante para enriquecer a viagem... aquele lugar toma mais significado quando você sabe a história dele”.



## PARTE III: CONCLUSÕES, RECOMENDAÇÕES E LIMITAÇÕES

### Capítulo 6 – Conclusões, recomendações e limitações do presente estudo

A sociedade ocidental tornou-se hiper-complexa e diversa. O presente trabalho aborda a nossa contemporaneidade pós-moderna aquando para uma das suas vertentes, a *New Age*, que apresenta um conjunto de características as quais procuram articular-se com as mais tradicionais vertentes religiosas das culturas europeias.

Neste período ocorre, gradativamente, um rompimento entre crenças e práticas características da religiosidade tradicional, num contexto de progressiva secularização da vida social. Assistimos ao que Hervieu-Léger (2008) denomina “privatização das crenças”, o que quer dizer que há uma tendência geral à individualização e à subjetividade das crenças religiosas, com uma redução da influência direta da Religião e a não institucionalização da mesma. Os espaços religiosos, antes utilizados basicamente para eventos diretamente ligados à religião, reconfiguram-se hoje assumindo novos usos e apropriações.

Identifica-se ainda, com relação à *New Age*, que os processos identitários estão mais dinâmicos, de modo que a possibilidade de arranjar e combinar identidades fragmentas mostra-se mais acessível e é até estimulada.

O turismo, atividade tão característica da pós-modernidade em seu modelo flutuante e cambiante, apresenta-se como uma oportunidade de reconstituição de identidades. O que se busca em uma viagem, em uma visita a um sítio, as preferências e práticas do turista, a maneira como ele utiliza o espaço visitado, são fatores importantes para percebermos o tipo de turismo que está a ser praticado e criarmos estratégias que possam ir de encontro aos interesses desse turista.

A distinção entre turismo religioso e turismo cultural foi imprescindível para esta investigação, porque o turismo cultural ocorre em diferentes espaços e contextos, e algumas vezes pode vir a ser confundido com o turismo religioso, quando aquele é praticado em espaços religiosos. Esta distinção veio facilitar a compreensão sobre o tipo de turista que posteriormente entrevistamos, em nosso estudo empírico.

A revisão da literatura possibilitou a percepção de uma falta de consistência epistemológica e metodológica que qualifique o turismo religioso, havendo, muitas vezes, confusão gerada também pelos termos relacionados com a peregrinação. Diante da imensa variedade de conceitos que atravessam o turismo religioso, optámos por utilizar uma definição operacional que consistiu em considerar que o turista religioso é aquele que, ao frequentar espaços e eventos religiosos, o faz por fé e devoção como principal motivação, não esquecendo, porém, as demais práticas do turista

no local, as quais podem vir a permitir colocá-lo noutras classificações. A partir desta clarificação, quanto ao turismo religioso e ao turista religioso, foi possível compreender melhor o tipo de turismo praticado em espaços religiosos.

O turismo cultural em espaços religiosos remete para os novos usos do património e do território. Nesta conjuntura, a componente educativa, histórica e cultural sobressaem. Vale lembrar ainda que, ao referirmo-nos aos espaços físicos religiosos, objetivámos tratá-los também em seu sentido simbólico, ou seja, em uma dimensão indissociável que engloba valores, crenças, tradições, e realidades psicológicas ou espirituais. Esta dimensão do espaço, reconhecida por Marc Augé (2007) como espaços antropológicos, são elementos fundamentais das identidades culturais e é a base principal dos atrativos turísticos-culturais. O turismo cultural, em sua definição, possibilita a apropriação destes espaços antropológicos, de maneira a gerar, para o turista, um sentido de lugar.

Nesta dissertação, fizemos uma pesquisa aprofundada sobre as relações entre património material e imaterial, relacionando-os às discussões sobre memória e identidade. Reconhecemos que há vários estudos sobre o património imaterial, uma vasta literatura que aborda a gestão desse património, a importância da sua salvaguarda, inclusive ressaltando a necessidade da criação de políticas públicas de preservação, para além da exposição de estudos de caso das manifestações que envolvem este património. Verificamos que o património (sobretudo o imaterial) tem sido objeto de debate crescente dentro de diversas áreas, não somente no turismo.

Portugal foi palco de vivências de vários povos, que desde a antiguidade, passaram pelo país e continuaram sua cultura. Podemos concluir que é um país com grande potencial para desenvolver projetos que visem estimular o interesse dos turistas pelo património material, mas sobretudo pelo património imaterial, de modo a tornar a experiência turística mais significativa. Acreditamos que esta é uma estratégia que pode desenvolver um maior sentimento de aproximação ao local, promovendo a intimidade e familiaridade entre o turista e o lugar visitado (*place attachment*).

No seguimento da pesquisa que conduzimos, tornou-se relevante estudar a cidade do Porto como atrativo turístico, de modo a perceber a capacidade de acolhimento dos visitantes. Concluímos que a cidade tem uma vasta capacidade de recepção de novos produtos e projetos turísticos. O Porto é marcado por sua riqueza histórica, patrimonial e urbanística, com paisagens que nos fazem mergulhar em um passado que se faz presente, por ainda estar muito bem representado nas várias freguesias, ruas e largos do Porto.

Iniciativas a favor da conservação do Centro Histórico do Porto ocorrem, como vimos na revisão da literatura, desde meados do século XX. Em 1974, a Câmara do Porto já havia criado o Comissão para a Renovação Urbana da Área Ribeira-Barredo (CRUARB). Desde então, várias ações direcionadas à parte histórica da cidade têm vindo a ser desenvolvidas. E para além disso, o Porto

é uma região fértil em lendas, mitos e histórias diversas, cuja origem se perde nos tempos: há um cruzamento entre culturas como a dos mouros, dos judeus, cristãos, mercadores, frades, em cenários históricos com os quais ainda podemos interagir visitando igrejas, capelas, torres, pontes, etc.

Falar das lendas é referir a literatura oral. Há dois fatores importantes sobre a literatura oral: o primeiro é que esta literatura é uma prática social antiga que está se perdendo com o passar do tempo, tanto pela falta de tratamento adequado que inclua a sua valorização, como pela falta de espaço e de tempo no mundo contemporâneo. Os dinâmicos conteúdos da memória social correm certo risco de descaracterização em sua essência, e esquecimento. O segundo fator é que, a recolha e análise das narrativas orais podem contribuir para o entendimento de uma cultura, e permitir a inclusão de outras vozes e até dos discursos dos moradores locais.

A questão que quisemos colocar foi a seguinte: por que não unir este imenso potencial do Porto à ideia de criação de um guia turístico que coloque o turismo em contato com as memórias e literatura oral? O nosso estudo empírico apontou para o fato de que os turistas utilizam bastante os guias turísticos disponíveis atualmente para auxiliar na visita à falta de outro tipo de informação.

Com o estudo empírico desta investigação, quisemos compreender se os turistas de dois dos espaços religiosos mais visitados do Porto – Igreja de São Francisco e a Sé Catedral – se sentem, em algum nível, ligados ao património visitado, e qual o seu interesse em ter acesso a um guia turístico que trate do património imaterial. Isto para perceber em que nível é construída a conexão com as atrações turísticas em questão, e a disposição dos visitantes em aumentar a profundidade da experiência turística e assim, do seu “sentido do lugar”.

Para este efeito, realizamos um estudo qualitativo que nos permitiu conhecer melhor os comportamentos dos nossos sujeitos. Recorremos à entrevista como método de recolha de dados, a qual nos permitiu obter dados sobre a relação que é construída entre o turista e o local visitado. Os dados foram submetidos à técnica de análise de conteúdo, identificada como mais adequada para atingirmos os objetivos da pesquisa.

Os resultados do nosso estudo confirmam, primeiramente, o afastamento da fé e da devoção como principal motivação dos visitantes e uma aproximação das características de um turista cultural.

Apesar do grande potencial que o património material e imaterial tem para estimular, positivamente, as emoções, identidades e memórias dos visitantes, observamos que, na prática, as experiências vividas por nossos sujeitos nos espaços religiosos são superficiais, aproximando-se da lógica do turismo de massa. Estes espaços representam para estes visitantes, na realidade, um “não-lugar” (Augé, 2007), o que quer dizer que nenhum significado distintivo e forte é absorvido a partir daquela

experiência, e o sentido simbólico do espaço religioso visitado não é percebido. Esta realidade parece indicar, portanto, que há uma prática de turismo cultural sob os moldes pós-modernos: era da urgência, de focos vários, que dificultaria, talvez, a vivência de uma experiência autêntica.

Os sujeitos entrevistados têm pouco conhecimento em relação ao património visitado, e talvez esta seja uma das razões pelas quais eles constroem apenas uma ligação que designamos como “genérica” com os lugares visitados: a Sé Catedral e a Igreja de São Francisco representam, para os sujeitos, mais um monumento entre outros. Os nossos entrevistados dizem não buscar informações antes da viagem. Durante a visita, queixam-se de não haver, no monumento, meios de conhecer a história do monumento ou do local onde se insere.

Os inquiridos reconhecem a importância de informação prévia para aumento do “sentido do lugar”, e o comportamento oposto que assumem, de não buscar informações sobre os lugares que visitam, faz-nos pensar que, possivelmente, a experiência nos espaços religiosos consiste muito mais numa prática de relaxamento – talvez no sentido das vertentes da *New Age* – ou de lazer.

De todos os entrevistados, os mais críticos quanto à necessidade de melhorar os guias aos quais tiveram acesso durante a visita, são aqueles do género feminino, jovens entre os 20 e os 29 anos, altamente qualificados (com mestrado ou doutoramento), agnósticos/não cristãos/ateus e de nacionalidade europeia. É este grupo também que mais estabelece alguma relação com o património visitado.

Por outro lado, são as mulheres jovens (20-29), católicas, com alta qualificação (licenciatura/bacharelato e mestrado/doutoramento) e não europeias que alegaram maior interesse em ter acesso a um guia que trate especificamente do património imaterial.

Com este trabalho parece-nos possível afirmar que deve ser oferecido ao turista apoio e informação mais aprofundado sobre o património imaterial do Porto, para tornar as visitas mais vivas, ricas e ativas, deixando uma marca mais experiencial e emotiva nos sujeitos que vistam este património, o que aumentaria o ‘sentido do lugar’ e a possibilidade de novas visitas.

Recomendamos que os responsáveis pelas atrações e pela produção dos guias turísticos para a cidade do Porto considerem essas necessidades de melhoria nos guias, inclusive tendo o cuidado de segmentá-los melhor, de modo a adaptá-los aos interesses dos visitantes. Além disso, os técnicos em turismo e a Câmara Municipal do Porto devem estudar as reais possibilidades de realizar um levantamento sobre estórias e lendas do Porto, junto à população local, para a elaboração de um guia mais completo, um produto turístico que possa envolver a comunidade receptora na produção de uma identidade local mais forte que permita desenvolver nos turistas um sentimento de familiaridade e mostre outras dimensões da cidade.

