



Rosa dos Ventos  
ISSN: 2178-9061  
rrvucs@gmail.com  
Universidade de Caxias do Sul  
Brasil

## Dinâmicas em Espaços Culturais do Centro Histórico de Portimão, Portugal

---

**RODRIGUES, ANA; ROSA, MANUELA; REBELO, EFIGÊNIO**

Dinâmicas em Espaços Culturais do Centro Histórico de Portimão, Portugal

Rosa dos Ventos, vol. 13, núm. 2, 2021

Universidade de Caxias do Sul, Brasil

**Disponível em:** <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473569969010>

**DOI:** <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i2p489>

## Dinâmicas em Espaços Culturais do Centro Histórico de Portimão, Portugal

Dynamics in Cultural Spaces in the Historic Center of Portimão Portugal

*ANA RODRIGUES*

*Univeriade do Algarve, Portugal*  
a51489@ualg.pt

DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i2p489>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473569969010>

*MANUELA ROSA*

*Universidade do Algarve, Portugal*  
mmrosa@ualg.pt

*EFIGÊNIO REBELO*

*Universidade do Algarve, Portugal*  
elrebelo@ualg.pt

Recepción: 28 Abril 2020

Aprobación: 14 Septiembre 2020

### RESUMO:

O objetivo deste estudo consiste na construção de indicadores referentes ao desempenho dos espaços culturais da cidade de Portimão, Algarve, Portugal, que se encontram inseridos numa rota pedonal, a Rota Turística Acessível de Portimão. Trata-se do Museu de Portimão, espaço cultural que expressa a história da indústria conserveira local, e do Teatro Tempo, localizado num edifício também ele histórico, onde se dinamizam atividades na área da representação. Ambos os edifícios consistem em objetos arquitetónicos com valor patrimonial e reabilitados para espaços culturais. A metodologia aplicada caracteriza-se por uma base teórica, pela recolha e análise de dados quantitativos. O conhecimento teórico advém de uma revisão de literatura, em áreas e.g.: turismo cultural, turismo acessível, património e reabilitação urbana. Os dados quantitativos são provenientes da recolha de dados dos espaços culturais Teatro Tempo e Museu de Portimão: número de visitantes/espectadores e número de sessões e atividades desde 2008-2018. Com este estudo pode-se concluir que os espaços culturais Museu de Portimão e Teatro Tempo são usufruídos não só pelos residentes, mas também por visitantes, na cidade de Portimão. A presente análise defende a importância do investimento na reabilitação urbana, na valorização patrimonial e nos espaços culturais para a construção de um turismo cultural acessível e sustentável.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo Cultural, Acessibilidade, Espaços Culturais, Rotas Pedonais, Portimão, Portugal.

### ABSTRACT:

The main goal of this study consists in building indicators regarding the performance of cultural venues in the city of Portimão, Algarve region, Portugal, which are inserted in a pedestrian route, the Accessible Tourist Route of Portimão. These are the Museum of Portimão, a cultural venue that expresses the local history of the canning industry, and the Tempo Theatre, placed also in a historic building, where there are cultural performances. Both buildings are architectural objects with heritage value, with rehabilitation design for cultural spaces. The methodology applied is characterised by a theoretical basis, by the collection and analysis of quantitative data. The theoretical knowledge comes from a literature review, in areas e.g.: cultural tourism, accessible tourism, heritage and urban rehabilitation. The quantitative data are arising from the collection of data of the cultural venues Tempo Theatre and Museum of Portimão: number of visitors/viewers and number of sessions and activities since 2008. With this study it can be concluded that the cultural spaces Museum of Portimão and Tempo Theatre are enjoyed not only by residents but also by visitors, in the city of Portimão. This analysis defends the importance of investment in urban regeneration, heritage enhancement and cultural venues to implement an accessible and sustainable cultural tourism.

**KEYWORDS:** Cultural Tourism, Accessibility, Cultural Venues, Pedestrian Routes, Portimão, Portugal.

## INTRODUÇÃO

As cidades, o património, a paisagem urbana e a vivência cultural são elementos essenciais para o desenvolvimento do turismo. São componentes formadores de imagens e de experiências que poderão otimizar a satisfação dos consumidores num determinado destino. Podem, também, ser elementos proporcionadores de estratégias de desenvolvimento do turismo cultural sustentável. A cultura e os espaços culturais são, assim, elementos importantes e determinantes para o turismo cultural. Os ambientes arquitetónicos com valor patrimonial são divulgadores do património cultural material e imaterial, bem como da identidade e diversidade da cultura de um sítio (Choay, 2005). A exploração destes valores, na área do turismo pode ser fundamentada, devido ao facto do segmento do turismo cultural ter tido um crescimento significativo e notório, a nível global, nas últimas décadas (Untwo, 2015).

Embora na cidade de Portimão, e sua envolvente, tenha sido desenvolvido um turismo de qualidade até aos anos 1970, a partir desta data foi implementado e desenvolvido o segmento turístico Sol-e-Praia. Este segmento estava muito ligado ao turismo de massas, que se fazia sentir não só na área de Portimão, mas também por todo o litoral algarvio e em outras zonas de Portugal. Tal facto foi significativo e visível nos modos aplicados na gestão regional do território do Algarve, tanto em termos de planos de urbanização como em termos de planos de salvaguarda do património. Atualmente, as estratégias aplicadas na área do turismo consideram novos paradigmas: o reequilíbrio do território; a diversidade de produtos turísticos bem como a criação de novas experiências turísticas relacionadas com a cultura local. O Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve [Pmeta], promovido pela Região de Turismo do Algarve, Portugal, foi um dos documentos pioneiros nesta área. Este plano incentivava a implementação de medidas inovadoras e sustentáveis para a região do Algarve. Consistiu também num instrumento criador de linhas orientadoras na área do turismo, promovendo com primazia o desenvolvimento de novos segmentos de turismo alternativos, destacando-se o turismo cultural e o turismo sénior/acessível (Padinha, Miguel & Almeida, 2014).

O presente estudo consiste na construção de indicadores referentes às dinâmicas culturais existentes na Rota Turística Acessível de Portimão, cidade de Portimão, Algarve, Portugal, em dois pólos emblemáticos: o Museu Municipal de Portimão e o Teatro Tempo. Pretende-se com este estudo mostrar a existência de experiências e ofertas culturais na Rota Acessível de Portimão. Deste modo, procura-se demonstrar que na cidade de Portimão estão implementados outros segmentos turísticos para além do Sol-e-Praia. Trata-se de segmentos turísticos alterantivos, compatíveis e complementares com o segmento âncora, o já referido turismo Sol-e-Praia, e que poderão enriquecer a vivência no destino. Os indicadores apresentados neste estudo poderão também demonstrar a implementação de um desenvolvimento sustentável, em consonância e convergente, entre o turismo cultural, turismo acessível e a reabilitação urbana. Deste modo, poderá ser comprovado de que a aplicação de medidas na área do turismo poderá trazer um desenvolvimento sustentável, a médio/longo prazo num determinado destino.

## A IMPORTÂNCIA DOS ESPAÇOS CULTURAIS PARA O TURISMO CULTURAL

A Cultura e a Educação consistem-se em atributos decisivos e caracterizadores de certas classes sociais, nomeadamente as mais abastardas. Nos fins do séc. XIX inícios do séc. XX, era promovida a obtenção de conhecimento proveniente da História e do passado com valor histórico e patrimonial, através de grandes viagens [‘grandes tours’]. Consistiam, normalmente, em jornadas a sítios emblemáticos, com valor patrimonial e histórico, e.g.; Roma, Veneza ou mesmo as pirâmides do Egipto (Prentice, 2001). Neste período também era usual essas mesmas classes sociais usufruírem temporadas de lazer em zonas balneares ou em estâncias termais. Foi também nessa época que surgiram as primeiras publicações de guias turísticos. O caso português mais conhecido foi o Guia de Portugal, de Santanna Dionísio, de 1924, publicação que também contemplava a descrição do território do Algarve.

Assim, o património monumental foi uma das primeiras motivações para o desenvolvimento do turismo cultural. Eram viagens indiretamente relacionadas com a emoção gerada pelo contacto com a antiguidade, com o passado cultural ou arquitetural (Fortuna, 2013). Este gosto pelo passado estava também presente na apreciação pelo colecionismo. Tal facto pode ser constatado através da construção do primeiro museu em Portugal, o Real Museu da Ajuda. Consistiu num espaço museológico criado pelo então primeiro-ministro, o Marquês de Pombal, para o rei D. José I, cujo acervo incluía coleções pertencentes à família Real Portuguesa (Ramos, 1993). Tal como em toda a Europa, em Portugal eram implementados espaços culturais e museológicos em função do princípio do Templo Grego Clássico, espaços guardiões de tesouros. O Museu tradicional focava-se, assim, pela exibição ou exposição de coleções de objetos com uma ou diversas temáticas (Prentice, 2001).

