

UMA NOVA ABORDAGEM PARA A VALORIZAÇÃO TURÍSTICA DO PATRIMÓNIO: O *PAIDEIA APPROACH*

A NEW APPROACH IN MANAGEMENT OF HERITAGE FOR TOURISM DEVELOPMENT: THE *PAIDEIA* APPROACH

Fabio Carbone

Doutorando sobre o conceito de “Paideia Approach” na gestão e valorização do património em prol da sociedade, Docente na Universidade Lusófona do Porto, Faculdade de Economia

fabiocarbone.pro@gmail.com

RESUMO

O presente artigo defende a ideia de que o património arqueológico e o conhecimento produzido através do seu estudo possam ser uma componente fundamental no processo de desenvolvimento sociocultural e económico das comunidades, representando também o ponto de partida para relações interculturais/inter-religiosas pacíficas. Este conceito, que denominamos de *PAIDEIA APPROACH*, isto é, de abordagem *PAIDEIA* à gestão do património enquanto veículo de desenvolvimento social e económico, é de facto inspirado no ideal aristotélico de *παιδεία*, segundo o qual o homem se torna livre e preparado para o encontro com “o outro” apenas através do conhecimento de si próprio. Isto é, do seu património cultural, do qual a arqueologia é parte fundamental. Acreditamos firmemente que esta ideia possa e deva ser aplicada concretamente na gestão do património cultural enquanto novo fundamento do desenvolvimento. Esta proposta insere-se no debate actual acerca da necessidade de novos paradigmas de desenvolvimento: os presentes desequilíbrios socioeconómicos globais demonstraram que os paradigmas até agora adoptados foram inadequados sob todos os pontos de vistas (económico, ambiental e sociocultural). O objectivo específico deste artigo é apresentar o trabalho iniciado no ano 2006, que originou a elaboração do *Paideia Approach* e, nesta perspectiva, focar a revisitada aliança entre arqueologia e turismo.

PALAVRAS-CHAVE

Arqueologia, Turismo, Património, *Paideia Approach*, Desenvolvimento Sustentável.

ABSTRACT

This article supports the idea that the archaeological heritage and knowledge produced through its study may be a key component in the process of sociocultural and economic development for communities, representing also the starting point for intercultural / inter-religious peaceful relationships. This concept, which we call *PAIDEIA APPROACH* to the heritage management as a vehicle for social and economic development, is indeed inspired by the Aristotelian idea of *παιδεία*, whereby the people become free - and ready to meet "the other"- only through knowledge of oneself, in other words, one's cultural heritage, considering archaeology as a key part of this. We strongly believe this idea can and has to be applied specifically in the management of cultural heritage as a new focus of development. This proposal falls within the current debate about the need for new paradigms of development: the present global socioeconomic imbalances have shown that the paradigms adopted so far have been inadequate in all viewpoints (economic, environmental, sociocultural). The specific

objective of this paper is to present the work, begun in 2006, which led to the development of Paideia Approach and, from this perspective, to focus specifically on the concept of a revisited alliance between archaeology and tourism.

KEYWORDS

Archaeology, Heritage, Paideia Approach, Tourism, Sustainable Development.

1. INTRODUÇÃO

A valorização do património e do conhecimento arqueológico enquanto recurso chave para o desenvolvimento sociocultural e económico prevê a criação - e em alguns casos o fortalecimento - duma importante parceria entre Arqueologia e Turismo. No estudo realizado (Carbone, 2006) foi demonstrada a existência duma aliança ancestral entre património cultural e actividade turística. A razão está na motivação primordial do viajar: o conhecimento de si.

Existem teorias segundo as quais a raiz da própria palavra *Turismo* possa ter origem não no termo *Tour*, mas no hebraico *Tur*, que se encontra já na Bíblia com o significado de *viagem de reconhecimento*. E se, de acordo com Peralta da Silva (1997), “os vestígios materiais e imateriais que nos falam do passado duma determinada área geográfica e cultural têm como característica determinante a capacidade de representar simbolicamente uma *identidade*”, então poderemos certamente afirmar que o património cultural (e arqueológico sobretudo) encontra-se entre as mais antigas motivações para uma viagem!