Uma formação prévia, não apenas nos cursos de turismo, para o (re) conhecimento do património, com o envolvimento da Escola e Universidade, parece-nos ser também uma opção de grande valor.

Uma limitação do nosso trabalho foi o fato de apenas termos abordado as percepções do turista que estava a visitar as atrações religiosas, e não as dos responsáveis pelas atrações ou pelos postos de turismo, onde são fornecidos os guias. Seria interessante conhecer melhor os projetos que estão a ser desenvolvidos e o real interesse destes gestores em expandir as informações dos guias e brochuras.

Entrevistar alguns moradores locais, a fim de termos acesso à estórias contadas por eles, também enriqueceria este trabalho, porque poderíamos tratar de exemplos reais do quão interessante estes relatos podem ser para a diferenciação da experiência turística e do sentimento de aproximação que se pode gerar aos lugares e comunidades visitadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abumanssur, E. (2003). Turismo e religião: notas sobre as deambulações religiosas. In Abumanssur, E. (Org.). *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas: Papirus. pp. 53-68.
- Alves, Z. & Silva, M. (1992). Análise qualitativa de dados de entrevista. *Paidéia*, nº 2, pp. 61-69.
- Amaral, L. (2000). *Carnaval da alma: comunidade, essência e sincretismo na Nova Era*. Petrópolis: Vozes.
- Aragão, I. & Carvalho, K. (2013). Turismo, Cultura e Memória: estudo sobre dois Patrimônios Culturais da Humanidade no Brasil. *Turismo em Análise*, 24 (3), 694-719.
- Aragão, I. & Macedo, J. (2013). Festa, memória e turismo cultural-religioso: A procissão ao Nosso Senhor dos Passos, em São Cristóvão-Sergipe. *Revista Rosa dos Ventos*, 5 (1), 15-28.
- Atlas (2007). The ATLAS Cultural Tourism Project: Summary of Research Results. Acedido em 10 de abril de 2014, em: <http://www.tram-research.com/atlas/previous.htm>.
- Augé, M. (2007). *Não-lugares. Introdução à uma antropologia da supermodernidade*. Lisboa: 90 Graus.
- Ballantyne, R. et al. (2014). Chinese and international visitor perceptions of interpretation at Beijing built heritage sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (5), 705-725.
- Baptista, M. (2012). Cultural identity/identities for Europe: Does it serve any purpose?, in Pinheiro, T., Cieszynska, B., Franco, J. (Eds.). *Ideas offor Europe: An interdisciplinary approach to European identity*. Frankfurt am Main: Peter Lang. pp. 405-411.
- Baptista, M. (2013). A Identidade cultural Portuguesa: do colonialismo ao pós-colonialismo: memórias sociais, imagens e representações identitárias. *Comunicação e Sociedade*, Vol. 24, pp. 270-287.
- Barretto, M. (2001). *Turismo e legado cultural*. Campinas: Papirus.
- Barretto, M. (2007). *Cultura e turismo: Discussões contemporâneas*. Campinas: Papirus.
- Bauman, Z. (2005). *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bechker, H. (1972). Observation by informants in institutional research. *Quality & Quantity*, v. 6, p. 157-169.
- Beeho, A. & Prentice, R. (1997). Conceptualizing the experiences of heritage tourists. *Tourism Management*, 18 (2), 75-87.
- Beni, M. (2000). *Análise estrutural do turismo*. Campinas: Papirus.
- Bento, A. (2011). *As etapas do processo de investigação: Do título as referências bibliográficas*. Porto: Funchal.
- Bezerra et al., 2012. El turismo en la sociedad de la información: Un abordaje conceptual sobre el "pos-turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21 (5), 1262-1280.
- Bodo, C. (1995). Nuevas Políticas para un turismo cultural sostenible. *Actas das Jornadas Europeias da Cultura, Lazer e Turismo* (Guadalupe, Cáceres).

- Brasil (2008). *Diretrizes para o desenvolvimento do turismo cultural*. Ministério do Turismo, Brasília.
- Brasil (2010). *Turismo cultural: Orientações básicas*. Ministério do Turismo, Brasília. Versão eletrônica disponível em [www.turismo.gov.br](http://www.turismo.gov.br).
- Bucho, D. (2010). *Património, animação e turismo*. Porto Alegre: Instituto Politécnico de Portalegre.
- Burns, P. (1999). *An introduction to tourism and anthropology*. New York: Routledge.
- Câmara Municipal do Porto (2002). *Porto: A dimensão intangível na cidade histórica*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Câmara Municipal do Porto (s/d). *Descobrir o Porto Património Mundial: Percorso turístico da Sé*. Porto: Gabinete de Turismo.
- Camurça, M. & Giovannini, O. (2003). Religião, património histórico e turismo na semana santa em Tiradentes (MG). *Horizontes Antropológicos*, 9 (20), 225-247.
- Canclini, N. (1994). O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. Acedido em 20 de Janeiro de 2015, em <https://pt.scribd.com/doc/136341751/Canclini-O-patrimonio-cultural-e-a-construcao-imaginaria-do-nacional>.
- Canclini, N. (1999). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Carvalho, P. (2010). Turismo cultural, património e políticas públicas em territórios rurais de baixa densidade: eixos vertebradores de revitalização e de construção de novas identidades?, in Santos, M. (Org.). *Turismo cultural, territórios e identidades*. Santa Maria da Feira: Edições Afrontamento. pp. 123-140.
- Carvalho, S. & Tomás, P. (2013). Os jardins no contexto do turismo pós-moderno. O caso de Portugal. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11 (4), 631-647.
- Cascudo, L. (1984). *Literatura oral no Brasil*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Cavalcante, R. B., Calixto, P., Pinheiro, M. M. K. (2014). Análise de conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. *Informação e Sociedade: Estudos*, 24 (1), 13-18.
- Christoffoli, A., Pereira, R., Silva, Y. (2012). O lazer no turismo religioso: uma análise dos discursos no turismo. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (5), 595-603.
- Cleto, J. (2010). *Lendas do Porto*. Lisboa: Quidnovi.
- Cleto, J. (2012). *Lendas do Porto (Vol. II)*. Lisboa: Quidnovi.
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist?: A conceptual classification. *Sociological Review*, 22, pp. 527-555.
- Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology*, 13, pp. 179-201.
- Cordeiro, J. (2002). A dimensão escondida do património histórico portuense, in Câmara Municipal do Porto, *Porto: A dimensão intangível na cidade histórica*, Porto: Câmara Municipal do Porto. pp. 69-76.
- Costa, M. & Castro, R. (2008). Patrimônio Imaterial Nacional: preservando memórias ou construindo histórias?. *Estudos de Psicologia*, 13 (2), 125-131.

- Couceiro, S. & Paiva, G. (2010). Património, identidade e turismo: Representações das camadas populares sobre património histórico na cidade de Olinda, Pernambuco (Brasil), in Santos, M. (Org.). *Turismo cultural, territórios e identidades*. Santa Maria da Feira: Edições Afrontamento. pp.159-174.
- Coutinho, A. & Ricco, A. (2012). A interpretação do património cultural no ensino fundamental e a sensibilização para o turismo. *Destarte*, 2 (1), 31-47.
- Deslauriers, J. & Kérisit, M. (2008). O delineamento de pesquisa qualitativa, in Poupart, J. et al. *A pesquisa qualitativa: Enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes. pp. 127-153.
- Dias, I. (2010). *Turismo cultural e religioso no distrito de Coimbra: Mosteiros e conventos: Viagem entre o sagrado e o profano*. Tese de Mestrado, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Dias, R. (2003). O turismo religioso como segmento do mercado turístico, in Dias, R. & Silveira, E. (Orgs.). *Turismo religioso: Ensaio e reflexões*. Campinas: Alínea. pp. 7-38.
- Dubois, B. (1990). *Compreender o consumidor*. Lisboa: Dom Quixote.
- Eagleton, T. (2005). *Depois da teoria: um olhar sobre os Estudos Culturais e o pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Eder, R. & Arnberger, A. (2012). The influence of place attachment and Experience Use History on perceived depreciative visitor behavior and crowding in an Urban National Park. *Environmental Management*, 50, pp. 566-580.
- European Values Survey (2000). *Religion: Church attendance - Confidence in the church - Importance of God - Traditional belief*. Acedido em 30 de maio de 2014, em <http://www.europeanvaluesstudy.eu>.
- Falco, D. (2009). Múltiplas identidades na atividade turística: Uma discussão teórica. *Revista de Cultura e Turismo*, 3 (3), 68-84.
- Featherstone, M. (1995). *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel,
- Fernández, G. & Ramos, A. (2010). El patrimonio cultural como oferta complementaria al turismo de sol y playa: El caso del sudeste bonaerense, Argentina. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8 (1), 139-149.
- Ferreira, A. (2011). *Guias turísticos impressos e suas dimensões de análise*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal Fluminense, Niterói.
- Ferreira, L., Torrecilha, N., & Machado, S. (2012, 22-26 Setembro). *A técnica da observação em estudos de administração*. Artigo apresentado no XXXVI Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, Brasil.
- Ferreira, R. (2010). Cultura Imaterial e Educação Patrimonial: Notas sobre Museus e o valor educativo do Património Intangível. *Revista Museologia e Património*, 3 (2), 63-74. Acedido em 5 de janeiro de 2015, em <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/>.
- Fonseca, J. (2002). *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC.

Fonseca, M. (2009). Para além da pedra e cal: Por uma concepção ampla de património cultural, in Abreu, R. & Chagas, M. (orgs), *Memória e património: Ensaio contemporâneos*. Rio de Janeiro: Lamparina. pp. 59-79.