Nos finais do sec. XX foi constatado um crescimento bastante significativo do turismo em Portugal, fenómeno esse também sentido a nível global. Uma das consequências do crescimento do turismo foi o surgimento do segmento do turismo de massas (Jafari, 2000). Hoje, o turismo cultural e o patrimonial também se encontram interligados com o segmento do turismo de massas. Os visitantes continuam conetados ao sistema convencional, mas é através dos segmentos do turismo cultural e do patrimonial que lhes são oferecidos recursos e experiências únicas. Segundo Richards (2000), o turismo cultural consiste no “the movement of persons to cultural attractions away from their normal place of residence with the intention to gather new information and experiences to satisfy their cultural needs” (p. 6), ou seja, são exploradas atrações culturais que permitam experiências e informações que elevem as necessidades dos visitantes bem como a sua satisfação. Neste caso, as atrações culturais podem ser os museus, monumentos, manifestações culturais, artes, galerias, sítios arqueológicos ou históricos, centros interpretativos, centros históricos incluindo zonas industriais, centros educativos, performances culturais ou mesmo teatros (Frantz, 2018; Richards, 2000; Baptista & Lameigo, 2015; Smith, 2015; Richards, 2000).

O turismo cultural e patrimonial teve um crescimento exponencial ao longo das últimas décadas. Este crescimento foi notório nomeadamente nos anos 1970/1980 (Richards, 2000), quando a maioria dos visitantes deixou de procurar somente culturas exóticas e de carater monumental histórico, para visitar locais que possuíssem programas relacionados a eventos, performances patrimoniais e/ou culturais. Daí existirem, atualmente, empresas dedicadas ao turismo cultural com experiências especializadas (Richards, 2000). Para estas situações a paisagem urbana tem um valor acrescentado, isto porque o edificado com valor patrimonial ou monumental está relacionado com a temporalidade e identidade local (Choay, 1999).

As alterações do mercado na área do turismo cultural também tiveram impactos na questão do património. Foi a partir dos anos 1980 que surgiu um maior número de classificações patrimoniais por parte da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [Unesco], bem como novas categorias. Estas categorias foram criadas com base nos princípios, conceitos e declarações associadas ao património cultural e natural, tendo sido mais tarde publicados pela Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural (Unesco, 1972). As rotas culturais como parte do património cultural foi uma das novas categorias na Lista da Unesco, implementada em 1994 (Rössler, 2002).

Portugal é um dos países europeus possuidor de maior número de elementos de património classificado pela Unesco. Analisando o processo de classificação patrimonial da Unesco em Portugal pode-se constatar três fases distintas: anos 1980, maioritariamente classificações relacionadas com património edificado e centros históricos; anos 1990 e princípio deste século, grande parte das classificações foram pertencentes ao património paisagístico e a partir dos meados deste século XX uma maior classificação ligada ao património imaterial [Quadro 1].

Estes tipos de patrimónios são utilizados como recursos produtos turísticos. Também são considerados novos agentes e/ou práticas a serem colocadas no mercado. Podem, também, ser produtos associados a momentos de lazer e de tempo livre (Unwto, 2015). A diversidade de interesses turísticos, de experiências e de atrações pode levar ao aumento do mercado. Sendo assim, fundamental determinar os produtos turísticos

de um destino. Uma estratégia focada e bem definida permite criar o desenvolvimento de um determinado nicho ou segmento turístico. Neste sentido, a cultura poderá ser um factor influenciador para uma visita ou estadia. Sem uma base patrimonial, e.g. as atrações turísticas baseadas em performances artísticas poderão não ser atrativas e, conseqüentemente, não terão sucesso na perspectiva do turística (Hughes, 2002).

QUADRO 1  
Lista de Património Português Classificado pela Unesco

LISTA DE PATRIMÓNIO PORTUGUÊS CLASSIFICADO PELA UNESCO			
1. <sup>a</sup> Fase	1983	Centro histórico de Angra do Heroísmo (Açores); Mosteiro da Batalha; Mosteiro dos Jerónimos/Torre de Belém (Lisboa) e Convento de Cristo (Tomar)	Centro histórico 1 Monumentos 4
	1986	Centro histórico de Évora	Centro histórico 1
	1989	Mosteiro de Alcobaça	Monumento 1
2. <sup>a</sup> Fase	1995	Paisagem cultural de Sintra	Paisagem 1
	1996	Centro histórico do Porto	Centro histórico 1
	1998	Sítios Pré-históricos de Arte Rupestre do Vale do Rio Côa.	Monumento 1
	1999	Floresta Laurissilva da Madeira	Paisagem 1
	2001	Centro histórico de Guimarães e o Alto Douro Vinhateiro	Centro histórico 1 Paisagem 1
	2004	Paisagem da Cultura da Vinha da Ilha do Pico, Açores	Paisagem 1
3. <sup>a</sup> Fase	2011	A Canção/música Fado	
	2012	A maior fortificação abaluartada do mundo, em Elvas	Monumento 1
	2013	Universidade de Coimbra; dieta mediterrânica	Monumento 1 Património imaterial 1
	2014	Cante alentejano	Património imaterial 1
	2015	Fabrico de chocalhos	Património imaterial 1
	2016	Fabrico do barro preto de Bisalhães Falcoaria portuguesa - Salvaterra de Magos	Património imaterial 2
	2017	Bonecos de Estremoz	Património imaterial 1
<b>Total de monumentos</b>			8
<b>Total de paisagens</b>			2
<b>Total de centros históricos</b>			4
<b>Total de património imaterial</b>			6
<b>Total de classificações</b>			20

Elaboração própria a partir de Unesco Portugal (2019).

Atualmente, promove-se o Turismo Cultural Experimental, conceito que relaciona as experiências concebidas entre a área do turismo e o consumidor (Prentice, 2001). É notório o aumento de destinos que promovem o turismo cultural para obtenção, e.g., de: mais receitas; estimulação dos negócios locais ou a promoção da preservação/conservação do património arquitetónico. Mas também por ser um segmento que apazigua os efeitos negativos da sazonalidade. Para além destes benefícios económicos, pode também revitalizar as culturas e as tradições locais, oferecendo aos visitantes experiências mais atrativas.

Existem experiências ou produtos do turismo cultural bastante diversificados, tais como: teatro, performances, artes performativas visuais, digital, literatura, design, música, ou mesmo o turismo criativo quando se trata da participação no processo criativo das artes (Smith, 2015; Gonçalves, 2009; Baptista & Lameigo, 2015). As indústrias criativas relacionadas com o passado e com o presente são uma das últimas tendências na área do turismo cultural. Normalmente, localizam-se em edifícios patrimoniais ou espaços históricos. São experiências turísticas que tendencialmente que tem processos de renovação, de

autotransformação, tendo procedimentos cada vez mais interativos. No entanto, deverão possuir uma gestão muito rígida para que não sejam desenvolvidas de acordo com a satisfação do consumidor, caindo em excessos (Prentice, 2001) ou mesmo em falsos cenários de autenticidade (Richards, 2000). Assim, uma experiência turística, criativa ou não, envolve conhecer a cultura local, podendo ela ser subjetiva e relacionada com a autenticidade do sítio (Jafari, 2000).

A conservação do património é fundamental para contornar as tendências de mundialização do turismo (Choay, 2005), isto é, de criar falsos patrimónios e de falsas experiências. O teatro também pode proporcionar uma ligação ao turismo cultural e ao turismo de artes (Baptista & Lameigo, 2015). Em alguns destinos, o teatro faz parte das atividades culturais e da vivência social do lugar (Frantz, 2018). Segundo Hughes (2002), por um estudo de 1982, comprovou-se que o teatro era uma das motivações para visitar certos locais da cidade de Londres. Este mesmo autor também faz referência de que estes mesmos visitantes eram os prováveis responsáveis pela permanência da atividade representativa nos teatros de West End, promovendo mesmo a sua continuidade nas épocas de verão.

