

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Afeto e emoções: um projeto diferenciador na vila medieval de Ourém

Lara de Sousa Gésero

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura,

Orientadora:

Doutora Sofia Costa Macedo, Professora Auxiliar Convidada,
Iscte - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2023



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de História

Afeto e emoções: um projeto diferenciador na vila medieval de Ourém

Lara de Sousa Gésero

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura,

Orientadora:

Doutora Sofia Costa Macedo, Professora Auxiliar Convidada,
Iscte - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2023

Agradecimentos

Quero expressar o meu profundo agradecimento à professora Sofia Costa Macedo, que não só me inspirou a trabalhar este tema, como me ajudou e apoiou durante todo o caminho.

Quero também agradecer à Maria Fernanda por me cantar a canção “Vila Velha de Ourém” e a todos os meus entrevistados pelo tempo e disponibilidade, em especial à Sandra por me acolher sempre tão bem na sua casa.

Agradeço também aos meus pais, família e amigos por me encorajarem e apoiarem neste processo.

Por fim, ao meu Pedro, um grande obrigada por estares aqui.

Resumo

O presente trabalho procura planejar a criação de um roteiro cultural que explore a relação da comunidade com o património cultural local da vila medieval de Ourém. Integrado nas novas ofertas culturais e turísticas, o trabalho tenciona descobrir em que moldes se consegue desenhar um produto que seja competitivo no meio turístico, enquanto traz benefícios para a própria comunidade, promovendo a salvaguarda do património e fortalecendo o sentido de comunidade entre a população da vila. Este projeto é construído tomando como base o estudo de fontes de vários temas pertinentes e também várias entrevistas com membros da comunidade. Sendo um projeto de base comunitária conta com a participação indispensável da comunidade em várias fases do planeamento e construção do roteiro, pretendendo a otimização dos benefícios para a mesma. É por isso gerido por uma associação cultural local, cujos objetivos assentam na promoção da cultura no concelho e na valorização do património. Assim, a partir do estudo do património da vila, das entrevistas à comunidade e das tendências do setor do turismo é desenhado o roteiro, e o plano de negócios adequado é construído.

Palavras – chave: roteiro cultural, património cultural, turismo de base comunitária, turismo cultural, turismo sentimental, turismo em espaço rural, Vila Medieval de Ourém

Abstract

The present work aims to plan the creation of a cultural itinerary that explores the community's relationship with the local cultural heritage of the medieval village of Ourém. Integrated into the new cultural and touristic offers, this work seeks to discover how to design a product that is competitive in the tourism industry, while bringing benefits to the community itself, promoting the safeguarding of heritage and strengthening the sense of community among the population from the village. This project is built based on the study of sources on various pertinent topics and also several interviews with community members. Being a community-based project, it relies on the community's essential participation in various phases of the planning and construction of the itinerary, aiming to optimize the benefits for the community. It is therefore managed by a local cultural association, whose objectives are based on promoting culture in the municipality and valuing heritage. Thus, based on the study of the village's heritage, interviews with the community and trends in the tourism sector, the itinerary is designed, and an appropriate business plan is created.

Keywords: cultural itinerary, cultural heritage, community-based tourism, cultural tourism, sentimental tourism, rural tourism, medieval village of Ourém

Índice

Resumo.....	iii
Abstract	iv
Índice de Figuras	vii
Índice de quadros	vii
Índice de Siglas	vii
Introdução.....	1
Metodologia	3
Capítulo I – Enquadramento teórico	7
1.1. A Indústria do Turismo	7
1.2. Turismo de Base Comunitária.....	9
1.3. Turismo Sentimental.....	11
1.3.1. O Património e as Emoções	12
1.4. Os Roteiros Culturais como Produto Turístico	14
1.5. A Participação Cultural como motor de um projeto turístico	16
1.6. As Organizações Culturais sem fins lucrativos.....	18
Capítulo II - Vila Medieval de Ourém.....	21
2.1 História, Património Cultural e Turismo.....	22
2.2 Equipamentos Culturais na Vila Medieval de Ourém.....	25
2.2.1. Hábitos de visita	27
2.3. Testemunhos e Entrevistas: a relação da comunidade com o património	28
Capítulo III - Desenho do Roteiro	31
3.1 Proposta de valor do projeto	31
3.2 Diagnóstico	31
3.2.1. Finalidade e Objetivos do projeto	31
3.2.2. Dinâmica Territorial	32
3.2.3. Dinâmica Sectorial	39

3.3	Benchmarking	41
3.4	Entidade Organizadora.....	44
3.5	Análise SWOT	47
3.6	Desenho do Projeto	49
3.6.1.	Público-Alvo	49
3.6.2.	Conteúdos.....	50
3.6.3	Objetivos e Previsão da sua Avaliação	60
3.6.4	Linhas Estratégicas.....	62
3.6.5	<i>Stakeholders</i> e Modelo de Gestão	62
3.7.	Planificação	63
3.7.1.	Estrutura Organizacional e Equipa.....	63
3.7.2.	Comunicação	64
3.7.3.	Requisitos Técnicos e Infraestruturas.....	65
3.7.4.	Sustentabilidade Financeira.....	66
3.8.	O futuro do projeto	68
	Conclusões	71
	Fontes	73
	Bibliografia.....	75
	Anexos.....	I
	Anexo A – Guião de entrevista.....	I
	Anexo B – Guião de entrevista B.....	II
	Anexo C - Business Model Canvas.....	III
	Anexo D - Fotografias do itinerário	IV

Índice de Figuras

Figura 1. N.º de visitantes do Castelo e da Galeria Medieval de Ourém (2012-2022).	25
Figura 2. N.º de visitantes no Castelo de Ourém (2022).	26
Figura 3. Nacionalidade dos visitantes no Castelo de Ourém, por mês (2022).	27
Figura 4. Mapa da localização de Ourém no território nacional.	33
Figura 5. Evolução da população em Ourém.	35
Figura 6. Itinerário e percurso do projeto (nome do projeto)	58

Índice de quadros

Quadro 1. Análise SWOT para o projeto Afeto e Emoções	49
Quadro 2. Quadro de custos associados ao arranque do projeto (provisórios).	67
Quadro 3. Quadro de preços a aplicar no projeto (provisória)	68

Índice de Siglas

ARPO – Associação Recreativa e de Propaganda de Ourém

CIMT – Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo

CMO – Câmara Municipal de Ourém

SFO – Sociedade Filarmónica Oureense

TBC – Turismo de Base Comunitária

TER – Turismo em Espaço Rural

TMO – Teatro Municipal de Ourém

VMO – Vila Medieval de Ourém

Introdução

O presente trabalho de projeto tem como objetivo o planeamento de um roteiro cultural na Vila Medieval de Ourém (VMO) – Afeto e Emoções, a vila através do olhar das pessoas –, com foco na relação entre a comunidade e o património cultural da vila. Este projeto pretende aproveitar tendências e oportunidades do setor turístico para, através de entidades e organizações locais já existentes, valorizar o património cultural de Ourém e beneficiar a sua população.

O turismo durante e pós-pandemia teve tendência a descentralizar e a ruralizar, reforçando algumas tendências do setor. Os conceitos de “*live like a local*” e de um turismo mais ligado e preocupado com a comunidade começam a ser cada vez mais procurados pelos turistas e projetos de Turismo de Base Comunitária (TBC), ou Turismo em Espaço Rural (TER), entre outros, ganharam uma maior dimensão e amplitude

A oferta turística apresenta uma relação forte com a cultura, e principalmente ao património. Este trabalho de projeto surge integrado nas novas ofertas culturais e turísticas, oferecendo um produto turístico e cultural, seguindo uma visão de valorização do património.

A palavra património está ligada ao conceito de herança, a algo que nos é trazido do passado, que persevera no presente e que transitará para o futuro, evoluindo e sendo alterado por consequência da interação com a sociedade. A antiga vila de Ourém tem muitos elementos, materiais e imateriais, que são herança de gerações anteriores, tendo sofrido alterações com o passar do tempo que, em alguns casos levaram a intervenções e restauros. Como residente em Ourém, desde pequena que vagueio as ruas da vila velha, aproveitando a beleza dos seus edifícios e da sua paisagem. No entanto, sempre senti que, por mais encantadoras que fossem aquelas ruas, existe algum desconhecimento sobre a história deste local.

Bell Hooks diz-nos em *All about love* (1999) que a falta de comunidade abre a porta a abusos de poder e que a vida em comunidade é uma ferramenta protetora do indivíduo e dos seus direitos. Por isso é importante fortalecer este sentimento de comunidade. Devido à baixa densidade populacional de Ourém que tem vindo a acentuar-se nos últimos 20 anos, o sentido de comunidade e a vida em grupo têm sofrido revezes. O património cultural, que é um fator comum às pessoas da vila, pode fortalecer este sentido de comunidade.

Ao cruzar todos estes fatores deparo-me com uma falha na antiga vila de Ourém e uma grande oportunidade. Partindo do princípio de que a desconexão da exploração turística com a comunidade da VMO pode ser contrariada através da implementação de um projeto como este,

pretendo então, perceber quais as relações da população da antiga vila de Ourém com o seu património e como as tornar num roteiro inserido no turismo da região.

Assim, proponho-me neste trabalho a desenhar um roteiro sentimental e turístico, pela VMO, que invoque, não apenas o passado histórico dos sítios escolhidos para integrarem a rota, mas também os sentimentos da comunidade que ali habita, elaborada a partir da recolha de testemunhos e de memórias dos habitantes da localidade. Como veículo para o projeto, utilizo a associação cultural local – Albardeira Associação Cultural.

Objetivos deste trabalho

O roteiro tem a intenção de desenvolver o espírito de comunidade ao envolver os habitantes do território na valorização e divulgação do seu património através da partilha de memórias sobre o centro histórico e o seu património e da participação num projeto cultural e turístico. Quero explorar a ligação das pessoas residentes no centro histórico com o património material, imaterial e natural que faz parte das vidas destas pessoas e está em constante evolução e irei partir de dentro para fora, utilizando as ferramentas de participação cultural à minha disposição para incluir os residentes do centro histórico de Ourém na criação deste projeto.

Eu pretendo também promover o património cultural pouco explorado, mas rico do concelho de Ourém, que poderá ser esquecido se não for devidamente estudado, registado, valorizado e conservado, utilizando as emoções e sentimentos como meio de incentivar a conexão entre o visitante e o património. Aproveitando o fluxo de turismo vindo de outras localidades próximas, pretendo desenhar um roteiro integrado no território que ocupa e com base nas políticas do setor, mas diferenciado de outras ofertas no local. Assim, o roteiro terá a capacidade de promover a coesão territorial na região e atrair mais habitantes ou comércio para a vila. Aqui o objetivo passa também por, a longo prazo, contribuir para o aumento da população do centro histórico.

O trabalho divide-se em três grandes secções. A primeira parte é dedicada à revisão de literatura e a compreender o enquadramento conceptual que norteia este projeto. Aqui vou estudar os conceitos relevantes para o desenvolvimento do projeto, passando pelas várias áreas temáticas. Esta secção é dedicada a compreender questões importantes relacionadas com o turismo, o património, o trabalho em comunidade e as organizações culturais. A segunda secção é sobre Ourém. Sendo este um projeto bastante específico para o local planeado, requer um conhecimento aprofundado da história e de vários aspetos do território. É importante mapear o património existente e as suas características, para depois falar do interesse sentimental e

pessoal que representam para a comunidade. É também relevante estudar os equipamentos culturais existentes na VMO e as suas características. Analiso, ainda o conteúdo das entrevistas realizadas a membros da comunidade da vila. O último capítulo, antes das conclusões, é dedicado ao diagnóstico, desenho e planeamento do projeto em si, representando a concretização de todo o contexto e pesquisa.

Metodologia

Para desenvolver um projeto precisamos de uma linha orientadora, um ponto de partida. Tratando-se de um trabalho de projeto, o seu formato é diferente de uma dissertação. Ao invés de se conduzir uma investigação segundo apenas uma pergunta de partida, construo um projeto planeado como resposta a um problema identificado. Neste caso a falha encontrada é a relação pouco marcada entre os visitantes da antiga vila de Ourém e a comunidade que lá vive e trabalha. É também notória a falta de sentido de comunidade entre os próprios habitantes. Este trabalho, a partir da identificação destes problemas/falhas, investiga como podemos criar um roteiro turístico baseado nas relações da população da antiga vila de Ourém com o seu património cultural. Para isso, necessito de entender também quais são as explorações turísticas e culturais da vila que já acontecem, que histórias e memórias existem associadas aos vários pontos da vila, e como é que a comunidade se relaciona com o património.

Para construir uma narrativa interpretativa que verdadeiramente represente as pessoas da vila medieval e o seu passado histórico, precisei de conduzir uma investigação qualitativa, começando pela recolha e análise dos dados necessários, e só depois construir a minha teoria (Coutinho, 2011). O desenvolvimento da pesquisa requer algumas fases e instrumentos diferentes.

Para bem desenvolver este projeto, precisei de bases teóricas, de contexto. Por isso, comecei pela pesquisa bibliográfica e documental. Esta pesquisa foi conduzida maioritariamente através da internet e utilizando palavras-chave que refletiam as temáticas que envolvem o projeto (Coutinho, 2011). Recolhendo material relacionado com as diferentes áreas de estudo que este projeto interseja, consegui compreender melhor as características do setor do turismo, nomeadamente dos roteiros culturais, pude estudar e aprofundar conhecimentos sobre o património cultural e a sua relação com as pessoas e ainda sobre a participação cultural.

Para além do enquadramento teórico tão importante para a construção de um projeto desta natureza, foi extremamente necessário aprofundar o meu conhecimento sobre a Vila Medieval

de Ourém, através de uma pesquisa geral sobre a vila e a sua história. Visto que para desenhar um roteiro preciso de escolher locais específicos do centro histórico, compus uma lista de possíveis sítios e pontos de interesse e recolhi alguma informação base sobre cada um.

Devido à ausência de bibliografia sobre a ligação da comunidade da VMO com o património da vila, optei por realizar várias entrevistas semiestruturadas.

Ainda em fase de preparação para o projeto, procedi ao mapeamento de pessoas importantes e relevantes para a recolha de testemunhos e recolha dos seus contactos, seguido da seleção dos participantes para as entrevistas. Aqui comecei a seguir os passos para uma pesquisa qualitativa de Bryman (2012). A partir das questões que norteiam o projeto, identificam-se os possíveis participantes para a pesquisa. Sendo um projeto com bastante foco na comunidade, é importante que a própria comunidade faça parte da sua construção.

Nesta parte do processo, a História Oral apareceu como uma ferramenta útil, um método em crescimento e cada vez mais utilizado e aceite como fonte histórica, para contar o outro lado da história que muitas vezes escapa a outras fontes – o lado das pessoas. Mesmo que devendo ser utilizado de maneira crítica e cuidada, este método pode ser útil e vantajoso por permitir algum controlo na construção da fonte (Cardina, 2012).

Segue-se o segundo passo, a recolha de dados, neste caso as entrevistas (Bryman, 2012). Orientou-se a recolha das memórias e dos testemunhos da população da vila medieval, ex-habitantes ou de outras pessoas relevantes para a matéria através de entrevistas semiestruturadas. Nestas entrevistas que conduzi, focadas em compreender os sentimentos e invocar as memórias dos entrevistados, procurei compreender a sua perceção do património cultural da VMO. Entrei, então, em contacto com alguns dos residentes, comerciantes e moradores de localidades circundantes, alguns presencialmente, outros por chamada de voz ou vídeo. No anexo A, encontra-se um guião da entrevista aplicada. Para salvaguardar os direitos pessoais dos entrevistados, as citações utilizadas neste trabalho não são identificadas nominalmente.

As entrevistas assemelharam-se a uma conversa informal, garantindo apenas que os participantes falassem de alguns locais e temas em comum, para poder ter várias perspetivas do mesmo assunto. Visto estarmos a falar de memórias e histórias pessoais, o estilo semiestruturado é essencial para garantir algum fio condutor na análise posterior, mas também para permitir ao entrevistado abordar os temas que mais lhe são próximos. Nas entrevistas foram abordados os temas da infância e das rotinas na vila, dos elementos do património da vila que mais memórias têm associadas e do sentimento de comunidade. Os entrevistados nesta fase foram:

- S, 53 anos, residente em Santo Amaro, Ourém, professora, licenciada em línguas e literaturas e escritora.
- A, 75 anos, residente na antiga vila de Ourém, dono do estabelecimento comercial: “Ginjinha d’Castelo de Ourém”.
- MF, mãe de S, ex-residente em Santo Amaro.
- G, 23 anos, residente na antiga vila de Ourém, produtor cultural e musical, engenheiro de som, trabalha no Teatro Municipal de Ourém.

A fase seguinte foi a análise de conteúdos, interpretação dos dados e a consequente recolha de dados adicionais (Bryman, 2012). Procedi então à análise dos testemunhos que recolhi, na esperança de encontrar demonstrações que interliguem a comunidade e o património cultural da terra para, apelando à ligação sentimental das pessoas com o património, e com isso, facilitar a sua valorização e salvaguarda. Através dos dados recolhidos mapeei alguns pontos que foram indicados como sendo mais importantes para a comunidade. Depois desta análise e de identificar os locais mais relevantes para integrar o roteiro e de melhor especificar os contornos gerais do projeto, recolhi mais dados.

Estando selecionados os pontos definitivos do roteiro, desenvolvi uma segunda fase de pesquisa bibliográfica, para obter mais informação sobre a história e as características de cada local. Para além das entrevistas já realizadas, senti também a falta de outras perspetivas, então realizei mais duas entrevistas, também semiestruturadas a pessoas que já trabalharam ou continuam a trabalhar sobre o património da região para falar de aspetos mais técnicos.

