



E N S I N O



**EDIÇÃO**

Imprensa da Universidade de Coimbra

Email: [imprensauc@ci.uc.pt](mailto:imprensauc@ci.uc.pt)

URL: [http://www.uc.pt/imprensa\\_uc](http://www.uc.pt/imprensa_uc)

Vendas online: <http://www.livrariadaimprensa.com>

**CONCEÇÃO GRÁFICA**

António Barros

**INFOGRAFIA DA CAPA**

Carlos Costa

**INFOGRAFIA**

Xavier Gonçalves

**EXECUÇÃO GRÁFICA**

Sersilito

**ISBN**

978-989-26-0285-1

**ISBN Digital**

978-989-26-0585-2

**DOI**

<http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0585-2>

**DEPÓSITO LEGAL**

350609/12

**OBRA PUBLICADA COM O APOIO DE:**

**CEGOT**  
Universidades de Coimbra,  
Porto e Minho

© OUTUBRO 2012, IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA

CULTU  
RAL  
PATRIMÓNIO E  
PAISA  
GÍSTICO

PAULO CARVALHO  
JOÃO LUÍS J. FERNANDES

IMPRESA DA  
UNIVERSIDADE  
DE COIMBRA  
COIMBRA  
UNIVERSITY  
PRESS

## SUMÁRIO

Prefácio.....	7
Património Cultural, Ordenamento e Desenvolvimento: uma Nova Visão e Valorização do Território.....	13
<i>Paulo Carvalho</i>	
Património Cultural e Estratégias de Desenvolvimento em Portugal: Balanço e Novas Perspetivas.....	39
<i>Paulo Carvalho</i>	
Património(s), Políticas Públicas e Promoção do Desenvolvimento Local em Portugal: da Requalificação Urbana aos Novos Territórios e Produtos Turísticos .....	59
<i>Paulo Carvalho</i>	
Património e Território: dos Lugares às Redes .....	83
<i>Paulo Carvalho</i>	
Residência Secundária, Patrimonialização e Construção de Novas Ruralidades .....	97
<i>Paulo Carvalho</i>	
Território, Cultura e Diversidade da Oferta Turística na Europa .....	123
<i>João Luís Jesus Fernandes</i>	
<i>Cityscapes</i> – Símbolos, Dinâmicas e Apropriações da Paisagem Cultural Urbana .....	145
<i>João Luís Jesus Fernandes</i>	

As Paisagens Urbanas enquanto Territórios Turísticos e Ideológicos – o caso particular do Szoborpark, em Budapeste .....	163
<i>João Luís Jesus Fernandes</i>	
Territórios Turísticos, Paisagens e Memórias do Holocausto – caso particular do <i>Campo Prisional e do Gueto de Theresienstadt</i> , na atual República Checa .....	175
<i>João Luís Jesus Fernandes</i>	
Indústrias Culturais, Representações de Lugares e Marketing Territorial – O caso particular do Continente Africano em <i>O Fiel Jardineiro</i> , de Fernando Meirelles (2005).....	195
<i>João Luís Jesus Fernandes</i>	
Artes Visuais, Representações e Marketing Territorial .....	213
<i>João Luís Jesus Fernandes</i>	

## PREFÁCIO

O património, conceito marcado por um certo nomadismo científico e por uma acentuada plasticidade temporal e espacial (em que os seus elementos configuram escalas, tipologias e contextos diversos), emerge como temática de grande visibilidade e relevância estratégica no âmbito do desenvolvimento dos territórios e das populações, em contextos geográficos de geometria variável, sob diferentes pretextos: requalificação e revitalização dos lugares, melhoria das condições e da qualidade de vida das populações, reconstrução de memórias e identidades, processos de mediação educativa (educação patrimonial) e integração dos lugares na esfera dos lazeres turísticos, entre os mais significativos.

Na perspetiva dos principais documentos orientadores e normativos internacionais, entre convenções, recomendações, resoluções e restantes atos, as tendências evolutivas do património cultural permitem sublinhar o crescimento e alargamento do campo patrimonial, a maior relevância das dimensões imateriais e dos ambientes rurais e vernaculares, a valorização do contexto paisagístico, a aproximação em relação aos cidadãos, a responsabilidade crescente do poder local, o incremento das estratégias de cooperação e a construção de redes, bem como o reconhecimento da educação patrimonial.

A atual visão do património, integrada, territorial e dinâmica, e a sua inclusão nas políticas e instrumentos de gestão, significam novas oportunidades económicas no contexto da globalização e também novas oportunidades de participação social na salvaguarda, valorização e fruição dos bens patrimoniais. Contudo, importa evitar a instrumentalização privada dos patrimónios públicos, em particular no âmbito de práticas urbanísticas que refletem o urbanismo ao

serviço dos promotores em detrimento do urbanismo ao serviço das pessoas (e em respeito com a sustentabilidade de cada lugar).

As preocupações em relação à qualidade paisagística de cada lugar no sentido de manter os valores que o fazem singular, aparecem reforçadas com a Convenção Europeia da Paisagem (Florença, 2000). Esta, ao reclamar uma tripla atitude (proteger, gerir e ordenar), contribuiu de forma decisiva para que a paisagem comece a ser considerada por diferentes políticas e instrumentos de planeamento e gestão, como matriz de qualidade de cada lugar, e através da sua qualidade seja considerada o espelho dos valores que o fazem singular.

A integração do património cultural e paisagístico nos processos de desenvolvimento económico, social e cultural dos territórios e das populações, revela uma tipologia ampla e complexa de estratégias/intervenções, que inclui os lazeres turísticos designadamente o turismo cultural e ecológico (lugares, redes e itinerários), os museus e os parques temáticos, os eventos culturais, os estatutos de proteção e a classificação de lugares, as operações de requalificação urbanística e ambiental, entre as mais relevantes.

O papel do património no desenvolvimento das populações e dos territórios é também intermediado pela perceção e pela imagem que os diferentes atores têm de um lugar. Esta está também condicionada pelas representações, isto é, pela forma como os espaços geográficos são filmados, fotografados ou incluídos em narrativas literárias que, de modo formal ou informal, não deixam de constituir instrumentos de marketing territorial. Com efeito, se é no território que algumas indústrias culturais procuram conteúdos, é também no espaço geográfico que se territorializam muitas expressões criativas. Assim se constroem novos patrimónios, como os territórios do cinema ou da literatura, em lugares que ganham centralidade pelo que agora são mas também pelos acontecimentos que sugerem ou evocam, sejam estes uma obra de ficção seja um acontecimento histórico marcante, quantas vezes de modo negativo ou mesmo – como nas *traumascapes*, dramático. Por isso as paisagens da pós-modernidade, associadas ao simbolismo mas também ao consumo, à encenação e à volatilidade de novos patrimónios, condicionam comportamentos como o do turista, do estudante, do empresário e do potencial novo residente, agentes com decisões geográficas que marcam o destino dos lugares. É nesse sentido que se imiscuem questões como as representações, as perceções, a imagem, o

marketing e o posicionamento estratégico dos lugares e das populações que os vivem.

O ensino e a investigação em Portugal têm estado muito atentos a esta realidade, como revela a génese e a consolidação de novos cursos (ao nível da licenciatura, do mestrado e do doutoramento) no sentido de responder ao crescente interesse (académico, profissional e social) da procura nestas áreas formativas.

A Universidade de Coimbra, designadamente a Faculdade Letras, acompanhou esta tendência e assumiu como desígnio estratégico a diversificação sustentada da sua oferta formativa com a abertura de novos cursos que refletem a importância do património como domínio científico da maior relevância e eixo estratégico do mercado de trabalho neste início de milénio.

É a pensar em especial no universo dos estudantes que frequentam o Ensino Superior português, com o objetivo de disponibilizar uma ferramenta pedagógica capaz de apoiar os seus estudos, mas também com o propósito em disponibilizar informação sólida e atualizada para um público mais alargado (e cada vez mais interessado e exigente), que na qualidade de docentes e investigadores (em unidades curriculares/áreas de investigação como o ordenamento do território, o turismo e o desenvolvimento, o património cultural, entre outras) com trabalho reconhecido neste domínio, planeámos e desenvolvemos esta obra de matriz essencialmente pedagógica.

A organização da nossa proposta de trabalho, partindo de um conjunto de reflexões que desenvolvemos nos últimos anos (relacionadas com os referidos interesses de ensino/investigação, a participação em eventos científicos nacionais e internacionais, e a publicação dos respetivos textos em suportes nem sempre acessíveis), respeita um conjunto de preocupações que apontam no sentido de oferecer as bases para o entendimento e o aprofundamento das temáticas tratadas.

Assim, no decurso da presente publicação, começamos com a apresentação e discussão dos conceitos estruturantes e suas tendências evolutivas, através de uma articulação de escalas geográficas, abrindo caminho para a análise das políticas e instrumentos que no âmbito de plataformas temáticas multidimensionais (onde se inclui o ordenamento, o planeamento, o desenvolvimento, o turismo e a residência secundária) estão na génese de intervenções patrimoniais em

contextos geográficos diversos (ambientes de montanha, espaços rurais e contextos urbanos). No segundo grupo de textos discutem-se os novos patrimónios das paisagens da pós-modernidade, os territórios turísticos em espaços geográficos marcados pela estética visual mas também pelos acontecimentos, pela memória quase sempre politicamente contestada, pelas topobiografias e pelas dimensões que se apreendem numa relação muntissensorial com as paisagens, que são também sonoras, olfativas ou gustativas. Neste conjunto de textos problematiza-se o papel das representações e da construção da imagem dos lugares. Por isso se faz uma trajetória por temáticas como o marketing territorial e o planeamento pstratégico. O primeiro está incluído no segundo e nenhum pode contornar os velhos mas também os novos patrimónios da pós-modernidade.

Assim se irão rever textos que, neste ou noutro formato, foram antes editados ou objeto de apresentações públicas, mas que agora se revêm e se associam num alinhamento que permitirá uma viagem por conceitos, lugares e problemáticas essenciais para entender a complexa relação da sociedade humana com o tempo e o espaço neste século XXI: “Património cultural, ordenamento e desenvolvimento – uma nova visão e valorização do território” (*Cadernos de Geografia*, 2008); “Património cultural e estratégias de desenvolvimento em Portugal: balanço e novas perspetivas” (*Atas do X Colóquio Internacional de Geocrítica*, 2009); “Património(s), políticas públicas e promoção do desenvolvimento local em Portugal: da requalificação urbana aos novos territórios e produtos turísticos” (*Atas do XII Encontro Nacional da APDR*, 2008); “Património e território: dos lugares às redes” (*Território e Trajetórias de Desenvolvimento*, 2005); “Residência secundária, patrimonialização e construção de novas ruralidades” (*Atas do VI Colóquio Ibérico de Estudos Rurais*, 2006); “Território, Cultura e Diversidade da Oferta Turística na Europa” (*Cadernos de Geografia*, 2010); “As paisagens urbanas enquanto territórios turísticos e ideológicos – o caso particular do Szoborpark, em Budapeste” (*VII Congresso da Geografia Portuguesa*, 2009); “Cityscapes – símbolos, dinâmicas e apropriações da paisagem cultural urbana” (*Máthesis*, 2009); “Territórios Turísticos, Paisagens e Memórias do Holocausto – caso particular do Campo Prisional e do Gueto de Theresienstadt, na atual República Checa” (*V Congreso Turismo y Desarrollo*, 2011); Indústrias culturais, representações de lugares e marketing territorial – O caso particular do continente africano

eixo 1 e assimetrias no eixo 2 (47.3 milhões de euros para a criação de uma rede fundamental de recintos culturais; 7.4 milhões de euros para a utilização das NTI para acesso à cultura; e 3.9 milhões de euros para assistência técnica). Contudo importa explicar que o investimento elegível homologado ascendia a quase 429 milhões de euros.