Outros tipos de segmentos têm atividades idênticas às do turismo cultural, destacando-se o turismo patrimonial, o turismo étnico (Hughes, 2002) e o geoturismo (Smith, 2015). Basicamente, o que os diferencia é a relação entre as experiências oferecidas no destino com as motivações dos consumidores. A autenticidade das experiências turísticas está diretamente relacionada com o contacto com a cultura local: as cores [e.g. padrões e cores nos países africanos]; objetos arquitetónicos [e.g. Art Nouveau do arquiteto Rennie Mackintosh]; espaços memórias [e.g. espaços relacionados com a II Guerra Mundial] ou com personagem[ns] [e.g. Gaudi na cidade de Barcelona] (Hughes, 2002).

Assim, o capital cultural deve estar relacionado com a autenticidade para a construção de produtos turísticos genuínos e eficazes. Os espaços museológicos possuem uma autenticidade quando se trata de turismo cultural experimental. Daí serem objetos para produtos ou experiências turísticas muito mais vantajosas na perceptiva do turismo cultural (Prentice, 2001). Em termos de experiências turísticas associadas à autenticidade, a possibilidade de aprender também está associada à experimentação sensorial/perceção pela parte do consumidor turístico. O património e a cultura têm um papel determinante na questão desta autenticidade. Sendo assim usual que muitos dos museus estejam localizados em centros históricos urbanos ou em zonas históricas das cidades.

Richards (2000) descreve que durante os anos 1980 foi desenvolvido um estudo, a nível europeu, caracterizador dos consumidores de turismo cultural. Deste estudo foi possível verificar que se tratava de turistas domésticos ou cidadãos europeus, com elevado nível educacional, exercendo altos cargos ou de chefia, pertencentes a uma faixa etária entre os 30-40 anos. No entanto, trabalhos académicos mais recentes demonstram que os turistas séniores, acima dos 50 anos, também procuram espaços históricos e centros históricos, como também atividades de lazer associadas à cultura (Esichaikul, 2012).

Emergem novas ideias/imagens de museus, encontrando-se diluídas ao conceito de museu tradicional, dedicado ao colecionismo e para uma população específica (Gomes, 2013; Gonçalves, 2009). Atualmente são também considerados produtos comerciais, com uma temática e uma missão inerente. Os benefícios do turismo para um território com potencial cultural traduzem-se no aproveitamento dos recursos económicos e financeiros. Estes benefícios poderão ser facultados na preservação e conservação do seu património. Deste modo, pode existir uma relação positiva entre os espaços culturais museológicos e a comunidade onde se encontram inseridos. Tal como Gonçalves (2009) refere, existe uma base conceptual na questão dos espaços culturais e sua relação com evolvente física bem como psicológica [Figura 1].



FIGURA 1  
Base Conceptual relação e interligações dos espaços museológicos  
Gonçalves, 2009

Os residentes poderão ingressar, fazer parte de um produto ou mesmo da experiência turística. Um dos impactos positivos da participação dos residentes no desenvolvimento, e na gestão de um destino turístico, é a melhoria da sua relação com o seu território. Este indicador pode ser verificado através do aumento do orgulho e uma melhor compreensão da sua identidade (Gonçalves, 2009). Cronologicamente, os museus na década dos anos 1920/1930 tornaram-se espaços mais abertos a exposições temporárias, e nos anos 1960 tornaram-se espaços culturais mais democráticos. Consequentemente, atualmente os espaços museológicos são instrumentos educacionais, promotores de vários tipos de património (Gonçalves, 2009). Nos anos 1980/1990 surge uma maior consciencialização da importância da cultura e da história (Gomes, 2013).

A viragem de pensamento provém de uma maior consciencialização da importância da cultura e da dimensão histórica para o desenvolvimento económico. Também foi verificada a sua importância para a valorização territorial e a consolidação da identidade de uma comunidade. A alteração do paradigma é notória pelas novas noções impostas pelo International Council of Monuments and Sites [Icomos, 1975], quando o conceito de património cultural abrange tudo o que esteja relacionado com a cultura, memória, identidade de um indivíduo, grupo ou comunidade, devendo ser preservado mantendo assim as características consideradas importantes para esse mesmo grupo. Esta noção também surge oficialmente, pela primeira vez, no conceito de turismo cultural pela Carta de Turismo (Icomos, 1975). Neste documento normativo indica-se objetivamente que o visitante tem como principal finalidade descobrir monumentos e sítios de um determinado espaço ou destino.

Foi no contexto destes paradigmas que surgiu o período em que o turismo de massas obteve um maior desenvolvimento nas atrações turísticas localizadas em sítios patrimoniais. Nos anos 1990, aos museus foi-lhes dado um papel de maior relevância no espetro cultural, para além do espaço físico. Este facto é notório com a definição dada pela International Council of Museums Portugal (Icom Portugal, 2015) quando refere que o “Museu é uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade, e do seu desenvolvimento, aberta ao público que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo de deleite”. A Icom (2019) refere que nas últimas décadas os museus transformaram-se, ajustaram-se e renovaram-se em termos de princípios, políticas e práticas. Sendo urgentemente necessário atualizar, reajustar a sua definição tendo em consideração os atuais e diversos desafios culturais e sociais.

## TURISMO CULTURAL NA CIDADE DE PORTIMÃO

O turismo é atividade dominante e motora na economia da região do Algarve, sendo um dos principais destinos turísticos de Portugal. A importância do turismo está em possuir uma economia própria devendo ser sustentável. A capacidade de atração de um destino turístico não é a simples soma aritmética de produtos

turísticos isolados. É a relação entre a perceção global com a ideia que os potenciais visitantes têm de um destino. Devido aos meios de informação existentes, o turismo de hoje é a confirmação de uma descoberta, pois cada vez mais os visitantes ou os consumidores turísticos possuem diversos canais de informação, e de fácil acesso, para obter informação sobre um destino.

O Algarve como destino turístico de excelência tem que se afirmar através de uma imagem consolidada. Neste sentido devem ser implementados produtos de origem patrimonial local e natural, com história, cultura, costumes e hábitos, tendo elementos diferenciadores de todas as outras regiões de Portugal, ou mesmo dentro da própria região do Algarve. Esta afirmação da região do Algarve está na história milenar, cruzamento de civilizações, povos, mar e terra que criaram a cultura, tradições e hábitos de diversos sítios, vilas ou cidades. A cultura do Algarve enquadra-se consolidada no património edificado cultural: monumentos; museus; igrejas; castelos e fortalezas; estações arqueológicas ou a arquitetura vernacular.

Na região do Algarve prevêem-se 1.400 milhões de turistas internacionais no ano de 2020 e 1.800 milhões em 2030 (Neto, 2015). Em termos desenvolvimento, no continente europeu, cerca 88% dos turistas estrangeiros serão originários do seu próprio continente. Deste modo, a região do Algarve está localizada no continente mais competitivo em termos turísticos. Tendo em consideração o panorama anteriormente mencionado, é vital o desenvolvimento de atividades e iniciativas culturais. Estas medidas permitirão a implementação de uma estratégia global e integrada de desenvolvimento do turismo da região do Algarve (Neto, 2015). Indo ao encontro das novas tendências do mundo web na área do turismo, Maria João Proença elaborou um roteiro designado de Património e Cultura, Algarve, Portimão. Neste roteiro identifica um conjunto de edifícios com valor patrimonial no concelho de Portimão. O edifício do Teatro Tempo e o Museu de Portimão constam neste roteiro cultural, identificados como edifícios de valor patrimonial a visitar (Associação Turismo de Portimão, 2016).

O turismo pode dar contributos válidos para a captação de novos públicos, para a valorização da identidade local, bem como para o financiamento de novos projetos museológicos e atividades culturais. Na questão patrimonial, são beneficiadas as atividades de conservação e restauro, mas também a revitalização de atividades tradicionais. Todas estas atividades desencadeiam a competitividade e a afirmação dos destinos turísticos, para a interação, experimentação e transformação interpessoal, e por último, para a formação de comunidades próximas dos seus recursos e dos seus territórios. As redes e as parcerias emergem como formas privilegiadas de relacionar os recursos e os equipamentos dos territórios. O pretendido com esta estratégia é conceber propostas inovadoras e atrativas para diferentes públicos. Alguns dos espaços museológicos da região do Algarve possuem este tipo de instrumento de desenvolvimento. O Museu de Portimão é um dos exemplos de espaço cultural que trabalha em parceria com diversas redes: Rede Portuguesa de Museus; Rede de Museus do Algarve, sendo também a sede da European Museum Forum [EMF]. A importância de estar em rede pode ser sentida na promoção e lançamento em 2019 do Guia dos Museus do Algarve. Este trabalho realizado em rede entre os museus do Algarve, bem como a cooperação com outras entidades, é fundamental para a inovação cultural da região.