Os entrevistados foram:

- AS, antropóloga, museologia e património, Trabalhou na Câmara Municipal de Ourém, no setor do Museu e Património, projetos e eventos na vila, para recolher uma perspetiva diferente da dos habitantes (o guião de entrevista utilizado foi o mesmo das outras entrevistas, anexo A).
- H, Técnico Superior da CMO, da divisão de Ação Cultural (o guião de entrevista encontra-se no anexo B).

A fase final da pesquisa qualitativa é a chegada às conclusões (Bryman, 2012). Neste caso, a ilação da análise dos dados concretizou-se na construção da narrativa e mapeamento do roteiro. Foi concebido um protótipo da narrativa interpretativa que liga as memórias dos entrevistados a locais chave ligados ao património cultural da vila, utilizando as emoções, a tradição e as experiências vividas para atribuir significado imaterial ao material. Ao delinear a

narrativa, faço a divisão do conteúdo por temas. É nesta fase também que procedo ao mapeamento do roteiro, definindo a sua duração, dimensão, ponto de partida e de chegada, quais os caminhos a tomar, entre outras questões.

Finalmente, procede-se ao desenho do projeto. Aqui desenho um roteiro cultural autossuficiente¹ a partir dos testemunhos, da narrativa criada e dos locais selecionados, em conjunto com a comunidade local e outras entidades relevantes para um público específico e integrado no turismo da região. A partir do desenho da narrativa e dos conceitos estudados no primeiro capítulo e das particularidades da vila vistas no segundo capítulo, faço o diagnóstico, desenho e planeamento do projeto. Utilizo ferramentas como o *Business Model Canvas* (Anexo C), análise *SWOT*, *benchmarking* e defino as várias componentes do projeto e do roteiro.

¹ Por autossuficiente quero dizer um roteiro com sustentabilidade financeira onde não só os rendimentos cobrem os custos associados ao desenvolvimento da atividade, como também auxiliam na preservação do património e da população. Estes dois últimos elementos, sendo eles os objetos do roteiro, por sua vez impulsionam a renovação de conteúdos do roteiro criando um ciclo sustentado pelo trabalho contínuo com a comunidade e pelo próprio trabalho ativo, jovem e disruptivo característico da entidade gestora.

Capítulo I – Enquadramento teórico

1.1. A Indústria do Turismo

Por volta dos anos 70 do século XX o turismo consolidou-se como uma indústria em crescimento, que se tem vindo a alterar e a reinventar, adequando-se às mudanças na sociedade e no mercado (Richards, 2011). O turismo de massas, consequência do desenvolvimento da indústria, trouxe, para além de alguns impactos positivos, diversos impactos negativos sociais, ambientais e até económicos para as populações dos destinos. Com este tipo de turismo desenfreado e capitalista, focado na acumulação de capital e intensificado pela globalização, os empreendedores ganham e as políticas públicas incentivam, mas as consequências negativas são evidentes – vários tipos de poluição e de degradação dos ecossistemas e das relações intracomunitárias (Lima & Nascimento, 2020). No entanto, a evolução da indústria do turismo indica uma passagem de um turismo de massas com pacotes e experiências estandardizadas, para uma fragmentação do setor por nichos e temas, com experiências personalizáveis, pessoais e mais conectadas com os locais em que se inserem (Richards, 2011). Cresceu também a preocupação com um turismo autêntico e que transmita conhecimento, tendo em conta os impactos negativos que este pode ter sobre as comunidades (Richards, 2011).

O conceito de Turismo Sustentável² surge como contraponto ao turismo massificado. Este conceito de turismo denota uma preocupação com os problemas ambientais, como uma possível solução para remediar as consequências negativas da indústria e potenciar a sinergia entre comunidade e turista (Lima & Nascimento, 2020). Permanecem, contudo, consequências negativas do turismo na sua relação com o património, sendo de salientar as questões sociais e a dependência económica da salvaguarda do património do setor do turismo (Helena, 2019). Neste contexto, o Turismo Sustentável preocupa-se não apenas com as questões ambientais, mas com as dimensões sociais, económicas, ambientais, culturais, políticas e tecnológicas, de maneira equilibrada (Helena, 2019).

Outra modalidade de turismo que tem acompanhado o crescimento de todo o setor, segundo o mesmo autor, é o Turismo Cultural³. A partir do final do século XX a cultura começou a

² Conceito de Turismo Sustentável: "Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities". <https://www.unwto.org/sustainable-development>

³ Conceito de Turismo Cultural "A type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to(...) experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination. These attractions/products relate to a set of distinctive material, intellectual, spiritual and

ganhar peso nas economias ocidentais, não só como fazendo parte da educação e identidade de um país, mas também como força turística, sendo apropriada por esta indústria para criar produtos e promover o destino. Aceita-se que o turismo contribui para o património e o património contribui para o turismo (Monteiro, 2016), sendo que o turismo cultural tem a particularidade de gravitar à volta de eventos, locais e atrações culturais e patrimoniais com o objetivo último de promover conhecimento novo e enriquecedor (Richards, 2011). Note-se ainda que o turismo cultural abrange uma grande variedade de subcategorias e produtos (Stemmler, 2020), sendo visto como uma maneira eficaz de valorização do património e de desenvolvimento de uma maior compreensão da cultura. O aumento do contacto entre o turista e a cultura local, a valorização de espaços criativos e da autenticidade do destino, e as experiências de cocriação com turistas, têm sido incorporados nos projetos de turismo cultural que, com isso, tem registado um aumento da procura mais ligada a expressões intangíveis da cultura (Richards, 2011).

Segundo Stemmler (2020) o turismo cultural representa uma grande fatia do turismo internacional; ao mesmo tempo que faz uso do património, incentiva o consumo de cultura e cumpre muitas vezes o papel de fonte de rendimento para a cultura. Por um lado, este turismo proporciona desenvolvimento económico e emprego, fixação de população, valorização do património e diversificação do turismo. Por outro, os visitantes possuem mais educação e maiores salários e existem novas tendências no tipo de experiência procurada (Monteiro, 2016), justificando a popularidade e o impacto que o turismo cultural tem, tanto do lado da oferta como da procura.

Uma das tendências é a procura por experiências de *live like a local*. Consequência dos novos meios de comunicação que aproximam o turista da população do destino e impulsionada pela procura de experiências mais verdadeiras e autênticas. O turista procura experienciar o modo de vida genuíno, não adulterado do local. O problema é que esta autenticidade é um conceito formado pelo visitante através de ideias preconcebidas ou construídas através de propaganda turística, e não corresponde, normalmente, à realidade (Stemmler, 2016). A questão da autenticidade é alvo de várias discussões pelos académicos e a sua noção muda consoante o sujeito que a percebe, seja o turista, os agentes turísticos ou outro.

Existe então uma dissonância entre alguns elementos: o que o turista acha que é o comportamento autêntico da população do destino; qual a experiência oferecida pela indústria

emotional features of a society (...) and the living cultures with their lifestyles, value systems, beliefs and traditions”. <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>

do turismo, apelidada como autêntica; e quais os comportamentos normais da população, quando os turistas não estão presentes (Guerreiro, 2016). Desta forma, não existe uma maneira objetiva e precisa de definir o que é ou não autêntico, nem de quem é que deve ter essa responsabilidade (Carvalho, 2014).

1.2. Turismo de Base Comunitária

Para garantir que um projeto turístico é sustentável e “autêntico”, a comunidade tem de estar envolvida, tem de ser beneficiada através das atividades e têm de se criar redes colaborativas (Heleno, 2019). Assim, o turista aprende mais e sai mais satisfeito, e a comunidade sai beneficiada também. O Turismo de Base Comunitária (TBC) representa uma nova tipologia de turismo que pretende responder às necessidades do Turismo Sustentável.

O TBC tem em conta não só a dimensão económica ou ambiental, mas também as necessidades das populações locais no destino turístico, respeitando e promovendo o contexto social e cultural do mesmo. Com o TBC, pretende-se gerar um equilíbrio entre a indústria turística, o ambiente e a população local, surgindo como uma possível solução por parte das comunidades recetoras às questões da massificação e excessiva mercantilização com perda da diversidade social. O TBC não tem o objetivo de substituir as atividades económicas das populações, mas surge sim como modo de potenciar as que já existam. O TBC postula a criação de produtos turísticos caracterizados pela comunhão entre comunidade e o turista, entre o fora e o dentro, incluindo a participação da comunidade na atividade turística e do turista na vida da comunidade, incentivando a vivência partilhada pelas duas partes (Lima & Nascimento, 2020). Esta comunhão é feita a partir da criação de espaços de encontro, em que a comunidade está presente durante todo o processo, desde o planeamento à execução.

Não existe, no entanto, uma definição universal de Turismo de Base Comunitária. Cada autor apresenta a sua opinião no que toca ao papel da comunidade nestes projetos, e muitos, de acordo com Heleno (2019) defendem que o projeto deve ser desenvolvido desde raiz pela comunidade, sem nenhuma intervenção de uma entidade externa. Outros, como Giampiccoli e Kalis (2012) e Lima e Nascimento (2020) adotam uma visão mais abrangente, que permite a participação ou ação de outras entidades, desde que o objetivo final seja o mesmo – o benefício para a comunidade (Heleno, 2019).

Vou tomar como definição de TBC, a que permite entidades externas, desde que apenas sejam facilitadoras e não donas e gestoras da totalidade dos projetos (Giampiccoli e Kalis, 2012; Heleno, 2019). Penso que o mais importante é o resultado, o empoderamento da comunidade e

a melhoria das suas condições através de ações controladas e geridas pela mesma, aquando do planeamento e implementação de projetos: “É de uma importância fundamental que o TBC não seja externamente controlado durante o seu desenvolvimento, mas simplesmente facilitado por terceiros para fornecer os recursos necessários como a educação e infraestruturas, antes de serem entregues às comunidades”⁴. Outro aspeto importante referido por estes autores é que o benefício não pode ser apenas para os envolvidos no projeto, mas sim para toda a comunidade. Diversas entidades no território podem incentivar os membros das comunidades a tomarem iniciativa para desenvolver estratégias de TBC para preservar o território e ajudar na economia local, por exemplo, através da criação de pequenos negócios (Lima & Nascimento, 2020).

No Brasil, por exemplo, experiências de TBC surgiram por volta de 1990, e a partir de 2003 foi-lhes reconhecido o valor e passaram a usufruir de apoios públicos. Agora, existem várias redes e projetos que promovem e trabalham neste sentido⁵. Alguns estudos efetuados no Brasil (Lima & Nascimento, 2020)⁶ demonstram que o contacto da comunidade com outros costumes e hábitos fez com que esta própria se fortalecesse assim como a cultura local, gerando mais interesse pelo artesanato tradicional local. O desenvolvimento da atividade turística de maneira sustentável e saudável para a população levou a um aumento do sentimento de pertença, principalmente por parte das camadas mais jovens. Constatou-se um maior investimento no património cultural e mais interesse na proteção e preservação ambiental. Por fim, o facto de existir mais atividade turística gerou mais empregos e mais empreendedorismo (Lima & Nascimento, 2020).

Com o maior aproveitamento e valorização dos recursos, os impactos de infraestruturas são menores do que os do turismo tradicional. Quando bem gerida, a atividade turística comunitária gera diversificação da oferta de emprego, o bem-estar da comunidade, benefícios económicos partilhados com todos e a preservação da parte ambiental e cultural. Tudo isto é consequência da valorização que o TBC atribui a estes aspetos, que por sua vez é consequência da maneira consciente com que se conduz este tipo de projeto (Helena, 2019).

Há, contudo, algumas limitações que se apresentam ao TBC. De acordo com o referido estudo (Lima & Nascimento, 2020), alguns postos de emprego criados são apenas temporários

⁴ “It is of fundamental importance that CBT should not be externally controlled in its development but simply be facilitated by outsiders to provide necessary resources such as education (good education) and infrastructures before being handed over to communities” (Giampiccoli & Kalis, 2012, p. 184).

⁵ Exemplos disto são: o projeto Acolhida na Colônia em Santa Catarina; o Projeto Saúde e Alegria no Pará; ou projetos em rede como a Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário (Turisol), a Rede Cearense de Turismo Comunitário - Tucum e O Projeto Bagagem (Lima & Nascimento, 2020).

⁶ Estudo, recorrendo a entrevistas à comunidade, realizado em Chã de Jardim (Paraíba, Brasil), que tem uma estratégia implementada de turismo de base comunitária.

devido à maior afluência de turistas ao fim de semana e em determinados meses. Outro ponto negativo foi a perda da privacidade e o aumento da poluição sonora. É preciso fazer um bom planeamento para não tornar o turismo, ainda que em pequena escala, intrusivo para os moradores. É espectável existir interação e convivência, mas não de forma a interferir com a privacidade dos moradores, ou implicar a transformação dos espaços e casas domésticas numa atração turística. Questões como acessibilidades ou estacionamento, têm impacto da vida quotidiana das comunidades receptoras e são reconhecidas as consequências negativas do ruído do trânsito que aumenta (Lima & Nascimento, 2020), assim como são reconhecidas outras limitações (Heleno, 2019). Por vezes existe demasiado foco no desenvolvimento económico, o que leva a um apoio desmesurado do turismo, quando possivelmente o melhor para a comunidade seria o contrário. A heterogeneidade da população pode tornar difícil o processo de tomada de decisão, visto que o que é bom para uns pode não ser para outros, dar o poder de decisão a todos num grupo tão diferente em termos de idades, ocupações, interesses é complicado. O poder acaba por ficar desequilibrado em termos de género ou etnia. De um modo geral, existem barreiras à participação da comunidade na tomada das decisões, sejam elas causadas pelo poder local, ou barreiras estruturais. Pode existir também uma falta de educação ou conhecimento, o que se pode tornar também numa barreira.

Concluo que o TBC continua a ter problemas, alguns semelhantes ao do turismo não sustentável, mas estes parecem ser menos impactantes ou destrutivos. Giampiccoli e Kalis (2012) dizem que TBC não é a solução para os problemas causados pela indústria do turismo, mas que pode revelar-se uma boa estratégia, no meio de outras várias, que pode trazer alguns benefícios.

O perfil de turista que procura este tipo de experiências é, geralmente composto por viajantes experientes, jovens adultos e também idosos, pessoas casadas, com rendimentos médios e bom nível de escolaridade que procuram experiências autênticas que incluam, interação com os habitantes locais, natureza, gastronomia e cultura local (Heleno, 2019; Lima & Nascimento, 2020).

1.3. Turismo Sentimental

O turismo sentimental, turismo emocional ou turismo nostálgico acontece quando as pessoas vão à procura das suas raízes, do seu contexto ancestral, da sua identidade. Apesar de nomes diferentes, tendencialmente a bibliografia assume um mesmo significado para estes conceitos.

No entanto, dentro desta explicação lata de turismo sentimental, existem algumas subcategorias, como explicadas por Russell (2008). Os viajantes podem querer visitar locais que já fizeram realmente parte do seu *background* cultural, realizando então um verdadeiro regresso às raízes após uma saída longa. Por outro lado, existem também viajantes que procuram visitar locais e culturas que pensam, idealizam ter sido parte do seu passado. A vida dos seus antepassados pode não ter sido exatamente assim, mas através de histórias contadas por outros ou de romantizações vindas dos *media* como filmes e livros, fica a crença num passado comum e similar ao local procurado para a visita (Russell, 2008). Esta descrição específica de turismo sentimental não quer, no entanto, dizer que não existem outras formas em que os sentimentos influenciam e têm impacto na atividade turística, mais especificamente no turismo cultural. As emoções são bastante poderosas e podem invocar em nós sentimentos de pertença com passados e circunstâncias bastante diferentes das nossas, através da empatia somos capazes de nos relacionarmos com os outros. O sentimento e a emoção são, então, fatores importantes para o turismo (Russell, 2008).

1.3.1. O Património e as Emoções

A relação das pessoas com o património cultural não é linear ou igual para todos. Enquanto conceito, tal como os objetos que pretende descrever, o património vem do passado e é permeável a alterações que decorrem ao longo do tempo. No fundo, podem ser considerados como bens patrimoniais todos os edifícios e estruturas, objetos e práticas que nos remetem para outros tempos e lugares específicos. A ideia de património tem uma relação não consensual com a ideia de identidade (Rodrigues, 2012). Muitas vezes é descrito como sendo fator identitário de um povo ou nação, mas essa afirmação é relativa e implica que todo um país se identifique e relacione com o seu património, o que não é verdade. O conceito abrange bens materiais e imateriais de interesse coletivo que perduram no tempo, passados de geração em geração. Normalmente, aquilo que é ou não considerado património cultural é decidido por um grupo restrito de pessoas com poder político, científico, económico ou religioso e não o coletivo de pessoas cuja “identidade” assenta nessa noção de património (Rodrigues, 2012).

O património tem alguma distância histórica do tempo em que vivemos, é um conceito mais formal com alguma importância e significado (Fortuna, 2013). É, portanto, bastante difícil definir o que é ou não património, porque envolve perceber o que faz parte das nossas heranças do passado e o seu significado político. Somos nós quem atribuí o significado às coisas e que vamos atualizando e alterando esse significado com o passar do tempo. Segundo Fortuna (2013), a emoção surge como uma ferramenta bastante eficaz em atribuir significado ao objeto

patrimonial. O próprio património pode despertar em nós emoções bastante fortes, através da sensação de estarmos presente algo raro e original, de uma herança que nos passaram e que conseqüentemente vamos passar, de algo maior que nós. A beleza dos monumentos também tem impacto nas nossas emoções, originando estímulos emocionais que podem ser internos e externos e que nos fazem perceber aquilo que vemos de maneiras distintas (Fortuna, 2013).