A actividade de percorrer grandes distâncias, isto é, de viajar, prende-se originariamente não apenas com a necessidade humana de lazer - reivindicada depois na sociedade pós-industrial - mas, sobretudo, na epifania daquela actividade que depois será chamada Turismo, com a necessidade humana de “conhecer”. A situação alterou-se profundamente apenas com as mudanças sociais que se desencadearam desde o princípio do século XX e sobretudo a partir de 1950: nesta altura, a actividade turística foi assumindo novos significados, sobretudo socioeconómicos, levando ao turismo de massa e, sobretudo, tanto da parte da procura como da oferta, a uma definição distorcida e bastante redutiva de “lazer”, demasiadas vezes encontrado como sinónimo de ócio.

A componente motivacional do conhecimento e auto-conhecimento teria que ser retomada e fomentada, não apenas para benefício da experiência turística mas, antes de mais, para um crescimento sócio-cultural das comunidades residentes. A actividade turística, por seu lado, beneficia da valorização do património arqueológico e de todo o conhecimento produzido à sua volta, pela característica que este lhe confere: a unicidade e autenticidade, indispensáveis para o sucesso de um destino turístico. Entre os recursos turísticos primários de um território encontra-se, de acordo com autores como Yale (1992), o seu património arqueológico, isto é, os vestígios da chamada *cultura material* (Carandini, 1996; Harris, 1979). A cultura e a história representam o *unicum* de uma , e uma só, área geográfica, tornando-se, de acordo com Mckercher e du Cros (2002), nas componentes que mais diferenciam um destino turístico. A Australian Heritage Commission defende que *o património proporciona a possibilidade de poder “contar histórias” acerca dum território e da sua gente*, e aponta o património como elemento chave do sucesso de um destino turístico (AHC, 2004). Resumindo, o principal valor acrescentado que o património - e em particular o arqueológico - confere ao turismo está relacionado com a sua capacidade de diferenciar e conferir unicidade e autenticidade a um destino.

2. OBJECTIVOS

Com o presente trabalho pretende-se analisar as práticas correntes na gestão do património. Propor, com base nesta análise, uma revisão que não diz respeito apenas ao potencial da arqueologia enquanto factor de desenvolvimento, mas tem também em consideração as oportunidades proporcionadas pelas recentes e profundas mudanças conceptuais que dizem respeito à actividade turística: tanto da parte da oferta como da procura, a actividade turística baseada nos “3S” (*Sun, Sand and Sea*) deixa hoje espaço para um conceito mais articulado, complexo e maduro desenvolvimento de um turismo que se pode definir, sem abandonar a fórmula, dos “3L”, *Leisure, Learning and Landscape*.

Estas reflexões tornam-se fundamentais na aspiração geral de redefinição do papel do património arqueológico no processo de desenvolvimento local através da sua grande aliança com o Turismo, adaptando os ideais aristotélicos de *PAIDEIA*. A nossa proposta de revisão das práticas de gestão tem base no que definimos de *PAIDEIA APPROACH* para a gestão e valorização turística do património, uma abordagem que tem em consideração os objectivos comuns das duas áreas (gestão do património e gestão e desenvolvimento turístico), isto é: o desenvolvimento da população local.

3. METODOLOGIA

Os primeiros passos da investigação representam-se pela análise das orientações supranacionais para a gestão do património cultural, em geral, e arqueológico, em particular, e consequentemente passar à análise das práticas e das políticas implementadas a nível nacional e local. O Museu e as Ruínas de Conímbriga, foram o estudo de caso seleccionados, como parte do método de investigação. De seguida são apresentados os passos desta primeira fase da investigação no âmbito das políticas e práticas de gestão e valorização do património arqueológico:

I. Formulação da hipótese de estudo: optimização da valorização turística do património arqueológico;

II. Estudo prévio das orientações nacionais e supranacionais;

III. Estudo de caso (Museu e Ruínas de Conímbriga), adoptando algumas das técnicas de recolha de dados propostas por Bell (1997) e Wilkinson e Birmingham (2003), como a entrevista e a observação directa, estabelecendo uma série de parâmetros qualitativos e quantitativos a analisar;

IV. Tratamento dos dados;

V. Conclusões e sugestões.

A *Carta para a Protecção e Gestão do Património Arqueológico* (ICOMOS, 1990) forneceu os principais indicadores para a análise:

- Políticas integradas de protecção;
- Legislação e economia;
- Sistematização dos dados;
- Investigação;
- Manutenção e conservação;

- Apresentação, informação de reconstrução;
- Qualificação profissional;
- Cooperação internacional.