Atualmente, há uma maior cooperação e diálogo entre os espaços culturais museológicos e o turismo. O resultado desta relação poderá ser o desenvolvimento de estratégias eficazes associadas ao turismo cultural. Os museus estão inseridos nos territórios, abertos a parcerias com outros equipamentos e agentes, para constituir novas oportunidades de lazer. Os espaços culturais museológicos devem também estar interessados em conhecer os seus públicos e com mais iniciativas nas ações relacionadas com os seus programas ou actividades (Gonçalves, 2009). Um dos exemplos na região do Algarve de inovação na área da programação cultural é o programa Algarve 365. Em 2017, por exemplo, o Museu de Portimão participou neste programa, através de: uma atividade gastronómica/artes visuais designada por 'Fazer render o Peixe em Portimão'; uma exposição do artista Kwame Sousa, designada de 'Um olhar sobre o peixe seco' e um showcooking com degustação elaborado pelo Chef André Magalhães.

A questão económica e o seu peso têm tido um crescimento gradual ao nível da importância para a área da cultura. Com o desenvolvimento do segmento do turismo cultural na região do Algarve esta questão também possui impactos. O valor cultural ‘global brand’, em termos económicos, está presente na questão do franchising da arte. O Museu de Portimão foi um dos espaços culturais algarvios favorecidos por este fenómeno: obtiveram no seu programa exposições e coleções pertencentes à Fundação Calouste Gulbenkian. Em 2019 a exposição ‘Lugares Paisagens Viagens’, com diversas obras da coleção da Fundação Calouste Gulbenkian com outras peças de locais foram expostas no Museu de Portimão. Para além de ser um dos instrumentos de desenvolvimento das sociedades, os museus são uma forma de ocupação do tempo livre, uma forma de lazer. Assim, são espaços que estão intimamente relacionados com as actividades e experiências turísticas.

O turismo cultural tem crescido em todas as capitais europeias, nomeadamente as relacionadas com espaços culturais museológicos. Destaca-se o caso de Amesterdão ou Roterdão, na Holanda, cidades onde se aposta no turismo de qualidade, num turismo cultural baseado em espaços museológicos. Assim, existe uma dimensão estratégica na aplicação dos museus que deve ter em consideração não só as comunidades, as actividades de lazer, mas também as actividades relacionadas com o público turístico. Os espaços culturais da região do Algarve são bastante diversos, não sendo somente museológicos. Existem, também, recintos ou mesmo monumentos. Pode-se salientar as actividades que tem vindo a decorrer nos últimos três anos, na estação arqueológica ‘Monumentos Megalíticos de Alcalar’, no dia Internacional dos Monumentos e Sítios, dominada de o Dia da Pré-História. Consiste numa atividade organizada pelo Museu de Portimão e pela Direção Regional de Cultura do Algarve, com a colaboração de outras entidades ligadas à administração do território.

## METODOLOGIA

A pesquisa desenvolveu-se a partir de uma base teórica, alcançada por uma revisão de literatura, debruçada em diversas áreas, e.g.: turismo cultural, turismo acessível, património, reabilitação urbana, cultura, espaços culturais e turismo de artes. Para este estudo os dados adquiridos são de origem mista; os dados qualitativos são alcançados pela observação exploratória participativa através do trabalho de campo desenvolvido nos espaços em questão e através de dados absorvidos pela revisão de literatura. A revisão é executada com base em estudos publicados em jornais académicos de referência nas devidas áreas. Também é tida em consideração teses de mestrado ou doutoramento com temas que estão em consonância com os objetivos do atual estudo.

Os dados quantitativos são adquiridos a partir da cedência dos mesmos por parte das instituições Museu de Portimão e do Teatro Tempo de Portimão. Os referidos dados são alusivos aos números de espectadores, espetáculos efetuados entre os anos de 2008-2017 no espaço cultural Teatro Tempo, e o número de visitantes no espaço Museu de Portimão durante o período de 2008-2018. Os resultados são apresentados em formato de gráficos para que seja obtida uma melhor compreensão e leitura, utilizando procedimentos comparativos ou cruzamento de dados.

## ROTA TURÍSTICA ACESSÍVEL DE PORTIMÃO E OS ESPAÇOS CULTURAIS

O município de Portimão, desde 2008, tem implementado uma estratégia urbana na sua cidade relacionada com mobilidade e acessibilidade. Inicialmente foram aplicadas com medidas de acessibilidade e mobilidade, assentes na primeira geração dos Planos de Promoção da Acessibilidade. Uma das consequências destas medidas consistiu na integração da cidade de Portimão ao grupo de 80 municípios portugueses pertencentes à Rede Nacional de Cidades e Vilas com Mobilidade para Todos (Teles, 2017). Outra consequência foi a implementação da Rota Turística Acessível de Portimão, em que consiste num percurso pedonal

desenvolvido ao longo da cidade Portimão, estando implementado em grande parte no centro histórico. Este percurso pedonal caracteriza-se por ser um corredor-canal, com pavimento em superfície plana, sem obstáculos e com sinalética identificável no pavimento como ponto de informação. Caracteriza-se por ser um percurso que decorre ao longo de 29 vias públicas, possui 429 estabelecimentos comerciais, cerca de 151 edifícios com valor patrimonial e uma extensão sensivelmente de 7km. Para além de ter a função turística de demonstrar a cidade aos visitantes também é um elemento urbano facilitador de mobilidade para os residentes, já que faz a ligação entre várias instituições públicas. De acordo com Lopes (2010), a Rota Turística Acessível de Portimão tratou-se de um projeto que proporcionou um cartão-de-visita e uma solução inovadora, ligada à acessibilidade. A Rota Turística Acessível de Portimão tem diversos espaços culturais, destacando-se os que serão alvo deste estudo, o Teatro Tempo e o Museu de Portimão.

**Acessibilidade nos espaços culturais no Museu de Portimão e Teatro Tempo** - Tal como anteriormente indicado, o município de Portimão desde de 2008 tem implementado uma estratégia urbana ligada à mobilidade e acessibilidade. Destas medidas nasce em 2010 a Rota Turística Acessível de Portimão, com diversos espaços culturais, destacando-se o Museu Teixeira Gomes, A Igreja do Colégio dos Jesuítas e os que serão alvo deste estudo, o Teatro Tempo e o Museu de Portimão.

Relativamente à parte digital pode-se falar da app do Museu de Portimão, uma aplicação interativa que pode ser utilizada no decorrer da visita, aplicável em cinco línguas. Quanto à parte arquitectónica deste espaço museológico, destaca-se a reabilitação de uma antiga fábrica conserveira onde foi tido em consideração a eliminação de barreiras arquitectónicas. É um dos poucos espaços culturais da região do Algarve devido às suas características ligadas à acessibilidade está identificado num dos sites mais conceituados sobre a acessibilidade física de equipamentos/edifícios, o site Portugal Acessível (Portugal Acessível, 2018).

O Teatro Tempo também é um projeto de reabilitação do antigo Palacete Sarrea Garfias. Em termos de acessibilidade física, o Teatro Tempo destaca-se pela existência de lugares para pessoas com mobilidade reduzida e acompanhantes nas principais salas, o Grande Auditório e o Pequeno Auditório. Ressalva-se que todas as entradas principais deste edifício cultural têm cotas reduzidas de fácil acesso ao seu interior. Para além da questão física, pode-se referenciar a parte urbana, onde mesmo junto a entrada principal do teatro encontra-se disponível uma área de estacionamento automóvel dedicada para pessoas com mobilidade reduzida.

**Museu de Portimão** - O Museu de Portimão surge dentro de um conceito totalmente alternativo à realidade museológica da região do Algarve. A intervenção aplicada neste espaço foi pensada para equilibrar e fortalecer as vivências provenientes das raízes históricas, patrimoniais e identitárias da comunidade do território de Portimão. O pretendido também passou por aplicar uma estrutura com qualidade para uma oferta cultural turística com bons atributos (Gameiro & Ramos, 2015). O município de Portimão adquiriu o edifício de origem industrial conserveira e requalificou a área urbana ao longo do cais ribeirinho. Este projeto permitiu a transformação da zona pública com um percurso público acessível, diversificado e com qualidade (Gameiro, 2018). Tendo em consideração a sua localização, a Carta de Princípios sobre Museus e o Turismo Cultural (Icom, 2000) foi fundamental para retirar e aplicar as ideias-chaves para construção de um museu com uma abordagem interativa relativamente ao turismo (Gameiro & Ramos, 2015; Gameiro, 2018).

