



A CLASSIFICAÇÃO DE ANGRA DO HEROÍSMO COMO PATRIMÓNIO MUNDIAL E A RELAÇÃO COM TURISMO CULTURAL

CARLA FERREIRA*

A CLASSIFICAÇÃO de uma cidade como “Património Mundial”, sendo uma distinção emblemática, constitui, na atualidade, uma oportunidade para o investimento na atração de um grande número de turistas. Em muitos países, os agentes de turismo tentam cada vez mais enfatizar a imagem do seu destino através de uma imagem de marca ancorada no estatuto de Património Mundial. Bons exemplos disso são as cidades de Olinda, Toledo e Santiago de Compostela. A comunica-

ção e divulgação são essenciais para a promoção de uma cidade, e exercem um papel determinante na hora de decidir a opção de um local de destino. É necessário avaliar o peso da classificação de Angra do Heroísmo na decisão dos turistas em visitar a nossa cidade.

Os promotores turísticos, ao evocarem esta classificação da UNESCO para difundirem nacional e internacionalmente a sua cidade, “investem na constituição de um discurso, de uma icono-

* MUSEU DE ANGRA DO HEROÍSMO





grafia e de um esteticismo específicos do espaço e da cidade, de que o estatuto de Património Mundial se torna uma das principais referências”.¹

A inscrição da cidade de Angra do Heroísmo na lista de Património Mundial pela UNESCO em 1983, com base nos critérios (iv)² e (vi)³, incitou não só a salvaguarda do património, mas também a promoção turística desta cidade no meio do Atlântico. Atualmente, a cidade de Angra é visitada por turistas de distintas partes do globo.

“O turismo cultural é uma modalidade que se foca nos recursos culturais. Tais recursos não se confinam aos monumentos, ao património construído ou aos mitos e lendas do passado. Estão também relacionados com o modo de vida, aos costumes e o quotidiano. Baseia-se, particularmente, na difusão do património cultural material e imaterial de uma região ou país.”⁴ Engloba um amplo conjunto de atividades que compreendem, por exemplo, o turismo de museus, turismo literário ou turismo de festivais.

Atualmente com o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação, o turista cultural é cada vez mais exigente e, por isso, é necessário que os promotores do turismo encontrem formas de promover as singularidades dos destinos como agentes de diferenciação. Por isso, as cidades com o estatuto de Património Mundial são fortemente utilizadas nas estratégias

de comunicação do sector público e privado do turismo. O turista esta cada vez mais estimulado a consumir essas singularidades culturais que se encontram no património de um país ou região. Isto é, “...as culturas são distintamente diferentes em diversas sociedades. É esta a razão do turismo cultural. As pessoas são atraídas pelas diferenças e não pelas similaridades.”⁵

Angra é excecional e inclui-se num contexto cultural próprio, logo os responsáveis pelo turismo devem ter capacidade de responder com eficácia à diversidade das motivações que os turistas, especialmente os culturais, apresentam para viajar. O turista não quer apenas experiências estéticas ou de entretenimento. É necessário criar experiências de qualidade que possam permitir uma melhor compreensão e fruição dos valores

1 PEIXOTO, Paulo, *O Património Mundial como Fundamento de uma Comunidade Humana e como Recurso das Indústrias Culturais Urbanas*, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra - Centro de Estudos Sociais, 2000, pág. 15.

2 (iv) – ser um exemplo de um tipo de edifício ou conjunto arquitetónico, tecnológico ou de paisagem, que ilustre significativos estágios da história humana.

3 (vi) – estar diretamente ou tangivelmente associado a eventos ou tradições vivas, com ideias ou crenças, com trabalhos artísticos e literários de destacada importância universal

4 RAMOS, Francisco & MARUJO, N., *Reflexões Sócio-Antropológicas sobre o Turismo*, in Revista Turismo & Desenvolvimento, Nº16, 2011, 25-33.

5 IVANOVIC, Milena, *Turismo Cultural*, Juta & Company, cidade do Cabo, 2009, pág. 74.



que a cidade de Angra apresenta através do estatuto de Património da Humanidade. O turista na sua visita a uma cidade com esta distinção, também quer levar algo de novo consigo, que contribua para o seu enriquecimento pessoal. Ou seja, quer experiências educativas que possam contribuir para o seu processo de aprendizagem. Mas, na minha opinião, essas experiências de qualidade que o setor do turismo pode proporcionar aos turistas devem, também, promover a valorização e conservação do património cultural e histórico da cidade. A imagem que os turistas levam de nós para fora pode ter uma grande influência sobre as pessoas de um determinado grupo social e, por isso, o turismo tem que se valer, cada vez mais, desta arma que é a comunicação “boca-a-boca”.

O turismo pode ser a fonte de alguns problemas que afetam por exemplo, as cidades Património Mundial. Por outro lado, pode funcionar como um incentivo à recuperação e valorização do património, material e imaterial, sendo muitas vezes a resposta mais sólida em matéria de angariação de recursos financeiros que permitam preservá-lo.



BIBLIOGRAFIA

IVANOVIC, Milena, *Turismo Cultural*, Juta & Company, cidade do Cabo, 2009.

BORGES, Maria do Rosário, MARUJO, Noémi e SERRA, Jaime, *Turismo cultural em cidades Património Mundial: a importância das fontes de informação para visitar a cidade de Évora*, in *Tourism and Hospitality International Journal*, nº 1, 2013.

BORGES, Maria do Rosário, MARUJO, Noémi e SERRA, Jaime, *Turismo Cultural em Cidades Históricas: A cidade de Évora e as Motivações do Turista Cultural*, in *TURyDES – Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo*, Vol. 6, Nº 14, junho de 2013.

BORGES, Maria do Rosário, MARUJO, Noémi e SERRA, Jaime, *Turismo e Autenticidade em Cidades Património Mundial: o grau de satisfação do turista cultural na cidade de Évora (Portugal)*, in *TURyDES – Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo*, Nº 21, dezembro de 2016.

PEIXOTO, Paulo, *O Património Mundial como Fundamento de uma Comunidade Humana e como Recurso das Indústrias Culturais Urbanas*, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra - Centro de Estudos Sociais, 2000.

PEIXOTO, Paulo, *As cidades e os processos de patrimonialização: a corrida ao estatuto de Património Mundial e a identidade simbólica das cidades*, in *Cidade e metrópole - centralidades e marginalidades*, Celta Editora, Oeiras, 2001, pp. 171 – 179.

RAMOS, Francisco & MARUJO, N., *Reflexões Sócio-Antropológicas sobre o Turismo*, in *Revista Turismo & Desenvolvimento*, Nº16, 2011.