David Crouch (2015) compara a relação entre pessoa e património com uma viagem. É através dos sentidos que percebemos o património, mas através dos sentimentos que o processamos, e, como já disse, atribuímos significado. O património, para além de causar algo em nós, de nos afetar, permite-nos viajar no tempo e pelo espaço. A memória e os sentimentos que são invocados em determinado sítio podem influenciar outros momentos no tempo. A interpretação que fazemos de determinado local não está isenta de influências de outros locais que despertaram outras emoções. A verdade é que o património está aberto a discussões e a diferentes significados, a nuances. A emoção aparece como uma ajuda para compreender o património, mas este fenómeno não é linear, e verifica-se uma relação bastante complexa entre o tempo, o espaço, a memória, o sentir, a emoção (Crouch, 2015).

Portanto, as emoções são realmente aspetos muito importantes e capazes de agarrar os públicos. A emoção inicial que se sente ao entrar em contacto com o património é perdida se não for estimulada, deixa de ser especial porque não há informação nova a acrescentar. Então, quanto mais próximas estão os sujeitos ao objeto, mais se conseguem relacionar e sentem uma ligação emocional mais forte também (Russell, 2008).

Nem sempre a relação entre os conceitos de património, turismo e emoção escapa aos desafios e problemáticas deste mundo. Fortuna (2013) fala no confronto entre o significado que é atribuído ao património por especialistas e pela academia e o significado atribuído pela indústria do turismo, sendo que existe uma grande falta de comunicação entre estes dois grupos. Reis (2021) acrescenta ainda outro grupo, visto que a discussão sobre o património imaterial revelou também a importância das comunidades, dos não peritos e dos detentores do património para a sua valorização e para o debate. No entanto, por vezes, estes agentes agem sem qualquer apoio ou coordenação com as políticas culturais do território, resultando no abandono dos projetos ou em resultados bastante limitados.

Outro problema que advém da influência que as emoções têm na conexão entre as pessoas e o património é a existência cada vez mais proeminente de tipologias turísticas eticamente questionáveis, como por exemplo o “*Dark Tourism*”. Este tipo de turismo tem a característica de operar tendo como base atrocidades históricas, sítios onde se pratica ou praticou o crime, prisões, campos de extermínio, entre outros locais onde se testemunhou a vasta perda de vidas

humanas (Santos, 2020). Estes locais atraem o turista pois são capazes de evocar uma espécie de sentimento de pertença a uma comunidade, à condição humana do desespero, sendo procurados por muitos (Fortuna, 2013). O Turismo Negro é um nicho turístico procurado por várias razões, desde a procura por nostalgia, espiritualidade, educação sobre a história do local, autodescobrimento, ou por mera curiosidade (Santos, 2020).

1.4. Os Roteiros Culturais como Produto Turístico

Estabelecendo a importância e o potencial do turismo cultural e seus derivados, viramos agora a atenção para um produto turístico específico. A criação de um roteiro cultural materializa a ligação entre o setor do turismo com o mundo da cultura, sendo uma das propostas instrumentais mais utilizadas neste campo (Figueira, 2013). É necessário pegar na cultura e criar conteúdos para serem comunicados e apresentados a um público numa perspectiva de consumo (Figueira, 2013). A roteirização do património e de outros elementos da cultura tem sido uma estratégia cada vez mais adotada pela indústria e os roteiros e rotas são cada vez mais procurados. (Graf & Popescu, 2016; Abrantes et al., 2018). Por rota entende-se a proposta de estruturação de um território em torno de um tema, definindo um itinerário, uma narrativa e um modo preferencial de deambulação, onde a livre escolha tem um peso significativo:

“Toda ruta que transcurre por un espacio geográfico determinado, donde se describe y especifica los lugares de paso, estableciendo unas etapas y teniendo en cuenta las características turísticas propias – naturales, humanas, histórico-monumentales – relacionadas con la zona geográfica que se recorre a nivel local, comarcal, regional, nacional e internacional; la duración; los servicios turísticos – alojamientos, medio de transporte, etc. – y las actividades a desarrollar.” (Montejano, 1991, como citado em Figueira, 2013, p. 66)

Carreno (2003) diz existir uma diferença evidente entre Rota Cultural e Rota Turística, mesmo que a última seja de interesse cultural. O autor afirma que uma Rota Cultural é um percurso físico e de interesse histórico onde se verificou a passagem de pessoas e troca de produtos, ideias; ao contrário de uma rota turística que é definida consoante os interesses de quem a gere.

Rotas e roteiros têm dimensão económica, geográfica, mas também de consumo cultural e da experiência. São um produto turístico, comercializável, mas fazem também parte da esfera cultural, e patrimonial, se for esse o caso. Em “Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective” (2010), Majdoub diz que as rotas culturais, os roteiros, os itinerários e os circuitos não são apenas um percurso escrito no papel, mas sim uma viagem que atravessa territórios, identidades, pessoas. Os roteiros ou rotas podem ser locais, regionais,

nacionais, internacionais ou até intercontinentais. O foco está na dimensão da experiência, que deve ser coesa para permitir ao turista ficar com uma maior compreensão do local e das suas características. Juntam produtos de turismo mais formais como museus e sítios históricos a que os turistas estão habituados, a produtos e experiências informais como cafés e outros locais onde se podem conectar com a cultura local. O lado da experiência é importante para diferenciar o roteiro de outros produtos turísticos e cria uma ligação mais forte com o consumidor. O turista sente uma maior aproximação à comunidade e a experiência cria um sentimento que perdura, tornando-se memorável (Majdoub, 2010).

Os itinerários desenvolvem-se ao longo de atrações que fazem parte do espaço geográfico onde se insere o percurso, e conectam sítios que podem ter elementos ou temas que os relacionem, dando ênfase às características únicas do espaço em questão. Têm uma coesão de imagem que liga os vários pontos e um posicionamento de mercado mais forte, principalmente quando lidamos com áreas rurais que podem ter menos recursos disponíveis. Os recursos que fazem parte do percurso oferecem ao visitante a oportunidade de compreenderem o seu significado e contexto. Cada pessoa tem a sua experiência individual e, por isso, acrescenta algo diferente à sua própria identidade (Zabbini, 2012).

Os roteiros e rotas culturais trazem bastantes benefícios para os sítios onde operam (Abrantes et al., 2018). Verificam-se, então, mais turistas e turistas que repetem o destino e os visitantes passam mais tempo nos locais acabando por consumir mais. Pela maneira como funcionam os roteiros e pela partilha de informação que é feita, traz-se mais atenção para aspetos e lugares mais subvalorizados da região. Sendo construído de vários pontos, o roteiro liga diferentes atrativos, que sozinhos poderiam não ter tanto interesse, criando sinergias e atraindo ainda mais visitantes. Com uma comunicação e marketing mais integrados e coesos entre os vários pontos, aumenta o interesse do destino em geral por aparentar ter mais atividades e ser uma proposta mais interessante (Majdoub, 2010). Nas áreas rurais estes benefícios também se verificam, podendo trazer mais turismo e por sua vez benefícios económicos pelo desenvolvimento do comércio local e empreendimentos turísticos. Pode também trazer mais cooperação entre agentes locais e regionais e entre a comunidade, estimulando também a economia (Majdoub, 2010). Essa cooperação e parceria com as comunidades locais e vizinhas contribui para a sustentabilidade da atividade.

Os visitantes procuram experiências nos seus pacotes turísticos, vivências novas. Descobrir a identidade de um território através dos conteúdos do roteiro. Assentes na nostalgia, tradições e memória para contar a história do local, procuram ter contacto com as pessoas e com a cultura do local, procuram identidade, raízes, como se relacionam com o mundo. Querem experiência

e emoção (Majdoub, 2010; Zabbini, 2012). O roteiro garante aos visitantes não só qualidade, mas também essa oportunidade de aprender algo diferente e de ter um encontro especial com as histórias e património locais, através da colaboração das organizações envolvidas, uma experiência coesa e que agrade aos visitantes é criada (Graf & Popesku, 2016).

1.5. A Participação Cultural como motor de um projeto turístico

Como criar um produto turístico ou um projeto patrimonial, que atribua significado ao património e que esteja em sintonia com os sentimentos da respetiva comunidade? Se precisamos que as pessoas se relacionem como objeto patrimonial, se a emoção que sentem aumenta essa relação, talvez apenas através da participação da comunidade na criação destes projetos, é que é possível criar algo de valor, tanto para o público e turistas de fora como para as populações. E o que é exatamente um projeto participativo?

No seu sentido mais completo, significaria bem mais do que apenas fazer parte, é necessário existir envolvimento, colaboração, parceria com os indivíduos (Négrier, 2020). Talvez se relacione com os projetos de TBC na medida em que as medidas e características da participação cultural podem oferecer ferramentas e bases teóricas para estes projetos. A criação da narrativa interpretativa para o roteiro vai depender totalmente dos testemunhos dos residentes e comerciantes do centro histórico e os locais escolhidos também. Como tal, é-me importante entender quais as ferramentas mais úteis para envolver a comunidade no processo, e quais os obstáculos que poderei encontrar pelo caminho.

O património, tal como já referi, pode ser um fator identitário para alguns, o que quer dizer que pertence às pessoas. Como tal, existe a necessidade de dar algum do poder sobre a preservação e definição do que constitui ou não património à comunidade a quem o património pertence. Sendo uma herança, sendo uma demonstração do passado e sendo algo que nos enriquece, é preciso equilibrar a legitimidade e responsabilidade do Estado com a vontade e iniciativa dos cidadãos (Martins, 2016). Para isso é necessário existir cooperação entre as comunidades locais, o património e as entidades responsáveis pelo mesmo e outras instituições culturais, tal como os museus. No fim de contas, “as pessoas precisam de ser ouvidas e valorizadas enquanto agentes da sociedade em que se enquadram. As vidas, individual e colectivamente, carecem de celebração e de reconhecimento, a par e passo com o que é dado à matéria património” (Cardoso, 2016, p. 97).

Mas então o que é a participação cultural? A vontade de diversificar os públicos, de querer construir visões mais enriquecedoras e relações mais duradouras com os mesmos e de garantir

a sustentabilidade dos projetos através do empoderamento das pessoas leva a que muitas vezes haja colaboração entre as comunidades e as instituições culturais (Vlachou, 2013, como citado em Négrier, 2020).

Assim como há uma variedade de motivações, há também uma grande diversidade de práticas que são utilizadas dentro do termo “participação”. Este termo apresenta significados bastante diferentes, com várias dimensões e níveis de envolvimento que descrevem tipos de participação diferentes. Dupin-Meynard e Villarroja, (2020) definem, através dos contributos e opiniões de muitos outros autores, a participação cultural como um intercâmbio e uma partilha do poder entre as instituições e os indivíduos. No entanto, nem sempre acontece essa partilha de poder quando se fala em participação. Quem também concorda com esta definição de participação é Pedro Gouveia (2016), que diz que participar é tomar parte do poder decisório. Os projetos envolvem várias decisões de vários graus de importância e dimensões, que têm de ser tomadas por várias pessoas. É, então, preciso partilhar este poder para se conseguir tomar decisões mais conscientes e informadas. Gouveia acrescenta ainda que a participação não é, por isso, um objetivo final, mas sim uma forma de agir. Para tal, é necessário criar pontes e estimular o encontro e o debate e, conseqüentemente, lidar com as expectativas. Um bom processo participativo exige uma fase de preparação meticulosa, para depois, durante o processo de tomada de decisão partilhada, os objetivos estarem claros e os entraves serem menos. Para isso é preciso definir as limitações e as prioridades (Gouveia, 2016).

No geral, em Portugal as iniciativas de participação têm vindo a aumentar nos últimos anos, quando utilizamos a definição mais lata. Este aumento foi incentivado por várias políticas públicas focadas na participação, que por sua vez foram incentivadas por fundos europeus, principalmente pelos fundos estruturais na União Europeia focados na cultura e no desenvolvimento do território. O programa *Portugal 2020*, os apoios da DGArtes — neste caso mais virados para as artes, mas também incentiva a participação durante o processo criativo — e o reconhecimento da importância dos organismos locais ou regionais para, mais de perto, gerir estas iniciativas, também serviram de incentivo ao aumento das práticas de participação (Costa, 2020). Ao nível local, o trabalho realizado é bastante diferente em escala e âmbito. Os mecanismos são liderados por instituições como os teatros municipais, ou até através dos orçamentos participativos, cada vez mais espalhados pelo país e gerando cada vez mais interesse nas populações. As iniciativas de participação podem ter origem nas políticas públicas ou no privado, mas o que importa é que são diversas (Costa, 2020).

Ainda que não exista uma definição consensual e completa de participação cultural, esta é bastante importante e não deve apenas ser utilizada como uma maneira de desenvolver o

contacto com os públicos, mas sim para capacitar os mesmos ou dar-lhes algum poder para usar as capacidades que desenvolveram durante o projeto. Há-que partilhar o poder.

1.6. As Organizações Culturais sem fins lucrativos

As organizações sem fins lucrativos são, segundo Henrique Santos (2020), entidades com estrutura; atividade regular; privadas, independentemente de receberem apoios governamentais; e não distribuidoras de lucro sendo que esse não é o objetivo principal. Com características diferentes de uma empresa, estas organizações têm o foco numa missão que pode ser de serviço à comunidade no âmbito cultural e artístico. As associações culturais não representam uma grande percentagem no total da atividade de entidades sem fins lucrativos. Estas geram menos lucros, obviamente, e também menos emprego. Tendem a ser de uma dimensão mais pequenas, mas a escolha por este tipo de organização tem vindo a registar algum crescimento (Di Maggio, 2006).

As entidades que trabalham no setor das artes podem ser divididas ente entidades sem fins lucrativos, comerciais e públicas. Quando o mercado não dá incentivo às entidades comerciais e capitalistas a investir na cultura, o governo e os filantropos entram em ação (Di Maggio, 2006). Muitos bens culturais e artísticos, para além de terem um preço de produção ou exibição maior do que o público está disposto a pagar por ele, apresentam também um benefício maior para a comunidade geral onde esse bem se insere, do que o benefício apenas de quem paga por esse mesmo bem; o que quer dizer que o estado deve assumir a diferença de preço e de benefício, através de subsídios ou de entidades públicas. As entidades sem fins lucrativos são boas maneiras de contornar alguns problemas relacionados ao setor da cultura, visto que recebem apoios e subsídios do governo e contam também com outras formas de financiamento.

O artigo sobre as associações culturais do bairro dos Anjos (Rego & Borges, 2021) explora mais a atuação das associações no contexto urbano, nos bairros de grandes cidades. O panorama económico e cultural mudou com a troika entre 2011 e 2014, após a crise de 2008. As consequências negativas que este período de precariedade gerou na população trouxeram uma necessidade de regenerar os espaços e reabilitar o crescimento económico – a cultura e as artes foram usadas como ferramenta para tal e ao mesmo tempo como meio de protesto à gentrificação e às dificuldades sentidas pela população (Rego & Borges, 2021).

As entidades sem fins lucrativos, nomeadamente as associações culturais, podem estar dependentes de apoios e subsídios públicos e locais. Ao associar à sua atividade normal uma outra atividade lucrativa, as associações podem ter aí a resposta para uma maior independência

financeira (Santos, 2020). Conjugando a missão e os valores sociais e culturais que regem a atividade associativa com a exploração de um negócio potencia-se a sustentabilidade da entidade. Segundo Santos (2020), numa lógica de economia social, podemos chegar às organizações híbridas. Nos últimos anos, num processo de evolução natural para tentar alcançar a subsistência, várias entidades adotaram esta nova forma organizacional. Estas são distintas de empresas comuns porque o lucro é menos importante do que a missão, o objetivo não é a distribuição de rendimentos, mas sim a sustentabilidade financeira das atividades e as decisões são partilhadas de modo democrático. Esta mudança pode não implicar uma alteração do estatuto jurídico, mas implica uma mudança de pensamento, abrindo as portas para uma perspetiva de mercado que normalmente não existe nas associações sem fins lucrativos (Santos, 2020).

Existe um conjunto alargado de maneiras de gerar autofinanciamento: prestar serviços dentro do universo de atuação da entidade cultural, como a consultoria ou agenciamento de artistas, ou de serviços em áreas diferentes, mas próximas desse universo; aproveitar o espaço físico da entidade (sede) para aluguer ou concessões a outras organizações; oferecer serviços de formação, aproveitando o conhecimento dos membros da organização; praticar preços por segmentos, descontos e outras estratégias de bilheteira que tomem em conta o poder de compra dos consumidores sem pôr em causa a missão; a venda de *merchandising* da organização ou de artistas associados; equilibrar a programação de modo a cumprir os objetivos de criação artística de qualidade e ao mesmo tempo agradar ao público com escolhas mais rentáveis; geração de receitas através da abertura de uma atividade complementar como um café ou loja; entre outras (Santos, 2020).

No entanto, adaptar uma estrutura sem fins lucrativos para a geração de lucro pode ser problemática. Conciliar duas perspetivas de atuação completamente diferentes: a sem fins lucrativos e a de mercado, dentro da mesma organização pode levar a conflitos tanto dentro da organização como na sua imagem para o exterior e pode acabar por ser perigoso se não for bem pensado. É ainda de notar que para executar esta mudança, é preciso alguém, de preferência com experiência financeira, para poder corretamente executar e planear as estratégias que vão levar à rentabilidade (Santos, 2020).