O Museu de Portimão, inaugurado em 2008, foi implementado na antiga fábrica conserveira Feu Hermanos, tendo tido desenvolvido um projeto de arquitetura de reabilitação. Relativamente aos processos de alteração do espaço ribeirinho da cidade, o conceito da acessibilidade teve grande importância, principalmente a questão da eliminação das barreiras arquitectónicas para se transformar num espaço cultural acessível fisicamente (Portugal Acessível, 2018). Através da reabilitação do património arquitectónico e industrial foi possível construir um laboratório de mediação cultural entre a comunidade local e os visitantes (Gameiro & Ramos, 2015). A exposição permanente 'Portimão, Território e Identidade' caracteriza-se pela síntese histórica do percurso socioeconómico, cultural e do território de Portimão. Esta exposição é composta

por três percursos: (1) Origem e Destino de uma Comunidade; (2) A Vida Industrial e o Desafio do Mar; e (3) Do Fundo das Águas (Parreira, 2018).

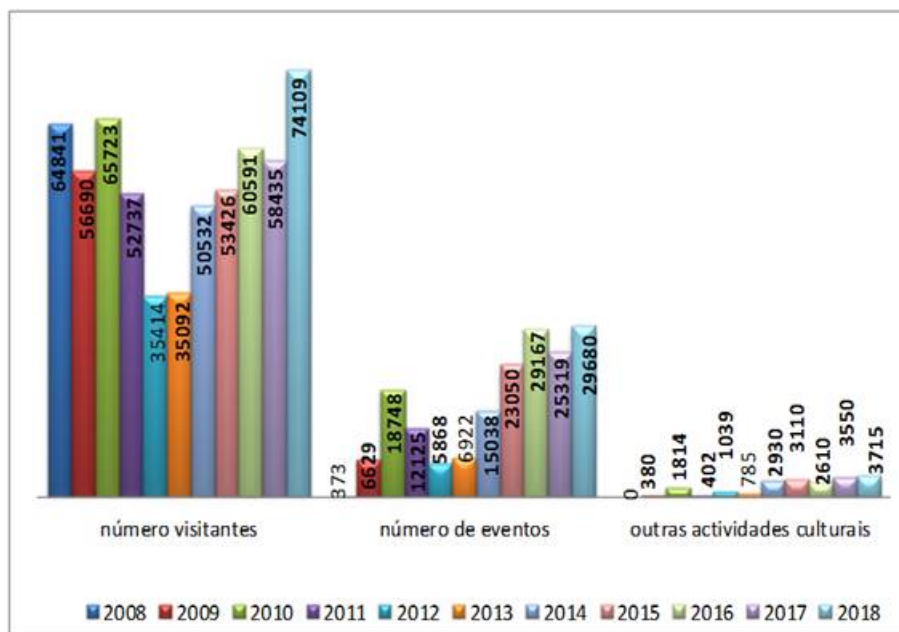
A importância dos espaços culturais museológicos em Portugal nasceu no período do iluminismo de Marques de Pombal [meados do século XVIII]. Os museus regionais surgiram em Portugal no período liberal, onde através da Circular de 25 de agosto de 1836, publicada em Diário do Governo, n.º 203, de 27 de Agosto, onde foi determinado que em cada capital de distrito deveria ser implementada uma biblioteca pública e um gabinete de raridades, de qualquer espécie e de pinturas. Estas novas políticas culturais que ocorreram durante o século XIX, surgiram, em parte, devido às várias campanhas de arqueologia que ocorriam um pouco por todo o país (Ramos, 1993).

De acordo com Dionísio (1924), no princípio do século passado já existiam estabelecimentos de hotelaria de grande qualidade e uma gastronomia forte na cidade de Portimão. Situação semelhante também poderia ser averiguada na zona da Praia da Rocha. Ainda na zona do Barlavento, relativamente perto à cidade de Portimão, existia turismo termal, as Termas de Monchique. Este local termal era considerado um espaço de lazer e saúde de referência. Os consumidores deste espaço não só pertenciam à alta sociedade algarvia, mas também eram oriundos da Andaluzia, Gibraltar ou da Catalunha (Pinto, 2013).

Para além dos serviços e instrumentos educacionais, o Museu de Portimão possui iniciativas com programas que englobam exposições pertencentes de outras entidades. Tal como já aqui mencionado, enfatiza-se a exposição do Museu de Portimão, ‘Lugares Paisagens Viagens’, que englobava peças de colecionadores locais, tais como do ilustre Manuel Teixeira Gomes, antigo presidente da República Portuguesa. Nesta mesma exposição foram expostas obras da coleção da Fundação Calouste Gulbenkian, de artistas contemporâneos como as de Teresa Dias Coelho e de Ana Vidigal.

Tendo a noção descrita por Gonçalves (2009), o museu enquanto instrumento educacional onde se promovem tipos de património, o Museu de Portimão também divulga o património local com valor patrimonial, o azulejo. As iniciativas ligadas a esta causa decorreram durante o ano de 2018, Ano Europeu do Património Cultural. Juntamente com o Museu Nacional do Azulejo, o Laboratório Nacional de Engenharia Civil e o Instituto de História da Arte da Faculdade de Letras de Lisboa promoveu-se o mês do azulejo – outubro. Dentro desta temática foram desenvolvidas visitas culturais guiadas ao Jardim 1.º de Dezembro, situado no centro histórico de Portimão: espaço urbano histórico com mobiliário urbano e canteiros de valor patrimonial, com conjuntos azulejares de grande interesse. Todas estas iniciativas estavam também inseridas no processo de candidatura do azulejo português a Património da Humidade, Unesco, que envolveu 10 municípios.

Através do Quadro 2, é possível verificar que os princípios de inovação museológica descritos por Gonçalves (2009). Segundo os dados estatísticos do Museu de Portimão, de 2008 até ao ano de 2018 [período de 10 anos], relativamente ao número de visitantes, número de eventos e outras atividades culturais é possível constatar que este espaço cultural se tornou mais interativo com os seus visitantes a partir do ano de 2013; o número de visitantes estabilizou-se acima dos 50 000 visitantes por ano. Simultaneamente a esta situação, o número de visitantes de eventos aumentou o triplo, com valores superiores aos dos 15 000 visitantes. Já o número de visitantes de outras atividades, segundo o Museu de Portimão, situadas fora do seu espaço físico quadruplicou. Em todos estes tipos de indicadores é possível verificar que entre os anos de 2013 e 2018 ocorreu um aumento gradual de visitantes.

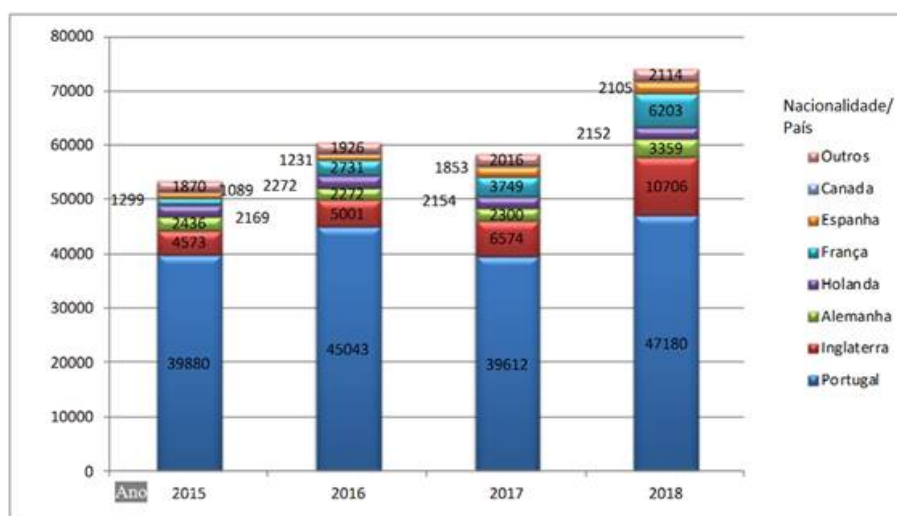


QUADRO 2

Dados estatísticos do número de visitantes e actividades culturais no Museu de Portimão

Elaborado pela autora (2021) com os dados do Museu de Portimão, 2018/19.