- Fortuna, C., Ferreira, C. (1996, 17 Maio). *O turismo, o turista e a (pós) modernidade*. Comunicação apresentada no Seminário "Reflexões Sociais sobre o Turismo, Universidade do Algarve, Faro.
- Gerhardt, T. & Silveira, D. (2009) (Org.). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Geertz, C. (1989). *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Editora LTC.
- Giddens, A. (1997). A vida em uma sociedade pós-tradicional, in: Giddens, A., Beck, U., Lash, S. (Orgs.). São Paulo: Editora UNESP.
- Gil, A. C. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Godoy, A. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades, *Revista de Administração de Empresas*, 35 (2), 57-63.
- Gonzalo, M. (2006). Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra: las Javieradas como caso de estudio. *Cuadernos de Turismo*, 18, pp. 103-134.
- Gu, H. & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism – the case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 29, pp. 637-647.
- Guerra, I. (2010). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: Sentidos e formas de uso*. Parede: Príncipeia.
- Hall, S. (2001). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hennigen, I. (2007). A contemporaneidade e as novas perspectivas para a produção de conhecimentos. *Cadernos de Educação*, 29, pp. 191-208.
- Hervieu-Léger, D. (2008). *O peregrino e o convertido: a religião em movimento*. Petrópolis: Vozes.
- Horta, M. (1999). *Guia Básico de Educação Patrimonial*. Brasília: IPHAN/ Museu Imperial.
- Hunter, W. (2010). Trust between culture: The tourist. *Current Issues in Tourism*, 4 (1), 42- 67.
- ICOMOS (1976). *Carta de Turismo Cultural*. Acedido em 13 de Janeiro de 2014, em [http://www.international.icomos.org/charters/tourism\\_sp.pdf](http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf).
- Instituto Nacional de Estatística (INE). Acedido em 31 de Março de 2015, em <http://mapas.ine.pt>.
- Isaac, R. (2008). *Understanding the behaviour of cultural tourists*. Tese de Doutoramento, International Higher Education Breda, Breda.
- Jorge, V. (2004). Património, neurose contemporânea? Alguns apontamentos sobre o papel da memória coletiva na Idade da Fragmentação, in Jorge, V. (2004) (Coord.). *Conservar para quê?* Braga: Litografia A.C. pp. 13-25.
- Júnior, O. (2003). Turismo, religião e património cultural, in Dias, R. & Silveira, E. (orgs), *Turismo religioso: Ensaios e reflexões*. Campinas: Alínea. pp. 135-149.
- Kmiecinski, J. (2005). Pilgrimage and cults during the pagan ages in Poland, in Kmiecinski, J., Oledzki, M., Natkanski, K. (Eds.). *Trade routes and pilgrimage trails as a factor of integration sanctuaries and culture*. Santiago de Compostela: Compostela Group of Universities. pp. 31-39.
- Kravets, I. & Camargo, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *Revista de Cultura e Turismo*, 2 (2), 3-16.

- Kyle, G., Graefe, A. & Manning, R. (2004). Attached recreationists... Who are they?. *Journal of Park and Recreation Administration*, 22 (2), 65-84.
- Laclau, E. (1990). *New reflections on the revolution of our time*. Londres: Verso.
- Le Goff, J. (1997). Passado/presente. In *Enciclopédia Memória- História* (Vol. 1, pp. 293-310). Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- Levi, D. & Kocher, S. (2009). Understanding tourism at heritage religious sites. Acedido em 13 de Janeiro de 2015, em <http://digitalcommons.calpoly.edu/focus/vol6/iss1/6>.
- Lins, H. (2013). A pós-modernidade e a sua narrativa: o setor do turismo em debate. *Acta Scientiarum*, 35 (1), 37-47.
- Lima, J. (2003). O santuário como fenómeno religioso, in Silva, A. (ed.), *O presente do homem o futuro de Deus*, Fátima: Faculdade de Teologia. pp. 24-44.
- Lipovetsky, G. (2004). *Os tempos hipermodernos*. Lisboa: Edições 70.
- Lohmann, G. & Panosso, A. Netto. (2008). *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph.
- Loza, R. (2002). Património intangível do Porto, in Câmara Municipal do Porto, *Porto: A dimensão intangível na cidade histórica*, Porto: Câmara Municipal do Porto. pp. 27-33.
- Lynch, K. (1982). *A imagem da cidade*. Lisboa: Edições 70.
- Marconi, M. (2007). *Antropologia: Uma introdução*. São Paulo: Atlas.
- Marinho, T. (2009). Os caminhos da identidade em um mundo multicultural. *Revista Fórum Identidades*, 5 (3), 81-107.
- Marques, V. (2011). *Turismo cultural em Guimarães: o perfil e as motivações do visitante*. Tese de Mestrado, Universidade do Minho, Minho.
- Marujo, N., Serra, J. & Borges, M. (2013). Turismo cultural em cidades históricas: A cidade de Évora e as motivações do turista cultural. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 6 (14), 1-9.
- Matarasso, F. & Landry, C. (1999). *Balancing act: Twenty-one strategic dilemmas in cultural policy*, acedido em 19 de Dezembro de 2014, em <http://www.artsmanagement.net/downloads/cultural-strategy-dilemmas.pdf>.
- Mazumdar, S. (2005). Religious place attachment, squatting, and qualitative research: A commentary. *Journal of Environmental Psychology*, 25, pp. 87-95.
- Mazumdar, S & Mazumdar, S. (2004). Religion and place attachment: a study of sacred places. *Journal of Environmental Psychology*, 24, pp. 385-397.
- McIntosh, A. (1999). Into the tourist's mind: Understanding the value of the heritage experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(1), 41-64.
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4, pp. 29-38.
- McKercher, B. & Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Haworth Hospitality Press.

- McKercher, B. & Du Cros, H. (2003). Testing a Cultural Tourism Typology. *The International Journal of Tourism Research*, 5 (1), 45-58.
- Mello, R. (2007). *A cultura da crença: Uma reflexão sobre o espaço simbólico e o simbolismo na arquitetura religiosa*. Tese de Mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Menéndez, M. (2007). Religiosidade e valores em Portugal: comparação com a Espanha e a Europa católica. *Análise Social*, 42 (184), 757-787.
- Meneses, J. (2004). *História e turismo cultural*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Minayo, M.C.S. (2007). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo: HUCITEC.
- Molina, S. (2003). *O pós-turismo*. São Paulo: Aleph.
- Monsú, S. (2013). *Guia turístico impresso para uma experiência autêntica em Porto Alegre*. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Moreiras, A. (2001). *A exaustão da diferença: a política dos estudos culturais latino-americanos* (Reis, E., Gonçalves, G., Trad). Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), pp. 376–397.
- Moteiro, G. (2010). Turismo cultural e património. Uma reflexão em torno do tópico da interpretação do património enquanto instrumento de valorização de bens culturais, in Santos, M. (Org.). *Turismo cultural, territórios e identidades*, Santa Maria da Feira: Edições Afrontamento. pp. 141-158.
- Mourão, R. (2013). *O espaço sagrado em Mircea Eliade*. Dissertação de Mestrado. Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia, Belo Horizonte.
- Murta, S. & Albano, C. (2002). Interpretar o Patrimônio, um exercício do olhar. UFMG: Belo Horizonte.
- Nascimento, H., Silva, V. (2009). Turismo pós-moderno: dilemas e perspectivas para uma gestão sustentável. *Holos*, 3 (25), 103-116.
- Nolan, M. & Nolan, S. (1989). *Christian pilgrimage in a modern western Europe*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Nova, M. (2008, 27-28 Junho). *Guias Impressos da Cidade de São Paulo: a exposição do patrimônio cultural*. Artigo apresentado no V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul.
- Oliveira, M. (2003). Institucionalização da memória – Igreja da Venerável Ordem Terceira de São Francisco da Penitência: Questão patrimonial. *Morpheus*, 3. Acedido em 23 de Fevereiro de 2015, em <http://www4.unirio.br/morpheusonline/numero03-especial-memoria/Maria%20Fernanda.htm>.
- Oliveira, C. (2004). *Turismo religioso*. São Paulo: Aleph.
- Oliveira, A. (2005). A atividade turística e seus afeitos à população local: Um paradoxo. *Caderno Virtual de Turismo*, 16, 61-73.
- Oliveira, C. (2008, Fevereiro). Turismo religioso: Uma breve apresentação. *Jornal Olince*, p. 5.

- Oliveira, A. (2011). Da Nova Era à New Age popular: as transformações no campo religioso brasileiro. *Caminhos*, 9 (1), 141-157.
- Pardal, L. & Correia, E. (1995). *Métodos e técnicas de investigação social*. Porto: Areal Editores.
- Parellada, J. (2009, 11-13 Novembro). *El turismo religioso: sus perfiles*. Artigo apresentado na Conferência Episcopal Espanhola, Ávila.
- Pelegri, S. & Funari, P. (2008). *O que é património cultural imaterial*. São Paulo: Brasiliense.
- Peres, J., Simão, M. & Nasello, A. (2007). Espiritualidade, religiosidade e psicoterapia. *Revista Psiquiatria Clínica*, 1 (34), 136-145.
- Pérez, X. (2009). Turismo cultural: uma visão antropológica. *Colección Pasos Edita*, n. 2. Tenerife: El Sauzal.
- Pollak, M. (1989). Memória, esquecimento, silêncio. *Estudos Históricos*, 2 (3), 3-15.
- Poria, Y., Biran, A., & Reichel, A. (2009). Visitors' preferences for interpretation at heritage sites. *Journal of Travel Research*, 48 (1), 92–105.
- Porto Turismo (s/d). Acedido em 20 de Maio de 2015, em <http://visitporto.travel/Visitar/Paginas/default.aspx>.
- Porto Vivo (2008). Centro Histórico do Porto Património Mundial: Plano de Gestão (Vol. III). Acedido em 20 de maio de 2015, em <http://www.portovivosru.pt/pt/centro-historico>.
- Portuguez, A. (Org.) (2004). Turismo, planeamento socioespacial e património histórico-cultural, in Portuguez, A. *Turismo, memória e património cultural*. São Paulo: Roca. pp. 3-31.
- Prentice, R. (1993). *Tourism and Heritage Attractions*. Londres: Routledge.
- Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (1998). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Ramos, A. et al. (2013). 20 anos de opinião pública em Portugal e na Europa. Fundação Francisco Manuel dos Santos: Lisboa.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Londres: Pion Limited.
- Ritchie, J. & Zins, M. (1978). Culture as a determinant of the attractiveness of a tourist region. *Annals of Tourism Research*, 5, pp. 252-267.
- Santos, F. (2010). Turismo e transfigurações culturais, in Santos, M. (Org.). *Turismo cultural, territórios e identidades*, Santa Maria da Feira: Edições Afrontamento. pp. 39-62.
- Santos, J. (2011). *Os impactos do turismo religioso: O caso da semana santa em Braga*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais. Universidade Fernando Pessoa, Porto.
- Santos, L. (2008). Cultura e turismo: Comercialização do artesanato Indígena Karajá da aldeia Santa Isabel do Morro – TO. *Revista ECETUR*, acedido em 20 de Dezembro de 2014, em <http://pt.scribd.com/doc/145562130/revista-ecetur-pdf#scribd>.
- Santos, M. (2006). *Espiritualidade, turismo e território: Estudo geográfico de Fátima*. Estoril: Príncipe.