Capítulo II - Vila Medieval de Ourém

O concelho de Ourém não é só rico em história e património, é também cheio de pessoas, cujas histórias vale a pena contar e partilhar. O património cultural existente na vila antiga de Ourém é um dos elementos que a torna especial e valiosa. É uma oportunidade para o setor turístico, a casa de alguns sortudos e espaço de vários eventos culturais ao longo do ano. A maneira como este património é percecionado, depende muito de quem o faz e teve alterações ao longo do tempo. O núcleo urbano que existe hoje, e que é sede da freguesia de Nossa Senhora das Misericórdias, apresenta uma quantidade significativa de vestígios do seu passado histórico. A Vila Medieval amuralhada, que reside na colina de paisagem serrana, é esteticamente apelativa pelos seus edifícios antigos, ruas calcetadas, e património edificado, o que atrai visitantes e turistas.

Em 1955 a antiga vila de Ourém foi integralmente classificada como Imóvel de Interesse Público (Decreto n.º 40 361 de 1955). Esta classificação passou a proteger alguns edifícios notáveis existentes no local: a cadeia, a junta de freguesia, a capela de N.ª Sr.ª da Conceição, a capela e hospital da Santa Casa da Misericórdia, uma casa brasonada na Rua de S. José, uma casa com janela manuelina na rua de S. João, a casa da fundação histórico-cultural Oureana, a casa do alcaide, a casa paroquial, o cemitério, o edifício da Farmácia de Ourém e Museu da Fundação Oureana, a fonte medieval, os passos da via sacra e a sinagoga.

Existem alguns edifícios com uma classificação específica: o Castelo e o Paço dos Condes de Ourém são considerados Monumento Nacional, enquanto o Pelourinho de Ourém e a Cripta e Túmulo do Marquês de Valença, na Igreja de Vila Velha de Ourém estão classificados como Imóvel de Interesse Público (Decreto, 1910; Decreto n.º 23 122, 1933; Decreto n.º 37 366, 1949). Estas classificações que visaram essencialmente o património edificado, permitiram a consolidação de um núcleo urbano, que é recetáculo de outros bens patrimoniais. No caso de Ourém, a preservação legal do património edificado permitiu a manutenção de uma forma de vida, que é agora apropriada em sede deste projeto.

Segundo Richards (2011), as narrativas são um elemento bastante importante para a criação de sentido. A existência de uma narrativa significante permite conectar locais diferentes, não está dependente de um local ou objeto físico, mas sim da nossa capacidade de imaginarmos e de percebermos a história e o seu significado. Assim, a emoção e os sentimentos provocados pelo património constituem um ótimo ponto de partida para a criação de uma narrativa,

interpretativa, que pode servir de base para um novo produto turístico. O património cultural inclui tudo aquilo que as gerações recebem, alteram, e passam às próximas. São as histórias e experiências que nos moldam e impactam o nosso futuro, influenciando aquilo a que damos valor e que caminhos escolhemos. E é através das emoções transmitidas e sentidas pelos recetores das mesmas, que se consegue criar uma ligação forte entre um simples turista cultural e o património.

O projeto que irei desenvolver é uma excelente oportunidade para explorar o património cultural e a história da antiga vila de Ourém através das emoções e dos sentimentos. Na vila, os locais que mais atraem os turistas, como o castelo e a igreja, não fazem uso deste poder da emoção. Penso que, ao utilizar a sentimentalidade para contar a história do centro histórico, seria possível atrair o turista sentimental, mas também muitos outros turistas. Ainda que, principalmente pelo escasso número de habitantes, não existam muitos interessados na vila medieval por terem lá as suas raízes, a realidade é que as histórias e características desta pequena vila, terão coisas em comum com as vivências de muitas outras pessoas e dos seus antepassados noutras zonas rurais de Portugal, e até de fora do país.

2.1 História, Património Cultural e Turismo

“He fechada de forte muro, ainda que por muntas partes demulido, que denota ser em outro tempo praça importante. Entra-se na villa por duas portas huma da parte do Sul chamada de Santarem, e outra da parte do Norte, a que chamam a Porta da Villa. Tem dentro da muralha na redondeza do monte a sua fundaçam em tres ruas grandes Rua de Sam Joam, Rua Nova, e Rua da Graça, com outras ruas mais piquenas, e becos” (Correia, 1999).

É assim que é descrita a antiga vila de Ourém pelo Padre Luís António Flores em 1758. A antiga vila de Ourém, incluindo o castelo e os terrenos circundantes, tinham já bastante história, antes de serem destruídos pelo terramoto de 1755.

A fortaleza, construída no século XII, chegou a pertencer aos romanos, árabes, castelhanos e finalmente, conquistado aos mouros aquando da reconquista cristã. Em 1178, o castelo é doado por D. Afonso Henriques a sua filha e desde então passou pelas mãos de figuras como D. Dinis e D. Nuno Álvares Pereira, cuja estátua se encontra no Terreiro de Santiago, ao lado do castelo, até chegar a D. Afonso, 4º Conde de Ourém, em 1433, filho do 1º Duque de Bragança. A Casa de Bragança é ainda a proprietária atual do castelo, paço dos condes e outros

imóveis e terrenos no centro histórico. O 4º Conde de Ourém⁷ foi o responsável por renovar as estruturas que estavam degradadas e trouxe uma nova vida à vila medieval, que prosperou até 1755. Após o terramoto, que arrasou muitas das estruturas do centro histórico, a vila foi alvo de vários períodos de intervenção e reconstrução. A Igreja da Colegiada, edificada em 1453, foi alvo de reconstrução pombalina entre os anos de 1758 / 1770, mas, em 1810, o castelo e a cripta da Colegiada sofrem ataques durante as Invasões Francesas (SIPA, 2011).

Em 1841 a chamada “Aldeia da Cruz” que se formara nos terrenos do vale ao lado do castelo, é elevada à categoria de vila e sede do concelho, com o nome de Vila Nova de Ourém que, mais tarde em 1991 passa a cidade numa fusão com a Vila Velha de Ourém. Este pedaço de história no cimo do monte é apelidado pelas gentes de Ourém como “os castelos”. A denominação popular para esta zona geográfica na zona alta de Ourém é usada para diferenciar o centro histórico na antiga vila, da vila nova, que é agora cidade. No entanto, a câmara cunhou o termo Vila Medieval de Ourém para explorar o potencial turístico da zona, fazendo referência ao equipamento patrimonial (Carvalho et al., 2022).

Durante as décadas de 1970 e 1980, verificaram-se algumas intervenções na vila velha: o pano da muralha do castelo de Ourém vai sendo reparado e reconstruído e só em 1982 é que acontece o posicionamento de calçada em algumas parcelas do centro histórico (SIPA, 2011).

Encontrando-se num avançado estado de degradação, em 2020 iniciaram as mais recentes obras de requalificação do Castelo e do Paço dos Condes e deu-se a introdução de um espaço de museu, concluídas em 2021.

Segundo Carvalho et al (2022), na VMO o imaterial está inerentemente ligado ao material, querendo dizer que as práticas e costumes da população apresentam uma grande ligação ao sítio, ao património edificado que se encontra no espaço. Percebemos ainda que a patrimonialização e o passado histórico são apropriados pelos habitantes e autarcas para servir as suas necessidades (Carvalho et al., 2022). Segundo a tese de Joana Gomes (2013), a vila é como um “museu a céu aberto” (p. 77), cheio de símbolos do passado, mas com pouca atividade. O centro urbano apresenta dois polos distintos e de grande importância: o castelo – polo militar – e a igreja – polo religioso (Gomes, 2013). O Castelo, protegido pela sua classificação, é

⁷ Lisboa, 1402/03-Tomar, 1460. “Filho primogénito do 1.º duque de Bragança, D. Afonso e de sua mulher D. Brites Pereira, condessa de Ourém, filha do condestável D. Nuno Álvares Pereira. (...) tornou-se distinto pelas suas virtudes morais e políticas, pelas quais mereceu ser estimado dos príncipes do seu tempo. (...) Em 1415 fundou a importante colegiada de Ourém, consignando-lhe copiosas rendas para sustentação das dignidades e cônegos, de que ela se compunha. Edificou também N. Sr.ª das Misericórdias de Ourém, sumptuoso templo e sede da referida colegiada. (...) O seu corpo foi trasladado para Ourém, em 1487, sendo sepultado na capela debaixo do coro da Igreja da colegiada”. <https://www.arqnet.pt/dicionario/valencia1m.html>

importante para o turismo, para a cultura local e como Monumento Nacional, de relevância nacional. Assim sendo, a estrutura amuralhada representa algo importante para a população, mas, pelo menos até 2018, aparentava estar esquecido no tempo (Reis, 2018). O Castelo também aparece como um símbolo de resistência e da segurança, uma fortaleza militar com posicionamento estratégico que está na gênese do que é hoje Ourém, e por isso, é um fator identitário (Carvalho et al., 2022). Já a Igreja, classificada como Imóvel de Interesse Público é um “importante centro espiritual da região” (Gomes, 2013, p. 30). No entanto, a mesma autora afirma que, ainda que a Sé Colegiada seja a sede paroquial e que o Castelo seja um importante marco da história, ambos os elementos perderam muita da sua relevância (Gomes, 2013). Ainda assim, os habitantes locais apercebem-se do potencial do edificado da vila e, lutando contra as condicionantes à intervenção nos edifícios, inseridos dentro da área classificada- e por isso protegida – do núcleo urbano, montaram os seus negócios adaptando as estruturas existentes. Por exemplo, estabelecimentos comerciais como o café Ginjinha d’Castelo Ourém, que era uma mercearia, passou por um período de obras e reformas para se expandir e melhor acomodar a sua atividade; alguns dos edifícios pertencentes à Fundação Oureana, como o restaurante medieval, também foram objeto de remodelações; e ainda, a antiga prisão da vila transformou-se num restaurante (Gomes, 2013).

Usando a vila e o seu património como pano de fundo, entre os anos de 1980 e 1990 foram tomadas algumas liberdades quanto a tradições da comunidade da VMO. A Via Sacra, que percorre todos os anos as calçadas da vila, e a receita da ginjinha, são exemplos de costumes fabricados por habitantes e apoiados pelo município, em que o intuito maior era a atração turística. A indústria do turismo aproveita-se do conceito de “autêntico” e “tradicional” para promover atividades e experiências que podem não o ser, mas que o turista as aceita como verdadeiras (Stemmler, 2020). Olhemos para a ginjinha, por exemplo, um caso óbvio de tradição inventada em que um dono de um café aproveitou o caso vizinho de Óbidos para revitalizar o seu negócio, usando um produto não autóctone, mas que é comercializado como sendo tradicional da zona (Hobsbawm & Ranger, 1983). No fim, podemos concluir que a VMO reconhece que tem potencial e aposta em estratégias que reforcem o turismo como uma atividade importante e recorram de eventos e festividades para atrair atenção à vila, originando uma oportunidade para a revitalização do comércio local.

2.2 Equipamentos Culturais na Vila Medieval de Ourém

O Castelo e Paço dos Condes de Ourém, constituído pela fortaleza militar, paço e torreões, pertence à Fundação Casa de Bragança, mas é gerido pela Câmara Municipal de Ourém. É sem dúvida o maior atrativo turístico da vila antiga, pelo seu interesse histórico, e estado de conservação. A Câmara Municipal faz também a gestão da Galeria da Vila Medieval, espaço no centro da vila que acolhe várias exposições durante o ano. Para entender melhor como funcionam estes equipamentos e como é o panorama de visitas é necessário analisar alguns dados.

Os dados de visitação dos equipamentos municipais na vila medieval de Ourém foram fornecidos pelo município⁸. É importante notar que até julho de 2021, o Castelo e Paço dos Condes de Ourém não tinha ainda concluído a mais recente obra de requalificação, pelo que o sistema de controlo de visitas não estava ainda a funcionar. Até esse ano, os dados que existem são referentes aos visitantes da Galeria da Vila Medieval de Ourém. É preciso também ter atenção ao impacto que a pandemia da covid-19 teve na visitação destes espaços, principalmente entre os anos 2020 e 2021, onde o normal funcionamento destes espaços foi interrompido. Analisando o número anual de visitantes da galeria nos últimos 10 anos, é possível ver impacto do covid-19, reduzindo substancialmente o número de visitantes da galeria. No entanto, em 2021 deu-se a reabertura do castelo, agora renovado e com um plano museológico instalado, materializando-se num grande número de visitas ao castelo.

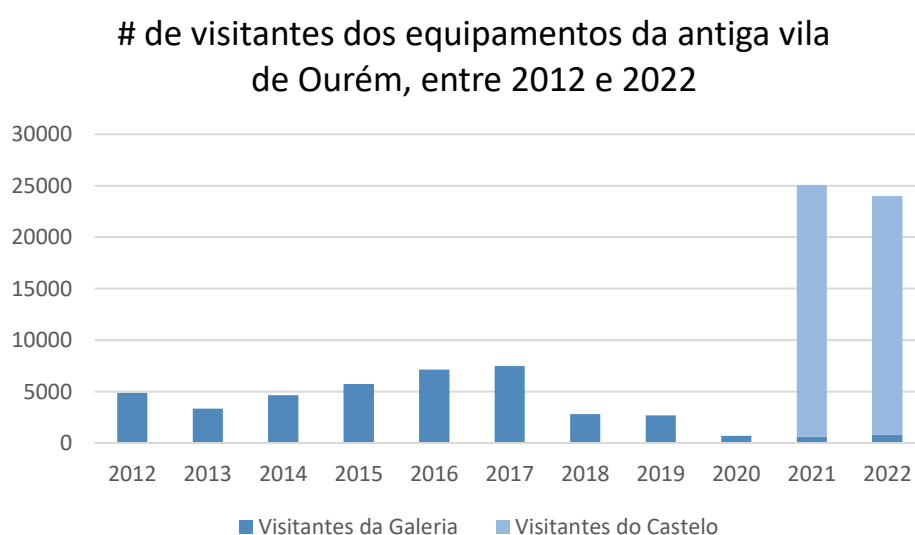


Figura 1. N.º de visitantes do Castelo e da Galeria Medieval de Ourém (2012-2022).

⁸ Dados obtidos através de correspondência por *email* com o Museu Municipal de Ourém, disponibilizados a 29 de julho de 2023.

Fonte: Museu Municipal de Ourém, 2023

Para dados mais específicos e visto que a reabertura do castelo é recente⁹, vou tomar como ano de referência 2022. Olhando para estes dados, o mês com mais visitantes do ano é agosto, o que se pode relacionar com o elevado número de emigrantes e turistas que vêm a Portugal nessa altura. Seguindo-se de fevereiro, setembro, os outros meses de verão, junho e julho e abril, por ordem, perfazendo um total de 23.210 visitantes no ano de 2022. A maior parte dos visitantes correspondem a visitantes de origem portuguesa, representando 73% em relação aos visitantes estrangeiros, e a maior parte encontra-se entre os 18 e os 65 anos de idade com 66%, seguido pelo grupo dos mais de 65 que representam uma fatia de 18%.

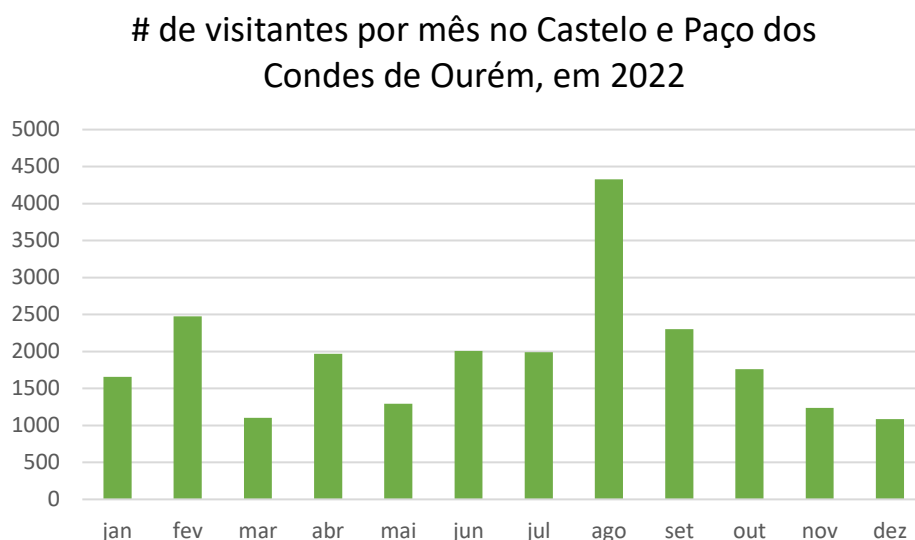


Figura 2. N.º de visitantes no Castelo de Ourém (2022).

Fonte: Museu Municipal de Ourém, 2023

Quanto às nacionalidades dos turistas estrangeiros, verificou-se que há variações ao longo do ano, em termos da mais prevalente. Tomando novamente 2022 como referência, vemos que o Brasil é o país com mais visitantes no Castelo e Paço dos Condes, exceto no verão. Entre julho e setembro, os visitantes estrangeiros são, na sua grande maioria, franceses, seguidos dos espanhóis. Ingleses visitam entre abril e junho consideravelmente. Os visitantes franceses são mais frequentes na altura da Páscoa. Em menor número verificam-se italianos e alemães.

Para esta composição de visitantes acho importante os materiais turísticos apresentarem traduções para o inglês, francês e espanhol.

⁹ O castelo de Ourém reabriu as portas ao público no final de julho de 2021.