A estes indicadores principais, acrescentou-se a procura de informação ao nível de:

- Relações (culturais e socioeconómicas) entre a área arqueológica e a população residente;
- Níveis de integração, horizontal e vertical, no processo de gestão e valorização;
- Envolvimento dos técnicos do património (arqueólogos, técnicos de conservação, etc.) no processo de planeamento das actividades turísticas na área (dando particular atenção às modalidades de apresentação, ferramentas de interpretação arqueológica, etc.);
- Nível de implementação de princípios de sustentabilidade;
- Estratégia de marketing cultural adoptada para a promoção turístico-cultural da área arqueológica junto da população local e turistas.

Os dados estatísticos foram fornecidos pelo Instituto Português de Museus, actual Instituto de Museus e Conservação (ICM.IP), que elabora a informação estatística com base no despacho nº 9104/2004 (2ª Serie) do Ministério da Cultura. A análise dos dados recolhidos permitiu salientar os pontos fortes e fracos no âmbito da gestão da área arqueológica de Conímbriga, nomeadamente da sua valorização turística.

4. RESULTADOS OBTIDOS. ALGUMAS REFLEXÕES

A área arqueológica de Conímbriga é um local de forte valor histórico e arqueológico. Foram numerosos os projectos implementados no âmbito da valorização do património, com grande afluência de público, sendo abundantes as actividades que o museu oferece aos seus visitantes para maximizar a qualidade da experiência vivida. A análise realizada permitiu focar de forma mais atenta a qualidade das políticas de gestão e valorização do património arqueológico, proporcionando um quadro claro da situação actual de acordo com os parâmetros adoptados. Os resultados, adaptados à escala de Likert, são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1: Reprodução dos resultados obtidos, adaptados à escala de Likert

| | 😊😊 | 😊 | 😐 | 😞 | 😞😞 |
|--|----|---|---|---|----|
| Políticas de Protecção Integrada | | | | X | |
| Legislação Económica | | | | | X |
| Monitorização | | X | | | |
| Investigação | X | | | | |
| Manutenção/ Conservação | | | X | | |
| Apresentação/ Informação/ Reconstrução | | X | | | |
| Qualificação Profissional | | | | X | |
| Parcerias Internacionais | | | X | | |

Fonte: Elaboração própria

O objectivo geral do estudo foi a análise das actuais políticas e práticas de gestão com objectivo à optimização das mesmas para que o património e o conhecimento arqueológico se possam tornar num recurso dinâmico no processo de desenvolvimento local sustentável.

A análise demonstrou a existência de fortes competências e múltiplas tentativas de tornar o património arqueológico presente em Conímbriga num elemento dinamizador a nível sócio cultural e económico para o desenvolvimento do destino, tendo-se até registado a implementação de projectos bastante inovadores de valorização turística. Existem, no entanto, algumas limitações, nomeadamente no que diz respeito à falta de autonomia e possibilidade de auto-financiamento dos gestores locais em relação aos órgãos centrais de gestão do património.

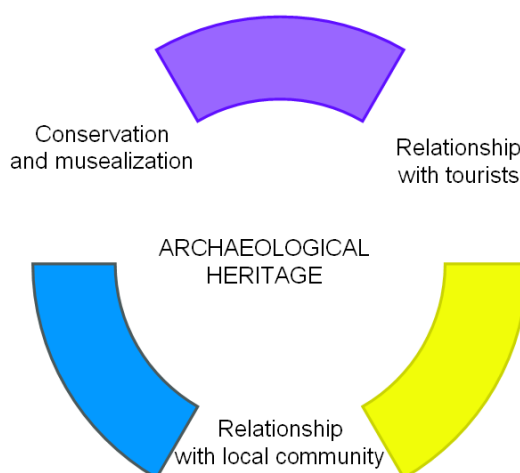
O actual modelo de gestão implementado a nível local é caracterizado por diversas ligações com associações de desenvolvimento local; várias tentativas de dinamização cultural na área e até a implementação de uma ferramenta de interpretação disponibilizada ao público que pode ser considerada bastante moderna; requalificação e valorização integrada do património arqueológico e cultural com a envolvente ambiental, etc. Contudo, este tipo de iniciativas positivas carece de continuidade devido à falta de autonomia, acima de tudo financeira, dos gestores locais, que acusam a urgência de novas formas de gestão das receitas ligadas à actividade turística na área. Inesperadamente, a falta duma real autonomia e descentralização das responsabilidades sugerem, portanto, como as limitações mais graves do modelo implementado.