De acordo com os dados é possível verificar que, desde 2015, existe uma evolução positiva no crescimento de número de visitantes neste espaço museológico [Quadro 3]. Os visitantes não são exclusivamente de nacionalidade portuguesa. Existe uma procura significativa de visitantes de nacionalidade estrangeira, aproximadamente um terço do número total anual dos visitantes nos últimos quatro anos. Deste grupo de visitantes do Museu de Portimão destaca-se o crescimento significativo dos consumidores de nacionalidade inglesa e francesa. Também é possível constatar que nestas duas nacionalidades os valores duplicaram nos últimos dois anos. O número de visitantes de nacionalidade germânica e espanhola também aumentou nos últimos anos, mas de forma gradual. Com estes valores pode-se comprovar a existência e crescimento de turismo cultural, bem como considerar o Museu de Portimão um produto turístico cultural na cidade de Portimão, com experiências culturais dinamizadoras.



QUADRO 3

Dados estatísticos do Museu de Portimão – Nacionalidade dos visitantes

Elaborado pela autora (2021) com os dados do Museu de Portimão, 2018/19

**Teatro Tempo** - O Teatro Tempo é um edifício exemplar do estilo Neoclássico, com alguns apontamentos do estilo Barroco. A localização deste edifício situa-se no atual Largo 1º Dezembro, antigo jardim desenhado e pensado para ser acolhedor e tranquilo, datado do início do século XX. A data de construção inicial do palacete remonta ao século XVII. Com o terramoto de 1755 sofreu danos significativos, tendo sido reconstruído pelo seu então proprietário sr. Joaquim Ignácio Pacheco de Sarrea. Os Sarrea eram uma família influente e possuidora de grandes herdades na região. A sua influência também era sentida ao nível do poder político; alguns dos seus membros desempenharam altos cargos militares, de governância na antiga Vila Nova de Portimão e alguns dos membros também foram cavaleiros fidalgos do Rei. A importância desta família pode ser constatada também por grande parte dos seus representantes varões foram cavaleiros da Ordem de Cristo.

Com a queda da monarquia e com a implantação da República, este palacete foi adquirido pelo município, tendo tido várias funcionalidades: Paços do Concelho; Escola de Artes e Ofícios; Tribunal, serviço das Finanças e a Biblioteca Municipal. Para efeitos de desenvolvimento cultural, no início do século passado, a Câmara Municipal de Portimão apostou na criação de um espaço dedicado às performances culturais, neste caso o Teatro Tempo no Palacete Sarrea. A inauguração deste espaço cultural foi em 2008, sendo um projeto da autoria do conceituado arquiteto português Troufa Real.

Situado no centro histórico da cidade de Portimão, o projeto arquitetónico do Teatro Tempo consistiu numa intervenção de reabilitação de um edifício arquitetónico de carácter nobre. Em termos programáticos, a reabilitação deste objeto consistiu na conversão de uso para um teatro, posto de turismo e anfiteatro ao ar livre. Constitui um dos equipamentos com maior expressão de eventos e de grande importância cultural para a cidade de Portimão. Também é um espaço cultural que possui boas condições de acessibilidade, sem barreiras arquitetónicas, ao nível da entrada e acesso ao interior do edificado. Também se encontra próximo de um percurso pedonal, a menos de 50 metros de distância da Rota Turística Acessível de Portimão.

A importância deste espaço cultural está em ser um dos instrumentos utilizados na estratégia de revitalização do centro histórico da cidade de Portimão. Associando-se à cultura, contribui para o desenvolvimento social e económico local. Assumidamente, por ser um espaço urbano central, consiste num fórum de apresentação e promoção da imagem de uma cidade ativa. Este espaço cultural também proporciona a vivência do espaço público, a socialização de diferentes comunidades: locais, visitantes e artistas (Teatro Tempo [TT], 2017). O edifício do Teatro Tempo de Portimão e a sua envolvente urbana, tal como

Choay (2005) refere pode ser denominado de ambientes urbanos com valor patrimonial e divulgadores do património cultural material e imaterial, identidade e diversidade da cultura de um determinado sítio.

Os museus podem ter um papel importante nas suas comunidades bem como na questão da gestão de um destino quando se trata do desenvolvimento ou implementação do turismo cultural ou patrimonial. O impacto ainda poderá ser maior caso seja reforçado por eventos ou programas. Atualmente, este tipo de atividades culturais é um acréscimo, que pode influenciar o comportamento dos consumidores com experiências memoráveis. Esta questão está também associada à economia das experiências onde é possível aplicar em serviços ou para o teatro (Decker, 2018). O Teatro, edifício de palco para performances é conhecido desde dos tempos do Imperio Romano. Uma das grandes referências nacionais de espaços culturais para o teatro é o Teatro D. Maria II (Martins, 2015). Durante o período de fins do século XIX – XX, surgiram um conjunto de edifícios dedicados ao teatro, incluindo o Teatro Lethes na cidade de Faro. Este edifício inaugurado nos meados do século XIX e associado ao aniversário da Rainha D. Maria II, foi um projeto da autoria do arquiteto italiano Lázaro Doglioni (Câmara Municipal de Faro, 2018). O hábito cultural e social de frequentar este tipo de espaços era notório nessa época a nível nacional, incluindo na região do Algarve.

Existem experiências ou produtos de turismo cultural e.g., o teatro, performances, que podem estar completamente desconectadas com o sítio (Smith, 2015), podendo ser experiências culturais sem qualquer ligação com a cultura ou património local. No turismo uma manifestação teatral pode ser uma motivação para uma visita. Baptista e Lameigo (2015) fazem referência da motivação central da visita ou estadia num destino ser a dimensão teatral: o turismo de teatro. O conceito de Theatre Tourism está associado a outros conceitos do turismo, tais como: o interesse espacial, cultural ou de artes (Baptista & Lameigo, 2015). O turismo cultural também é aplicável a um conjunto de atividades ou a visitantes de atrações culturais que se podem denominar de turistas culturais (Hughes, 2002). Presentemente, as dinâmicas de desenvolvimento e de programação na área do teatro não passam somente pelos tipos de oferta, mas também pela inclusão: social e física, e.g. o Teatro Nacional D. Maria II com o programa ‘Há lugar para todos’ (Teatro D. Maria II, 2018).

De acordo com os gráficos apresentados nos Quadros 3, 4 e 5 é possível verificar que o período dos primeiros oito meses dos anos de 2015, 2016 e 2017 possuem maior número de público no Teatro Tempo. Este período engloba as duas épocas da atividade turística, a Época Baixa e a Época Alta (Castro, 2013). No período da Época Baixa é possível constatar que os meses com maior número de público são aqueles onde incidiram as miniférias da Páscoa. A época de maior frequência de público no Teatro Tempo de Portimão nos anos 2015, 2016 e 2017 coincidiu sempre com o mês de agosto. Os valores em causa foram sempre três vezes maiores do que o segundo melhor mês de audiência dos referidos anos. Isto é, o Teatro Tempo de Portimão possui maior audiência no mês de agosto, período turístico da Época Alta. De acordo com os dados facultados pelo Teatro Tempo de Portimão no mês de agosto só existe uma única atividade, com diversas sessões. Estas atividades culturais estão sempre associadas ao teatro de Revista à Portuguesa, de companhias nacionais, tendo no seu elenco atores com reconhecimento nacional.