Nacionalidade dos visitantes por mês do Castelo e Paço dos Condes de Ourém, em 2022

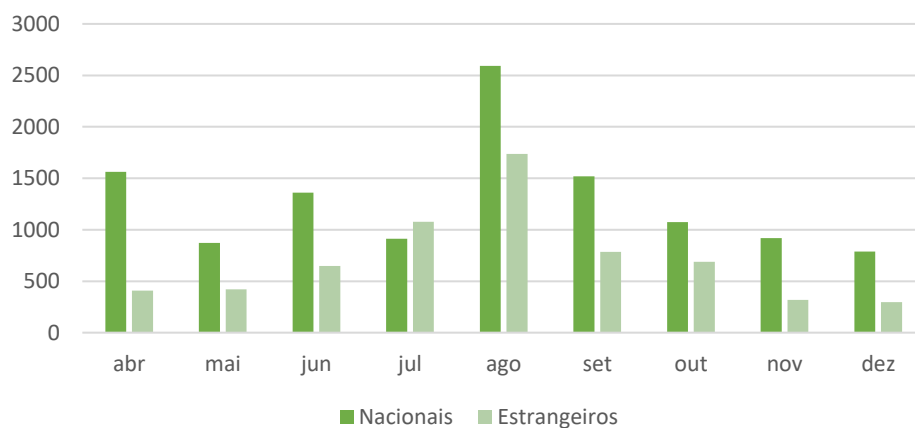


Figura 3. Nacionalidade dos visitantes no Castelo de Ourém, por mês (2022).
Fonte: Museu Municipal de Ourém, 2023

2.2.1. Hábitos de visita

Quanto à tipologia da visita, verificam-se várias modalidades. De acordo com H, Técnico Superior da Divisão de Ação Cultural da CMO, responsável pela gestão do espaço, muitos visitantes do Castelo e Paço dos Condes vêm em família ou casal, alguns vêm em grupos de amigos, ou em grupos organizados. É também comum grupos escolares ou de centros de dia visitarem o espaço, e ainda excursões organizadas que vêm de Fátima ou Tomar.

Ao longo da semana o tipo de público e a sua disponibilidade vai variando. Durante a semana é de notar que existe muito público estrangeiro, de férias, com mais tempo para apreciar e aprender. É também durante a semana que muitos jovens e seniores portugueses decidem visitar o castelo, porque são pessoas que não trabalham, tendo assim mais disponibilidade. Este tipo de visitante pede normalmente a visita guiada. Já no fim de semana, o cenário é diferente. Existe um volume maior de visitantes do que durante a semana, maior parte portugueses, geralmente em família ou casal e com menos tempo. O maior foco é apenas espreitar o castelo, e os visitantes mostram-se menos interessados no contexto e história do património.

Os períodos de maior visitação são, durante o horário de verão, entre as 11h e as 13h e entre as 16h e a hora de fecho às 18h. Como os números são apenas contabilizados pela quantidade de pessoas que compram a visita ao castelo, não existem dados objetivos quanto à quantidade de pessoas que deambulam pelo castelo, na parte de fora, durante e após o horário de funcionamento do castelo.

Quando existem eventos, atividades do serviço educativo, exposições ou outras atividades na vila, o número de visitantes aumenta. O público aproveita para frequentar a atividade ou evento e ver o castelo.

De acordo ainda com a Divisão de Ação Cultural da CMO, as pessoas visitam a vila medieval principalmente pela parte militar (o castelo), mas também parte religiosa e civil (a igreja e o paço). De facto, o que os turistas mais querem ver é o castelo, a muralha triangular com as três torres. Muitos revelam interesse na história do castelo, principalmente sobre o período medieval e factos arqueológicos. Querem também entender a vila medieval como conjunto monumental, perceber que existem várias partes que formam um todo. Por fim, as razões mais universais para visitar a o centro histórico são a tranquilidade e as sensações que a vista e o envolvente trazem ao visitante.

Já as pessoas locais querem ver o *seu castelo*, dizendo coisas como “quando era pequeno andava ali na cisterna”, “tenho direito ao castelo”. Muitos destes visitantes locais protestam o pagamento da entrada. Sentem que o castelo lhes pertence, que faz parte da sua identidade e que por isso têm direito a entrar livremente, como sempre fizeram.

2.3. Testemunhos e Entrevistas: a relação da comunidade com o património

Existem perspetivas diferentes quando se fala da mesma coisa. Nos documentos oficiais encontramos principalmente factos históricos, classificações oficiais, perceções do ponto de vista patrimonial, académico ou arquitetónico. É difícil entender o que é que a população acha, o que é que quem lá trabalha sente. O ponto de vista das pessoas a quem o património serve todos os dias, de uma maneira muito mais próxima, precisa de ser tomado como importante. Ouvir a história de cada pessoa dá-nos dados muito ricos, complementares de informação existente, e que são muitas vezes fonte de informação importante para projetos de valorização do património, para a conexão das pessoas com o assunto e assim permitir a salvaguarda de certos locais e valores.

As personalidades com quem falei foram peças-chave para descobrir uma história complementar dos vários locais, para além da que existe registada. Foram estes moradores da freguesia da Nossa Senhora das Misericórdias e de Ourém que me ofereceram as suas descrições e memórias, em nome da comunidade, na expectativa de criar um registo importante também ele para a comunidade. É através destas histórias, desta partilha de emoções, sentimentos e recordações, que consigo entender quais os locais que mais importância representam para esta pequena comunidade.

A tem 75 anos, é casado, tem 3 filhos e nasceu e foi criado dentro das muralhas da vila medieval. Os seus avós maternos compraram o edifício onde hoje mora e onde fica o seu estabelecimento comercial: “Ginjinha d’Castelo de Ourém”. S, 52 anos, nasceu um bocadinho mais abaixo da zona do castelo, junto à capela de Santo Amaro, outro ponto de interesse da vila. Mais tarde foi para o estrangeiro estudar e viver, mas acabou por regressar, regressa sempre. As suas ocupações incluem o ensino de música e do inglês, trabalhar com pessoas em condição de deficiência numa instituição do concelho, cozinhar e ainda faz alguns trabalhos em conjunto com o município relacionados com a cultura. Diz que trabalha na terra e pela terra. MF, mãe de S, tem 82 anos e nasceu numa casa ao lado de onde mora agora a filha, com oito outros irmãos. Passaram algumas dificuldades, mas completaram todos pelo menos o quarto ano. G tem 23 anos e cresceu no seio da vila medieval, numa casa que pertencia ao clero há séculos atrás, e que sobreviveu ao terramoto de 1755. Trabalha na área da cultura, principalmente na área do som e, como parte da equipa do TMO, já trabalhou na vila. AS, antropóloga de profissão, formou-se em antropologia e estudou também museologia e património. Cresceu numa localidade do concelho de Ourém, e trabalhou na CMO. Aqui, esteve encarregue de tarefas como a programação museológica do Castelo e Paço dos Condes de Ourém e estudos de reabilitação do mesmo conjunto arquitetónico.

Trabalhos académicos como a tese de Ana Reis (2018) refletem e apelam a necessidade de obras reformadoras no espaço, que são elementos bastante apreciados por todos os entrevistados, tendo-se mostrado realmente úteis não só para a indústria do turismo, como também para a comunidade dos castelos. Ainda que o processo possa ser doloroso, como relata uma entrevistada no seu testemunho, depois de compreenderem o porquê das intervenções e de verem os seus impactos, os habitantes acabam por aceitar e apreciar as mudanças. Trabalhar na vila, mesmo que temporariamente, facilita a apropriação do espaço pelas pessoas e cria um sentimento de pertença. No artigo “Local Heritage in Contemporary Times” (Carvalho et al., 2022) chegou-se à conclusão de que os participantes num determinado projeto que aconteceu nos castelos e que obrigou as pessoas a deslocarem-se à vila diariamente, apropriaram-se também daquela localidade e sentiam-se parte dela. Revelam em entrevistas feitas no final do projeto ter uma perceção completamente mudada, dando mais atenção aos pormenores.

Algo bastante interessante é que, mesmo com perfis bastantes diferentes de cada entrevistado, é possível encontrar vários pontos em comum nos seus testemunhos.

No mesmo artigo (Carvalho et al., 2022), é ainda dito que a população vê o castelo como um elemento importantíssimo de proteção e resiliência, como um fator identitário. No entanto, as entrevistas mostram que algumas das pessoas que lá vivem acabam por ter uma noção um

pouco diferente, não pensando nessa importância do castelo e do resto do património no dia a dia. Não me parece que seja uma associação imediata do sítio ao seu passado histórico como símbolo de segurança e resistência. Enquanto AS como lá trabalhava, tinha um olhar mais objetivo e profissional sobre a vila, G confessa um sentimento de sorte por viver num sítio tão diferente das cidades e de outros espaços rurais, pelas características únicas e rico património cultural. No entanto, para alguém que vive lá e está lá todos os dias, habitua-se à grandiosidade do espaço, e de certa maneira acaba por dar menos valor ao significado histórico e só quando vem gente de fora, faz o exercício de pensar na sua casa – a vila - como parte do património.

A, MF, G e S recordam brincar na Praça do Pelourinho, no Castelo e noutros espaços da vila. Elementos patrimoniais como a Fonte Gótica e o Castelo despertavam em G curiosidade. Começam por ser locais de brincadeira inocente, depois passam por ser sítios com recantos que ofereciam privacidade para atividades como namorar. Vai mudando consoante a idade e maturidade. O mesmo aconteceu com S, mas alguns anos antes. A relembra que durante o recreio da escola iam para a praça do pelourinho jogar à bola, carica, prego e até às escondidas e também se recorda de procurar as corujas que se aninhavam entre as pedras da muralha. MF relembra as tabernas como grandes pontos de encontros, para além do largo do pelourinho, onde a comunidade se juntava a “jogar às cartas e a empinar copos”.

Curiosamente, quatro dos entrevistados, quando confrontados com a pergunta sobre o elemento do património ao qual dão mais valor, responderam que não sobrepõem um elemento a outro, vendo o valor da vila medieval no seu todo.

Capítulo III - Desenho do Roteiro

3.1 Proposta de valor do projeto

O projeto que agora se apresenta tem como principais vantagens o facto de não existirem propostas de desenvolvimento turístico no local. Apresenta ainda como valor apelar a segmento de procura que, neste momento, estão sem resposta nesta região, contribuindo dessa forma para a qualificação do destino através da complementaridade de outras ofertas turísticas que existem na região. O projeto tem ainda como vantagem o facto de assentar em organizações locais, muito relacionadas com a comunidade, permitindo também potenciar estas realidade no território, cuja relevância já foi abordada neste trabalho.

3.2 Diagnóstico

Quando se fala em algo ser um marco histórico, um pilar da religião, um vestígio de um passado maior que nós, inevitavelmente, por comparação, sentimo-nos pequenos, sem importância, uma gota no oceano. No entanto, com as entrevistas que realizei, percebi que não é assim que a comunidade da vila medieval de Ourém se sente em relação ao seu património. A população, pelo contrário, sente que a vila lhe pertence, é a sua casa, é o local onde cresceram, onde trabalharam, onde passeiam. É uma relação pessoal, individual e ao mesmo tempo coletiva. Uma relação que muda ao longo dos anos, mas que ao mesmo tempo se mantém. Quando estes indivíduos falam dos *castelos*, falam com carinho, com familiaridade e com intimidade. É isso que para eles o património cultural significa e é isso que quero explorar e partilhar através deste roteiro.

O roteiro que se propõe, de título “Afeto e Emoções” e de subtítulo “a vila através do olhar das pessoas” é circular, mediado e com sete paragens. Normalmente acedido através de marcação, mas em dias específicos organizam-se eventos com visitas especiais e outras atividades culturais relevantes para os temas. A narrativa do roteiro é explorada através de diferentes temas falados ao longo dos vários pontos que compõem o percurso.

3.2.1. Finalidade e Objetivos do projeto

O roteiro que aqui se propõe é um circuito localizado na antiga vila de Ourém, cujas temáticas abordadas assentam na comunidade local e na sua conceção de património cultural. A criação deste projeto pretende ser uma oportunidade para envolver a comunidade na atividade turística da vila medieval de Ourém, utilizando estratégias de território de base comunitária, e de

participação cultural. O roteiro procura entender, valorizar e depois divulgar a ligação da comunidade com o património cultural da vila. Através de entrevistas, grupos de foco e de trabalho contínuo com a comunidade será possível criar um projeto que divulgue o património da vila através do olhar para quem o património cultural é vida quotidiana.

Este projeto pressupõe a criação de um produto cultural, atrativo para o setor turístico e sustentável, com vista também a fortalecer a comunidade. O trabalho contínuo e a criação de um produto colaborativo – juntando a comunidade e várias entidades externas – pode tornar os laços entre as pessoas envolvidas mais fortes, alimentando um sentimento de pertença por estarem a contribuir para algo que não só valoriza a sua terra, mas também a eles próprios. Ao divulgar e promover a vila e o seu património, irá verificar-se um aumento da consciencialização sobre o local, tanto para quem está de fora como para quem vê de dentro. Através das partilhas de histórias e sentimentos, os intervenientes ficam mais ligados ao local promovendo a coesão territorial. O trabalho de base comunitária, a criação do produto e as consequentes sinergias que estes podem causar, tornam a vila mais dinâmica e apetecível para viver, conseguindo assim atrair mais habitantes ou projetos comerciais ou culturais, contrariando a tendência de declínio da população do centro histórico.

3.2.2. Dinâmica Territorial

Para desenvolver um projeto tão específico, é necessário caracterizar Ourém, e em especial a Antiga Vila de Ourém, quanto à sua demografia, enquadramento no território e componente social. Aqui exploro também as políticas referentes a um projeto deste tipo.

3.2.2.1. Integração no território

O concelho de Ourém é um dos concelhos mais extensos do país com uma área de 416 km² e está dividido em 13 freguesias – eram 18 antes da reorganização das freguesias que ocorreu no ano de 2013¹⁰. A vila antiga de Ourém pertence à freguesia de Nossa Senhora das Misericórdias, e é neste local que fica a diocese da igreja e a sede da junta de freguesia, e localiza-se a 2 km da atual sede de concelho. Integralmente amuralhada, esta vila, de génese medieval, ocupa um cabeço de forma circular, elevado, a 328 m de altitude, em posição dominante sobre o território envolvente conferindo a sua função estratégica e defensiva (Gomes, 2013).

¹⁰ Alburitel, Atouguia, Caxarias, Espite, Fátima, Freixianda, Ribeira do Fárrio e Formigais, Gondemaria e Olival, Matas e Cercal, Nossa Senhora da Piedade, Nossa Senhora das Misericórdias, Rio de Couros e Casal dos Bernardos, Seiça, Urqueira. Informação disponível em <https://www.ourem.pt/municipio/freguesias/>.

Em termos de acessibilidade, o concelho de Ourém é servido pela A1 que liga Lisboa ao Porto, o IC9 que passa por Tomar, Batalha, Alcobaça e vai até à Nazaré e várias estradas nacionais que ligam Ourém a vários outros pontos da região (Figura 4)

Quanto à vila propriamente dita, o acesso rodoviário existe, mas é complicado. A estrada que sobe do centro da cidade de Ourém até ao centro histórico tem o declive acentuado e curvas sinuosas e as duas portas de acesso à vila, as portas de Santarém e as Portas da Vila são bastante estreitas, sendo difícil a passagem de algumas viaturas. Existe um percurso viário que dá a volta ao centro histórico, mas, devido ao passado medieval da vila, as ruas são de calçada, estreitas e irregulares, pois foram feitas para andar a pé, com algum declive e muitas vezes impróprios para carros e outros veículos, dificultando a locomoção. Existe um estacionamento para autocarros, mas situa-se um pouco abaixo do centro da vila, obrigando o visitante a subir pela estrada principal, que não tem passeio. Para viaturas mais pequenas existe algum estacionamento ao pé da igreja e dos estabelecimentos comerciais e no topo, próximo do Castelo e Paço dos Condes de Ourém. A falta acesso, a carência de passeios e a insuficiência de infraestruturas para acomodar turistas e habitantes podem ser também fatores que justifiquem a dificuldade em fixar moradores (Reis, 2018).