Para além de um paradigma académico de gestão, é ainda mais urgente e necessária – e este é talvez o mais importante resultado deste estudo – a revisão das modalidades de tutela desta área (e outras) através de alternativas mais favoráveis à descentralização das responsabilidades e competências. *Conditio sine qua non*, de acordo com os dados emersos, seria então a de alterar as modalidades financeiras de tutela por parte do Estado, num processo de descentralização das responsabilidades. Uma alternativa viável seria constituir uma tutela estadual com vista apenas a garantir as retribuições anuais do pessoal afecto ao museu, deixando que as receitas da bilheteira sejam geridas pelo próprio museu – que ficaria sujeito a supervisão e teria que apresentar periodicamente relatórios de actividades – para as restantes despesas, desde a manutenção à implementação de projectos de conservação e valorização.

5. PAIDEIA APPROACH PARA A GESTÃO E VALORIZAÇÃO TURÍSTICA DO PATRIMÓNIO

Cruzando os resultados do levantamento exaustivo, do estudo das orientações supranacionais propostas e da análise das políticas implementadas a nível nacional e local, uma das mais importantes conclusões às quais se chegou foi a necessidade de um paradigma de gestão que pudesse ser flexível, mas que ao mesmo tempo garantisse que nenhum dos aspectos considerados como factores-chave pudesse ser negligenciados (Figura 1).

Figura 1: Modelo de gestão estratégica do património arqueológico



Fonte: Carbone, 2011: 112

A gestão duma área arqueológica teria que assentar na articulação de três vertentes principais: conservação, relação com a população local, e valorização turística. A interacção entre a comunidade local, comunidade científica e operadores do sector turístico, tem como principal objectivo promover um turismo cultural, nomeadamente arqueológico, que, da parte da procura, fomente nos visitantes a valorização da dimensão cultural das suas deslocações; da parte da oferta, que melhore e optimize os esforços produzidos no âmbito da investigação arqueológica e da sua valorização, tendo como principal objectivo o crescimento equilibrado (não apenas económico, mas também sociocultural) da comunidade local.

O contributo dos recursos culturais, nomeadamente arqueológicos, no âmbito do crescimento sociocultural da comunidade local, prende-se com o nosso conceito de *Paideia Approach*. Conceptualmente, a importância desta componente no âmbito de um desenvolvimento equilibrado, merece que a “sustentabilidade cultural” represente o quarto pilar da sustentabilidade, a par da sustentabilidade económica, social e ambiental.

Prende-se ainda com este conceito a possibilidade, numa óptica de dinâmica sociocultural, de fomentar projectos como a mobilidade, isto é, a possibilidade de realizar intercâmbios culturais; criação de *networks* nacionais e internacionais, dinamizadas por técnicos e gestores do património em parcerias com grupos de cidadãos, universidades, associações, academias, etc.; realização de projectos didácticos e de educação formal e *não-formal*. As próprias infra-estruturas turísticas teriam que ter como utente privilegiado a comunidade local, tornando-se o equipamento turístico em equipamento cultural, que represente um meio de divulgação do conhecimento arqueológico para os turistas mas também para os residentes, e que as actividades sejam planeadas de forma a fomentar o intercâmbio directo entre população local e turistas. Este aspecto em particular relaciona-se com a última componente do modelo proposto, a actividade turística. A garantia de um *incoming* que maximize a dinamização socioeconómica pode apenas ser proporcionado por uma captação do público estrangeiro?.