Em relação à tipologia de promotores beneficiários do POC, segundo a mesma fonte, dos 421 projetos homologados, constata-se que os Organismos do Ministério da Cultura representam cerca de 41% do total de projetos aprovados, enquanto que as Autarquias Locais/Associações de Municípios correspondem a 35%, as Entidades Privadas a 19%, as Outras Entidades a 4% e as Parcerias entre diversas entidades (públicas e privadas) representam 1% do total de projetos homologados. Portanto, verifica-se que são os dois primeiros tipos de promotores que absorvem a maior parte do apoio financeiro do POC. De entre os primeiros, destaca-se o Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico (entidade que resultou da fusão dos antigos Instituto Português do Património Arquitetónico e Instituto Português de Arqueologia), com 69 projetos homologados, que absorvem um FEDER comprometido de quase 57 milhões de euros e o Instituto dos Museus e da Conservação (antigo Instituto Português de Museus) com 50 projetos homologados e um compromisso FEDER de 31.6 milhões de euros (MC, 2007).

Importa salientar que face a igual período em 2006, os projetos homologados das Autarquias Locais/Associações de Municípios tiveram um acréscimo muito significativo, tendo passado de 62 projetos homologados em 30.06.06 para 146 projetos em 30.06.07, o que revela um peso muito significativo dos investimentos realizados por estes executores, nomeadamente ao nível da recuperação do património, construção/requalificação de museus, e ainda construção/recuperação de recintos culturais (MC, 2007).

A implementação regional do POC, tendo presente a comparação financeira do POC com o nível de compromissos, revela que região Norte é a que concentra a maior percentagem do FEDER homologado. Seguem-se a região Centro, com 26%, e a região de Lisboa e Vale do Tejo, com 17%.

Em relação ao período de programação anterior, podemos referir que o apoio mobilizado para o setor da cultura no período do Quadro Comunitário de Apoio II (1994-1999), com a comparticipação dos fundos estruturais, foi assegurado essencialmente pelo FEDER no âmbito da Componente Cultura da

Intervenção Operacional Turismo e Património Cultural. No âmbito desta componente a despesa programada ascendeu a mais de 110 milhões de euros, dos quais a esmagadora maioria foi utilizada em projetos de natureza infraestrutural, designadamente a construção e revalorização de Monumentos e Museus. Com efeito, apenas cerca de 8% do investimento foi afeto a ações de âmbito imaterial, abrangendo Festivais Culturais e Inventariação do Património (MC, 2004: 14). Apesar do valor modesto do investimento, se comparado com o QCA III, os efeitos positivos na coesão económica e social motivaram o interesse em reforçar o investimento na área cultural, nomeadamente nas infraestruturas e serviços – no alinhamento da análise acima realizada.

Para além da Intervenção Operacional Turismo e Património Cultural, foram apoiados projetos e ações culturais por via dos Programas Operacionais Regionais, do Programa Operacional de Promoção do Potencial de Desenvolvimento Regional/componente Aldeias Históricas (com 10 aldeias do Centro de Portugal e um investimento, no período de 1995 a 1999, de quase 26.5 milhões de euros, em ações de requalificação urbanística, valorização patrimonial, renovação e ampliação da rede de infraestruturas básicas, promoção e animação turística, e revitalização da economia local) e dos Programas de Iniciativa Comunitária para a Cooperação Transfronteiriça (INTERREG II) e o Desenvolvimento Rural (LEADER II), entre os mais significativos.

Segundo o Relatório de Avaliação do POC, de 2004, o investimento total para a área da cultura apoiado nos diversos programas operacionais do QCA II, foi de 243 milhões de euros (dos quais 176 milhões de euros apoiados pelo FEDER), destacando-se os Museus (25.1% do total), os Teatros (13.5%), as Bibliotecas (12.9%) e as ações em Palácios e Palacetes (10.3%), e em Mosteiros e Conventos (7.8%). A distribuição geográfica do investimento apoiado denota uma predominância de atuações na região Norte (quase 46% do total), “que é em grande parte consequência das opções das autarquias locais, ao decidirem orientar para a área da Cultura uma fatia significativa dos recursos do Programa Operacional Regional do Norte” (MC, 2004: 16).

Em síntese, as ações materiais (em infraestruturas e equipamentos culturais, e em proteção e valorização do património construído) dominam o investimento, tal como aconteceu no âmbito da Componente Cultura da Intervenção Operacional Turismo e Património Cultural.

### 2.3 Apoios financeiros e investimentos paralelos

50

O investimento público e privado na área da cultura não se esgota no POC nem o apoio do Estado a este setor se reduz ao POC. Apesar de o POC constituir o único instrumento sectorial neste domínio, é necessário referir que existem, de forma paralela e até complementar, programas de âmbito mais geral que podem apoiar ações da área cultural. Ainda no âmbito dos Programas Operacionais, destacam-se como plataformas financeiras de apoio ao setor da cultura: os Programas Operacionais Regionais, com ligação às iniciativas de valorização do património móvel e imóvel e criação de equipamentos culturais (nomeadamente museus); o Programa Operacional da Economia, mediante apoio a entidades privadas com fins lucrativos que realizem a sua atividade no setor da cultura; o “Programa Operacional do Emprego, Formação e Desenvolvimento Social, através de programas de requalificação de recursos humanos, abrangendo todas as áreas culturais; o Programa Operacional da Ciência e da Tecnologia e da Sociedade de Informação, através de projetos conjuntos que envolvam a componente cultural e o recurso a conhecimentos científicos e tecnológicos e que permitam contribuir para um melhor acesso do público à cultura, bem como para a conservação e restauro de bens culturais” (POC, 2004: 7) e o PROAGRO (Programa Operacional Agricultura e Desenvolvimento Rural) por via do apoio à conservação e valorização de estruturas edificadas com valor patrimonial. De igual modo, o Programa de Iniciativa Comunitária LEADER (Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural), desde o início dos anos 90, tem apoiado diversos projetos relacionados com a cultura, designadamente ações de salvaguarda e valorização do património edificado, construção e requalificação de equipamentos culturais, eventos de animação e promoção cultural.

Em síntese, os projetos culturais, na amplitude que o termo sugere, podem ser apoiados por diversas entidades públicas, segundo um mosaico de instrumentos dispersos a que correspondem entidades difusas, desligadas, descoordenadas e algumas vezes pouco operantes. Concentrar tematicamente e financeiramente é uma solução que não devemos descurar. A referida dispersão de meios financeiros e intervenções dificulta muito a investigação para não dizer que impossibilita a realização de uma leitura ampla e integrada do setor cultural nos programas de desenvolvimento do País.

## 2.4 Perspetivas para 2007-2013

O novo período de programação das políticas públicas, consubstanciado no Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), é acompanhado de alterações significativas relativamente aos períodos anteriores, designadamente ao nível das opções estratégicas de desenvolvimento do País para os próximos anos. As prioridades estratégicas para 2007-2013 são as seguintes:

- a) “Promover a qualificação dos portugueses, desenvolvendo e estimulando o conhecimento, a ciência, a tecnologia e a inovação como principal garantia do desenvolvimento do País e do aumento da sua competitividade;
- b) Promover o crescimento sustentado através, especialmente, dos objetivos do aumento da competitividade dos territórios e das empresas, da redução dos custos públicos de contexto, incluindo os da administração da justiça, da qualificação do emprego e da melhoria da produtividade e da atração e estímulo ao investimento empresarial qualificante;
- c) Garantir a coesão social atuando, em particular, nos objetivos do aumento do emprego e do reforço da empregabilidade e do empreendedorismo, da melhoria da qualificação escolar e profissional e assegurando a inclusão social, nomeadamente desenvolvendo o carácter inclusivo do mercado de trabalho, promovendo a igualdade de oportunidades para todos e a igualdade de género, bem como a reabilitação e reinserção social, a conciliação entre a vida social e profissional, e a valorização da saúde como fator de produtividade e medida de inclusão social;
- d) Assegurar a qualificação do território e das cidades traduzida, em especial, nos objetivos de assegurar ganhos ambientais, promover um melhor ordenamento do território, prevenir riscos e, ainda, melhorar a conectividade do território e consolidar o reforço do sistema urbano, tendo presente a vontade de reduzir assimetrias regionais de desenvolvimento;
- e) Aumentar a eficiência da governação privilegiando, através de intervenções transversais nos diversos Programas Operacionais relevantes, os objetivos de modernizar as instituições públicas, melhorar a eficiência e qualidade

dos grandes sistemas sociais e coletivos, com reforço da sociedade civil e melhoria da regulação” (MAOTDR, 2008).

52

A organização dos Programas Operacionais para 2007-2013 reflete as significativas modificações introduzidas nos novos regulamentos comunitários dos fundos estruturais e de coesão face ao anterior período de programação, evidenciadas pela introdução de regras de programação mono-fundo e mono-objetivo e pela convergência entre os fundos estruturais e de coesão em matéria de programação plurianual. A regra de programação mono-fundo determina que cada programa operacional é apenas objeto de apoio financeiro por um fundo estrutural (FEDER ou FSE), com exceção do Fundo de Coesão e sem prejuízo da adoção do mecanismo de flexibilidade correspondente à possibilidade de cada um dos fundos estruturais poder cofinanciar investimentos e ações de desenvolvimento enquadrados nas tipologias de intervenção do outro fundo estrutural, no limite de 10% das dotações financeiras atribuídas por eixo. A regra de programação mono-objetivo determina que cada programa operacional é apenas integrado num objetivo da política de coesão comunitária para 2007-2013 (salvo decisão em contrário acordada entre a Comissão e o Estado-Membro), sendo pela primeira vez impostas em Portugal diferenciações muito significativas entre as regiões (NUTS II).

A convergência entre os fundos estruturais e o fundo de coesão em matéria de programação plurianual traduz-se na obrigatoriedade de programação conjunta do FEDER e do Fundo de Coesão em programas operacionais de abrangência territorial nacional (sendo que cada eixo prioritário é financiado apenas por um fundo).

Em termos de elegibilidade das regiões portuguesas NUTS II, temos que:

- As regiões do Norte, Centro, Alentejo e a Região Autónoma dos Açores, são integradas no Objetivo “Convergência”;
- A região do Algarve é enquadrada no regime transitório do Objetivo “Convergência”, designado *phasing-out* estatístico;
- A região de Lisboa integra o Objetivo “Competitividade Regional e Emprego”;

– A Região Autónoma da Madeira é integrada no regime transitório do Objetivo “Competitividade Regional e Emprego”, designado *phasing-in* (MAOTDR, 2008).

A estruturação operacional do QREN é sistematizada através da criação de Programas Operacionais Temáticos (Nacionais) e de Programas Operacionais Regionais para as Regiões do Continente (Norte, Centro, Lisboa, Alentejo e Algarve) e para as duas Regiões Autónomas (Madeira e Açores).