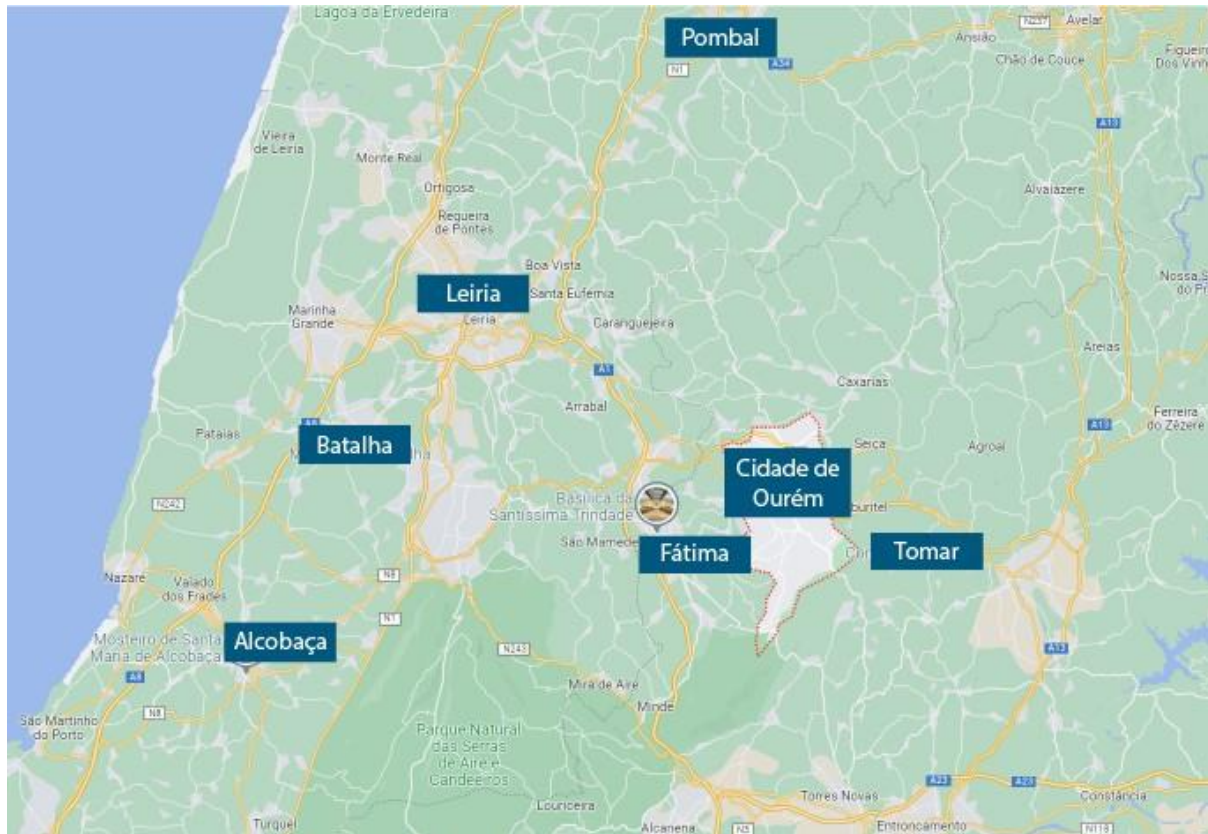


Figura 4. Mapa da localização de Ourém no território nacional.
Fonte: Google Maps, 2023.

A maior parte das casas do núcleo histórico são de pequena dimensão, possuindo apenas um ou dois pisos. Muitos dos edifícios são para habitação ou de espaços comerciais e outros serviços. O centro histórico possui uma pousada, uma galeria, alguns cafés e restaurantes, a junta de freguesia, entre outros estabelecimentos. Apesar de alguns edifícios estarem em ruínas, muitos foram recuperados e encontram-se em bom estado (Reis, 2018). O centro histórico apresenta poucos edifícios dedicados à habitação e algumas casas apenas para férias (Gomes, 2013).

3.2.2.2. Demografia do concelho e da freguesia

O crescimento populacional do concelho de Ourém não foi constante (Figura 5). A sua população cresceu até 1950, tendo depois registado um declínio até 1991, ano em que Ourém é elevada a cidade. De 1991 a 2001 foi aumentando, mas desde então tem vindo a decrescer, registando em 2021, 44.538 habitantes. Também nesta tendência de declínio, a antiga vila de Ourém é uma localidade com pouca densidade habitacional, sendo que esta tem estado em queda nos últimos 20 anos (Gomes, 2013).

A freguesia de Nossa Senhora das Misericórdias tem, segundo os últimos censos, uma população de 4.655 habitantes, inferior aos 5.077 habitantes registados nos censos de 2011. É uma freguesia extensa, sendo que apenas 11% da sua área é ocupada pelas zonas de habitação e comércio, enquanto o resto é dividido entre a ocupação florestal e agrícola, e que, em 2013, apenas 28 habitantes residiam na antiga vila, dentro das muralhas do castelo¹¹ (Freguesia de Ourém, 2023; Gomes, 2013).

¹¹ Informação disponível em <https://www.ourem.pt/municipio/freguesias/nossa-senhora-das-misericordias/>

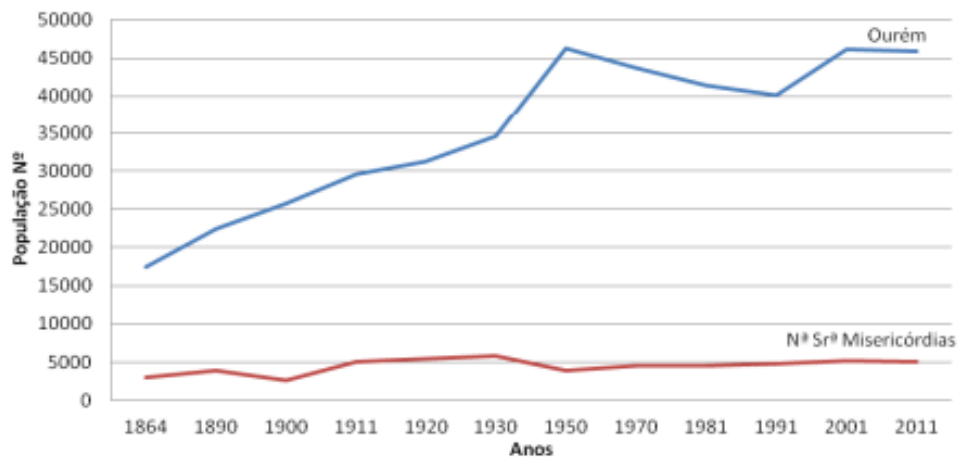


Gráfico 1 Evolução da população em Ourém e N.º Sr.º das Misericórdias
 Fonte estatística: INE; Elaboração própria

Figura 5. Evolução da população em Ourém.
 Fonte: INE, Censos, 2021.

Quanto à estrutura etária da população, Ourém segue a tendência nacional de uma população cada vez mais envelhecida. Deste modo, a percentagem de jovens em Ourém abaixo dos 14 anos de idade desceu de 14,5% em 2011 para 12% em 2021, e na freguesia das Misericórdias o valor desceu de quase 16% em 2011, para menos de 12% da população com menos de 14 anos em 2021. Se compararmos estes valores com os valores da população com mais de 65 anos, podemos chegar ao índice de envelhecimento, que tem também vindo a aumentar. Com o aumento cada vez maior da fatia de idosos na composição da população ourensense, o índice de envelhecimento que em 2011 era de 126, passou a ser de 226, significando que por cada 100 jovens existem 226 idosos, com mais de 65 anos na freguesia em questão. (Gomes, 2013; INE, 2021).

3.2.2.3. Perfis Sociais e Comunidade

Através das entrevistas é possível ter uma ideia dos vários perfis de pessoas que pertencem à comunidade da vila velha de Ourém. Ainda que a população seja de dimensão reduzida, existem pessoas com características e contextos diferentes. Como A, MF e S, alguns dos habitantes e comerciantes da vila foram nascidos e criados ali e, mesmo que com interrupções ao longo da vida, ainda permanecem no local. Já os antepassados de A residiam na vila, os seus avós maternos compraram o edifício onde fica hoje o café e a casa onde vive com a mulher. S, por mais que goste de viajar e de viver noutras locais, envolvida noutras culturas, acaba sempre por

voltar. As ruas e os espaços da vila são muito pessoais para quem lá vive. S diz que gosta de vaguear quando a vila está vazia, de noite, e sentir os cheiros e as pedras dos edifícios, apercebendo-se da dimensão do património que a rodeia.

Outros, como G e a família, mudaram-se mais tarde para o centro histórico, mas também possuem uma ligação profunda a esta terra. Viviam em Ourém, na cidade, mas por sorte, obtiveram uma casa com mais de seis séculos no coração dos “Castelos” de Ourém. E sentem mesmo isso, sorte por viver num sítio tão diferente das cidades e de outros espaços rurais, pelas características únicas do rico património cultural. No entanto, para alguém que vive lá e está lá toos os dias, é fácil habituar-se à grandiosidade do espaço, e de certa maneira acabar por dar menos valor ao significado histórico e só quando vem gente de fora, faz o exercício de pensar na sua casa – a vila - como parte do património. A relação de G com o que o rodeia é meditativa, espiritual, o espaço tem imponência e energia. É também uma relação muito pessoal, viver lá permite-lhe criar uma relação mais íntima como património, quase de pertença.

Ainda que poucos, vão-se verificando mais alguns “novos” habitantes, que não nasceram na antiga vila, mas mudaram-se mais tarde, como é também o caso de L, do em estabelecimento de restauração na vila medieval.

Quem habita no núcleo histórico, revela uma ligação simples, mas profunda como que os rodeia. Já quem apenas tem a vila medieval como seu local de trabalho, e não diariamente, tem uma relação muito diferente. Quando AS visita o espaço, normalmente em trabalho, o olhar é mais técnico e de responsabilidade perante a vila e os seus habitantes, ao contrário dos outros entrevistados. Sempre que podia, AS aproveitava para percorrer as ruas e diagnosticar as várias situações. Examinava a cripta e os vários elementos que poderiam necessitar de intervenção, falava com a população e com os comerciantes e acabava por se perder nos pormenores e ansiedades do tanto que havia (e há) por fazer. Aqui, é possível identificar um sentimento de missão, de trabalho e de preocupação não só para com o património, mas com todo o ecossistema da vila, incluindo o bem-estar e conforto dos habitantes. O objetivo aqui não é só cuidar e proteger os edifícios para um posicionamento no mercado turístico, mas também garantir o respeito e consideração por quem lá vive e trabalha. Na entrevista, AS repete várias vezes a noção de que a vila é um espaço habitado, apropriados pela comunidade e não apenas um cenário para o turismo e reflete ser necessário ter isso em conta quando se trabalha o potencial turístico do património e do local. Sem as pessoas, o património perde valor, é preciso salvaguardar também essa relação, o que por vezes não é fácil. AS recorda que quando se mudou e se afastou inevitavelmente do centro histórico sentia nostalgia, sentia que a vila fazia parte dela. Agora, com mais distanciamento, guarda com muito carinho a vila e as suas memórias.

Com esta entrevista consegui perceber, não só os pensamentos e opiniões pessoais da AS quanto ao património, mas também alguns comportamentos da comunidade com que ela trabalhou durante cerca de 18 anos. É uma perspetiva diferente, de uma profissional da área, mas que, como outras pessoas que por lá passam, se tornam parte da comunidade.

Foram criadas rotinas relacionadas com a vila antiga: AS ia verificar o estado dos vários espaços e a condição dos habitantes; G, ainda hoje em dia, dá uma volta à vila enquanto passeia o cão, medita, ouve música, tira fotos dos espaços e vê a paisagem a mudar com as estações; S fala no caminho que fazia para a escola nos anos de 1970, onde todos os dias subia o monte desde sua casa, trepava pelas Portas da Traição na muralha do Castelo e descia pela calçada até chegar à escola, parecido com o caminho que MF também tomava.

Em termos de ativação da comunidade, tal como no número de habitantes, as atividades ao dispor das pessoas da vila foram desaparecendo. S diz que na sua infância antiga vila de Ourém era o centro cultural e social das aldeias todas à volta. As cerimónias e festas populares uniam toda a gente no adro da igreja. A relembra os tempos em que a ARPO, associação recreativa que ainda hoje tem sede no centro histórico, tinha grupos de teatro onde participavam membros da comunidade. Recorda ainda como, quando existia o rancho folclórico, faziam cortejos com os bombeiros em que levavam andores decorados com figuras remetentes ao património da vila. MF conheceu o marido neste mesmo rancho. Fazia também parte da Sociedade Filarmónica Ourense, SFO, que na altura tinha uma atividade mais intensa à conta das várias romarias onde tocavam e participavam nas procissões. Faziam convívios frequentes onde toda a comunidade se mobilizava para ajudar e organizar.

Atualmente, ainda existe a filarmónica, ativa e revitalizada e há catequese no centro paroquial. ARPO está menos ativa, tendo apenas atividades muito esporádicas e focadas no convívio. A Albardeira, associação cultural jovem do concelho de Ourém, realiza frequentemente eventos musicais, oficinas de aprendizagem e residências artísticas na vila, mas não são direcionadas para a população local. A Câmara Municipal e o Teatro Municipal de Ourém (TMO) fazem a ativação dos recursos patrimoniais através de exposições e concertos no castelo, entre outros eventos como lançamentos de livros e workshops de dança medieval, numa tentativa de envolver a população.

3.2.2.4. Políticas

O município de Ourém revela alguns esforços no sentido de promover e dinamizar a cultura no concelho

“A cultura tem um papel incontornável na representação identitária e valorização dos oureenses, na coesão do território, e na economia local nomeadamente por via do turismo. A política cultural municipal promove estes objetivos através da atuação integrada dos serviços municipais de Arquivo Histórico, Biblioteca, Museu e Património e demais intervenções culturais e artísticas sustentadas em valores de conhecimento e cidadania”¹².

O esforço por divulgar e comunicar os eventos e atividades culturais do concelho é notório. A agenda cultural é quadrimestral e é impressa e distribuída por estabelecimentos comerciais e culturais por todo o concelho, onde se encontram todas as atividades culturais da Câmara, desde concertos, conversas e exposições, a sugestões de visita a museus e sugestões de leitura, com um espaço dedicado a autores oureenses. Existe também uma *newsletter* que é partilhada via *email* pela Câmara Municipal com todas as associações e entidades desportivas, recreativas e culturais, onde divulgam as várias atividades a acontecer nos meses seguintes, e onde qualquer tipo de atividade pode ser divulgado, não apenas as promovidas pela câmara. No *website* do município existe ainda um separador para rotas e percursos onde dispõem de informação sobre os caminhos de Fátima e a rota dos fornos da cal.

Ourém integra ainda a Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo que une 13 concelhos no centro de Portugal: Abrantes, Alcanena, Constância, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Mação, Ourém, Sardoal, Sertã, Tomar, Torres Novas, Vila de Rei e Vila Nova da Barquinha. Esta comunidade define e persegue objetivos estratégicos para o desenvolvimento conjunto dos vários concelhos em diferentes áreas de atuação, procurando a afirmação de uma “identidade regional”. No Médio Tejo o foco são os projetos em rede, com o objetivo de usar a cultura para contribuir para a coesão territorial. Dentro do património cultural destacado pelo Médio Tejo, está o Santuário de Fátima e o Castelo de Ourém. Esta comunidade internacional destaca a atividade turística da zona, tendo até um website dedicado, onde existe uma secção específica para rotas e itinerários¹³.

No documento que expõe a estratégia do Médio Tejo até 2027 foi identificada uma falha no turismo da região. Ainda que este tenha aumentado significativamente, o Médio Tejo não tem oferta turística suficiente para responder à procura. A atividade turística está ainda pouco estruturada e integrada. Numa tentativa de resolver a situação propõe-se um foco maior no meio digital e a diferenciação da oferta através da valorização dos recursos da região e do seu potencial turístico que assenta na inovação e na promoção da sustentabilidade ambiental, das tradições e do património arquitetónico, cultural, religioso, e natural único. Uma das iniciativas

¹² Informação disponível no site do município de Ourém. <https://www.ourem.pt/areas-de-acao/cultura/>

¹³ Informação disponível em <https://turismo.mediotejo.pt/rotas-e-itinerarios/>.

âncora, dentro da esfera de ação da sustentabilidade territorial do Médio Tejo é a qualificação e requalificação do património cultural (Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo, 2021).

Numa escala maior, o Turismo do Centro, entidade regional responsável pela promoção turística do destino Centro, no qual se integra Ourém, pretende desenvolver e fomentar a atividade turística nesta região, através do aumento das dormidas e da duração das estadias. Para isso propõem comunicar, com maior presença também nos meios digitais, os produtos turísticos com autenticidade regional e integrados numa visão de coesão regional (Turismo do Centro de Portugal, 2020). No website, é possível encontrar vários roteiros, rotas, outros itinerários e muitas sugestões de percursos que vão desde património cultural e natural à gastronomia¹⁴. A associação de Ourém ao triângulo turístico que liga Batalha, Alcobaca e Tomar (apelidado na indústria do turismo de Triângulo Mágico da UNESCO), resulta também evidente, pela sua proximidade.

3.2.3. Dinâmica Sectorial

Um roteiro, seja ele sentimental, cultural, histórico, ou um conjunto dos três, é sempre um produto turístico. Neste caso, o roteiro é um produto que segue os ideais do turismo de base comunitária.

O turismo num espaço rural (TER) pretende aproveitar a disponibilidade de camas e residências rurais para desenvolver a atividade turística, e assim desenvolver económica e socialmente as regiões onde se implementa. O TER junta vários recursos, de alojamento, de restauração e de atividades, normalmente baseadas nas tradições e modos da comunidade que acolhe. A região Centro apresenta um desenvolvimento acrescido do TER. As razões pelas quais os visitantes estão mais predispostos a satisfazer as suas necessidades com produtos e projetos TER no Centro podem ser várias: há quem queira fugir da agitação da cidade e da rotina, procurar proximidade com a natureza e os consequentes benefícios para saúde, encontrar melhor acolhimento e hospitalidade e até absorver culturas diferentes e outros valores intangíveis ligados às tradições e costumes (Antunes, et al., 2020; Martínez-Roget & Moutela, 2013).

Um exemplo de turismo rural são as Aldeias de Xisto, que aproveitam o facto dos turistas quererem viajar para ambientes tranquilos para organizarem os recursos e criarem uma oferta apelativa para quem procura descanso. Para além das razões que acabei de referir, a motivação dos visitantes das Aldeias do Xisto deve-se a fatores adicionais. A imagem do destino turístico

¹⁴ Informação disponível em <https://turismodocentro.pt/roteiros/>

é importante, afeta a percepção do turista. É importante o desenvolvimento de uma marca coesa e diferenciada para aumentar a vontade e a intenção. Parte da motivação também depende, então, da maneira como as pessoas percebem o destino. Se o visitante estiver satisfeito, irá ficar com vontade de voltar, constituindo assim um incentivo, e poderá também recomendar a terceiros, que irão ficar motivados também a visitar o destino (Martínez-Roget & Moutela, 2013). O Turismo do Centro identifica vários segmentos com potencial turístico para a região, entre eles os indivíduos, casais, grupos, famílias com crianças, jovens e seniores. Dentro destes segmentos, os mais predispostos a consumir produtos turísticos na área da cultura, história e património, onde se integra o meu projeto, são os casais, grupos e seniores regional (Turismo do Centro de Portugal, 2020).