- Santos, P. (2002). Um lugar na cidade – o centro histórico do Porto e a dimensão intangível do sujeito patrimonial, in Câmara Municipal do Porto, *Porto: A dimensão intangível na cidade histórica*, Porto: Câmara Municipal do Porto. pp. 41-53.
- Savoie-Zajc, L. (2003). A entrevista semidirigida, in Gauthier, B. (Org.). *Investigação social: da problemática à colheita de dados*. Loures: Lusociência. pp. 279-301.
- Scannell, L. & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30, pp. 1-10.
- Schmidt, M. (1993). Halbwachs: Memória coletiva e experiência. *Psicologia USP*, 4 (1/2), 285-298.
- Seaton, A. (1996). Guided by the dark: from thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2 (4), 234-244.
- Secall, R. (2009). *Turismo y Religión. Aproximación histórica y evaluación del impacto económico del turismo religioso*. Acedido em <http://www.diocesisoa.org/documentos/pastoralturismo/Esteve,%20Rafael%20-%20texto.pdf>, em 30 de maio de 2014.
- Silva, G. (2011). *Porto: nos lugares da história*. Porto: Porto Editora.
- Silva, M. & Silva, B. (2008). Turismo e identidade cultural. *Revista ECETUR*, acedido em <http://pt.scribd.com/doc/145562130/revista-ecetur-pdf#scribd>, em 20 de Dezembro de 2014.
- Silva, T. (2000). A produção social da identidade e da diferença, in Silva, T. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. São Paulo: Vozes. pp. 73-102.
- Silveira, E. (2003). Turismo e consumo: A religião como lazer em Aparecida. In Abumanssur, E. (Org.) (2003). *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas: Papirus. pp. 69-105.
- Siqueira, M. (1999). Refletindo sobre a noção de sujeito: alguns apontamentos. *Educação, Subjetividade e Poder*, 6 (6), pp. 73-81.
- Sousa, M. (2005). *O rio cachoeira aquém de sua poesia: imaginário das águas e sustentabilidade ambiental através do turismo litorâneo de Ilhéus – BA*. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Santa Cruz e Universidade Federal da Bahia, Ilhéus.
- Stebbins, R. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 948-950.
- Steil, C. (1998a). O turismo como objeto de estudo no campo das ciências sociais, in Riedl, M. et al. (2002). *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC. pp. 51-80.
- Steil, C. (1998b). Peregrinação e turismo: O natal de Gramado e Canela. *XXII Reunião Anual da ANPOCS*. Caxambu, Minas Gerais.
- Steil, C. (2003). Peregrinação, romaria e turismo religioso: raízes etimológicas e interpretações antropológicas, in Abumanssur, E. (Org.). *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas: Papirus. pp. 29-52.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Tighe, A. (1986). The arts/tourism partnership. *Journal of Travel Research*, 24, pp. 2-5.

- Tjora, A. (2006). Writing small discoveries: an exploration of fresh observers' observations. *Qualitative Research*, 6 (4), 429-451.
- Turismo de Portugal (2013). *Roteiros Turísticos do Património Mundial*. Acedido em 4 de Junho de 2015, em <http://www.turismodeportugal.pt/>.
- Turismo de Portugal (2014). Guia de boas práticas de interpretação do património religioso. Secretariado Nacional para os Bens Culturais da Igreja.
- Unesco (2003). *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial*. Acedido em 20 de Dezembro de 2014, em <http://www.cultura-alentejo.pt>.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: Sage.
- Vaquero, M. (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel.
- Vukonić, B. (1996). *Tourism and Religion*. Wiltshire: Pergamon.
- Vilhena, M. (2003). O peregrinar: caminhada para a vida, in Abumanssur, E. (Org.). *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas: Papyrus. pp. 11-28.
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual, in Silva, T. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. São Paulo: Vozes. pp. 7-72.
- Zillinger, M. (2007). *Guided tourism: the role of guidebooks in german tourist behaviour in Sweden*. Tese de Doutoramento, Mid Sweden University, Östersund.



## **APÊNDICES**





## **APÊNDICE 1 - Plano de Gestão do Centro Histórico do Porto**

### **INTERVENÇÕES 1996-2005**

#### INTERVENÇÃO URBANÍSTICA

- Projeto do arquiteto Siza Vieira, para a Avenida Afonso Henriques.
- Intervenção em curso na Praça Almeida Garrett, Avenida Afonso Henriques e Ponte Luís I, no contexto das obras do Metro.
- Arranjo da frente ribeirinha entre a Ponte Luís I e o cais da Estiva (Arquiteto M. Fernandes de Sá).
- Estudos em curso para criar novas áreas pedonais, com destaque para zona da Ribeira.
- Arranjo do espaço público entre a saída do túnel e a ponte Luís I.
- Criação do Porto Vivo, SRU - Sociedade de Reabilitação Urbana da Baixa Portuense, SA em 2004.
- Início do processo de estudo para intervenção por quarteirões no âmbito do Porto Vivo, SRU.

#### INFRAESTRUTURAS E EQUIPAMENTOS COLETIVOS

- Parques de estacionamento: construção do parque subterrâneo da Praça do Infante; projeto para o novo parque da Alfândega.
- Elevador dos Guindais; reativação do elevador da Lada.
- Criação de um segundo Posto de Turismo, anexo à Casa do Infante, para servir expressamente a zona classificada; e também o posto da Porto Tours, na calçada de D. Pedro de Pitões.
- Transferência e requalificação do mercado da Ribeira; remodelação do mercado de levante de S. Sebastião.
- Criação e renovação de uma série de esplanadas ao ar livre: Praça da Ribeira, café do Cais, Largo do Terreirinho, largo em frente à igreja de S. Francisco.
- Biblioteca infantil do Centro Cultural do Barredo.
- Centro de Formação para Jovens, no Largo do Colégio.
- Ginásio na Rua de Santana.
- Equipamento social e desportivo da Rua do Comércio do Porto.
- Lavandaria e balneários na Rua Tomás Gonzaga.
- Sede da Junta de Freguesia de S. Nicolau e sede da Junta de Freguesia de Miragaia.
- Beneficiação de arruamentos: 19 nos últimos dez anos.
- Consolidação da escarpa dos Guindais.
- Ponte do Infante e acessos na envolvente.

## MONUMENTOS/PATRIMÓNIO

- Restauro da estrutura da Ponte Luís I, ao abrigo da obra do Metro (houve um diálogo prévio com a Unesco, sobre as garantias quanto à preservação do Monumento).
- Conclusão do restauro da Cadeia da Relação, para instalar o CPF; projeto do Arquiteto Eduardo Souto Moura.
- Obras de beneficiação, em curso, na Sé do Porto.
- Obras de beneficiação na Santa Casa da Misericórdia.
- Restauro da Igreja de S. Lourenço (Grilos).
- Obras de beneficiação da ruína da velha Casa da Câmara e criação de uma torre evocativa da antiga sede do poder autárquico (projeto do Arquiteto Fernando Távora).
- Ampliação e beneficiação da Casa do Infante: projeto do Arquiteto Nuno Tasso de Sousa; processo acompanhado de aprofundados estudos documentais, arqueológicos e arquitetónicos; descoberta de um palácio romano, com mosaicos; recuperação das memórias da velha Alfândega, da antiga Casa da Moeda e da torre medieval da Contadoria da Fazenda; estes serviços do Rei, na cidade do Porto, tiveram origem no século XIV e funcionaram na chamada Casa do Infante até ao século XIX, quando a Alfândega se transferiu para Miragaia; este Monumento Nacional é também conhecido por aqui ter nascido o Infante D. Henrique (1394) e por nele ter trabalhado Pêro Vaz de Caminha (o autor da célebre “carta do achamento do Brasil”), como mestre da balança da Casa da Moeda; na sequência da profunda.
- Intervenção na Casa do Infante: foram criadas condições de grande qualidade para o funcionamento do Arquivo Histórico Municipal (que também dispõe de uma biblioteca especializada em temas relativos à Cidade do Porto, aberta à consulta pública), além de um Museu do sítio (cerca de 1000 m<sup>2</sup>) e de um Posto de Turismo. As instalações dispõem também de um auditório e de uma sala de exposições temporárias. Num só ano, segundo estatística de 2003, passaram por este conjunto de novos equipamentos 70.000 visitantes; em 2004 este número passou para 113.500.
- Encomenda a João Cutileiro da escultura do São João, para nicho da fonte da Praça da Ribeira.

## CLASSIFICAÇÃO DE EDIFÍCIOS

- Deixou de ser necessária, por estar toda a zona classificada, entretanto, a Divisão de Património Cultural da CMP continua a realizar um trabalho sistemático de inventariação do património construído.

## ESCAVAÇÕES ARQUEOLÓGICAS

- Entre Janeiro de 1996 e Dezembro de 2004 foram realizadas 180 intervenções arqueológicas, tanto em edifícios a reabilitar, como na sequência de trabalhos na via

pública, nomeadamente por causa das obras do Metro e dos Parques subterrâneos de estacionamento.

- Entre os casos mais significativos contam-se a Casa do Infante, a Sé Catedral e vários locais onde ficaram a descoberto diversos trechos das duas muralhas que protegiam o burgo medieval.

## EDIFÍCIOS

Além dos monumentos já citados, acrescentam-se os seguintes dados:

- Torre “medieval” no Terreiro da Sé, onde funciona o Porto Tours;
- Casa Museu Guerra Junqueiro, renovada segundo projeto do Arquiteto Alcino Soutinho;
- Conjunto habitacional em frente à Igreja de Miragaia, projetado pelo Arquiteto Adalberto Dias;
- Projeto de novas instalações para o Instituto da Juventude, no edifício da antiga Companhia de Seguros Aliança, no Largo de São Domingos: processo em fase preliminar.

Dados estatísticos dos últimos dez anos:

- Edifícios renovados para habitação: 56 fogos.
- Edifícios renovados para o comércio: 20 lojas.
- Edifícios construídos: 6 fogos e 7 lojas.
- Equipamentos coletivos: 16.
- Reabilitações de fachadas: 106.

## COMÉRCIO E SERVIÇOS

Alguns exemplos de inovação:

- Design: Loja dos Arquitetos (R. Ferreira Borges).
- Estilista: Ana Salazar (R. da Alfândega Nova).
- Restauração: inúmeros exemplos novos e com qualidade.
- Cafés/Bares: idem; pela sua singular situação referem-se o Café do Cais, o Café da Ponte Pênsil e o café do Largo dos Grilos.
- Hotelaria: Hotel Porto Carlton.
- Vinhos: Garrafeira do Infante (R. do Infante D. Henrique), Vinhos da Quinta (R. da Fonte Taurina), Lugar do Vinho (R. de Belmonte).
- Artesanato: surgiram múltiplas lojas dedicadas ao artesanato e outros produtos tradicionais – ex. loja Porto Shop, na Ribeira; merece sempre ser referida a atividade promocional do CRAT
- Livreiros: é de referir o esforço de valorização do negócio de livreiro-antiquário, na R. das Flores.