Os Programas Operacionais Temáticos, como o Programa Operacional Temático Fatores de Competitividade (FEDER), o Programa Operacional Temático Potencial Humano (FSE) e o Programa Operacional Temático Valorização do Território (FEDER e Fundo de Coesão), configuram ferramentas estruturantes das linhas de orientação do investimento público e traduzem eixos de ação considerados prioritários para Portugal.

Em relação ao Programa Operacional Temático Potencial Humano, podemos dizer que a qualificação inicial, a adaptabilidade e aprendizagem ao longo da vida, a gestão e aperfeiçoamento profissional, a formação avançada, o apoio ao empreendedorismo e à transição para a vida ativa, a cidadania, inclusão e desenvolvimento social, a igualdade de género, e intervenções específicas no Algarve e em Lisboa, constituem os eixos prioritários de intervenção.

No que concerne aos Fatores de Competitividade, os eixos vertebradores são o conhecimento e desenvolvimento tecnológico, a inovação e renovação do modelo empresarial e do padrão de especialização, o financiamento e partilha de risco de inovação, uma administração pública eficiente e de qualidade, e as redes e ações coletivas de desenvolvimento empresarial.

No âmbito do Programa Temático Valorização do Território os eixos prioritários incluem as redes e equipamentos estruturantes nacionais de transportes; a rede estruturante de abastecimento de água e saneamento; a prevenção, gestão e monitorização de riscos naturais; as redes e equipamentos estruturantes nas regiões autónomas dos Açores e Madeira; os investimentos estruturantes do empreendimento de fins múltiplos de Alqueva; as infraestruturas para a conectividade territorial; as infraestruturas nacionais para a valorização de resíduos sólidos urbanos, e o desenvolvimento do sistema urbano nacional.

A partir deste elenco de eixos privilegiados para efeitos de intervenção operacional em 2007-2013, em que se destaca o potencial humano, os fatores de

competitividade da economia e a valorização do território, constatamos que o setor da cultura, na perspetiva de comparação com o espectro temático do QCA III (2000-2006), sofre uma mudança significativa, de tal maneira que não aparece de forma autónoma e explícita nos Programas Operacionais Temáticos. Esta situação prefigura a necessidade de analisar outros instrumentos, como os Programas Operacionais Regionais do Continente (estruturados territorialmente de acordo com as NUTS II e cofinanciados pelo FEDER) no sentido de encontrar pistas para intervenções na área da cultura. Utilizamos como exemplo a Região Centro de Portugal (que representa 31.3% de Portugal Continental e 23.7% da sua população). O Programa Operacional Regional do Centro 2007-2013 (FEDER), segundo proposta de setembro de 2007, revela as orientações estratégicas da União Europeia para a política de coesão e as orientações políticas adotadas pelo Governo nacional para o QREN. O PO Centro apresenta como prioridades estratégicas a formação de recursos humanos, o reforço da inovação e da competitividade, a valorização do território e a cooperação territorial, através das quais se estruturaram cinco eixos prioritários: eixo 1. competitividade, inovação e conhecimento; eixo 2. desenvolvimento das cidades e dos sistemas urbanos; eixo 3. consolidação e qualificação dos espaços sub-regionais; eixo 4. proteção e valorização ambiental; eixo 5. governação e capacitação institucional.

Uma leitura mais aprofundada dos domínios prioritários do PO Centro revela algumas intenções programáticas de intervenção na área da cultura, designadamente relacionadas com os eixos 2 e 3. No eixo 2, destacamos o apoio à realização de parcerias para a regeneração urbana, privilegiando-se “operações integradas de requalificação e reinserção urbanas, em detrimento de projetos dispersos” (MAOTDR, 2007: 87), com particular incidência em áreas urbanas de excelência (centros históricos e espaços relevantes no plano ambiental, patrimonial ou paisagístico, como as frentes ribeirinhas) e em áreas críticas (periferias ou áreas degradadas ou desordenadas social ou fisicamente). No âmbito do eixo 3, prefiguram-se investimentos em redes de infraestruturas, equipamentos e serviços coletivos, como a cultura, “através da salvaguarda, valorização e animação do património cultural nacional” (MAOTDR, 2007: 93), bem como o apoio a intervenções alicerçadas na valorização dos recursos específicos (endógenos), como o património cultural e natural, em particular em áreas de baixa densidade, no sentido de valorizar os recursos “que sejam suporte de redes temáticas de

promoção do desenvolvimento, ou ainda os que incentivem a emergência de atividades que superem as dependências tradicionais das economias locais, designadamente as de natureza rural” (MAOTDR, 2007: 94). A ideia é desenvolver lógicas de articulação de recursos e de objetivos, como por exemplo “combinando as intervenções no património ou na paisagem com a existência de fatores de atratividade ligados à economia do turismo ou à geração de novas procuras residências em meios de baixa densidade”, com o intuito de revitalizar social e economicamente esses meios, e assim melhorar o seu perfil de competitividade territorial.

### 3. Notas conclusivas

Apesar das dificuldades em conhecer com exatidão o contributo da cultura para a economia nacional e o investimento público na área cultural, decorrentes do sistema estatístico nacional e do modo como são avaliados e divulgados os resultados das intervenções, o dinamismo do setor cultural é uma realidade evidente em Portugal, como demonstram diversos indicadores estatísticos (como, por exemplo, as despesas das câmaras municipais em atividades culturais, os museus e os seus visitantes, o património arquitetónico classificado, as galerias de arte e outros espaços de exposição). Simultaneamente, as atividades culturais apresentam boas perspetivas de crescimento, de criação de riqueza e de emprego qualificado que importa apoiar.

O crescimento significativo do investimento na área da cultura contou com o apoio do Estado e da União Europeia, mobilizado através de programas específicos para a área da cultura (como o POC), que envolveram meios financeiros mais avultados, e de programas de âmbito mais geral que permitem canalizar para a cultura mais algumas verbas.

Com efeito, o POC tem sido complementado por ações inseridas em Intervenções Operacionais da Economia, do Emprego, Formação e Desenvolvimento Social, da Ciência e Tecnologia), assim como por atuações previstas nas Intervenções Operacionais Regionais (MC, 2004). Aliás, a prossecução dos objetivos do POC induz o estabelecimento complementaridades com os restantes programas operacionais.

Os investimentos na recuperação de património construído, na criação de infraestruturas e na dinamização de novas atividades culturais contribuem para o aumento direto e indireto do emprego, bem como para a sua qualificação (nomeadamente os postos de trabalho associados ao funcionamento e dinamização das estruturas criadas, pois são, em geral, empregos em áreas inovadoras, em atividades de trabalho intensivo e de grande qualificação técnica e artística). De igual modo merece destaque o seu contributo para o desenvolvimento do perfil produtivo do País, na medida em que potencia o aparecimento de novas atividades ligadas às “indústrias culturais”. Nesta perspetiva, o POC contribuiu para a criação de novas atividades de valor acrescentado, em particular, as relacionadas à divulgação e animação de espaços museológicos e de sítios históricos e culturais, ao tratamento e difusão de informação associada ao património cultural, ao turismo cultural e à dinamização de atividades associadas à fruição do património e de bens culturais (MC, 2004: 5).

Ao mesmo tempo, as intervenções no património, e em concreto a valorização do património cultural, disperso por todo o País, configuram um importante fator para a criação de condições de crescimento local, de fixação das populações e de incremento das atividades económicas.

A partir da análise dos resultados do POC, verifica-se um aumento significativo do investimento em ações de natureza imaterial (que atingiu cerca de 25%), relativamente ao QCA II (onde não ultrapassou os 8%). Entre estas, destaca-se a disponibilização ao público, através dos novos meios de comunicação, de um importante acervo documental de carácter histórico e cultural depositado em bibliotecas e arquivos.

Contudo permaneceu a necessidade de afetar uma parte significativa do financiamento do POC a intervenções materiais, nomeadamente a recuperação de imóveis e locais de grande relevância cultural (incluindo equipamentos complementares de apoio, infraestruturas envolventes e arranjos exteriores), tendo em vista a sua colocação à fruição pública, em particular aqueles mais suscetíveis de incrementar fluxos turísticos significativos, e aumentar a rede de recintos culturais.

Neste contexto, merece reflexão a necessidade de melhorar as condições de acolhimento dos visitantes (designadamente os museus), os suportes de divulgação e informação aos utilizadores e visitantes (em particular o património

## Bibliografia

- Agren, P. U. 2002, “Reflexões sobre a Rede Portuguesa de Museus”, *Atas do Fórum Internacional Redes de Museus*, IPM/RPM, Lisboa, pp. 17-24.
- Ballart Hernández, J. & Tresseras, J. 2001, *Gestión del patrimonio cultural*, Ariel, Barcelona.
- Beaudet, G. 1999, “Paysage et investissement de valeur”, in *Le paysage : territoire d'intentions*, dir. P. Gonidec-Poullaouec et al., L'Harmattan, Paris, pp. 35-51.
- Carvalho, P. s/d, “População, Território e Desenvolvimento. Análise a partir das aldeias serranas da Lousã”, *Atas do X Encontro APDR*, Coimbra (em publicação).
- Claval, P. 2002, “El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio”, *Boletín de la AGE* (Asociación de Geógrafos Españoles), 34, pp. 30-39.
- CCRC 2001, *Programa Operacional da Região Centro 2000/2006*, Comissão de Coordenação da Região Centro, Coimbra.
- CCRC s/d, *Ação Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior – Plano Global de Intervenção*, Comissão de Coordenação da Região Centro, Coimbra.
- Dower, M. 1998, “O recurso património – um trunfo para o desenvolvimento local”, *Leader Magazine*, 17.
- Fernandes, J. L. e Carvalho, P. 2004, “Património, Memória e Identidade: Repensar o Desenvolvimento”, in *Território, Ambiente e Trajetórias de Desenvolvimento*, coord. L. Caetano, Centro de Estudos Geográficos, Coimbra, pp. 193-217.
- Filipe, G. 2002, “A participação do Ecomuseu Municipal do Seixal em parcerias europeias no campo do património industrial”, *Atas do Fórum Internacional Redes de Museus*, IPM/RPM, Lisboa, pp. 109-116.
- García Manrique, E. 2000, “Los espacios del turismo”, *Atas del XVI Congreso de Geógrafos Españoles (El Territorio y su Imagen)*, CEDMA, Málaga, pp. 41-113.
- Hernández Hernández, F. 2002, *El patrimonio cultural: la memoria recuperada*, Ediciones Trea, Gijón.
- Howard, P. 2003, *Heritage: management, interpretation, identity*, Continuum, London.
- IPPAR 2003, “Itinerários e Inventários Temáticos” (in [www.ippar.pt](http://www.ippar.pt); consulta em 12/10/2003.)
- Lameiras-Campagnolo, M. O. e Lameiras-Campagnolo, H. 2002, “O conceito de rede: incidência sobre o enquadramento e a coordenação das unidades museológicas portuguesas”, *Atas do Fórum Internacional Redes de Museus*, IPM/RPM, Lisboa, pp. 25-39.
- Leimgruber, W. in press, *Heritage conservation awards: stimuli to life for remote settlements?* (Paper presented to UGI Commission on the Dynamics of Marginal and Critical Regions joint meeting in Taegu, 08-13 August 2000).
- Maynar Aguillar, M. 1998, “Concepto de ruta turística (...)”, *European Congress about Cultural Itineraries and Thematic Routes*, Fundación Caja Rioja, Logroño, pp. 311-317.
- Navarro Valverde, F., Cejudo García, E. e Maroto Marcos, J. C. 2002, “Territorios de acción para el desarrollo rural. El caso de la provincia de Granada”, *Atas del XI Coloquio de Geografía Rural (Los espacios rurales entre el hoy y el mañana)*, Servicio de Publicaciones de Universidad de Cantabria, Santander, pp. 181-190.
- Puente Fernández, L. (2002): “El paisaje agrario en el discurso territorial de la PAC y en la ordenación de los espacios rurales”, *Atas del XI Coloquio de Geografía Rural (Los espacios rurales entre el hoy y el mañana)*, Servicio de Publicaciones de Universidad de Cantabria, Santander, pp. 234-242.