Ainda que a tendência seja de crescimento, existem também fatores que contribuem para a desmotivação dos visitantes, caso contrário as regiões rurais seriam mais dinâmicas e desenvolvidas do que são atualmente, com maior atividade turística e fixação de pessoas. Existe dificuldade, por parte das áreas rurais, em atrair turistas. Para além de alguns indivíduos terem preferência por outros tipos de turismo, que sejam longe do campo e da natureza, são assinaladas outras falhas. A proximidade, ou falta dela, de atrações turísticas, a falta de recursos humanos e financeiros para garantir os serviços necessários para acomodar os turistas, como falta de restaurantes, alojamento ou atividades complementares, o envelhecimento e falta de dinamismo da população e a difícil acessibilidade, se forem locais mais remotos contribuem para este desinteresse pelo turismo rural (Antunes, et al., 2020).

Quando se trabalha com o setor património cultural, se este for classificado, é inevitável o encontro com a DGPC¹⁵. Esta entidade, com o intuito de proteção e conservação que é bastante positivo para a salvaguarda do nosso património em Portugal, pode representar também a existência de alguns obstáculos. O centro histórico de Ourém está classificado como Imóvel de Interesse Público implicando a existência de condicionantes às intervenções a realizar no interior da área amuralhada, que podem ser obstáculo à fixação de novos moradores e de comerciantes ou outras atividades que se queiram estabelecer no centro histórico (Decreto n.º 40 361, 1995). Esta questão foi abordada por um dos entrevistados, A, que revela ter tido dificuldades na expansão do seu estabelecimento comercial e na realização de obras na sua casa. A acusa as entidades de reprovarem projetos sem qualquer sugestão ou explicação, dificultando a melhoria e adaptação do projeto às condicionantes que regem qualquer conjunto protegido. O

¹⁵ À data da escrita do trabalho, a administração do património cultural em Portugal foi alterada, tendo sido a DGPC substituída por duas instituições: a entidade pública empresarial Museus e Monumentos de Portugal e Património Cultural, I. P (Decreto n.º 78, 2023; Decreto n.º 79, 2023).

proprietário atribui a presente falta de desenvolvimento à negligência dos responsáveis pelo património cultural, por não aprovarem a maior parte dos projetos submetidos. A dificuldade de construir, restaurar e adaptar os imóveis às necessidades de habitação surgiu como entrave à fixação de pessoas no centro histórico de Ourém.

3.3 Benchmarking

Para a construção de um projeto que se destaque e que seja de qualidade há-que estudar outros semelhantes para poder identificar falhas a fim de não as repetir neste projeto, ou de identificar boas práticas e inspiração para adotar técnicas similares. Há sempre algo a retirar ou a aprender com os outros e ao analisar diferentes casos pode ajudar e instruir a construção do meu projeto.

Existem, no concelho de Ourém, vários percursos e itinerários que permitem às pessoas caminhar ao ar livre e aprender. São diferentes do meu projeto, mas constituem bons exemplos por valorizarem o património cultural e natural local.

- **Caminhos de Fátima**

Trata-se de um roteiro dos vários caminhos pedestres¹⁶ que têm como destino o santuário de Fátima, com paragens em locais de interesse, sendo objetivo “elevar estes percursos a uma dinamização cultural, patrimonial e turística para a valorização do elevado potencial dos territórios.”

A proposta de percurso parte de um princípio semelhante ao meu, mas neste caso, é focada mais na parte religiosa, constituindo-se enquanto uma peregrinação. Através de um *website*, o peregrino tem acesso à informação constante do percurso tal como descrição do mesmo com os pontos de interesse religiosos e culturais, incluindo gastronomia, arte, património, etc. Existem também materiais de comunicação, tais como panfletos em vários locais e os materiais digitais são claros, muito informativos e fáceis de aceder, a que acresce uma sinalética no terreno eficiente.

- **Retratos da minha terra – Caminhos do Médio Tejo**

No verão de 2021, a Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo (CIMT) trouxe a Ourém, uma coleção de retratos de vários lojistas que ficaram expostos nas montras, inserida no projeto “Caminhos das Pessoas”. A ligar todas estas montras dos estabelecimentos comerciais participantes, fica uma espécie de percurso pela cidade, um itinerário de lojas e de pessoas marcado num mapa. A exposição tem como objetivo “humanizar o centro e promover o

¹⁶ Os itinerários deste projeto são: Caminho do Tejo, do Norte, da Nazaré, das Carmelitas e do Centenário. Informação disponível em <https://caminhosdefatima.com/>

comércio de proximidade numa era em que a uniformização dos padrões de consumo nos uniformiza”¹⁷.

As fotografias expostas encontram-se também num livrete e trazem os comerciantes para um patamar de maior proximidade com quem visita. Para além de valorizar os respetivos comércios, esta iniciativa valoriza também o contacto pessoal e dá azo à personificação do lugar. Identidade gráfica interessante, boa presença no espaço. Este cruzamento entre itinerário e exposição é um bom exemplo de algo com potencial para revitalizar o comércio e a cultura local¹⁸.

- **Caminho dos Mistérios – Caminhos do Médio Tejo**

Também promovido pela CIMT, desta vez inserido no projeto “Caminhos da Pedra” e criado pela Marina Plácido, surge um percurso poético na vila medieval de Ourém, orientado por “um mapa para Leituras poéticas e sensíveis sobre alguns mistérios de Ourém e do Mundo” (CMO, 2023). Este percurso poético na antiga vila faz uso de objetos e dos vários sentidos para explorar e descobrir a os recantos do centro histórico. Apesar de ser um percurso livre, está dependente de marcação no Castelo e Paço dos Condes de Ourém, para garantir a receção do saco dos objetos, chamado de kit-gráfico. A sacola dada aos participantes contém variados objetos, um caderno de campo e alguns livros.

O percurso completo demora cerca de 2h30, havendo um percurso reduzido de apenas 1h30. É uma maneira completamente diferente de explorar a vila, uma maneira mais poética e introspectiva, em estilo de adivinhas e desafios e daí servir de grande inspiração para o meu projeto. Incentiva o autoconhecimento ao contemplar os pormenores da vila e a paisagem.

O folheto que é dado no início do percurso e que acompanha todo o caminho é bastante fácil de acompanhar no terreno e intuitivo, sendo que os elementos gráficos apelam, e bem, à parte poética e espiritual de ter “Fé na curiosidade”.

Existem ainda outros projetos e instituições que me inspiram pela maneira como envolvem a comunidade e fazem das pessoas o ponto central destes projetos.

- **Festival de Setembro**

O Festival de Setembro é um evento organizado pelo Município de Ourém na VMO, no mês de setembro, que já existe desde 2015, e que também aconteceu em 2016, 2017 e agora, em 2023. Com temas anuais sempre dedicados às manifestações tangíveis e intangíveis e à

¹⁷ “Retratos da Minha Terra – Lojas | Olhar o Centro” é uma iniciativa da CIMT – Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo, inserida no projeto “Caminhos das Pessoas”.

¹⁸ Informação disponível em <https://www.ourem.pt/retratos-da-minha-terra-nas-lojas-da-cidade-de-ourem/>

comunidade da vila, o festival tem uma programação muito polivalente e multicultural. As várias atividades incluem seminários e conversas, amostra de filmes, visitas guiadas, exposições, concertos e workshops, e muito trabalho com a comunidade de Ourém. É um ótimo exemplo de mobilização da população para celebrar a pluralidade de trajetórias das gentes de Ourém e representa uma ótima oportunidade de parceria para este projeto, visto partilharem o espaço e alguns objetivos¹⁹.

- **Museu Giacometti**

Um exemplo de projeto participativo que eu considero relevante em Portugal é o do Centro de Memórias do Museu do Trabalho Michel Giacometti. Este centro parte da vontade de registar e inventariar, tal como o próprio Giacometti fazia, os testemunhos e histórias de Setúbal. A maneira como este centro de memórias opera é bastante particular, pelo que depende de voluntários, maioritariamente seniores, que são a peça chave para, através das suas memórias e experiências de vida, construírem e completarem o acervo da casa (Cardoso, 2016).

À semelhança do meu projeto, o centro foca-se nas memórias individuais de uma população específica, e pretende preservá-las e devolver-lhes o significado que foram perdendo ao longo do tempo. A participação destas pessoas será decerto uma enorme mais-valia para o projeto, sendo capaz de enriquecer através de sinergias o conhecimento do passado e criar relações importantes entre os cidadãos e a instituição.

Para garantir que a comunidade faz parte do processo, o centro de memórias cria alguns pontos de contacto com a população. Para completar as histórias contadas pelas fotografias do arquivo municipal, existe um grupo de voluntários cuja função é acrescentar toda e qualquer informação possível sobre o documento e as pessoas ou locais nele representados, recorrendo para isso a outros membros da comunidade. Assim, facilita-se a reconstituição das histórias e das figuras que podem ter passado despercebidas até então. Outra estratégia utilizada é passar o processo de recolha de informação de dentro para fora do espaço do museu, acompanhando as festas e celebrações no terreno (Cardoso, 2016). À semelhança deste projeto, também irei aproveitar as fotografias e outros documentos para ajudar as pessoas a contarem as suas histórias, que não vou utilizar para um acervo, mas sim para a realização das narrativas interpretativas que irão guiar as pessoas pelo roteiro.

- **Arqueologia Participativa**

José Paulo Francisco fala de arqueologia participativa no documento publicado pela Acesso Cultura (2016). O Projeto de Investigação do Castelo de Monforte de Ribacôa, tal como o

¹⁹ Informação disponível no *website* do evento: <https://festivaldesetembro.ourem.pt/index.php>

projeto anterior, pretende valorizar as ideias, saberes e opiniões das pessoas da comunidade, mas desta vez em matéria de património e arqueologia, ao invés de apenas utilizar o discurso e os recursos dos especialistas e profissionais. O objetivo aqui é exatamente partilhar o poder de decisão sobre o património em jeito de colaboração, para se criarem sinergias e confrontos de ideias, levando a uma interpretação mais rica do passado e seus vestígios.

Ao existir a oportunidade de o projeto interagir com a comunidade, cria-se oportunidades para construir um discurso, uma narrativa que é inclusiva e que conjuga as várias perspetivas de todos os interessados, promovendo a ideia de um património que é de todos e a democratização do mesmo. No entanto, mesmo sendo uma prática popular, a participação nestes termos é resistida por especialistas que não pretendem abdicar do seu poder absoluto. A verdade é que por vezes os projetos chamados “participativos” acabam por executar a participação de uma forma demasiado controlada ou simulada, para o discurso da elite não perder autoridade (Francisco, 2016).

3.4 Entidade Organizadora

A operacionalização e a gestão deste produto cultural serão feitas por mim através da Albardeira, Associação Cultural, uma associação juvenil sem fins lucrativos, com sede no concelho de Ourém, cujos objetivos incluem a promoção da cultura no concelho e o registo e divulgação de manifestações que valorizem o património e da qual sou fundadora. As associações culturais sem fins lucrativos são estruturas com características únicas.

Albardeira Associação Cultural foi fundada a 4 de outubro de 2021, conta, até ao momento, com 139 sócios inscritos e cerca de 15 membros no núcleo mais ativo nos projetos da associação. Os membros inscritos pagam quotas anuais, cujo valor depende da idade do sócio (sendo uma associação juvenil, um dos objetivos é atrair a camada jovem da população ourensense, refletindo-se em valores mais baixos para os mais jovens). Os membros dos órgãos sociais da associação são escolhidos por eleições privadas, sendo convocada uma Assembleia Geral.

Tudo começou quando algumas pessoas do concelho de Ourém ligadas à cultura, durante a mesma altura, mas de maneira independente, sentiram a necessidade de pensar em maneiras de dinamizar o panorama cultural no concelho. Estas ideias pensadas em separado acabaram por culminar, em julho de 2021, quando todos se juntaram e começaram a trabalhar para o mesmo objetivo – criar uma associação cultural. Inicialmente, fizeram um levantamento de nomes de pessoas que poderiam estar interessados numa iniciativa do género e começaram a fazer

contactos, acabando por angariar gente de todas as áreas e valências, ligadas ou não á cultura e às artes. Motivados pela reabertura do TMO, após intensas obras de reforma, e com uma promessa de parceria como o mesmo, o grupo, cada vez maior e ainda sem nome, partiu para o processo de legalização e formalização da entidade.

Assim nasceu a Albardeira - nome de uma rosa autóctone à serra que ocupa parte do concelho de Ourém – e agora sinónimo de cultura e disrupção. Até hoje já realizaram bastantes atividades de entretenimento, criação e formação em diversas áreas, principalmente na música e artes performativas, juntamente com o agenciamento de artistas oureenses e em parceria com várias entidades. O Ciclo Albardeira – ciclo de concertos em que se confrontam um artista musical do concelho de Ourém, com outro artista nacional; a Sementeira – série de oficinas onde convidam alguém da área a partilhar o seu conhecimento e mentoria; a Matiné Albardeira – série de vídeos (muitos deles ainda não editados) com entrevista e performance musical dos artistas convidados para o Ciclo Albardeira, gravados por todo o concelho de Ourém; o Ruderal – dois dias de concertos de música urbana com curadoria do músico e rapper oureense xtinto; e o PARTICIPA! – projeto em parceria com a junta de freguesia local com conversas, concertos e oficinas em torno do tema democracia e república – são tudo exemplos de atividades realizadas pela associação no seu pouco mais de um ano de existência.

A Albardeira surgiu como resposta à estagnação dos panoramas cultural e associativo em Ourém. A sua missão, mesmo que não esteja definida pela organização, é realizar projetos e atividades de carácter social, cultural e artístico inseridos no concelho de Ourém, para diferentes públicos. No Regulamento Interno (Albardeira, 2021b) revelam-se mais objetivos como: a promoção da igualdade de oportunidades e da igualdade de género; a documentação e conservação da cultura, costumes, e qualquer outro património imaterial da região, de modo a valorizá-la; a oferta de oportunidades de formação das pessoas através de workshops e atividades ligadas às artes; a aproximação da associação e a criação de relações com outras entidades do concelho e da região; o apoio e incentivo à criação, produção e divulgação cultural e artística através da disponibilização de serviços, espaços, realização de residências artísticas e outros.

Os recursos humanos da organização são constituídos pelos membros, todos voluntários – por enquanto. Dos 140 sócios, cerca de 75% têm 30 anos de idade ou menos, dado importante para manter o estatuto de associação juvenil. A maioria dos sócios pertencem a uma das 13 freguesias do concelho de Ourém. Nem todos os sócios estão diretamente ligados ao trabalho da associação, sendo que a maior parte cumpre apenas o papel de público.

A Albardeira está profundamente conectada com as redes locais. Desde o início que entraram em comunicação com o Município de Ourém e com a Junta de Freguesia da Nossa Senhora da Piedade para comparar objetivos e estabelecer ligações. Não há nada que façam sozinhos, é tudo em conjunto com outros atores locais da cultura. A associação cultural já fez parceria com: a ARPO, uma associação cultural com pouca atividade e um espaço subaproveitado na Vila Medieval de Ourém, para concertos do Ciclo Albardeira e para os dois dias de Ruderal; o SCOCS, associação de Cem Soldos, Tomar, que disponibilizou o espaço para a realização de concertos com os artistas do Ciclo Albardeira; o café no centro de Ourém “Praça Viva” para realizar as Aldrabices (“*afterparties*”) no final dos concertos do Ciclo Albardeira; a junta de freguesia para o PARTICIPA!; a Biblioteca Municipal para umas oficinas direcionadas para crianças; o centro Recreativo e Cultural de S. Gens para o espaço da festa do segundo aniversário da Albardeira e por fim o Município para eventos no teatro e para a cedência de espaços para outros eventos realizados. Estas parcerias são também uma maneira de contornar a falta de espaço, materiais e recursos da associação, principalmente por ser uma entidade tão recente. Para adquirir material, arrendar espaços ou pagar a artistas é essencial ter recursos financeiros.

Nos estatutos da Albardeira, Associação Cultural (Albardeira, 2021a) está escrito que as receitas da entidade são constituídas pelas quotas, subsídios e apoios, receitas provenientes de serviços prestados, eventos ou de publicações da associação, rendas de espaços, donativos e outras que derivem da sua atividade. A verdade é que maior parte dos recursos da associação são provenientes de apoios e subsídios, locais e públicos. A maior fatia do financiamento da Albardeira vem da Câmara Municipal de Ourém, não só do apoio anual, mas também da contratação através do teatro para a realização do Ciclo Albardeira. Estas receitas são essenciais, constituem a maior fonte de financiamento para as atividades da associação e são o que já permitiu meter em palco e convidar para oficinas e outros projetos cerca de 20 artistas do concelho e outros tantos nacionais, cumprindo assim um dos maiores objetivos – dar palco a artistas de Ourém. Os apoios do IPDJ permitem fazer atividades específicas como a Sementeiras ou o Ruderal, e cobrar um valor simbólico pelo bilhete ou inscrição, inferior ao valor real, que nunca seria possível se a atividade fosse feita por uma empresa.