- Renovação de lojas antigas, com apoio oficial: ex. Vidraria Fonseca.

#### ATIVIDADE CULTURAL

- Fotografia: instalação do Centro Português de Fotografia, com um rico programa de exposições.
- Arquivos: reinstalação e dinamização do Arquivo Distrital do Porto e do Arquivo Histórico Municipal.
- Museus: criação do circuito museológico da Casa do Infante; renovação da Casa-Museu Guerra Junqueiro, do Museu da Sé Catedral, do Museu do Seminário Maior e do Museu da Santa Casa da Misericórdia; criação do Museu do Vinho do Porto (fora da área classificada, mas dentro da sua área de proteção).
- Dança e teatro: criação da Escola de Ballet-Teatro, na Rua Infante D. Henrique.
- Clube Literário do Porto, com livraria, sala de exposições, auditório e café com música ao vivo.
- Exposições: programa vastíssimo nalguns dos centros ou serviços culturais acima mencionados, bem como na Cooperativa Árvore, na Escola Superior Artística do Porto, no Mercado Ferreira Borges, no Edifício da Alfândega (este já fora da zona classificada, mas situado na área de proteção)
- Intercâmbio europeu: projeto Euromint, financiado pela Comissão Europeia, que reuniu parceiros do Porto, de Espanha e da República Checa – destinou-se ao desenvolvimento da cooperação em matéria de turismo cultural.
- Visitas à Cidade: Passeios da Primavera – À volta da Sé (Hélder Pacheco); Mira-Gaia (Germano Silva); Memórias de um Rei (Germano Silva); A caminho de S. Lázaro (Júlio Couto); ver também em “Turismo” • Animação de rua: programa diversificado, nomeadamente durante as Festas da Cidade ou de Freguesia, e durante eventos marcantes, como a Cimeira Ibero Americana, a Porto 2001 ou o Euro 2004.

#### TURISMO

- Feira de Gastronomia.
- Empresas de cruzeiros no rio: existem já oito.
- Circuitos panorâmicos de autocarro.
- Programa de passeios: Descobrir o Porto – Património Mundial/ 1) Circuito da Sé; 2) Circuito da Vitória; 3) Circuito da Ribeira - S. Nicolau; 4) Circuito de Miragaia.
- Programa de Passeios: Um olhar sobre as Igrejas.
- Programa de Passeios: Descoberta dos Tesouros de Arte.
- Programa de Passeios: Porto na Páscoa – circuito das Igrejas.
- Palácio da Bolsa: Oficinas do Palácio – lojas de Ourivesaria e Vinho do Porto.
- Posto de Turismo da Praça do Infante; sede do Porto Tours junto à Sé, etc.

## INICIATIVAS NA ZONA DE PROTEÇÃO

- Arranjo do espaço público em frente da Alfândega.
- Projetos da Sociedade Porto 2001: Praça da Batalha, Cordoaria, Ruas dos Clérigos e de 31 de Janeiro, etc.
- Reabilitação do quarteirão da Praça Carlos Alberto.
- Parques de estacionamento subterrâneos entre o Palácio da Justiça e a Praça Carlos Alberto.
- Recuperação da Frente Ribeirinha de Gaia.
- Reabilitação do Café Guarani.
- Projeto para a renovação da Praça da Liberdade/Avenida dos Aliados.

### **Fonte:**

Porto Vivo (2008). *Plano de Gestão Centro Histórico do Porto Património Mundial* (Vol. III), acedido em 20 de maio de 2015, em <http://www.portovivosru.pt/pt/centro-historico>.

## **APÊNDICE 2 – Lenda do altar de prata do Porto e as invasões francesas**

Toda a cidade chorava os mortos. Centenas. Milhares. Não se sabia ainda a certo... Não muitas horas antes, na madrugada de 29 de Março, as tropas francesas, comandadas pelo Marechal Soult, haviam invadido e tomado a cidade, depois de facilmente terem desbaratado os sistemas defensivos que tinham sido montados na periferia do burgo. Com medo das forças napoleónicas, que atrás de si iam deixando um rasto de morte e destruição, grande parte da população, percebendo da forte insegurança em que se encontrava, fugira espavorida em direção às margens do Douro para, daí, e através da ponte das barcas, passar para Vila Nova de Gaia e, deste modo, tentar escapar à sanha francesa... Foi um terrível equívoco! Uma tremenda e mortífera armadilha! A ponte das barcas encontrava-se aberta a meio do seu tabuleiro. Todavia o turbilhão de gente, apressado e em fuga, não o sabia. E assim, pressionados e empurrados por quem vinha mais atrás, um após outro, aqueles que chegavam a meio da ponte tarde de mais percebiam que estavam a ser impelidos para um abismo, sendo lançados e tragados pela forte corrente das águas do rio... Aos muitos mortos resultantes dos ataques militares franceses juntara-se, assim, um pavoroso número de afogados e desaparecidos... Centenas. Provavelmente milhares...

A dor, o choro e o luto ecoavam no interior da catedral do Porto. Encolhido, pensativo, num canto da igreja, o velho sacristão tinha, contudo, algo mais que o incomodava.

Há longos minutos que os seus olhos não se desviavam da capela do Santíssimo Sacramento, localizada à esquerda da capela-mor. Algo ali o inquietava. O entristecia. O impelia a este estado meditabundo. Era, sem dúvida, uma das peças mais valiosas da Sé Catedral. Um altar de enormes dimensões. Todo em... prata!

Enterrar os mortos. Cuidar dos vivos. Estas eram – deveriam ser – as prioridades absolutas nestas horas. Mas, até por isso, o velho sacristão sentia que tinha que fazer algo para proteger aquela preciosidade. Todas as outras pessoas, incluindo os responsáveis eclesiásticos, estavam assoberbadas de trabalho. Espaços sepulcrais para arranjar, enterramentos, missas de corpo presente, pais, órfãos, viúvas e viúvos para confortar, registos de óbito para escriturar, toda a população angustiada da cidade para amparar... Havia muito para fazer. O velho acólito tinha no entanto, no meio de tamanha tragédia, a felicidade de não ter nenhum morto para chorar e enterrar. Possuía por isso, e sentia-o, a obrigação de tratar de assuntos mais prosaicos, daqueles a que, em momentos como este, poucos prestam a atenção. E, como sacristão da catedral há muitos anos, a responsabilidade pesava-lhe ainda mais. A iniciativa da salvaguarda de alguns dos tesouros da sé dever-lhe-ia pertencer...

E por isso há já longos minutos que os seus olhos não se desviavam da capela do Santíssimo Sacramento. Perante a dimensão daquele altar em prata, que poderia fazer para o salvar do saque

que, não tardaria muito, as tropas de Napoleão iriam perpetrar? Infelizmente não tinha dúvidas: era certo e seguro que os militares franceses irromperiam nos próximos dias pela catedral na busca de riquezas. E tal receio não era em vão, até porque se sabia que, entre os líderes dos invasores, se encontrava o General Loison, que ficara tristemente célebre durante a primeira Invasão francesa que ocorrera um ano antes. Alinhado por “Maneta”, dadas as suas características físicas, este militar não só deixara um rasto de devastação, ferocidade e morte, como lhe tinham sido atribuídos os maiores saques então realizados (breve parêntesis do autor: e é por isso que, ainda hoje, sobrevive a expressão “foi tudo p’ró Maneta!”, quando nos queremos referir a alguma coisa irremediavelmente perdida).

Que poderia fazer? Sabia bem que a primeira coisa que os franceses procurariam seria metais preciosos. E aquele enorme altar, com mais de quinhentos quilos em prata, não lhe passaria certamente despercebido. Se ao menos fosse de talha ou de gesso... Nem um minuto se quedariam a contemplá-lo. Não lhe prestariam qualquer atenção... E foi nesse momento, quando pronunciou para si esta última frase – “não lhe prestariam qualquer atenção” – que, de repente, teve uma ideia. Aparentemente louca. Mas que valia a pena tentar...

Tomado repentinamente por um grande frenesim, o sacristão saiu a correr do interior da igreja. Voltaria alguns minutos depois. Mas já não vinha sozinho. Consigo trazia dois atemorizados auxiliares, que conseguira retirar do interior das suas casas, e a longa escada que utilizava para aceder e limpar os locais mais altos recônditos do templo. Entretanto, para junto do altar, fizera também transportar diversas barricas e baldes de cal.

O velho sacristão sabia que corria contra o tempo. Mas o plano era simples e não iria requerer grande demora. O objetivo era cair todo o altar, de forma a parecer, depois de concluída tal camuflagem, que o mesmo era de gesso. E a verdade é que a operação correu célebre. Quando a deram por concluída não havia a mínima superfície de prata visível e, todo caído de branco, parecia mesmo um retábulo de gesso. Foi, aliás, o que pensaram os franceses quando, no dia seguinte, por ali passaram na ânsia voraz da rapina.

Encolhido num canto da igreja, o velho sacristão assistiu à passagem intempestiva das tropas napoleónicas pelo interior da catedral, sem nunca ter desviado os olhos da capela do Santíssimo. Se alguém estivesse por perto, tê-lo-ia ouvido no entanto murmurar: “Não lhe prestaram qualquer atenção”, ao mesmo tempo que um sorriso se esboçava no seu rosto.

**Fonte:**

Cleto, J. (2010). *Lendas do Porto*. Lisboa: Quidnovi.



### **APÊNDICE 3 – Fato histórico que deu origem à expressão popular “mandar para as malvas”**

Sobre a Torre dos Clérigos, um dos pontos turísticos mais visitados do Porto, temos que, o terreno onde se construiu o conjunto igreja e Torre ficava na parte de fora da muralha, ao cimo da Calçada da Natividade, a atual Rua dos Clérigos. Era conhecido como o Campo da Cruz da Cassoa ou das Malvas e não passava de uma rude, áspera e feia nesga de terra que confrontava, da parte do Norte, com uma calçada que separava esse terreno dos domínios do Recolhimento do Anjo e da respetiva capela – construídos, no século XVII, num terreno que depois veio a ser utilizado para a construção do Mercado do Anjo. O terreno onde se ergueu a Igreja dos Clérigos servia como “adro dos enforcados”. Era nele que se enterravam os cadáveres dos facínoras que morriam na forca. A expressão “mandar para as malvas” está portanto ligada àquela fúnebre tradição. Significa mandar para o cemitério

#### **Fonte:**

Silva, G. (2011). *Porto: nos lugares da história*. Porto: Porto Editora.

#### **APÊNDICE 4 – Lenda dos tripeiros**

“Naquele dia de mil quatrocentos e quinze, o Sol nascia sobre o rio Douro com uma estranha luminosidade. E nas margens do rio tudo se transformara num arsenal. Arsenal gigante, onde se construíam naus e barcas para uma grande aventura marítima. Aventura rodeada de mistério...