- Richards, G. 1998, "Cultural tourism in Europe: recent developments", *European Congress about Cultural Itineraries and Thematic Routes*, Fundación Caja Rioja, Logroño, pp. 105-113.
- Salom Carrasco, J. 2000, "Los lugares y los procesos de globalización", *Atas del XVI Congreso de Geógrafos Españoles (El Territorio y su Imagen)*, CEDMA, Málaga, pp. 171-186.
- Wearing, S. & Neil, J. 2000, *Ecotourism (impacts, potentials and possibilities)*, Butterworth Heinemann.

## RESIDÊNCIA SECUNDÁRIA, PATRIMONIALIZAÇÃO E CONSTRUÇÃO DE NOVAS RURALIDADES<sup>13</sup>

### 1. Introdução

A estrutura do presente texto reflete duas preocupações fundamentais: a primeira, visa contextualizar no plano conceptual a temática das trajetórias e perspectivas de desenvolvimento dos territórios rurais, assim como pretende enfatizar o fenómeno da residência secundária e as suas relações com o processo de patrimonialização e a construção de novas ruralidades; a segunda, pretende articular este quadro teórico com as condições operativas de patrimonialização da paisagem rural, a partir da análise geográfica de três aldeias da Serra da Lousã (Cordilheira Central Portuguesa). Os resultados apresentados decorrem, em grande parte, da investigação realizada no segundo semestre de 2003, no âmbito da nossa dissertação de doutoramento em geografia.

### 2. Os territórios rurais: dinâmicas e perspectivas de desenvolvimento na fase pós-produtivista

A temática do desenvolvimento dos territórios rurais é hoje alvo de uma atenção múltipla e cruzada. Diversos documentos orientadores e normativos,

---

<sup>13</sup> Revisto e atualizado a partir do texto publicado nas *Atas do VI Colóquio Ibérico de Estudos Rurais* (Universidade Internacional da Andaluzia/Associação Espanhola de Economia Agrária e Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, Huelva, 2006, pp. 467-499).

produzidos à escala nacional e internacional<sup>14</sup>, refletem preocupações em relação às dinâmicas de desenvolvimento do mundo rural. O diagnóstico da situação permite identificar, em sentido geral, territórios caracterizados pelas suas fragilidades, desarticulações e fortes relações de dependência. Contudo, emergem novos desafios e oportunidades que permitem antever algumas mudanças e, talvez, perspectivas de desenvolvimento mais animadoras.

No caso da União Europeia, podemos dizer que os espaços rurais estão hoje menos vinculados à função tradicional de abastecedores de alimentos, convertendo-se em espaços multifuncionais. A atual fase pós-produtivista significa que para além de abastecer de produtos agrícolas a agricultura produz bens públicos, isto é, aparece comprometida com a manutenção da paisagem, a preservação do ambiente, a salvaguarda e a valorização do património e constitui um elemento fundamental no âmbito da gestão do território.

Esta nova forma de conceber a agricultura (e o mundo rural) transmite-se também ao desenho do novo tipo de medidas de apoio. Depois da ênfase atribuída aos mercados, produtos, exportações e armazenamento, ganham expressão medidas concretas relacionadas com a manutenção das superfícies, as boas práticas agrícolas, a reflorestação e a preservação da paisagem. Isto significa que a nova política para o mundo rural tem sido orientada para o desenvolvimento rural, com o objetivo de conciliar a dimensão agrícola/rural e ambiental, diversificar as atividades produtivas e definir novos objetivos para a agricultura em função da perspetiva de ordenamento rural (Puente Fernández, 2002).

As experiências LEADER I e II (anos 90) e a nova fase LEADER+ (2000-2006) são a expressão mais visível desta atmosfera de mudança que procura outorgar ao mundo rural um papel mais ativo na condução do seu próprio futuro. O carácter inovador do Programa prende-se com a sua programação e gestão territorializada, envolvendo grupos da ação local, que com base numa

---

<sup>14</sup> A título de exemplo, importa referir: “Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social” (Portugal, 1999); “Programa de Desenvolvimento Regional, 2000-2006” (Portugal, 1999); “Campanha Europeia para o mundo rural” (COE, 1988); “O Futuro do Mundo Rural” (CE, 1988); “Quel Avenir pour les Campagnes? Une Politique de Développement Rural” (OCDE, 1993); “Conferência sobre Desenvolvimento Rural – Declaração de Cork” (UE, 1996); “Agenda 2000” (UE, 1999); “2ª Conferência sobre o Desenvolvimento Rural – Salzburgo” (UE, 2003); “Construir o nosso futuro comum – desafios políticos e recursos orçamentais da União alargada, 2007-2013” (CE, 2004).

estratégia de desenvolvimento local, recebem, avaliam e apoiam propostas de candidatura, de agentes privados e públicos, em áreas como a diversificação das atividades económicas (destacando-se o turismo em espaço rural), os equipamentos sócio-culturais, a preservação e a valorização do(s) património(s), a promoção da imagem territorial. Portanto, o apoio reparte-se em ações de natureza material e imaterial.

Contudo, uma parte significativa destes objetivos é partilhada com outros programas como, por exemplo, os Programas Operacionais Regionais e o Programa AGRO (Programa Operacional Agricultura e Desenvolvimento Rural), para referir o caso de Portugal (2000–2006). Esta situação sugere a necessidade de estabelecer uma demarcação de fronteiras entre as intervenções, de clarificar a coerência e complementaridade entre elas, e de cruzar os resultados da avaliação destas diferentes ferramentas para o desenvolvimento rural.

Por outro lado, a cooperação e o trabalho em rede constituem metodologias largamente elogiadas e referenciadas no âmbito da preparação de novas iniciativas de desenvolvimento. Assim acontece com a estratégia e programação do desenvolvimento rural, para o período 2007-2013, que pretende a integração de todas as medidas no âmbito de um instrumento único: o Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural<sup>15</sup> (FEADER).

Ao mesmo tempo, podemos dizer que este quadro de políticas europeias para o desenvolvimento rural aparece relacionado nos últimos anos com a emergência de uma nova perspetiva de desenvolvimento europeu. A leitura das orientações políticas mais recentes das instituições europeias (como, por exemplo, a Estratégia Territorial Europeia) permite identificar duas grandes tendências: a crescente dimensão territorial das políticas europeias e o fomento da cooperação e da estrutura em rede como métodos de trabalho para o desenvolvimento territorial.

---

<sup>15</sup> A regulamentação deste instrumento, aprovada em junho de 2005, estabelece três objetivos para a política de desenvolvimento rural:

- Aumento da competitividade da agricultura e da silvicultura.
- Melhoria do ambiente e da paisagem rural.
- Promoção da qualidade de vida e da diversificação económica das áreas rurais.

Estes objetivos serão concretizados através de quatro eixos: três de natureza temática coincidentes com cada um dos referidos objetivos e um relativo à aplicação da abordagem LEADER no quadro dos programas de Desenvolvimento Rural. De igual modo, o FEADER determina a obrigatoriedade de cada Estado-membro estabelecer um Plano Estratégico Nacional para o Desenvolvimento Rural e um Programa Nacional ou um conjunto de Programas Regionais de Desenvolvimento Rural (Rosa, 2005).

### 3. A emergência da residência secundária no âmbito dos novos usos e da valorização dos territórios rurais

100

Como acabámos de referir, as novas políticas e instrumentos para o desenvolvimento rural refletem uma nova forma de pensar e atuar sobre os territórios rurais. Depois da afirmação de uma conceção produtivista assumem relevo as perspetivas ambientalistas e territorialistas que apontam diferentes vias para o desenvolvimento do mundo rural (Moreno, 2002; Carvalho, 2005).

As atividades de turismo, recreio e lazer configuram, no plano teórico, propostas alternativas que podem gerar efeitos positivos se integradas em estratégias de desenvolvimento sustentado e orientadas para a dinamização territorial e revitalização do tecido económico e social das áreas de intervenção. A emergência destas atividades é indissociável de profundas mudanças no plano sócio-cultural, nomeadamente a extensão dos modelos culturais urbanos ao espaço rural e, de forma paralela, a revalorização dos modos de vida e das culturas rurais; a consciencialização dos cidadãos sobre a importância de conservar o ambiente e preservar a paisagem; a cada vez maior procura de natureza e espaços naturais (e culturais) por parte da sociedade de ócio que se generalizou nos países desenvolvidos.

A investigação realizada em Portugal tem privilegiado a componente turística, situação que decorre, entre outros motivos, do interesse (e do generoso apoio) público (nacional e comunitário) em relação ao setor turístico, em especial desde o final dos anos 80, com evidente influência no elevado crescimento do número de unidades (repartidas em diversos tipos) e da capacidade de alojamento instalada. A opinião recorrente da maioria dos autores sobre os resultados do turismo em espaço rural, embora reconhecendo a plasticidade e a maior abrangência do conceito, é a de que se trata de uma atividade muito seletiva, na ótica dos atores envolvidos e dos benefícios que é capaz de gerar como, por exemplo, a valorização patrimonial das estruturas edificadas, não respondendo de forma abrangente aos anseios da maioria da população rural (Joaquim, 1999; Cavaco, 2003; Ribeiro, 2003).

Por sua vez, a residência secundária, como fenómeno em expansão, suscita preocupações nomeadamente no que diz respeito às implicações paisagísticas nos territórios rurais em geral e nos mais periféricos em particular.

Na sequência de contributos conceptuais de diversos autores, como, por exemplo, Cravidão (1989), Caldeira (1995), Santos (1996) e Gallent e Tewdwr-Jones, (2000), entendemos que a residência secundária é uma alternativa de residência (fixa) de uma família, cujo domicílio principal está situado em outro lugar e que é usada essencialmente por membros dessa família para fins recreativos ou de lazer.

Gallent e Tewdwr-Jones (op. cit.), a respeito da origem e crescimento da residência secundária, dizem-nos que na Escandinávia e na América do Norte a tradição de possuir uma residência secundária (no sentido contemporâneo do termo) remonta aos anos 30 do século passado. Noutros países (como é o caso de grande parte da Europa Ocidental) é a partir de meados do século XX que se afirma o “sonho de ter uma residência secundária”, segundo a expressão de Martin (1972), citada pelos autores.

“Em Portugal só a partir dos anos setenta a segunda residência começa a adquirir significado relevante no território, principalmente ao longo do litoral. Embora, anteriormente, tenham surgido exemplos de segundas residências, estas, estão quase sempre ligadas à aristocracia e à alta burguesia adquirindo, por isso, uma difusão e um significado diferentes daqueles que hoje assumem” (Cravidão, op. cit.).