Novo papel dos técnicos do património no processo de “valorização turística do património”; Criação de novos instrumentos de gestão de fluxos turísticos; Criação de uma marca onde o aspecto cultural seja predominante. A qualidade do desenvolvimento turístico ligado ao património arqueológico prende-se com a fomentação de parcerias entre entidades, isto é, um trabalho conjunto de técnicos do turismo, técnicos de arqueologia e administrações (locais e nacionais), bem como especialistas que monitorizem os impactos socioeconómicos e culturais sobre a população local. O objectivo é garantir a

máxima qualidade na experiência oferecida ao visitante, bem como maximizar os efeitos multiplicadores da actividade turística pelos residentes.

No que diz respeito ao contacto entre visitantes e técnicos empenhados na actividade de investigação arqueológica, defende-se a ideia duma “valorização da Arqueologia” que complemente e complete a mera “valorização do património arqueológico”. A organização de visitas aos locais da área arqueológica ainda em fase de investigação e escavação, devidamente equipada; o contacto dos visitantes com os arqueólogos e os técnicos do património, não enquanto mero acontecimento casual, mas sim como componente estruturante da oferta do “arqueoturismo”, representaria o fim (onde as condições de segurança o permitirem) das “zonas interditas ao público”, oferecendo ao visitante algo tão apelativo como o próprio vestígio arqueológico.

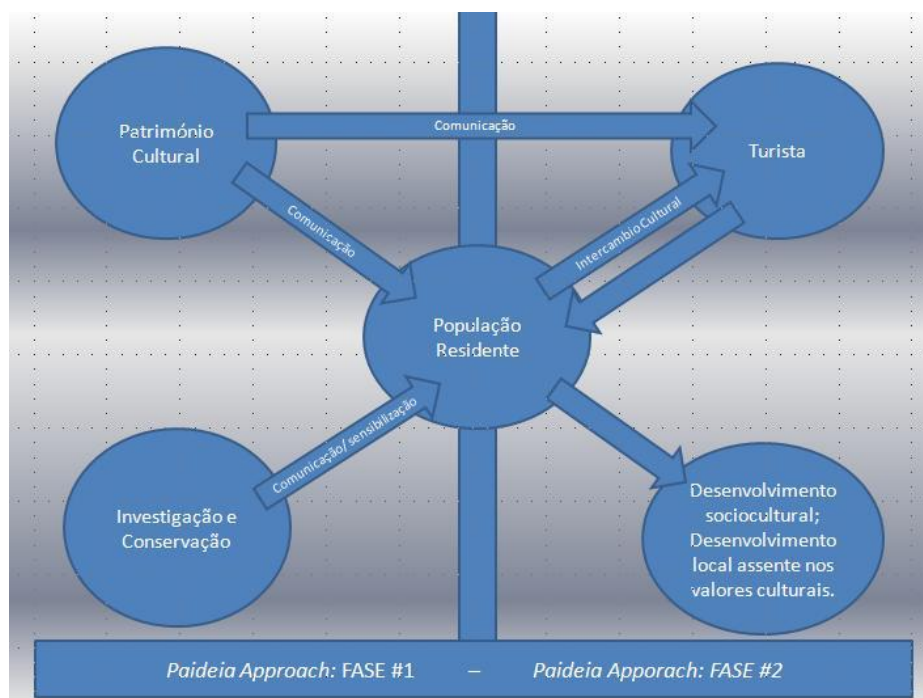
Em relação ao *Branding Management*, existe a necessidade da prática de gestão de marcas turísticas ligadas ao património cultural, nomeadamente arqueológico, que contribua eficazmente para o desenvolvimento estratégico do turismo. Isto, no caso de Portugal, representaria mais um passo para ir além do “Sol e Mar”, no âmbito do planeamento e desenvolvimento turístico, a promoção sistemática de recursos que possam verdadeiramente marcar a unicidade do destino, privilegiando ao mesmo tempo factores de competitividade, diversificação da oferta e procura de recomendação por parte dos turistas.