Por isso mesmo, por nada se saber ao certo, os boatos multiplicavam-se, chocavam entre si, tomando por vezes foros de revelações sensacionais. E assim, nessa manhã bonita e estranha, Mestre Vaz e um dos seus ajudantes, o moço Simão, trocavam ideias e palpites, perante a atenção curiosa dos que os rodeavam.

— Pois é como lhes digo, rapazes! Estou certo que tudo isto é para levar a Senhora Infanta Dona Isabel até Inglaterra, onde vai casar...

E Mestre Vaz olhava os circunstantes num ar de desafio, como se ninguém pudesse pôr em dúvida a sua afirmação. Mas enganou-se. Simão, o jovem Simão, não concordava.

— Ora, Mestre Vaz, não diga semelhante coisa... Cá por mim, já sei: esta armada que estamos a construir servirá para conduzir el-rei, o Senhor D. João I, a Jerusalém, a fim de cumprir a promessa de visitar o Santo Sepulcro.

Mestre Vaz sorriu Sorriso alegre, mas irónico.

— A quem o dizes! Eras tu garoto ainda ou nem sequer tinhas nascido quando o nosso rei fez essa promessa, se vencesse Castela...

E enchendo o peito de ar, e olhando profundamente para todos, Mestre Vaz concluiu, alteando a voz:

— E o nosso rei venceu! Vencemos... porque eu também tive a honra de estar lá, ao lado dele!

Um ar de pasmo nasceu e correu por entre os circunstantes. E o próprio Simão perguntou, em tom maravilhado:

— O quê? Mestre Vaz foi também nessa armada?

Sentindo-se confortado com a surpresa que suscitara, Mestre Vaz avançou um pouco para Simão e disse lentamente:

— Sim, jovem Simão... Aqui onde me vês, tenho lutado muito por este mundo de Cristo...

E rindo, voltando-se para os outros, acentuou:

— Todos têm ainda muito que aprender comigo...

Semicerrou os olhos, numa chamada à memória.

— Foi aí há uns... trinta... há uns trinta e tal anos... Comandava-nos o Senhor D. Rui Pereira e também trabalhámos assim desalmadamente... como agora... para conseguir ter a armada pronta a tempo de ajudar el-rei, o Senhor D. João, a vencer Castela... e conseguimos! E vencemos! Nunca mais o poderei esquecer...

Por instantes, pairou o silêncio sobre os homens. Cada um entre aos seus pensamentos. Cada um debruçado sobre si próprio. E foi ainda o jovem Simão quem cortou o silêncio.

— Ora, felizmente, Mestre Vaz, desta vez não vamos para a guerra.

Mestre Vaz olhou-o demoradamente. Intencionalmente. E disse apenas:

— Sabe-se lá, Simão, sabe-se lá...

E logo, vendo o sol a estender-se sobre o rio, deu o grito de alarme:

— Eh rapazes, são horas de começar o trabalho. Vamos a ele!

E todos se atiraram à sua faina, na ânsia de não perder tempo...

Foi só na hora do almoço desse dia que Mestre Vaz e o jovem Simão voltaram a encontrar-se.

— Olha, aí vem a tua mãe, Simão.

— Já a tinha visto, Mestre Vaz... Obrigado. E vem com cara de quem traz novidades.

O outro riu-se.

— Até parece que nem conheces a tua mãe... Nunca se viu a Senhora Joana sem novidades para contar...

E voltaram a rir. Mas a Senhora Joana escutara também as últimas palavras.

— Como? Que dizeis vós? Então não sabeis ainda o que se conta por aí?

— Ora, minha mãe... são rumores com certeza... Esta gente só sabe espalhar rumores.

A Senhora Joana revoltou-se.

— Não são rumores, não senhor...

E aproximou-se, em ar de segredo.

— Disse a Senhora Miquelina, que ouviu à tia do Senhor D. Luís de Almeida, que estava a conversar com aquela senhora que é prima da Senhora Abadessa...

Numa gargalhada espontânea, Mestre Vaz não resistiu a interrompê-la.

— Eh, Senhora Joana, por favor pare lá com essa lenga-lenga e diga o que sabe duma vez!

Ela parou, para respirar melhor.

— Ah, ele é isso? Pois ficai sabendo que esta armada é para ir a Nápoles com os Senhores Infantes D. Pedro e D. Henrique, que ali vão casar...

E ficou-se à espera da reacção de pasmo dos dois homens. Mas, em vez de pasmo, surgiu a risota.

— O quê, Senhora Joana, logo os dois ao mesmo tempo?

A mulher fitou-os com misericórdia.

— Pois claro! O Senhor D. Pedro vai casar com a rainha viúva da Itáia. E o Senhor D. Henrique...

Foi a vez do jovem Simão gargalhar.

— O quê, minha mãe? Então pensa que o Senhor D. Henrique vai casar?... Oh, mãe, não diga tal coisa!...

Acabou por ser a mulher a mostrar-se surpreendida.

— E... que tem isso de especial?

Mestre Vaz adiantou-se.

— Oiça, Senhora Joana... Já que quer saber a verdade, não é nada do que pensa. Eu já disse ao seu filho...

Mas ela não o deixou terminar. Embalada por uma onda de brio ferido,olveu-lhe, irada:

— E o Mestre Vaz tem a mania que sabe tudo, não é verdade?... Olhe que também se pode enganar...

O outro abanou a cabeça toda branca.

— Com a idade que tenho, Senhora Joana, já não é muito fácil a gente enganar-se...

— Ora, se vamos falar em idades, estamos bem servidos, Mestre Vaz!

O jovem Simão viu-se obrigado a intervir.

— Bem, bem... Não se zanguem... Quando se encontram, ficam empre a caturrar... Vamos ao almoço, que são horas.

A mulher calou-se e começou a dispor as coisas para o almoço. Por seu turno, Mestre Vaz resmungou:

— E é aproveitar, porque temos de comer depressa... Isto ainda vai muito atrasado... e dizem que o Senhor Infante D. Henrique vem cá no domingo...

E, de facto, dessa vez não foi boato...

O infante D. Henrique apareceu inesperadamente no Porto, para ver o andamento dos trabalhos... O seu olhar arguto passeou lentamente sobre a canseira em curso... Parecia um formigueiro de homens de tronco nu, trabalhando quase sem descanso... Os carpinteiros levantavam no espaço os esqueletos de madeira das naus e das barcas em construção... As serras silvavam... Os martelos batiam... Os machados cortavam... Uma autêntica sinfonia de trabalho, para compor a nova armada!

Deixemos agora o campo real da História, que tem servido de cenário à nossa evocação, e entremos na penumbra da Lenda... Conta, na verdade, uma tradição já muito velhinha que o infante D. Henrique, apesar de tamanho esforço, entendeu que o esforço tinha de ser maior ainda. E decidiu falar com um dos seus homens de confiança. Precisamente o Mestre Vaz.

Mandou-o chamar. Mestre Vaz apresentou-se sem demora.

— Aqui estou, Senhor Infante... Recebi o vosso recado e vim imediatamente.

O Infante fez-lhe um gesto amigo.

— Muito me satisfazeis com o vosso zelo, Mestre Vaz. Aproximai-vos.

Mestre Vaz deu alguns passos. Lentamente. Hesitante.

— Senhor, é assim tão importante o que tendes para me dizer?

— Mais do que podeis julgar.

E baixando a voz, o Infante rubricou:

— O que tenho para vos dizer... é segredo!

Mestre Vaz ficou perplexo.

— Oh, Senhor Infante... Eu não mereço...

Um breve sorriso desenhou-se no rosto duro de D. Henrique.

— Não tenhais receio... Escolhi-vos, porque vos sei leal e fiel.

E fazendo novo gesto para que ele mais se aproximasse, continuou:

— Todos esses rumores que por aí correm sobre o destino da armada andam longe da verdade!

Mestre Vaz abriu a boca para falar, mas calou-se. O Infante fez-lhe sinal para que se pronunciasse. O velho marinheiro, então, um pouco maliciosamente, confessou:

— Eu tenho calculado isso mesmo, meu Senhor... Pareciam-me boatos só para desviar a atenção. O rosto do Infante abriu-se em novo sorriso.

— Tal e qual, velho mestre, tal e qual!... Mas vós ides saber a verdade.

Calou-se, como que meditando. E inclinou-se depois para diante, dando uma inflexão mais dramática às palavras.

— Só vós compreendeis bem? É necessário que não saia desta sala uma única palavra do que vos vou dizer... Em contrapartida, preciso absolutamente que me ajudeis depois com toda a vossa experiência.

Como se fizesse um juramento solene, o velho marinheiro endireitou-se, e garantiu com voz firme e resoluta:

— Contai comigo inteiramente, Senhor Infante!

— Obrigado!

E devagar, medindo as palavras uma a uma, D. Henrique fez a grande revelação:

— Esta armada que estamos a construir, Mestre Vaz... destina-se à conquista de Ceuta!

Diante dos olhos espantados do velho marinheiro, prosseguiu, já num crescendo de entusiasmo:

— Sim, à conquista de Ceuta! El-rei meu pai consente que partamos!

Depois, ergueu-se ele também e, num ar de profeta, acentuou:

— O meu grande sonho vai finalmente tornar-se realidade, Mestre Vaz... Nós conquistaremos Ceuta!

O velho marinheiro persignou-se.

— Que Deus vos oiça, Senhor Infante D. Henrique, que Deus vos oiça!

Houve uma nova pausa entre ambos. Pausa feita de sonho e de esperança... O Infante olhou bem de frente para o velho marinheiro de cabelos brancos.

— Agora, mais do que nunca, preciso de vós e de todos os homens experientes e dedicados como vós, Mestre Vaz! É necessário trabalhar ainda mais... fazer sacrifícios ainda maiores... Percebeis o que quero dizer?

Mestre Vaz deu um passo em frente.

— Percebo, sim, Senhor Infante! Quereis que trabalhemos noite e dia, sem cessar... para que a armada esteja pronta a partir numa data certa...

O Infante D. Henrique respirou fundo, antes de responder.

— Isso mesmo, Mestre Vaz!... Eu desejo que a armada esteja pronta a partir dos primeiros dias de Julho. E para tanto, será necessário certamente um esforço enorme, quase sobre-humano.

Mestre Vaz sorriu, mostrando os poucos dentes que lhe restavam.

— Pois faremos esse esforço, Senhor Infante!... Pelo reino, por el-rei e por vós...

A voz cresceu, num alarde de emoção.

— E também pela nossa querida cidade do Porto... Eu vos juro que faremos esse esforço!

O Infante pousou-lhe suavemente as mãos nos ombros.