Conforme nota Ferreira (1999), “Tradicionalmente representativas em áreas periurbanas ou em espaços com forte atratividade turística/balnear, as residências secundárias tendem a transpor antigos limiares de acessibilidade, acompanhando a penetração viária para áreas mais recônditas, a afirmar novas motivações individuais/familiares e a suscitar novas escolhas geográficas (albufeiras, faixas costeiras inóspitas, serras e montanhas, aldeias históricas, montes alentejanos, etc.)”.

Cada vez mais é reconhecido que o crescimento do número de residências secundárias não é um fenómeno isolado, mas conectado com vários outros elementos relacionados com alterações sociais e macro-económicas, sendo por isso o seu entendimento fundamental para explicar o fenómeno. O incremento da mobilidade individual (acompanhada de elevadas taxas de propriedade automóvel individual e da melhoria de infraestruturas de acessibilidade a muitas áreas rurais), o aumento do rendimento disponível e a redução do tempo de trabalho (mais tempo de lazer) foram realidades, particularmente no período pós-2.<sup>a</sup> Grande Guerra. Estas tendências foram mais visíveis nas regiões mais ricas, com economias cada vez mais baseadas em novas indústrias e serviços financeiros. Tiveram menos importância nas regiões dependentes da economia tradicional, que se encontrava em declínio e que era

alicerçada na agricultura e na indústria extrativa. A expansão do fenómeno prende-se, igualmente, com a alteração da imagem das áreas rurais na segunda metade do século XX, quando, ao mesmo tempo, a população urbana interpretou essas áreas como localizações potenciais para uma grande diversidade de atividades, ao invés de simples produção alimentar, conforme advogam Butler, Hall e Jenkins (1998).

Nos últimos anos a literatura especializada sobre residência secundária tem salientado de forma crescente as consequências do fenómeno em termos de problemas e benefícios, com a escala local a merecer amplo destaque. O contexto territorial e sócio-económico é uma dimensão recorrente, tal como a análise de diferentes experiências e respostas à expansão da residência secundária, nomeadamente a utilização da via de planeamento territorial, como instrumento para restringir e disciplinar o fenómeno.

Algumas dimensões da residência secundária revelam-se de grande significado para analisar as implicações territoriais, nomeadamente a localização geográfica, o tipo de residência, a morfologia/tipologia de construção e a intervenção urbanística/arquitetónica. As ligações do proprietário ao lugar e à região, a frequência de utilização, o modo como aproveita o seu tempo livre e a forma como são utilizados os equipamentos e os serviços representam outros tópicos de análise e são indicadores importantes de avaliação do fenómeno. A escala e a “intensidade” da residência secundária e as condições antes da sua implantação e difusão são também elementos a considerar.

A aquisição de casas antigas, com a finalidade de reabilitação para serem utilizadas como residência secundária, é uma das opções que mais pode beneficiar os lugares pelo menos na perspetiva da salvaguarda (e valorização) do património construído. Em certos casos, as estruturas edificadas pré-existentes, abandonadas, carregadas de acontecimentos e histórias de vida e, portanto, portadoras de memórias e de uma matriz de identidade, ativas ou passivas, são apropriadas por populações que podem não ter qualquer ligação umbilical ou afetiva ao território. Ao invés de induzir edifícios novos, trata-se de um processo de recuperação de imóveis com o objetivo de adaptar e transformar em residência secundária. Como referimos, este cenário prefigura um caminho para a recuperação e a valorização das estruturas edificadas e do contexto dialético dos imóveis, e eventualmente um processo de ativação do património (patrimonialização), que ocorre em lugares por vezes abandonados e em estado de profunda ruína.

O carácter sazonal da residência secundária pode provocar importantes alterações demográficas, nomeadamente o aumento do número de população presente em época de férias e/ou aos fins de semana, de tal maneira que pode ser excedida a capacidade de resposta dos equipamentos e das infraestruturas locais, gerando-se graves situações de rotura, com dificuldades e prejuízos de qualidade de vida para as populações. De igual modo, é possível admitir contributos positivos para o aumento da população, em termos de habitantes permanentes, por via da transformação de residências secundárias em residências principais, em certa fase da vida dos seus utilizadores nomeadamente após a reforma (Santos, *op. cit.*). Contudo, em áreas rurais, dificilmente a residência secundária pode ser encarada como solução (condição suficiente) para o problema do abandono dessas áreas, por muito longas que sejam as estadas médias dos residentes secundários.

O eventual efeito positivo sobre a economia local manifesta-se em dois planos:

- O consumo de produtos relacionados com a estada, na modalidade de comércio diário (em especial o ramo alimentar) e a procura de serviços (como, por exemplo, restauração e outros relacionados com a manutenção da casa e dos espaços exteriores), embora dependente da “intensidade” da residência secundária e da existência de comércio e serviços aptos a responder.
- O mercado imobiliário, no âmbito da construção, reconstrução, recuperação e conservação de imóveis, e todos os serviços conexos desde os projetos (arquitetura, engenharia civil e outras especialidades), passando pela aquisição de materiais para as obras e a intervenção de diversos profissionais do setor (incluindo a mediação imobiliária).

Em áreas largamente dominadas por residências secundárias, em que a população permanente é muito reduzida ou quase inexistente, os efeitos far-se-ão sentir principalmente (e nalguns casos exclusivamente) em regiões diferentes das de acolhimento (Santos, *op. cit.*). Esta situação pode resultar do facto de o aglomerado ter sido constituído, desde a origem, predominantemente por residências secundárias, de que é exemplo S. Pedro de Moel (estância balnear do concelho da Marinha Grande, estudada pela citada autora), ou do despovoamento verificado

como um território central e um mercado de referência. As mudanças na geometria económica europeia poderão ter efeitos na alteração dos principais destinos. A desintegração da ex – União Soviética abriu, aos circuitos turísticos, cidades e rotas com importantes recursos patrimoniais. A Europa do Mediterrâneo concentra uma fatia importante dos fluxos turísticos do continente europeu. Contudo, os fluxos turísticos são sensíveis aos contextos, às conjunturas e, por isso, com facilidade, mudam de rumo. No futuro próximo, espera-se que a geografia do turismo do continente europeu revele novas polarizações, sobretudo localizadas no quadrante leste.

Apesar da deslocação de alguma centralidade turística para o continente asiático, a Europa continuará com uma posição de referência na geografia turística global, sobretudo na procura de modelos turísticos alternativos ao clássico turismo balnear. As densidades populacionais mas, acima de tudo, o desenvolvimento humano e a riqueza média produzida dão garantias para a continuidade da Europa como um centro difusor de fluxos turísticos. A diversidade do território europeu; das memórias; dos registos culturais impressos na paisagem; do seu protagonismo em momentos importantes como a formação do sistema mundial após os descobrimentos dos séculos XVI e XVII; as correntes arquitetónicas e artísticas; a Revolução Industrial; em conjunto com a diversidade paisagística, ora continental e montanhosa, ora litoral, são mais-valias turísticas. Aqui, a diversidade viaja entre os horizontes atlânticos mais abertos e os cenários marítimos mais restritos, como o Mediterrâneo, polvilhado de ilhas e recortado por uma costa rendilhada de cabos, penínsulas e outras reentrâncias, na proximidade de ilhas que têm um forte protagonismo turístico. A centralidade turística europeia resulta da sua diversidade e esta está relacionada com a mobilidade e com a fixação. A primeira refere-se à circulação de populações, mercadorias e ideias, a segunda ao desenvolvimento de localismos, hoje recursos importantes nas estratégias de marketing territorial.

Neste processo de afirmação económica e turística dos lugares, a cultura tem um papel importante, na dupla dimensão da cultura identidade e da cultura inovação. A primeira diz respeito aos elementos que marcam a História particular de cada lugar e que foram, por razões a estudar caso a caso, objeto de seleção numa escolha muito marcada por valores ideológicos e, muitas vezes, por interesses políticos. A segunda dimensão, a da cultura inovação, traduz o novo campo das indústrias culturais e das novas tecnologias, áreas que têm sido

determinantes para o crescimento económico global da Europa e para a polarização turística de alguns lugares, como ocorre com os festivais de cinema.

Daqui resulta a importância quer do novo espaço museológico e/ou de afirmação tecnológica, quer dos lugares consumidos enquanto espaços de acontecimentos relevantes para a História da Europa e do Mundo. Nesta centralidade turística da Europa, emerge a cultura e o turismo cultural, sobretudo urbano, como uma matriz central. O protagonismo da Europa nas narrativas históricas dominantes; a rede apertada de centros urbanos e, a jusante de tudo, a densidade de acontecimentos, culturais e desportivos, fazem deste continente um espaço de mobilidades espaciais com propósitos muito particulares, que refletem também as mudanças ocorridas na estrutura social das populações, hoje com mais tempos livres e, acima de tudo, com maior curiosidade, qualidade que é, afinal, a grande motivadora do turismo cultural.

## Bibliografia

- Amirou, R. 2000, *Imaginaire du tourisme culturel*, PUF, Paris.
- Appadurai, A. 2004, *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*, Teorema, Lisboa.
- Augé, M. 1998, *Não-Lugares. Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*, Col. Últimas Letras, Bertrand Editora, Venda Nova.
- Ashworth, G. J. & Larkham, P. J. (Ed.) 1994, *Building a New Heritage. Tourism, Culture and Identity in the New Europe*, Routledge, London.
- Ashworth, G. J. & Graham, Brian (Edit.) 2005, *Senses of place: senses of time*, Ashgate, Aldershot, United Kingdom.
- Bohman, P. 2002, *World Music. A very short introduction*, Oxford University Press, Oxford.
- Brunello, T. & Bertinato, E. 2007, *Étude sur les Jeux Olympiques de Turin – Italie*, Les manifestations culturelles et sportives: de nouvelles opportunités pour le développement des territoires, du tourisme et des entreprises, Groupe Amynos Consultants, Direction Générale Entreprises et Industries – Unité Tourisme, Commission Européenne, Bruxelles.
- Burton, R. 1994, “Geographical patterns of tourism in Europe”, *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, vol. 5, Wiley; London.
- Cartier, Carolyn & Lew, Alan A. (ed.) 2005, *Seductions of place. Geographical perspectives on globalization and touristed landscapes*, Routledge, London and New York.
- Choay, Françoise 2008, *Alegoria do património*, Col. Arte & Comunicação, nº 71, Edições 70, Coimbra.
- Diefendorf, Jeffrey M. 1989, “Urban reconstruction in Europe after World War II”, *Urban Studies*, 26, Sage Publications, London.
- Gaspar, J. 2001, „O retorno da paisagem à Geografia. Apontamentos místicos“, *Finisterra*, vol. XXXVI, nº72, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa.