QUADRO 4

Número de público Teatro Tempo [2015]

Elaborado pela autoria (2021) a partir dos dados cedidos pelo Teatro Tempo, 2018



QUADRO 5

Número de público Teatro Tempo [2016]

Elaborado pela autoria (2021) a partir dos dados cedidos pelo Teatro Tempo, 2018



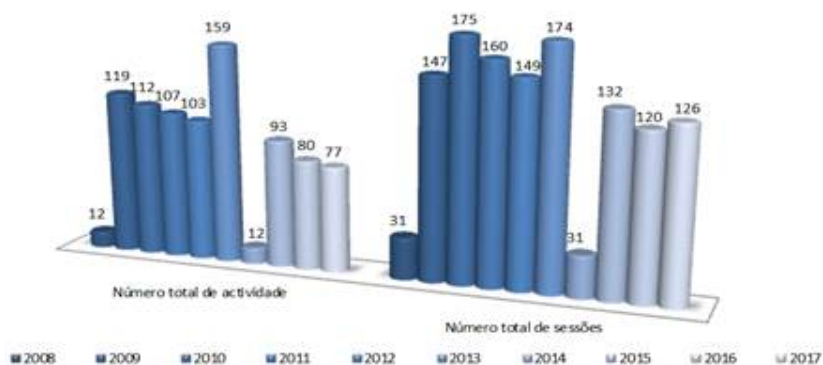
QUADRO 6

Número de público Teatro Tempo [2017]

Elaborado pela autoria (2021) a partir dos dados cedidos pelo Teatro Tempo, 2018

O Teatro Tempo de Portimão é um espaço cultural composto por diversas salas, com diferentes características, podendo assim ser um espaço cultural onde se pode obter uma maior diversidade de eventos culturais. Este espaço cultural é composto por: o Grande Auditório Nuno Magalhães; o Pequeno Auditório;

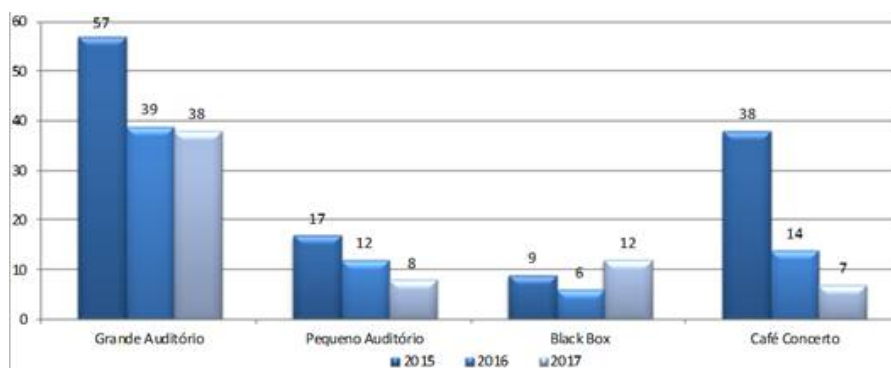
a sala Black Box, uma Sala de Exposições; uma Sala de Ensaios e o Café Concerto. Ainda neste teatro encontra-se instalado o Posto de Turismo. Pela análise efectuada aos dados obtidos pelo Teatro Tempo, em termos programáticos, verifica-se uma tendência de redução de atividades mas com maior número de sessões [Quadro 7]. Tendo em consideração a composição espacial do Teatro Tempo de Portimão, os dados indicam que existe uma maior utilização de duas salas; Grande Auditório Nuno Magalhães e do Café Concerto. No entanto, os mesmos valores analisados demonstram que existe um decréscimo de utilização das salas Pequeno Auditório e Café Concerto situação inversa à Sala Black Box [Quadro 8].



QUADRO 7

Número de atividades e sessões no Teatro Tempo [2015|6|7]

Elaborado pela autoria (2021) a partir dos dados cedidos pelo Teatro Tempo, 2018

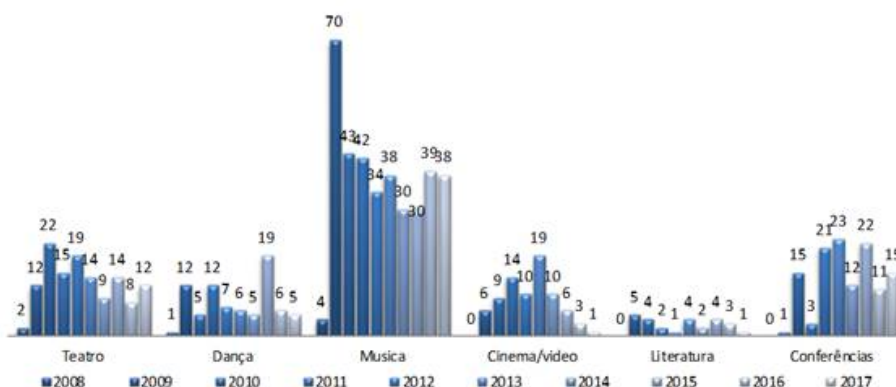


QUADRO 8

Número de atividades nas salas do Teatro Tempo [2015|6|7]

Elaborado pela autoria (2021) a partir dos dados cedidos pelo Teatro Tempo, 2018

Segundo os tipos e temáticas das atividades culturais programadas nestes últimos três anos pode-se constatar que tem existido uma redução de atividades ligadas ao cinema, oficinas e exposições. Sendo as principais atividades as relacionadas com: teatro; dança; música; cinema/vídeo; literatura e conferências. A atividade que tem tido uma relativa estabilidade foi a relacionada com a literatura. Já as atividades com maior número de audiência são: a música [concertos, festivais, entre outros], o teatro e a dança [incluindo festivais de dança]. Estes tipos de atividades não têm tido nenhum processo evolutivo constante [Quadro 9]. Por fim, as conferências, em diferentes áreas de trabalho e de caráter regional ou nacional, são uma das atividades que possuem números bastante significativos. Conforme os dados recolhidos, as atividades relacionadas com conferências e com dança [festivais] ocorrem normalmente na Época Baixa, no período da primavera e outono. No entanto, os dados não permitem identificar tendencialmente uma evolução positiva ou negativa, pois os valores não são constantes.



QUADRO 9

Tipos de atividades no Teatro Tempo [2015|6|7]

Elaborado pela autoria (2021) a partir dos dados cedidos pelo Teatro Tempo, 2018

Os dados totais de números de audiências no Teatro Tempo de Portimão demonstram que existiu uma grande queda de público nos primeiros anos, principalmente a partir do ano de 2010, valores abaixo dos 20.000 espectadores. Já nos anos de 2014 e 2017 foi verificada uma nova queda de audiência [Quadro 10]. No entanto, julga-se que durante o período da Crise Financeira que houve em Portugal [Trioka] 2010-2014, as audiências do Teatro Tempo de Portimão obtiveram uma queda ligeira. No ano 2017, a queda de número anual de público tudo indicia que esteja relacionada com o fecho do Teatro Tempo de Portimão, por motivos de manutenção. Esse período de fecho decorreu durante a última semana do mês de agosto e a totalidade do mês de setembro.



QUADRO 10

Número de tipos de atividades no Teatro Tempo [2015|6|7]

## CONCLUSÃO

O património material e imaterial são elementos de suporte para o desenvolvimento da cultura de um determinado sítio. A sua preservação e conservação são essenciais para a identidade local, mas também pelos benefícios que poderá trazer para a sociedade. Neste estudo foi possível constatar a importância do património cultural material e imaterial para o turismo, nomeadamente para o desenvolvimento do segmento de turismo cultural. A criação de medidas inovadoras na área do turismo cultural, tal como o turismo experimental poderá ter em atenção a questão da acessibilidade. Consiste num elemento que poderá conduzir para um turismo integral, inclusivo e para todos. As tendências das experiências estão intrinsecamente ligadas ao fenómeno do story telling, em que os visitantes podem participar numa ação, e posteriormente, relatar as experiências obtidas. Estas experiências estão em muito associadas ao património imaterial: aos costumes,

às tradições e aos gostos de um local. O turismo encontra-se em sintonia com filosofias mais emergentes da cultura, onde existe um maior cuidado na preservação e conservação de elementos imateriais.

Os museus, como espaços culturais de experiências experimentais, devem deter um potencial criativo, e assim ser um recurso importante para turismo de uma determinada região. A interação dos espaços museológicos e o turismo [cultural] afeta a conservação do património local, bem como a sua divulgação. Esta divulgação tanto deve ser pensada para os residentes, visitantes nacionais e estrangeiros. O relembrar das raízes e valores locais aos residentes beneficia a questão do orgulho e do sentimento de pertença. Não esquecer que a percepção sentida pelos residentes também é vivenciada/presentida pelos visitantes. Em ambos os casos são relações que fortalecem a identidade patrimonial, trazendo um potencial de maior valor para as experiências turísticas. O desenvolvimento do turismo cultural, a partir de espaços e dos recursos patrimoniais de interesse local, poderá elevar as dimensões económicas, sociais, ambientais e contribuir para um desenvolvimento sustentável. Deste modo, o museu poderá trazer novas atratividades e consolidar a oferta turística de um destino. A qualidade das experiências e das ofertas turísticas também poderão estar associadas ao património classificado - património classificado pela Unesco.

O Museu de Portimão é um equipamento cultural que promove o desenvolvimento do turismo cultural na cidade de Portimão. Em grande parte, as suas experiências são baseadas na cultura local, na história do território e da identidade única. Também foi possível constatar que as dinâmicas em torno de eventos poderão estar associadas ao aumento de número de visitantes. Trata-se de um espaço que promove a curiosidade não só dos visitantes de nacionalidade portuguesa mas também estrangeira. Verificou-se também que os consumidores culturais estrangeiros tiveram um crescimento significativo nos últimos três anos. Através da análise dos dados foi possível verificar que o Museu de Portimão é um produto turístico cultural, com experiências culturais dinamizadoras. Também pode ser considerado um equipamento desencadeador do desenvolvimento do turismo cultural na cidade de Portimão.