— Como sabe bem ouvir tais palavras, Mestre Vaz!

Tocado pelo seu próprio entusiasmo interior, o velho marinheiro continuou, como se não o escutasse:

— Digo-vos mais, Senhor Infante, se mo permitis... Faremos agora o mesmo que fizemos há precisamente trinta e um anos, quando daqui abalou a frota comandada por D. Rui Pereira, para ir auxiliar el-rei, vosso Pai e nosso Senhor, contra os inimigos vindos de Castela... Então, nós, Senhor Infante, decidimos dar toda a carne para mantimento e comeremos apenas as tripas que iam ficando... Por isso mesmo até passaram a chamar-nos “tripeiros”.

E num desabafo:

— Somos tripeiros, sim, e com muita honra!

De olhos iluminados por estranho fulgor, o Infante D. Henrique também não escondeu a emoção que o caldeava ao escutar tais palavras.

— O que me contais é na verdade extraordinário, Mestre Vaz! Tendes razão... Esse nome de tripeiros, por sacrifício tão nobre e tão alto, é sem dúvida uma verdadeira honra para os homens do Porto. Bem vos podeis orgulhar de serdes tripeiros!

— Pois, Senhor Infante, agora o seremos de novo, para que toda a carne que pudermos arranjar siga também na armada, a caminho da grande vitória de Ceuta!

E no mesmo tom, como eco que repercutisse na própria alma, o Infante D. Henrique afirmou, de olhos em êxtase:

— Dizeis bem, Mestre Vaz!... A caminho da grande vitória Ceuta!

Daí em diante, segundo nos conta a mesma tradição velhinha, Mestre Vaz, embora sem revelar a mínima palavra do segredo que lhe confiara o Infante, não mais se cansou de apregoar a mesma ideia, de grupo em grupo, de homem em homem.



— É o que lhes digo, companheiros! Temos de nos sacrificar de novo para honra do nosso reino e para honra da nossa cidade do Porto! Tal como nos chamaram tripeiros, há trinta anos, poderão agora chamar-nos tripeiros para sempre — porque nós guardaremos esse título com orgulho e com altivez!

E o certo é que as suas palavras foram escutadas e repetidas. Transformaram-se num lema. Numa bandeira de compreensão. Acorreram adesões de todos os lados. Até a Senhora Joana, mãe do moço Simão, apareceu imediatamente a corroborar os desejos do velho marinheiro.

— Comigo, podeis contar desde já, Mestre Vaz!... Daqui em diante, somente comerei tripas e darei toda a carne que arranjar para a armada!

— E tu, Simão?

— Eu? Bem o sabeis, Mestre Vaz... Seja qual for o nosso destino, se o Senhor Infante precisa de nós, nós estaremos sempre com ele!

De olhos marejados de lágrimas, Mestre Vaz limitou-se a gritar, num brado de gratidão para todos os que acorriam ao seu chamamento:

— Viva a gente do Porto! Viva o Povo Tripeiro!

E, tal como narra a própria História de Portugal, mercê do invulgar sacrifício dos heroicos Tripeiros, de facto, no dia 10 de Julho de 1415, fundeava em Lisboa a grande frota do infante D. Henrique, com as suas sete galés e as suas vinte naus, a caminho da conquista de Ceuta...”

**Fonte:**

Marques, G. (1997). *Lendas de Portugal*. Lisboa: Círculo de Leitores. pp. 169-175.

## **APÊNDICE 5 – Lenda de Nossa Senhora da Conceição: “a virgem, o menino e o bote”**

A multidão agita-se. Descortina-se que um outro bote, com representantes de cada uma das margens, se afasta agora do pequeno barco onde se concentram todas as atenções. Tal significa que este está agora solto. Livre para descer o rio e vogar ao sabor das correntes. O barco e a sua famosa “passageira”...

Mas, que faz um bote vazio com uma velha imagem sacra no meio do estuário do Leça? E porque é que uma multidão imensa segue, nas duas margens, a viagem da embarcação?

Tudo começara alguns anos antes. Em 1834. Na sequência do definitivo triunfo dos ideais liberais no nosso país, e da legislação anticlerical então promulgada, as ordens religiosas, seus mosteiros e conventos, foram fechados, os seus bens nacionalizados e, de seguida, vendidos em hasta pública. O convento franciscano de Nossa Senhora da Conceição, localizado em Leça da Palmeira, junto às margens do rio Leça (onde hoje existe o conhecido parque público que, por isso mesmo, se chama “Quinta da Conceição”), não foi exceção. Não obstante a sua longa história, que recuava a Maio de 1478, quando fora lançada a sua primeira pedra. A construção foi rápida e para tal muito contribuiu a vontade e a influência régia de Afonso V. prova disso foi a encomenda que este monarca fez, em 1481, de uma imagem de Nossa Senhora da Conceição com o objetivo de a oferecer ao convento. Mas não poderia ser uma imagem qualquer. Teria de ser muito bela. E por isso, e por mais de 23 mil reis, encomendou-a ao mais famoso escultor do reino: Diogo Pires (o Velho), de Coimbra. A imagem ficou pronta dois anos depois, nos inícios de 1483 e, depois de descer o Mondego, foi transferida para uma outra embarcação, de maiores dimensões que, por mar, conduziu à cidade do Porto que, em festa, a recebeu no dia 7 de Maio desse ano. Por poucas horas. O tempo necessário para a transferir de novo para um outro barco, a nau “Santa Maria das Neves” que, das águas do Douro a conduziu até às do Leça onde a receção à belíssima escultura mandada fazer pelo rei foi entusiástica.

Mas isso fora em 1483... depois de mais de três séculos de protagonismo, grande devoção e admiração, a imagem ficara em perigo em 1834, na sequência da legislação liberal. Com efeito, o encerramento que então ocorre do convento e a rápida, embora contrariada, partida dos frades, a que se seguirá a venda do convento e dos seus bens em leilão público em 20 de Dezembro de 1837, e, fundamentalmente, o período que mediou entre uma data e outra, durante o qual se adivinha que o zelo pelo espaço não terá sido muito, poderia ter feito perigar a antiquíssima imagem.

E fez mesmo! “Legalmente” a escultura fazia parte do espólio do convento e, com ele, deveria ter sido “arrematado” pelo endinheirado portuense Manuel José de Freitas Guimarães que ganhou o leilão. Mas a verdade é que, por essa altura, a imagem tinha já desaparecido. E em vão se procurou

resgatar essa velha preciosidade. Só muitos anos depois – bem mais de uma década – serenadas as contendas políticas e militares que tanto caracterizam e dividiram o nosso país em meados do século XIX, é que se soube que, afinal, a preciosa representação da Virgem e do Menino Jesus tinha permanecido todo esse tempo guardada e protegida por um lavrador de Matosinhos, receoso de que algum ato anticlerical mais radical pusesse em risco a antiquíssima escultura. Embora não seja de descartar a hipótese de que, com este seu “roubo”, o lavrador tivesse, afinal, assegurado que a imagem, que era “do Povo”, caísse nas mãos de um particular. Fosse como fosse, posta a circular a notícia de que a escultura estava segura e que importava devolvê-la a um local de culto, gerou-se então uma grande controvérsia entre os habitantes de uma orla e outra da Foz do Leça. Para os de Leça da Palmeira, na margem direita, era evidente que, tendo a Nossa Senhora da Conceição sido oferecida ao convento franciscano aí existente e nesse local permanecido durante três séculos e meio, deveria por tal motivo ser guardada e devocionada na igreja paroquial local. Não era essa, contudo, a opinião dos habitantes da margem esquerda. Sempre existira uma forte relação do convento franciscano com a igreja do Bom Jesus de Matosinhos e, além do mais, devia-se a um lavrador dessa freguesia a salvaguarda da imagem. Esta deveria, portanto, ficar na igreja de Matosinhos.

As velhas rivalidades entre as duas margens reacenderam-se. Os ânimos aqueceram. Tanto que, temendo ver-se envolvidos nalguma manifestação ou ato mais belicoso, os dois párcos puseram-se de fora da contenda. Constava, mesmo, que o próprio Bispo fizera saber que nem queria ouvir falar da questão.

Foi então que – não se sabe hoje de quem partiu a reflexão – começou a ser divulgada a ideia de que, estando aquela representação da Virgem e do Menino habiuada a navegar em rios (na sua vinda para o convento descera o Mondego, paseare-se no Douro e subira parte do Leça), e porque Matosinhos e Leça da Palmeira estavam unidos por este último, então que fosse este, servindo de instrumento aos desígnios da Virgem, a decidir qual a margem em que ela desejaria repousar. Esta ideia, perante o impasse a que a situação chegara, ganhou de imediato a concordância de todos. Esses todos que, agora, estavam de olhos pregados no pequeno bote que, largado a montante das duas povoações, em local fronteiro ao antigo convento, começara a deslizar pelo rio Leça. Foram minutos de incerteza. De consecutivas exclamações da mole de uma margem e outra sempre que a embarcação parecia se dirigir na sua direção. Mas a expectativa acabou, ao fim de alguns minutos, por dar lugar à certeza. Vogando bem no meio do rio, quando o bote passou entre as duas povoações virou decididamente para a margem direita. O rio decidira e a imagem foi recebida, com grande alegria, pelos leceiros que, de imediato, a colocaram no interior da igreja paroquial. Onde ainda hoje a podemos contemplar.

**Fonte:**

Clerito, J. (2010). *Lendas do Porto*. Lisboa: Quidnovi.

## APÊNDICE 6 – Primeira versão do guião da entrevista (versão em português e inglês)

### Guião da entrevista

Idade:

Escolaridade:

Sexo:

Nacionalidade:

Convicções religiosas:

1. O que o motivou a conhecer este monumento?
2. Você se sente de alguma maneira ligado a este património? Por que?
3. De que maneira acredita que poderia se sentir mais ligado a este património?
4. Conhece algum outro monumento religioso do Porto?
5. Conhece alguma história relacionada aos monumentos?
6. Considera que os guias destinados aos turistas possuem informações suficientes?
7. Se pudesse sugerir modificações nesses guias, quais seriam?
8. Interessar-lhe-ia um material informativo que tratasse das manifestações religiosas de cunho imaterial, a partir de narrativas dos moradores da cidade?
9. Uma festa religiosa característica da zona do Porto seria uma razão para voltar a visitar a cidade?

### Interview Guide

Age:

Education:

Gender:

Nationality:

Religious Convictions:

1. What motivated you to visit this monument?
2. Do you feel in some way attached to the monument? Why?
3. What would be necessary for you to feel more attached to this monument?
4. Do you know about any other religious monument in Porto?
5. Do you know about some story/curiosity related to this monument?
6. Do you think that the guides offered for tourists has enough information about the sites?
7. If you could suggest some changes on these guides, what would that be?
8. Would you be interested on a guide about immaterial religious manifestations, considering stories' relations from city dwellers?
9. A religious festival in Porto would be a reason to come to the city again?