- Graham, B. (Editor) 1998, *Modern Europe: Place, Culture and Identity*, Hodder Arnold.
- Haesbaert, R. 2004, *O mito da desterritorialização*, Bertrand Brasil, Rio de Janeiro.
- Hall, C. M. & Page, S. J. 2002, *Geography of tourism and recreation. Environment, place and space*, Routledge, London.
- Harvey, D. 2002, *The condition of postmodernity*, Blackwell, Cambridge.
- Henriques, E. B. 1996, "Turismo, património e cidade: da revitalização urbana ao risco de manipulação das paisagens", C. Cavaco (ed.), *Turismos e Lazeres*, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa.
- Henriques, E. B. 2005, "O centro histórico de Dublin (Irlanda) e a experiência de reabilitação de Temple Bar", *Finisterra*, Vol.XL, nº80, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa.
- Hubbard, P. 2005, "Space/Place"; in David Atkinson *et al* (Edit.), *Cultural Geography. A critical dictionary of key concepts*, I. B. Taurus; London and New York.
- Jenner, P. & Smith, C. 1993, *Tourism in the Mediterranean*, The Economist Intelligence Unit, London.
- Joint, P. & Courboun, J.-P. & Pauline, M. & Viau, J.-C. 2000, *La géographie de l'Europe des 15*, Nathan, Paris.
- Kotler, P. & Haider, Donald H. & Rein, Irving, J. 1993, *Marketing places*, Free Press, New York.
- Larue, M. 2007, *Étude sur le Festival de Salzbourg – Autriche*; Les manifestations culturelles et sportives: de nouvelles opportunités pour le développement des territoires, du tourisme et des entreprises, Groupe Amynos Consultants, Direction Générale Entreprises et Industries – Unité Tourisme, Commission Européenne; Bruxelles.
- Linehan, D. & Sarmiento, J. 2006, "As transformações da paisagem irlandesa: o fim da Geografia?", J. Sarmiento, A. F. de Azevedo e J. R. Pimenta (coord.), *Ensaio de Geografia Cultural*, Livraria Editora Figueirinhas, Porto.
- López-Palomeque, F. (Coord.) 2000, *Geografía de Europa*, Geografía; Ariel, Barcelona.
- Lozato-Giotart, J.-P. 1993, *Géographie du Tourisme*, Géographie, Masson; Paris.
- Philo, C. & Kearns, G. (Ed.) 1993, *Selling Places. The city as cultural capital, past and present*, Series Policy, Planning and Critical Theory, Pregamon Press, Oxford.
- Stone, P. R. 2006, "A Dark Tourism Spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions", *Tourism: An Interdisciplinary International Journal* 52(2).
- Tuan, Y.-F. 1980, *Topofilia*, Difel - Difusão Editorial, S.A., São Paulo.
- UNESCO 2005, *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*, Paris.
- UNESCO 2008, *World Heritage List*; in <http://whc.unesco.org/en/list/> (consultado a 7 de fevereiro).
- UNWTO 2007, <http://www.unwto.org>. (consultado a 10 de outubro).
- Walled Towns Friendship Circle 2008, <http://www.walledtowns.com/wtfc> (consultado a 7 de fevereiro).
- WTO 2001a, *Cultural Heritage Tourism Development – A Report on the International Conference on Cultural Tourism*, World Tourism Organization Conference Proceedings, Madrid.
- WTO 2001b, *Global Forecasts and Profiles of Market Segments*, Tourism 2020 Vision, Volume 7, Madrid.

## *CITYSCAPES* – SÍMBOLOS, DINÂMICAS E APROPRIAÇÕES DA PAISAGEM CULTURAL URBANA<sup>27</sup>

Em grande parte do mundo, as dinâmicas territoriais dominantes têm levado a uma crescente urbanização das populações. Os espaços urbanos concentram as mais fortes densidades demográficas e polarizam os poderes económico, político e simbólico. Em diferentes escalas geográficas, estas aglomerações espaciais, organizadas em redes hierarquizadas, estruturam o espaço político e socioeconómico planetário, organizado a partir do Arquipélago Metropolitano Mundial, expressão de Olivier Dollfus (1998) que se refere ao sistema integrado de cidades com mais forte poder de afirmação, como Londres, Tóquio ou Nova Iorque.

As cidades têm sido nucleares na organização e estruturação de territórios político-administrativos, dos históricos espaços imperiais aos mais recentes Estados-Nação. Por tudo isso, pela sua atratividade e centralidade gravitacional, pelo encontro de diversidade que promovem, mas também pela sua fragmentação interna, as paisagens urbanas são uma complexa realidade cénica, funcional e simbólica marcada por uma multivariada (re) produção do espaço e de diferentes lógicas de poder.

Esta complexidade nega qualquer unidimensionalidade, linearidade e inércia a paisagens urbanas que não se reduzem ao visível e ao mensurável. A cidade é construída ao longo do tempo num processo que, longe de uma estratigrafia perfeita, vai deixando novas inscrições que coexistem ou se sobrepõem a elementos do passado, como os templos cristãos construídos sobre mesquitas em cidades

---

<sup>27</sup> Revisto e atualizado a partir do texto com o mesmo título publicado em *Máthesis* (2009, nº 18, pp.195-214).

da Península Ibérica, como Lisboa, Elvas ou Sevilha. Esta conjugação de cronologias espaciais constitui um dos mais importantes desafios para o ordenamento do território e para o planeamento urbano, aos quais se impõem opções, muitas das vezes com forte conotação ideológica, entre a coabitação, a preservação e o domínio de certas inscrições relativamente a outras. Como refere Hugo Capella (2002) a propósito das paisagens urbanas do Quebeque, a seleção dos valores históricos a preservar não está imune a objetivos políticos: neste caso, a sobrevalorização da memória francófona é um instrumento que reforça as pretensões independentistas da região.

As transformações das paisagens urbanas podem ocorrer a ritmos muito variáveis. Ora mais lentas e quase impercetíveis à escala do ciclo de vida do cidadão, em casos nos quais estas paisagens se vão adaptando aos novos contextos tecnológicos, políticos e socioculturais, ora mais rápidas e abruptas. Estas mudanças mais bruscas, muitas vezes com o recurso à técnica da implosão, acontecem em diferentes circunstâncias e podem deixar marcas absolutas numa cidade, sobretudo quando o processo resulta de decisões descendentes pouco participadas, como ocorreu na cidade de Coimbra em meados do século XX. Com a construção de novas edificações e a transformação do ambiente físico e geohumano da Alta coimbrã, o poder central deixou uma inscrição política no território, um sinal do contexto histórico que confere à paisagem urbana uma forte componente ideológica. Em muitos espaços urbanos, como nas intervenções que Pequim sofreu na preparação da cidade para acolher os Jogos Olímpicos de 2008, alteram-se territórios do passado com arrojados equipamentos futuristas que, neste caso, instrumentalizam a paisagem urbana numa campanha que pretendeu divulgar uma imagem sofisticada e pós-moderna de um país fragmentado e contraditório, a China. Neste diacronismo, o equilíbrio instável entre *pastscales* e *futurescales* pode também sofrer rápidas transformações em contextos como catástrofes ou conflitos bélicos que, em situações agudas, podem levar à destruição e posterior renovação de espaços urbanos. No primeiro caso, a regeneração da cidade de Lisboa após o terramoto de 1755 e de Londres na sequência do incêndio de 1666, são exemplos paradigmáticos. A reconstrução de cidades do centro europeu após a II Guerra Mundial exemplifica a importância dos conflitos militares enquanto fatores de rápida transformação dos espaços urbanos. Em lugares como Desden, na Alemanha, essa reconstrução fez-se em parte pela revisitação da

memória, um revivalismo pela reedificação de construções históricas, o regresso a um passado destruído num momento de agonia da vida da cidade, neste caso os bombardeamentos que, entre os dias 13 e 15 de fevereiro de 1945, desmoronaram parte importante daquela paisagem urbana.

As mudanças cronológicas da matriz paisagística dos espaços urbanos remetem-nos para o conceito de geodiversidade diacrónica, que se refere a um espaço geográfico que, no visível e no não visível, apresenta diferentes padrões em diferentes contextos temporais.

Esta diversidade pode também marcar o espaço urbano por ritmos de mudança mais curtos e, em muitos casos, cíclicos. Enquanto espaço de fruição sensorial ampla (dos elementos visuais aos sonoros ou aos olfativos), a paisagem urbana pode, consoante os contextos topoclimáticos, mudar ao ritmo das estações do ano. Novos sons, novas cores e outras sensações marcam a passagem cíclica da primavera, do verão, do outono ou do inverno nos territórios urbanos. Por exemplo, a cidade de Nova Iorque apresenta, em dezembro, panoramas e vivências diferentes do mesmo espaço urbano noutras épocas do ano. A neve, o frio e as pistas de gelo criam novos cenários, novos padrões cromáticos e outras apropriações do espaço. As estações do ano revelam-se ainda nos ciclos vegetativos dos espaços verdes, sobretudo quando formados por cobertos vegetais de folha caduca. Com a queda das folhas, o outono é, nas paisagens urbanas, um desafio para a gestão do território, pelo que implica de cuidados acrescidos na limpeza dos sistemas de escoamento de águas, mas é também um novo cenário de luz opaca, sombras e dias solares mais curtos, com outras vivências que, neste caso, antecipam um inverno de fruição mais intimista da cidade.

Esta cíclica geodiversidade diacrónica de curto prazo está ainda associada ao ritmo de acontecimentos sazonais que, como a Semana Santa em Sevilha, o Carnaval no Rio de Janeiro ou o Festival de Cinema de Cannes, criam novas paisagens urbanas, novas formas de apropriação e outras vivências. Nas cidades católicas, o Natal cria também novos cenários, com paisagens urbanas agora mais iluminadas, em espaços públicos e privados, em ruas e fachadas de espaços comerciais, com enfeites evocativos da época que dão um tom mais avermelhado e amarelo à cidade e um território sonoro que também muda, pela música natalícia que envolve alguns espaços exteriores mas também pela ambiência sonora que se percebe em espaços comerciais ou que se adivinha em casas de

habitação privada. Nesta época, muitos espaços urbanos cristãos recentram-se em árvores de Natal: símbolos ora de devoção privada e individual, mas abertos à rua por janelas que agora se deixam entreabertas, ora de afirmação pública e coletiva, colocadas em praças e locais de passagem emblemáticos, como a árvore que, nos últimos anos, se tem erguido na Praça do Comércio, em Lisboa, numa lógica que tem tanto de simbolismo religioso quanto de afirmação e marketing, empresarial e do lugar. Com efeito, estas paisagens urbanas natalícias estimulam o consumo privado e criam rotas turísticas para cidades como Nova Iorque, marcada nesta época pela árvore de Natal do *Rockefeller Center*, ou Londres, onde sobressaem as célebres iluminações da *Oxford Street*, ou mesmo, numa outra escala, espaços urbanos mais pequenos localizados em contexto rural, como Elvas (Figura 1).

As paisagens urbanas são também modeladas por outros acontecimentos que, de modo ocasional ou regular, lhes trazem novos coloridos, outras vivências e elementos visuais e/ou sonoros diferentes. Eventos como campanhas políticas, provas desportivas ou espetáculos culturais, constroem cenários ocasionais em paisagens urbanas que identificam o que vai ocorrer, fazem apelos e seduzem e, com isso, vão mudando a fisionomia da *cityscape*, com elementos que hoje se colocam e amanhã, ao ritmo do calendário, se retiram para serem substituídos por outros. Essa informação é veiculada por *outdoors* fixos, por cartazes expostos em paredes visíveis em corredores de circulação ou por ecrãs eletrónicos exteriores que, de modo mais ou menos regular, vão apresentando imagens e signos diferentes, quer de informações gerais, quer de mensagens publicitárias.



Figura 1 – Pormenores da *cityscape* de Elvas, em dezembro de 2006:  
um presépio na Praça da República e iluminação numa das  
principais artérias do centro histórico, a Rua da Cadeia.

Deste modo, a paisagem urbana é também um espaço de apelo ao consumo. Esta visualidade cíclica marca mesmo alguns espaços urbanos centrais e simbólicos como, mais uma vez em Nova Iorque e Londres, as famosas *Time Square* e *Picadilly Circus*, com imagens noturnas associada aos *placards* iluminados, com cores, motivos e inscrições que mudam com uma regularidade que vai dos poucos minutos até às semanas, quando as informações se alteram, quando muda o cartaz dos espetáculos que ali se promove, quando se renova a publicidade a empresas privadas.