6. CONCLUSÕES

O estudo destaca as competências e a forte vontade por parte dos actores locais envolvidos na gestão, valorização turística e dinamização da área arqueológica e museu de Conímbriga. Entre outros, destaca-se a capacidade de trabalho em rede: a implementação de projectos assentes na prática do *networking*, nacional e internacional, faz de Conímbriga um modelo a seguir. Levantaram-se, porém, uma série de inesperadas problemáticas que representam um obstáculo para a eficiente actuação dos gestores locais, nomeadamente a falta de autonomia do ponto de vista financeiro. Esta situação dificulta a implementação de projectos inovadores e a simples tarefa de elaborar uma agenda cultural ou projectos que sejam auto-financiados.

Como realça claramente a Tabela 1, outro ponto fraco é o actual nível de integração, horizontal e vertical, entre sector público e privado no processo de gestão, tomada de decisão e de implementação de novos projectos. A divulgação dos conhecimentos arqueológicos, a fruição de áreas de interesse arqueológico por parte da população visa o crescimento da auto-estima e identidade cultural, mas também, de um ponto de vista económico fomenta a recuperação de tradições antigas e consequente revitalização de actividades económicas tradicionais a vários níveis: criação de escolas de artes e ofícios tradicionais, investigações científicas nas áreas de antropologia e etnografia, bem como tecnológicas e de turismo, exploração económica de tradições locais, surgimento de actividades económicas colaterais e fomento de empreendedorismo no sector turístico, como por exemplo mas não só.

Concluindo, a abordagem *Paideia (Paideia Approach)* - da qual apresentamos neste artigo apenas alguns aspectos mais ligados à questão da valorização turística do património - pretende ser uma abordagem estratégica de resposta aos novos desafios de desenvolvimento: a actual conjuntura socioeconómica mundial sugere de facto a urgência da adopção de novos paradigmas de desenvolvimento. A aposta em abordagens estratégicas mais assentes na constituição de sólidos alicerces culturais, na promoção do auto-conhecimento e nos equilíbrios socioeconómicos entre regiões – como propõe o *Paideia Approach* (Figura 2) - prevê um papel mais importante, activo e dinâmico do património cultural.

Figura 2: *Paideia Approach*. Representação gráfica do conceito

Fonte: Elaboração Própria

Abordagem, esta, que representa uma aposta estratégica que assenta fortemente na gestão do conhecimento arqueológico em prol da sociedade.

BIBLIOGRAFIA

AHC, (2004), "Successful Tourism At Heritage Places", in *A Guide For Tourism Operators, Heritage Managers And Communities*, Australian Heritage Commission.

BELL, J. (1997), "Como Realizar Um Projecto De Investigação", in *Um Guia Para A Pesquisa Em Ciências Sociais E Da Educação*, Gradiva, Lisboa (Portugal).

CARANDINI, A. (1981), *Storie dalla terra. Manuale di scavo archeologico*, Bari, De Donato.

CARBONE, F. (2011), "Turismo, Arqueologia e desenvolvimento. Gestão de áreas arqueológicas com fins turísticos. O Caso de Conimbriga", *Revista Turismo e Desenvolvimento – Journal of Tourism and Development*, 15, 103-115.

CARBONE, F., (2010), "Valorização turística do património arqueológico em prol da sociedade: o Paideia Approach", *Informação ICOM*, 11 (2), 2-10.

CARBONE, F., (2006), *Turismo, Património e Desenvolvimento Sustentável. Modelo de Gestão de Sítios Arqueológicos*, MSc thesis, Universidade de Aveiro (Portugal).

URL: <http://biblioteca.sinbad.ua.pt/teses/2007000091>.

HARRIS, E. (1979), "Principles of Archaeological Stratigraphy", *Academic Press*, UK.

ICOMOS, ICAHM, (1990), *Charter for the Protection and management of Archaeological Heritage*, Lausanne.

McKERCHER, B., DU CROS, H. (2002), *The Partnership Between Tourism And Cultural Heritage Management*, London (UK) and N.Y.

PERALTA DA SILVA, E. (1997), “Património e identidade. Os desafios do turismo cultural”, in <http://ceaa.ufp.pt/turismo3.htm>, accessed 09.03.2005.

YALE, P. (1992), *From Tourist Attraction To heritage Tourism*, ELM, UK.

WILKINSON, D., BIRMINGHAM, P. (2003), “Using Research Instruments”, *A Guide for Researchers*, Routledge, London, UK.