## **APÊNDICE 7 – Guião definitivo da entrevista (versão em português e inglês)**

### **Guião da entrevista**

Idade:

Escolaridade:

Sexo:

Nacionalidade:

Convicções religiosas:

1. O que o motivou a conhecer este monumento?
2. Você se sente de alguma maneira ligado a este património? Por que?
3. De que maneira acredita que poderia se sentir mais ligado a este património?
4. Conhece algum outro monumento religioso do Porto?
5. Conhece alguma história relacionada aos monumentos?
6. Considera que os guias destinados aos turistas possuem informações suficientes?
7. Se pudesse sugerir modificações nesses guias, quais seriam?
8. Interessar-lhe-ia um guia informativo que tratasse das curiosidades e lendas relacionadas a este e outros monumentos do Porto, a partir, por exemplo, de narrativas dos moradores da cidade?

### **Interview Guide**

Age:

Education:

Gender:

Nationality:

Religious Convictions:

1. What motivated you to visit this monument?
2. Do you feel in some way attached to the monument? Why?
3. What would be necessary for you to feel more attached to this monument?
4. Do you know about any other religious monument in Porto?
5. Do you know about some story/curiosity related to this monument?
6. Do you think that the guides offered for tourists has enough information about the sites?
7. If you could suggest some changes on these guides, what would that be?
8. Would you be interested on a guide about the curiosities and legends related to the monuments in Porto, considering narratives of the local people?

## APÊNDICE 8 – Breve caracterização da Sé Catedral

*“Este templo imponente, contemporâneo da fundação da nacionalidade, começou a ser construído ao longo dos séculos XII e XIII, na sequência do foral concedido, em 1123, pelo bispo D. Hugo, aos moradores do morro sobranceiro ao rio Douro. O aspecto atual evidencia, na mistura de estilos, as várias alterações e acrescentos – incluindo, alegadamente, a mão de Nasoni – introduzidos até ao século XVIII. No vasto Terreiro da Sé arengou D. Pedro Pitões, bispo do Porto, aos cruzados alemães, franceses, ingleses e nórdicos – que haviam aportado ao Douro de passagem para a Terra Santa –, induzindo-os, com o latim da sua “fala” persuasiva, a ajudar D. Afonso Henriques nas ações de reconquista que culminariam em Lisboa” (Dias, 1999, p. 34).*

A Freguesia da Sé, onde está localizada a Sé Catedral, é uma zona de vários acontecimentos passados: a Sé, o velho promontório rochoso da Pena Ventosa, é o mais antigo local de ocupação humana, de uma forma perene (Silva, 2013). Centenas de povoados terão existido no Norte de Portugal, e foi na Rua de D. Hugo que foram encontradas as provas dessa ocupação. A datação aponta para a segunda metade do primeiro milénio a.C.

Não existem muitas informações sobre a génese da Sé Catedral do Porto. Sabe-se que existiu uma ermida no local onde posteriormente viria a ser erigida a catedral e que esta terá sido construída já depois de D. Hugo ter sido nomeado Bispo do Porto (Silva, 2005).



**Figura 1 - Sé Catedral**  
Fonte: <http://www.beta-viagens.eu>.

A primeira notícia referente à vetusta Sé do Porto remonta ao século VI: em 589, ano do III Concílio de Toledo, presidido pelo monarca visigodo Recaredo, teve assento D. Constâncio, bispo da Igreja Portucalense. No século VIII, os muçulmanos conquistaram o Porto, arrasando a primitiva Sé Catedral e mudando-se os bispos titulares para Oviedo e outras dioceses do Norte da Península Ibérica. Reconquistada a cidade para as armas cristãs, a Sé episcopal seria reconstruída.

Após um período em que se declarou "sede vacante", estando encarregue do governo da diocese uma série de cónegos-arcediagos, o bispo francês D. Hugo é eleito em 1114. Recebendo avultadas doações de D. Teresa e, posteriormente, de D. Mafalda (respetivamente mãe e mulher de D. Afonso Henriques), D. Hugo procede à reedificação da nova Sé Catedral ao longo do século XII.

A Sé do Porto é uma construção de estrutura romano-gótica dos séculos XII e XIII, a qual sofreu várias remodelações no período barroco (entre os séculos XVII e XVIII). A Catedral ainda conserva o seu aspecto de igreja-fortaleza, com ameias. Podemos destacar a rosácea (século XII) e a galilé lateral (1736), obra de Nicolau Nasoni (Diocese do Porto, s/d).

A nave central da Catedral possui grossos pilares fasciculados com abóbadas e arcos. Próximos às portas há duas pias de água benta em mármore rosado dos finais do século XVII. A capela-mor é do período maneirista (1610). O retalho em talha dourada é considerado um exemplar do barroco joanino (Silva, 2014). No transepto, ao lado esquerdo, fica o altar onde está colocada a imagem de Nossa Senhora de Vandoma que, desde 1984, é a padroeira da cidade (Silva, 2014). No lado direito, fica o altar de Nossa Senhora da Silva, cuja origem é reportada por uma lenda local. Nos altares colaterais estão as imagens do São Vicente e do São Pantaleão, os quais, de acordo com Germano Silva (2014), são os dois anteriores padroeiros do Porto. Há que se destacar, ainda, o altar de prata na Capela do Santíssimo Sacramento, o qual é considerável uma notável obra da ourivesaria portuguesa. O lampadário de Teixeira Lopes, o órgão de tubos, as arcadas do claustro interior, são partes integrantes do belo arsenal da Sé Catedral.

#### **Fontes:**

Dias, M. (1999). *Porto – Património Cultural da Humanidade: espaços e monumentos classificados pela UNESCO*. Porto: Ilídio Inácio.

Diocese do Porto (s/d). *Sé do Porto*. Acedido em 12 de Maio de 2015, em [http://www.diocese-porto.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=877:igreja-da-se-catedral-do-porto](http://www.diocese-porto.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=877:igreja-da-se-catedral-do-porto).

Silva, C. (2013). *Passeios pelo Porto* (Vol. II). Porto: Cordão de Leitura.

Silva, G. (2005). *Passeios pelo Porto*. Cruz Quebrada: Casa das Letras.

Silva, G. (2014). *Caminhar pelo Porto*. Porto: Porto Editora.

## APÊNDICE 9 – Breve caracterização da Igreja de São Francisco

A Igreja de São Francisco localiza-se na Rua Infante Dom Henrique, no Centro Histórico do Porto, próximo à zona ribeirinha. Com sua impressionante imponência arquitetónica, exemplo singular da portuense monumentalidade gótica, com interferências românicas, a Igreja de São Francisco é referência incontornável no circuito turístico da cidade (Dias, 1999). É um dos locais mais procurados pelos turistas que visitam a cidade, à semelhança da Sé Catedral.

A construção da Igreja de São Francisco iniciou-se a partir da atribuição de um terreno aos Frades Franciscanos, os quais estavam estabelecidos no Porto desde o início do século XIII. Porém, problemas com o bispo do Porto em relação aos limites dos terrenos e resistências de outro cariz foram adiando o início das obras de construção, o que levou à intervenção do Papa Inocêncio V, em 1244, através da Bulla Doelentis Accepimus. Deste modo, iniciou-se finalmente a edificação das fundações de um convento e de uma igreja (Almeida, 2013).

A Igreja foi edificada entre 1383 e 1410, sob a proteção, na fase final, de D. João I. Ao longo dos anos, a Igreja de São Francisco passou por várias remodelações, sendo que a principal alteração acontece no início do século XVIII, quando a maioria das superfícies interiores foi revestida com talha dourada, contrastando então a pureza do gótico trecentista com o brilho da talha dourada do barroco setecentista (Almeida, 2013). Atualmente, depois de todas as modificações e as alterações na fachada provocadas pela construção do Palácio da Bolsa, é possível observar uma fachada sólida e tripartida, com um portal barroco dos finais do século XVII, rematado por uma imagem de São Francisco de Assis e, no plano superior, encontra-se uma rosácea gótica (Almeida, 2013).



Figura 2 - Igreja de São Francisco

Fonte: <http://www.feelporto.com/igreja-de-sao-francisco/>

Ao longo do século XVII são construídos vários retábulos: em 1595 é executado o retábulo de São Brás, por Manuel da Ponte. Entre 1612 e 1615 é feito o retábulo da capela de Nossa Senhora dos Anjos por Francisco Moreira, pintado e dourado pelo pintor Inácio Ferraz de Figueiredo. Em 1680 é executado o douramento do retábulo da confraria de São Brás e São José por Manuel Ferreira. Depois, no século XVIII, o retábulo-mor, dedicado à Árvore de Jessé, foi reformulado por Filipe da Silva e António Gomes (Direção Geral do Património Cultural, s/d).



O Retábulo de Nossa Senhora da Rosa data da década de 40, e foi construído sob a responsabilidade do arquiteto Francisco do Couto (Direção Geral do Património Cultural, s/d).

Com a extinção das ordens religiosas no século XIX mais o incêndio ocorrido em 1833, o convento entrou em decadência. O claustro foi destruído para dar lugar ao Palácio da Bolsa e a Igreja foi ocupada para fins outros, como o de armazém da Alfândega da cidade (Direção Geral do Património Cultural, s/d).

O complexo franciscano é hoje composto por três partes distintas: a Igreja Monumento de São Francisco, a Casa do Despacho e o Cemitério Catacumbal. Para além destas componentes, há um que não está aberto ao público: a Igreja da Venerável Ordem Terceira de São Francisco. Trata-se de um edifício Neoclássico anexo à Casa do Despacho e que hoje em dia é usado apenas pelos membros da Ordem, ou, por vezes, para eventos privados como casamentos e batizados (Coutinho, 2012).

Em 1910, a Igreja de São Francisco foi classificada como Monumento Nacional, e atualmente o monumento pertence à Venerável Ordem Terceira de São Francisco, e é utilizada apenas para o Turismo, não tendo serviços religiosos.

#### **Fontes:**

Almeida, M. (2013). *Igreja de São Francisco*. Acedido em 10 de Março de 2015, em <http://www.feelporto.com/igreja-de-sao-francisco/>.

Coutinho, B. (2012). *Há morte nas catacumbas? Um estudo sobre turismo negro*. Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.

Dias, M. (1999). *Porto – Património Cultural da Humanidade: espaços e monumentos classificados pela UNESCO*. Porto: Ilídio Inácio.

Direção Geral do Património Cultural (s/d). *Igreja de São Francisco – detalhe*. Acedido em 10 de Março de 2015, em <http://www.patrimoniocultural.pt/>.