A geodiversidade diacrónica das paisagens urbanas oscila com a variação entre o dia e a noite. As *daylightscapes* e as *nightscapes* estão associadas a diferentes elementos visuais, a diferentes vivências do espaço urbano, a outras personagens que apropriam a *cityscape* e novos elementos que a condicionam: estabelecimentos que abrem de dia e fecham com o fim da luz solar; outros que têm um ciclo de funcionamento inverso e apenas se abrem a públicos, outros públicos, durante a noite, numa sucessão diária à qual correspondem outros consumos e modos de vida renovados (Alves, 2006; Moreira e Santos, 2008). Algumas cidades têm tirado partido turístico dessas paisagens de luzes e sombras, seja pelas vistas iluminadas que se vêem dos cruzeiros que se organizam no Sena parisiense durante a noite, seja pela clandestinidade que se vive no território noturno de centros urbanos como Amesterdão. Na verdade, a iluminação noturna prolongou a vida urbana para a noite e (re) centrou novas sociabilidades na *nightscape*, com mais pessoas mas também com menos riscos, em territórios noturnos mais salubres que contrastam com as paisagens urbanas de escuridão, que alimentaram mitos urbanos como *Jack, the Ripper*, na Londres novecentista.

A *cityscape* está ainda marcada pela geodiversidade sincrónica, com elementos de identificação que diferenciam os lugares entre si. As paisagens urbanas estão polvilhadas por ícones que as diferenciam, que as marcam e as colocam em rotas turísticas - ícones aos quais se associam cidades que assim se representam, por linguagens intertextuais, em indústrias criativas de grande capacidade de difusão, como o cinema, a fotografia, a publicidade ou os simples folhetos de promoção. Assim se associa Paris à Torre Eiffel, Bruxelas ao Maneken Piss ou Pisa à sua torre inclinada.

Esta simbologia é uma marca de identificação mas também um meio de promoção e marketing territorial, fator importante numa lógica global de

concorrência entre cidades, lugares que buscam relevância, poder de atração e elementos de distinção. Esta cartografia de geossímbolos engloba um vasto espectro de elementos aos quais se atribuíram valores de representação, seletiva e simplificada, de cada lugar. Alguns desses símbolos são rugosidades naturais, pormenores físicos da paisagem urbana que, em muitos casos, como o *monte Licabethus*, em Atenas, se distinguem como pontos privilegiados de observação. O enquadramento físico distingue também cidades como o Porto e Viseu, marcadas por uma ambiência granítica, de outras, como Lisboa e Coimbra, espaços urbanos mais abertos e luminosos, facto que muito deve à matriz calcária de parte das suas construções mais emblemáticas.

Outros geossímbolos de distinção e afirmação associam-se a personagens relevantes, como o *The Cavern Pub*, numa Liverpool vinculada à imagem e à biografia do grupo musical *The Beatles*. Muitos destes geossímbolos são obras assinadas por arquitetos que, como a Barcelona de Gaudí, conferem relevância, certificam e promovem o lugar. Noutros casos, estas obras de assinatura superlativa podem inverter trajetórias depressivas de desenvolvimento e estimular novos caminhos, como o *Museu Guggenheim*, assinado por Frank Gehry, uma alavanca essencial para a transição pós-industrial da cidade de Bilbao.

De facto, muitas *cityscapes* vinculam-se a autores, reais ou ficcionados, ou a obras específicas, como a Roma de Fellini ou a Paris de Amélie Poulain. As cidades com imagem mais forte são mesmo caracterizadas ora por paisagens literárias vinculativas, como a Instambul de Orhan Pamuk, ora por paisagens urbanas cinematográficas. Neste caso, Nova Iorque é das cidades mais filmadas e representadas do mundo, facto que testemunha e reforça a sua relevância no contexto da rede mundial de pólos económicos, políticos e culturais: desde que, em 1933, o realizador Merien C. Cooper, na primeira versão do filme *King Kong*, mostrou uma das primeiras vistas panorâmicas da cidade, que Nova Iorque, sobretudo com a paisagem urbana de Manhattan, se tem projetado no mundo enquanto especial objeto de interesse numa rede de indústrias culturais muito vinculadas ao modelo sociocultural e espacial norte-americano. Assim se associa Nova Iorque a realizadores como Woody Allen ou Martin Scorsese ou a séries emblemáticas e com grande poder de (re) construção e difusão de imagens, como o clássico *Hill Street Blues* ou o mais recente *Sex and the City*.

Na concorrência que se estabelece entre os lugares, também os espaços urbanos, sobretudo os que têm dimensão e diversidade interna, se têm afirmado por imagens de monumentos, de territórios emblemáticos associados a algum personagem (fictícia ou real) ou por conjuntos urbanos com alguma particularidade, arquitetónica ou outra. Nestas imagens de identificação, destacam-se os *skylines* – perfis urbanos que conferem personalidade a muitas cidades (Figura 10).

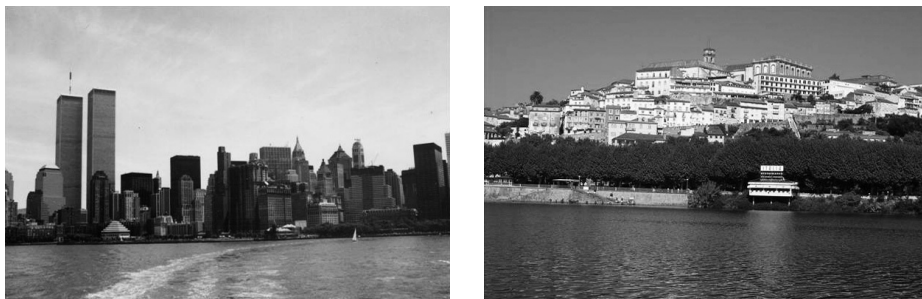


Figura 10 – Um dos mais célebres *skylines*: o perfil de Manhattan (Nova Iorque), antes da destruição das torres do World Trade Center, em setembro de 2001; e perfil da cidade de Coimbra, uma das mais fortes imagens de marca da cidade.

Estes ícones são reproduzidos em plataformas diversificadas como a internet e publicações impressas, como revistas de promoção turística, roteiros e guias de viagem. Contudo, se os materiais de promoção turística refletem a moda e os gostos dos consumidores, também são sensíveis às transformações operadas no território e às mudanças de estratégia dos agentes promotores. Como se reflete no trabalho de Maria José Aurindo (2006), o caso português é ilustrativo. Num passado recente de ténue fronteira entre a publicidade turística e a propaganda ideológica, promoveu-se o turismo balnear e o jogo, mas também a tradição e a cultura popular, as paisagens, a arquitetura e os ofícios tradicionais, os trajes, o folclore e o fado. Porém, se antes se expunham pictogramas de um Portugal pitoresco centrado na sua tradição mediterrânica, nas mais recentes campanhas da AICEP (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal) promove-se um país de fachada atlântica, mais aberto e cosmopolita. De resto, na seletividade territorial que acompanha estas campanhas de imagem, também aqui se têm

hipervalorizado os destinos mais comuns, como o Algarve, Lisboa, o Porto, o Douro ou mesmo o Alentejo, silenciando-se lugares e topónimos menos conhecidos.

Na criação de lugares turísticos é clássico o exemplo das pinturas de Paul Gauguin (1848–1923) e dos relatos e ilustrações de viajantes como Louis Antoine Bouganville (1729–1811) e respetivo efeito conjunto na construção da imagem idílica do Tahiti. Apesar dessa percepção estar mais vinculada aos mitos ocidentais do *Eden* e do *Bom Selvagem* que à realidade em si, estas representações atearam o desejo e levaram à posterior incorporação das chamadas “*pleasure peripheries*”, como as Seychelles e algumas ilhas tailandesas, nas rotas mundiais do turismo (Hauteserre, 2005: 2001).

Todavia, se as imagens reproduzem lugares e os divulgam, as próprias expressões gráficas criam novas paisagens. Nos espaços urbanos inscrevem-se afirmações simbólicas de grupos que o apropriam, criando uma paisagem iconográfica por vezes de resistência e contracultura, expressa em grafittis que povoam espaços públicos e privados em muitas cidades, sobretudo as culturalmente mais diversificadas (Figura 11).



Figura 11 – Grafitti num espaço público de Sheffield (Inglaterra).

As cidades, porque a densidade de potenciais aquisidores de bens industriais ou serviços é aqui maior, são também espaços de consumo, de convivência social e de difusão de modelos comportamentais. Por isso, a linguagem visual que invadiu os espaços urbanos reconfigurou as *cityscapes*, agora com novas identidades simbólicas, sobretudo em micro-territórios mais terciarizados. Nesta paisagem pictórica, que depende também das regras de ordenamento do território e de regulação do espaço urbano, está inscrita publicidade exterior em outdoors 8X3, mupis, backlights ou frontlights ou outros painéis eletrónicos, muitas vezes suportados por mobiliário

urbano sofisticado. Estas expressões visuais conferem hibridismo ao espaço urbano, uma cidade-vitrine de espetáculo, sedução e apelo, um espaço público aberto aos interesses privados nos quais se cria riqueza mais pela troca que pelo uso. O hibridismo das paisagens urbanas resulta também da incorporação conjunta de elementos de identidade local e de elementos simbólicos globais, estes últimos sobretudo associados à circulação privada de investimentos, por via de sistemas de mobilidade como o *franchising* ou pela difusão mundial de símbolos de multinacionais, responsáveis por parte importante da iconografia da paisagem, em espaços urbanos de rankings demográficos e económicos muito diversificados (Figura 12).



Figura 12 – Marca global na paisagem urbana de Narok, no Quênia; e, num fragmento da *cityscape* de Copenhaga, um elemento indiferenciado, o símbolo do Hard Rock Café, aqui enquadrado com um outro, este de forte identificação local - a bandeira nacional dinamarquesa.

Tudo isto transforma o espaço urbano, agora mais rápido e efémero, mas também lhe confere geodiversidade diacrónica, isto é, uma mudança visual, ocasional ou cíclica, de acordo com a sazonalidade de acontecimentos simbólicos e celebrações, como o Natal, ou acontecimentos políticos, desportivos e culturais, que vão deixando impressão na paisagem pictórica. Registe-se, neste caso, a transformação visual das cidades durante os períodos de campanhas eleitorais (Gonçalves e Pires, 2004).

Porém, a privatização do espaço público incorre no risco da saturação e hipertrofia de símbolos e informação, patologia que Mirzoeff (1999) adjectiva como hipervisualidade. O excesso de elementos pictóricos pode ainda empobrecer a perceção do espaço urbano, sobretudo pela desvalorização de outros ângulos, arquitetónicos ou topográficos, de visão. A poluição visual também condiciona o

bem-estar das populações, facto que justificou um quadro legal que visa o ordenamento destas exposições visuais. Tal como sugere a *Convenção Europeia da Paisagem*, assinada pelo Conselho da Europa, em Florença, no dia 20 de outubro de 2000, as qualidades terapêuticas do espaço geográfico devem ser preservadas. Este documento destaca, nas suas linhas introdutórias, que a paisagem “*desempenha importantes funções de interesse público nos campos cultural, ecológico, ambiental e social e que constitui um recurso favorável à atividade económica*” e que, por isso, merece “*proteção, gestão e ordenamento adequados*”, cuidados que passam muito pela gestão dos elementos pictóricos nela inscritos.