Na cidade de Portimão existe turismo cultural relacionado com o turismo de teatro. Trata-se de uma oferta turística cultural de grande interesse e procura no período da Época Alta. Já no período da Época Baixa existe uma maior procura de eventos ligados à música e a conferências. Julga-se que as atividades relacionadas com conferências, nomeadamente com temáticas de interesse nacional, poderão trazer benefícios para o combater dos períodos sazonais, e.g.: através dos consumos na restauração e/ou de estadias em estabelecimentos hoteleiros. Assim, julga-se que o Teatro Tempo de Portimão poderá trazer novas experiências culturais e consolidar a oferta turística cultural da cidade de Portimão.

As limitações sentidas neste estudo foi a impossibilidade de englobar os dados referentes às nacionalidades dos consumidores culturais relativos espaço Teatro Tempo. Pois seria pertinente a análise sobre o consumo de turismo de teatro por não portugueses, e, verificar se se encontra em crescimento ou não. Ambos edifícios possuem condições arquitetónicas que enaltecem a acessibilidade, isto é, eliminação de barreiras arquitetónicas. Tendo-se a noção da existência da infraestrutura pedonal, a Rota Turística Acessível de Portimão, que integra estes dois elementos culturais, julga-se que deveria ser dada continuidade às medidas de inovação urbana. Esta continuidade seria consolidada pela criação de uma estratégia sustentável de um turismo cultural acessível para a cidade de Portimão.

Este trabalho demonstra a existência de turismo cultural no centro histórico de Portimão. As suas ofertas são diversificadas, tanto para residentes, visitantes nacionais e estrangeiros. Também é possível comprovar que o turismo cultural em Portimão se encontra numa fase de crescimento e em diversas vertentes: museológicas ou performativas. Sendo a parte teatral a que demonstra maiores desafios para um crescimento consolidado. Defende-se que as medidas de reabilitação urbana e de promoção da acessibilidade universal têm efeitos secundários no desenvolvimento cultural da paisagem urbana patrimonial da cidade, e consequentemente, no turismo cultural e acessível. No futuro deveriam ser analisados os tipos de consumidores deste segmento de turismo na cidade de Portimão e algumas atividades que se encontram emergentes, tais como as relacionadas com os eventos no Museu de Portimão ou a música, conferências

no caso do Teatro Tempo. Estes estudos poderão trazer novos dados para a construção de uma estratégia de turismo cultural acessível sustentável para o centro histórico de Portimão e uma referência para a implementação de turismo cultural acessível na região do Algarve, Portugal.

## REFERÊNCIAS

- Associação de Turismo de Portimão. (2016). *Património e cultura*. Algarve, Portimão, Roteiro de Maria João Proença. Gabinete de Património, Câmara Municipal de Portimão. Link
- Baptista, M., & Lameigo, V. (2015). Da rua e da cena: um estudo sobre o turismo de teatro. *Arteriais - Revista PPGARTES*, 1(1), 38-51. Link
- Câmara Municipal de Faro (2017). *Câmara Municipal*. Link
- Câmara Municipal de Portimão (2017). *Câmara Municipal*. Link
- Castro, J. (2013). *Sazonalidade no Turismo: Novos Desafios á Sustentabilidade. O caso prático do Troiaresort*. Dissertação, Mestrado em Gestão, Instituto Univeristário de Lisboa, Portugal. Link
- Choay, F. (1999). *A Alegoria do Património*. Lisboa: 70.
- Choay, F. (2005). *Património e Mundialização*. Centro de história da arte da Universidade de Évora. Évora, Portugal: Casa do Sul.
- Decker, J. (2018). Cities, museums and soft power. *Consumption Markets & Culture*, 21(8), 603-610. DOI
- Dionísio, S. (1924). *Guia de Portugal Estremadura, Alentejo e Algarve*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Esichaikul, R. (2012). Travel motivations behavior and requirements of European Seniors to Thailand. *Passos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(2), 47-58. Link
- Fortuna, C. (2013). Heritage, tourism and emotion. *RCCS Annual Review*, 5, 106-122. Link
- Frantz, M. (2018). Tourism marketing and urban politics: cultural planning in a European Capital. *Tourism Geographies*, 20(3), 481-503. DOI
- Gameiro, J. (2018). Museus e sociedades em contextos turísticos: o exemplo do Museu de Portimão. In: A. Polónia, C. M. Costa & F. Mouta. (Coord.) *Boas Práticas para Políticas Públicas de Memória, Ciência e Património*. pp. 77-86. Porto, Portugal: Media XXI. Link
- Gameiro, J., & Ramos, A. (2015). Portimão – o desafio museológico entre turismo e património. In: A. R. Gonçalves, A. P. Oliveria & C. F. Santos (Coord.). *Fragments para a Historia do Turismo no Algarve*. pp. 41-63. Algarve: CEPAC. Link
- Gomes, A. (2013). *Turismo Cultural e museus: o caso do Museu do Abade de Baçal*. Dissertação, Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, Universidade de Coimbra, Portugal. Link
- Gonçalves, A. (2009). O museu como polo de atração turística. *Exedra*, número temático, 77-118. Link
- Hughes, H. (2002). Culture and tourism: a framework for fother analysis. *Managing Leisure*, 7(3), 164-175. DOI
- International Council of Monuments and Sites. (1975). *Charter of cultural tourism*. Paris. Link
- International Council of Museums Portugal (2015). Link
- International Council of Museums. (2000). *Museums, Heritage and Cultural Tourism*. Peru e Bolívia: Trujillo e La Paz. Link
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge.
- Lopes, M. (2010). *Plano de Promoção de Acessibilidade para todos*. Dissertação, Mestrado em Engenharia Civil, Universidade do Porto, Portugal. Link
- Martins, A. R. P. M. (2015). *A fábrica do Teatro do Bairro Alto (1761-1775)*. Tese, Doutoramento em Estudos Artísticos, Universidade de Lisboa, Portugal. Link
- Neto, V. (2015). Cultura e turismo. In: A. R. Gonçalves, A. P. Oliveria & C. F. Santos (Coord.) *Fragments para a Historia do Turismo no Algarve*. pp. 35-41. Algarve: CEPAC. Link

- Padinha, D., Miguel, S., & Almeida, C. (coord.) (2014). *Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve – 2015-2018*. Turismo de Portugal. Link
- Parreira, R. (coord) (2018). *Guia de Museus do Algarve: Um caminho pelo conhecimento*. Rede de Museus do Algarve. Link
- Pinto, A. (2013). *O Património Arquitectónico e Artístico das Caldas de Monchique na Cenografia da Paisagem Termal*. Dissertação, Mestrado em Arte, Património e Teoria do Restauro, Universidade de Lisboa, Portugal. Link
- Portugal Acessível (2018). Link
- Prentice, R. (2001). Experiential cultural tourism: Museums & the Marketing of new romanticism evoked authenticity. *Museums Management and Curatorship*, 19(1), 5-26. DOI
- Ramos, P. (1993). *Breve História do Museu em Portugal*. Universidade Aberta.
- Richards, G. (2000). Tourism and world of culture and heritage. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9-17. DOI
- Rössler, M. (2002). Linking nature and culture: World Heritage Cultural Landscapes. In: P. Ceccarelli, & M. Rössler. (Org.) (2002). *Cultural Landscapes: the Challenges of Conservation*. pp. 10-15. Ferra, Italia: Unesco. Link
- Smith, S. (2015). A sense of place: place, culture and tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 220-233. DOI
- Teatro D. Maria II (2018). *Há lugar para todos*. Link
- Teatro Tempo (2017). *Teatro Municipal de Portimão*. Link
- Teles, P. (2017). A acessibilidade universal na qualificação social e física das cidades: Das cidades e vilas com mobilidade para todos ao Portugal 2020. *Omnia*, 6(2), 5-13. Link
- Unesco (1972). *Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural*. Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, Paris, 16 de novembro. ratificada por Portugal pelo Decreto n.º 49/79, de publicado em Diário da Republica em 6 de Junho. Link
- Unwto (2015). *Global Report on Cultural Routes and Itineraries*. Madrid, Espanha: World Tourism Organization. Link