As imagens expostas alteram a paisagem sensorial mas são também instrumentos de promoção de novas frentes imobiliárias que reconfigurarão o espaço geográfico. Como estratégia de venda de lotes ou casas, reproduz-se a futura construção, atribui-se-lhe uma imagem de qualidade, baixa densidade e proximidade à natureza (esta também sugerida pela toponímia de urbanizações, por exemplo, em cujos nomes de identificação abundam termos ecológicos como ‘jardim’, ‘quinta’ ou ‘parque’). Assim se promove, pela sugestão da imagem, a urbanização e privatização dos solos e se dinamiza, orienta e dirige o mercado imobiliário. Com efeito, as representações gráficas nas paisagens urbanas promovem e orientam a mudança mas fixam também o olhar para o que nalguns casos se perdeu e se pretende depois recriar. A (re) descoberta e (re) aproximação à natureza é, em espaços que se vão densificando, uma necessidade simbólica e funcional, que se materializa por espaços verdes antrópicos mas também por representações de uma natureza falsa que, de certo modo, se deseja (Figura 13).



Figura 13 – Cartaz de venda de um lote na ilha de Maiorca (Arquipélago das Baleares, Espanha). Aqui, a imagem antecipa a realidade e exerce poder de sedução na criação de novas frentes urbanizadas.

No atual paradigma ecológico, esta (re) aproximação à natureza tenta vincular uma imagem positiva do lugar, ainda que, neste caso das frentes imobiliárias, o futuro não corresponda ao cenário previsto e publicitado. Contudo, no mundo das representações, nem sempre se tentam promover territórios pelo seu lado positivo. A diversidade e seletividade geográfica na frequência, na forma, na temática e nos objetivos das representações visuais têm consequências. A partir destas vinculam-se espaços geográficos a imagens que perduram no tempo, *mediascapes* construídas muitas vezes a partir de reproduções parcelares da realidade. A mensagem visual pode reforçar ou mesmo criar estereótipos negativos de lugares, o que afetará o seu poder de dissuasão. Por exemplo, a forma como se reproduz um continente como o africano, relevando-se sobretudo a insegurança, reforça uma crise geral de confiança, com reflexos negativos nos potenciais investimentos económicos. É também verdade que a reportagem fotográfica de catástrofes, naturais ou outras, tem estimulado campanhas de solidariedade, sobretudo pelo efeito de proximidade (aparente) aos territórios em crise e pelo prolongamento temporal da perceção dessa ocorrência. Contudo, essa corrente humanitária é difícil de manter quando diminui a divulgação dessas imagens.

A relação entre o território e as imagens tem múltiplas dimensões. Há objetos, desde camisolas a copos, isqueiros ou outros pequenos *souvenirs*, que vendem lugares e fazem circular ícones simbólicos. Contudo, também se instrumentalizam lugares para venda de bens ou serviços. Pela sugestão e promessa de sensações, pela associação de ideias ou pela mera função dos objeto ou serviços que se pretendem vender, paisagens como os desertos, as cidades, as praias, as florestas, as montanhas ou os rios, são centrais em campanhas para conquista de mercados específicos. Por exemplo, filmam-se cidades densas e rápidas para a venda de pequenos automóveis urbanos, ou paisagens desérticas para a promoção de linhas de roupa ou outros produtos associados à aventura e à juventude ou ainda ícones paisagísticos escoceses estereotipados, como os prados verdes, as ruínas de castelos e as destilarias, para a venda de marcas de uísque, assim como é comum, noutra exemplo, a sugestão de calor através da representação da praia para a venda de refrigerantes ou gelados.

A instrumentalização das artes gráficas na venda de lugares ou produtos amplificou-se nos últimos anos, devido aos recentes desenvolvimentos tecnológicos

no domínio da captação, edição e difusão das imagens. No caso particular da fotografia, a utilização de satélites permite uma maior omnipresença da câmara, assim como novos ângulos e imagens de conjunto. A digitalização e tratamento computacional, através de softwares específicos de edição, ampliam as possibilidades de manipulação e (re) criação da imagem. Este facto volta a colocar o problema da frequente falta de correspondência entre a sofisticação e elegância da representação e a realidade que a suporta, como se comprova com a qualidade gráfica dos mais recentes folhetos de promoção turística.

A democratização do acesso é outro fenómeno marcante. Com algumas exceções estratégicas, as imagens não são exclusiva propriedade do Estado e outros agentes de poder. Ferramentas informáticas como o *Google Earth* dão acesso público a imagens de lugares próximos ou longínquos, em várias escalas geográficas, numa reprodução tridimensional. À democratização do acesso acrescenta-se também o aumento da capacidade de divulgação. Há mais consumidores mas também mais criadores de imagens. Os *snapshots* individuais podem ser divulgados e chegar a um público alargado, através de sites fotográficos de partilha ou outros. Os próprios tradicionais postais ilustrados coexistem agora com coleções de imagens comercializadas em suporte digital, como CD ROM's ou DVD's, numa hiperacumulação de referências visuais nem sempre fácil de assimilar mas que se integra num dos setores com maior crescimento económico na Europa, o das indústrias culturais (European Union, 2006).

#### 4. Notas finais

O presente texto faz uma viagem pelo papel que a imagem, sobretudo a fotografia, mas também a gravura ou a pintura, têm desempenhado na Geografia. Apesar da experiência do território ser uma perceção sensorial ampla, a observação ocupa um lugar essencial na espacialização das populações. Em primeiro lugar, as artes gráficas têm desempenhado importante papel na criação e consolidação de territórios políticos. Criam referenciais de identidade coletiva e, pela compressão do espaço-tempo, jogam com o valor da memória. Em segundo, a imagem tem sido importante na promoção de lugares, que

atraem novos residentes ou criam desejos em potenciais turistas. Por isso, a imagem assume particular centralidade na sugestão e no apelo, palavras-chave no marketing territorial. Aqui, promovem-se lugares e condicionam-se fluxos. Se, através das imagens, se vendem lugares, também através destas se usam pictogramas paisagísticos para a venda de produtos ou serviços. A crescente capacidade tecnológica de captação, edição e difusão de registos visuais, amplificou estas potencialidades, com efeitos que devem ser estudados com profundidade. Desde logo, com o excesso de imagens e a sua crescente desvinculação à realidade, corre-se um maior risco de encenação e promoção de paisagens e realidades geográficas falsas. É certo que as novas tecnologias aproximaram os consumidores dos lugares, deram-lhe uma (aparente) ubiquidade mas o confronto com uma realidade diferente da que se esperava pode colocar em risco segmentos importantes de um setor económico hoje central, o turismo. O marketing territorial, enquanto arte, ciência e técnica de construção e divulgação da imagem do lugar, aponta ao mesmo tempo para os residentes locais, os residentes que se procuram, os investidores que se desejam e os turistas que se esperam. A importância destas imagens, ainda que ilusórias, é relevante porque condiciona percepções mas também porque influencia as ações e os comportamentos. As artes visuais também mudaram as paisagens, sobretudo as urbanas, as que concentram maior densidade de consumidores. Estas *cityscapes* estão marcadas pela topografia e por elementos como a arquitetura mas a sua fisionomia está muito vinculada à apropriação pictórica do espaço. Os outdoors e outras plataformas desenham novos contornos e, também aqui, se abrem necessárias investigações sobre o seu efeito terapêutico. Através do espaço, as artes visuais são uma forma de poder. O desenvolvimento recente da fotografia, cuja origem coincidiu com o progresso de outras tecnologias marcantes, como o caminho de ferro, aumentou as respetivas possibilidades de captação, edição e divulgação. Este facto, entendido na expansão geral das indústrias culturais, (re) coloca questões como a encenação da realidade mas também o risco da construção de imagens negativas, com efeitos que perduram no tempo. Em suma, a viagem que aqui se percorreu abre caminhos de investigação e de cruzamento da Geografia com outras áreas científicas, mas traduz também a relevância da análise geográfica em linguagens hoje estratégicas, que envolvem lugares e condicionam territorialidades.

## Bibliografia

- Antrop, M. 2005, "Why landscapes of the past are important for the future", *Landscape and Urban Planning*, 70.
- Aurindo, M. J. 2006, *Portugal em cartaz. Representações do destino turístico (1911-1986)*, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa.
- Ballester, J. M. 2003, *Aldeia da Luz. A nova Luz. Memórias de um traslado*, Junta de Extremadura, Badajoz.
- Cartier, C. 2005, "Introduction. Touristed landscapes/seductions of place", C. Cartier and A. A. Lew (ed.), *Seductions of place. Geographical perspectives on globalization and touristed landscapes*, Routledge, London.
- Claval, P. 2006, "Comunicação, diferenciação de culturas e organização do espaço (noções-chave)", J. Sarmiento et al (coord.), *Ensaio de Geografia Cultural* Livraria Editora Figueirinhas, Porto.
- Crang, Mike, 1999, "Image-Reality", P. Cloke et al (ed.), *Introducing Human Geographies*, Arnold, London.
- European Union 2006, *The economy of culture in Europe*, European Commission, Brussels.
- Gonçalves, H. & Pires, H. 2004, *A paisagem urbana e a publicidade exterior. Um cenário vivo na configuração da experiência do sentir*, VI Congresso Lusocom, Covilhã.
- Gregory, D. 1994, *Geographic imaginations*, Blackwell, Cambridge.
- Hauteserre, A.-M. d' 2005, "Maintaining the myth. Tahiti and its islands", C. Cartier and A. A. Lew (ed.), *Seductions of place. Geographical perspectives on globalization and touristed landscapes*, Routledge, London.
- Jacoby, K. 2003, *Crimes against nature*, University of California Press, Berkeley.
- Jäger, J. 2003, "Picturing nations: landscape photography and national identity in Britain and Germany in the mid-nineteenth century", J. M. Schwartz and J. R. Ryan (ed.), *Picturing place. Photography and the geographical imagination*, I. B. Tauris, London.
- Jorge, F. (Fot. e Coord.) 2006, *Portugal visto do céu*, Argumentum, Lisboa.
- Kranzfelder, I. 2006, *Hopper*, Taschen, Colónia.
- Mirzoeff, N. (ed.) 1999, *An Introduction to Visual Culture*, Routledge, London.
- Nye, D. 2003, "Visualizing eternity: Photographic constructions of the Grand Canyon", J. M. Schwartz and J. R. Ryan (ed.), *Picturing place. Photography and the geographical imagination*, I. B. Tauris, London.
- Porteous, J. D. 1996, *Environmental aesthetics: ideas, politics and planning*, Routledge, London.
- Rodney, W. S. 1998, *J. M. W. Turner: romantic painter of the industrial revolution*, California University Press, Berkeley.
- Rose, G. 2001, *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*, Sage, London.
- Schwartz, J. M. & Ryan, J. R. 2003, "Introduction: Photography and the geographical imagination", J. M. Schwartz and J. R. Ryan (ed.), *Picturing place. Photography and the geographical imagination*, I. B. Tauris, London.
- Sontag, S. (1977), *On photography*, Farrar, Straus and Giroux, New York.
- Theroux, P. 2008, *Viagem por África*, Quetzal Editores, Lisboa.
- Ward, S. V. 2004, *Selling places*, Spon Press, New York.