Sendo uma associação sem fins lucrativos com o objetivo de formar públicos e chegar às camadas mais jovens da população, a Albardeira pretende tornar-se acessível e para isso é preciso praticar preços mais acessíveis e apelativos ao público. Com isto podemos concluir que a Albardeira depende bastante dos apoios para o seu funcionamento, o que por vezes pode pôr em causa o cumprimento da sua missão. Sem grande autofinanciamento, e visto que os apoios

não são garantidos, é arriscado começar a trabalhar e a preparar atividades antes de saber os resultados das candidaturas, por dependerem desses apoios. O autofinanciamento daria capacidade financeira para realizar atividades independentemente de receber os apoios.

Há também uma vontade acrescida de fazer atividades relacionadas com o património imaterial e com o registo de manifestações tangíveis e intangíveis da população ourense: “E depois temos alguns projectos que tenho muita pena de ainda não terem saído do papel, como a recolha de registos de vídeo da população, dos seus costumes, do fabrico do artesanato local” (Jornal de Leiria, 5 de outubro de 2023)²⁰.

3.5 Análise SWOT

Começando pela análise interna ao meu projeto, consigo identificar três grandes forças que sustentam este projeto. Uma é a presença de património cultural classificado na vila medieval. Este património está em bom estado de conservação, e é rico em história. O castelo, que é o ponto mais atrativo da vila e o mais procurado pelos turistas, atrai pelo seu estado de conservação e beleza. O centro histórico cristalizado e os edifícios patrimoniais são materiais ricos para ser a base de um projeto apelativo para visitantes. Para além da paisagem urbana, o envolvente e a paisagem natural que se pode observar do topo da vila aumentam o potencial turístico. A peça central deste projeto é as pessoas. É aqui que assenta a maior parte do valor do roteiro e é o que o torna diferenciador no turismo da zona. As várias entidades locais que são essenciais para a implementação do roteiro no terreno colaboram para o bem da comunidade, gerando sinergias. Cada uma com o seu forte, a sua função e o conhecimento do terreno, estes conjuntos de pessoas fortalecem o projeto. Também a participação da comunidade é preponderante para criar uma narrativa rica, interessante e própria. O trabalho com a comunidade da antiga vila e a presença de produtos locais garantem uma experiência autêntica, cada vez mais procurada pelos turistas.

Olhando para as fraquezas, a que mais se destaca é a existência de dificuldades burocráticas que se criam ao tentar gerir várias entidades públicas e privadas e os habitantes para um bom funcionamento do roteiro. A vontade dos habitantes de partilhar algumas histórias com o público, as licenças e coordenações com as entidades autárquicas, as negociações com comerciantes e fornecedores locais podem-se verificar tumultuosa e dificultar o processo. Ainda que Ourém tenha bons acessos rodoviários, o acesso à vila por transportes rodoviários não é

²⁰ A Albardeira em entrevista ao Jornal de Leiria, em outubro de 2023. Disponível em: <https://www.jornaldeleiria.pt/noticia/a-albardeira-faz-anos-a-cultura-tem-esse-poder-de-criar-uma-relacao-de-pertenca-e-de-compromisso-entre-a-cidade-e-os-seus-habitantes>

muito fácil devido às curvas acentuadas e estradas estreitas e escorregadias, pela calçada antiga. A acrescentar a isso, existe uma falta notória de transportes públicos dentro da cidade de Ourém, principalmente na ligação entre a cidade e a antiga vila.

Agora, na análise externa, olhemos para as oportunidades. A localização de Ourém tão perto de cidades como Tomar, Leiria, Alcobaça e Batalha, mas também ao lado de Fátima cria oportunidades para a possível integração do roteiro noutros percursos ou pacotes turísticos da zona. Ourém encontra-se, então, numa posição vantajosa em termos de acessibilidade. A proximidade à A1 torna Ourém mais perto de Porto e Lisboa, facilitando a deslocação de visitantes de vários pontos do país. O aumento do interesse do turista nacional pelo próprio país desde a pandemia e o aumento da procura de destinos alternativos, mais autênticos e próximos das comunidades traz a possibilidade de mais visitantes para este projeto.

Já as ameaças assentam em diferentes aspetos. Como a população dos castelos está dispersa, envelhecida e escassa poderá dificultar a recolha de informação e o trabalho com a comunidade e até o acolhimento de visitantes, seja pela falta de serviços de apoio ou de atividades e visitas guiadas com as pessoas da terra. O declínio da população significa menos pessoas para continuar a dar força e conteúdos para o projeto. A escassez de serviços de apoio ao turismo em si, é também uma preocupação. A quantidade de hotéis e pousadas é praticamente nula na cidade de Ourém e na vila medieval, sendo que existem alguns alojamentos locais que suportam o fluxo de visitantes que pretendem pernoitar. Quanto a restaurantes, existem alguns, mas com opções alimentares e horários limitados.

Apresenta-se, no quadro 1, a sistematização da análise SWOT.

Quadro 1. Análise SWOT para o projeto Afeto e Emoções

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">– Castelo como ponto atrativo, bem conservado e rico em história;– Vários elementos de património cultural classificado na vila;– Sinergias criadas através da colaboração das entidades locais;– Trabalho com a comunidade e presença dos produtos locais garantem uma experiência autêntica.	<ul style="list-style-type: none">– Dificuldades burocráticas, gerir várias entidades públicas e privadas e os habitantes;– Mau acesso rodoviário e circulação difícil na vila.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">– Localização numa zona central de Portugal vantajosa, perto de Fátima. Possível integração noutras percursos ou pacotes turísticos;– Localização a meio do eixo Lisboa-Porto e proximidade a Fátima potenciam visitas;– Aumento do interesse do turista nacional pelo próprio país desde a pandemia. Possível mais visitantes	<ul style="list-style-type: none">– Comunidade dos castelos dispersa, envelhecida e escassa.– Poucos serviços de apoio ao turismo – hotéis pousadas e restaurantes escassos. Em Ourém no geral.

3.6 Desenho do Projeto

3.6.1. Público-Alvo

No mercado turístico da vila medieval e da zona de Ourém coexistem várias tipologias de turistas. Através dos dados fornecidos pela Divisão de Ação Cultural da CMO e da análise feita pelo Turismo do Centro ao potencial turístico de vários segmentos, que já referi mais acima, posso realizar uma segmentação de mercado. É ainda de notar que Monteiro (2016) refere que o perfil do turista cultural inclui “visitantes estrangeiros, cidadãos do país, ou residentes locais, em busca de uma relação mais aprofundada com a cultura. Turistas de qualidade, cultos, com rendimentos acima da média, que gastam nos locais que visitam” (Monteiro, 2016, p. 9).

A maior fatia de turistas na VMO pertence aos visitantes nacionais, que procuram descobrir as histórias e detalhes do castelo medieval. Neste espaço existem também visitantes que são residentes em Ourém ou que possuem algum tipo de ligação a Ourém, à freguesia ou mesmo à vila. Existem ainda vários turistas estrangeiros, na sua maioria vindo do Brasil, França ou Espanha. Por último é comum encontrar a subir a encosta para o castelo vários tipos de grupos: grupos de amigos, famílias grandes, grupos escolares, de seniores e grupos de associações. De todos estes segmentos, há três perfis específicos que constituem o público-alvo deste projeto.

O primeiro segmento é composto pelos visitantes residentes em Ourém ou com ligação ao local. Têm entre os 25 e os 60 anos de idade e possuem já bastante conhecimento sobre a vila e a sua história. A ligação a este lugar pode ser pessoal ou pode ser por associação, por se relacionarem com alguém de Ourém ou porque já viveram ou trabalharam em Ourém, mais especificamente na zona da vila medieval.

O segundo é formado por turistas nacionais e estrangeiros com alguma educação superior e interesse pelo património. Estes são turistas não massificados, com consciência social e ambiental que vêm até Ourém à procura de um produto ou de uma experiência diferente que permita uma conexão mais próxima e autêntica com o lugar que visitam.

Ao terceiro segmento pertencem os grupos de estudantes de escolas do concelho em momentos de visita de estudo e atividades de aprendizagem, entre os 6 e os 15 anos de idade. Para este segmento é necessário adaptar o roteiro base e preparar atividades específicas para grupos de crianças com conteúdos mais simples e cativantes para o público mais novo. Estas visitas especiais têm o intuito de dar de volta à comunidade, oferecer aos mais novos a oportunidade de se aproximarem do património e de o conhecerem de uma maneira diferente da que vem nos livros de história. É uma tentativa de trazer as crianças de volta para a antiga vila, ainda que já não exista escola primária.

3.6.2. Conteúdos

Um roteiro é feito de pontos, pontos estes que são físicos, espaços do território que são ligados através de uma linha temática, de uma narrativa. Os espaços que vou abordar fazem todos parte do ecossistema patrimonial da antiga vila de Ourém. Todos, de alguma maneira, têm ligação com o património ou são eles mesmos, parte do património cultural localizado no centro histórico. A minha seleção de locais de paragem do roteiro foi feita de acordo com a ligação da comunidade a esses mesmos locais e as respetivas memórias de infância, descobertas nas entrevistas que já realizei. Irei instrumentalizar esses sentimentos e memórias para facilitar tanto a conexão do público com o material, como o aumento do sentimento de carinho e

proteção por parte da população local. Assim, através dos testemunhos, consigo entender como mudaram os sítios e a relação das pessoas com esses locais ao longo do tempo.

Para elaborar a narrativa interpretativa, irei fazer uso dos princípios da interpretação elaborados pelo ICOMOS (2008, como citado em Correia & Lopes, 2014). Estes princípios auxiliam no processo de entender os parâmetros mais importantes para uma boa interpretação. Segundo esta carta, muito resumidamente, a interpretação deve ser uma fonte de informação e de revelações que ajudem à compreensão dos sítios culturais, baseada em evidências científicas, mas também em “tradições culturais vivas”. É obrigatório interpretar tendo em conta o seu contexto e colaborar com a comunidade para promover a sustentabilidade dos locais.

Este projeto é composto por vários elementos. O roteiro, o folheto, o site o livro e o *merchandising*. Cada um destes elementos contribui para a experiência e alguns deles garantem a sustentabilidade financeira do projeto.

3.6.2.1. O Percurso

Por roteiro quero dizer a experiência física, no local, onde há contacto físico e pessoal com o visitante. É a parte mais importante e essencial do projeto e começa com a deslocação até ao primeiro ponto – o estabelecimento comercial “Ginjinha d’Castelo de Ourém” – que é também o ponto final do percurso.

As visitas são, regra geral, comentadas e mediadas pela Albardeira Associação Cultural, com regularidade mensal, sendo que poderá ser adaptada conforme a disponibilidade e a procura. O roteiro tem uma duração estimada de entre 2 horas e 2 horas e meia e, visto que começa e acaba no mesmo local, é circular. Isto facilita a questão do estacionamento e como a própria deslocação pela vila é feita de forma circular, permite ao visitante ver o centro histórico quase na sua totalidade. As visitas são organizadas em grupos de cinco a 12 pessoas para garantir a melhor experiência possível a todos os visitantes, e também porque há alocação de recursos humanos da terra. Grupos mais numerosos que ainda assim tenham interesse em realizar o roteiro serão divididos em turnos diferentes. A duração e organização do roteiro tem em conta questões de logística como paragens para casa de banho, comer e beber água. O preço da visita varia segundo a dimensão do grupo e inclui a visita guiada à vila, a entrada no castelo e paço dos condes, entrada na sede da SFO, um jogo tradicional e dois momentos de degustação de produtos regionais.

O percurso é composto de vários momentos com distintos temas, testemunhos e locais. Numa fase inicial, concentro-me em seis pontos, sete paragens, que considero essenciais para explorar as maneiras como a comunidade dos “castelos” e de Ourém se relaciona com os

elementos patrimoniais do núcleo urbano da vila de Ourém. Para tal, recorro a vários temas que compilei através das entrevistas: história do património edificado, a infância na vila, o património natural e a socialização da comunidade através do comércio tradicional, da música e das celebrações e festividades. Estes temas gerais são suportados no terreno por testemunhos da população, fotografias, relatos e vídeos e pelo contacto com a gastronomia local e atividades tradicionais. Em vários pontos de paragem há testemunhos de membros da comunidade, que podem ser em suportes de vídeo, áudio, fotográfico, presencial ou escrito. Ao incluir o nome e a cara das pessoas quando falo dos temas procuro personificar os locais e aproximar o visitante da população que estou a retratar.

1. Início: Ginjinha d'Castelo de Ourém – Socialização através do comércio tradicional

Este é o momento de acolher o grupo que irá fazer a visita e onde se dará uma breve introdução do roteiro e os seus objetivos, descrevendo sucintamente o que se irá descobrir ao longo do percurso – o património através dos olhos das pessoas. É neste ponto que se entregam os materiais necessários para executar o percurso: uma garrafa de água reutilizável, com a imagem gráfica do roteiro, que os visitantes podem encher no bebedouro público na Praça do Pelourinho; um boné ou chapéu/capa de chuva (à venda), dependendo do tempo

Situada no largo da igreja, mesmo de frente da Sé Colegiada, encontra-se a antiga casa do Alcaide datada de 1656, casa do antigo governador da vila. Uma casa com quatro frentes do século XVII, dentro da zona protegida pela classificação de imóvel de interesse público no centro histórico, é agora um café famoso pela sua ginjinha, e o estabelecimento comercial mais antigo do burgo, com grande valor comercial e social. É aqui, neste café que as gentes apelidam de apenas “Ginjinha”, que começa a nossa viagem. Fala-se da história desta casa, o que foi, para que serviu, quem a frequentava e como. Aqui, dependendo da disponibilidade, os visitantes podem ouvir os testemunhos vivos de A ou do seu filho, para partilhar memórias e histórias na primeira pessoa.

As personagens principais neste momento serão A, proprietário do espaço e as suas estórias e memórias do mesmo, que recuam tão longe quanto 1912. Outro dos “personagens” neste local são os rebuçados que custavam 2 tostões e que faziam as delícias das crianças depois da missa, na década de 1970, que também se procuram recriar neste roteiro.

2. Largo da Igreja – Socialização da comunidade através das celebrações e festividades

Ao sair da Ginjinha, encontramos o largo Santa Teresa de Ourém, mesmo em frente à igreja matriz, a igreja de Nossa Senhora das Misericórdias. Este é o epicentro da vila, o lugar que

reunia e continua a reunir a população da antiga vila de Ourém e das terras vizinhas, em dias de festa, missa, casamentos e outras celebrações. É também ao redor desta praça que se encontram a maior parte dos cafés e restaurantes, sendo este o núcleo social da vila.

Este é o espaço onde acontecem várias festas populares com concertos, tasquinhas e procissões ao longo do ano, mesmo que não aparente ter espaço suficiente para albergar todo o aparato normal de uma festa ou arraial. Em muitos fins de semana e feriados pela manhã é normal encontrar a praça cheia de pessoas bem vestidas por conta de algum casamento, batizado e outras celebrações religiosas, visto que muita gente opta pela Sé Colegiada para estes efeitos. Para quem tiver curiosidade, neste ponto do roteiro é permitido entrar dentro da igreja, caso esta se encontre aberta e disponível para visita (ou seja, se não houver função religiosa).

3. Praça do Pelourinho – Dicotomia entre a história do património cultural edificado e a infância na vila

A Praça do Pelourinho, com o seu miradouro com vista para a cidade de Ourém tem as suas origens estimadas no século XV, se bem que com outra paisagem. O Pelourinho, com inscrição com a data de 1620, fica no centro desta praça, é feito de calcário (rocha que existe em abundância na zona, devido às características geológicas do terreno) e apresenta o escudo com as armas da vila de Ourém. Faz parte do património classificado da terra, e, após o cessar das suas funções judiciais, tornou-se num marco histórico-cultural, recebendo no seu redor atividades culturais e recreativas.

Este elemento expõe uma grande dicotomia entre a violência que tinha lugar naquela praça na época medieval e a inocência das brincadeiras das crianças que por ali brincavam nos séculos mais distantes. A recorda como um local onde crianças e jovens jogavam a vários jogos. Juntamente com o castelo, esta praça era um dos locais utilizados por jovens casais para passear, aproveitar a paisagem e trocar carinhos escondidos. Maria Fernanda recorda com saudade a praça como grande ponto de encontro da comunidade. Atualmente, a praça é apenas utilizada por turistas e visitantes para apreciar a vista.

Aqui é o ponto ideal para fazer isso mesmo, ver a vista sobre a cidade de Ourém e a grande mancha verde de pinhal, dar referências geográficas de pontos e cidades importantes, e até de jogar um jogo tradicional.

4. Carreiro da escola – A relação com o Património Natural

Algures nas muralhas do castelo, por entre as torres baluarte, parte da estrutura do Paço dos Condes de Ourém, mandado edificar por D. Afonso 4º Conde de Ourém, fica uma grande porta

apelidada de Portas da Traição. Não havendo informação sobre para que serviam estas portas que vão dar à encosta da colina onde se encontra o castelo, sabemos que nos anos de 1970 serviam de passagem para as crianças que caminhavam para a escola primária (SIPA, 2013). O carreiro que as crianças seguiam até à escola é descrito por S como algo muito pessoal e especial para a sua infância e dos seus colegas da altura. Era um troço de terra, estreito e íngreme, por entre a vegetação que subia o monte até às Portas da Traição, mesmo no centro dos dois torreões da fortaleza do castelo, que iam dar à Rua de São João.

Este carreiro, especial para os membros da comunidade da antiga vila de Ourém, atravessou gerações, e era parte importante do acesso das crianças da vila à escola. Nos anos de 1940, MF e os colegas utilizavam o mesmo caminho, para fazer a subida até ao castelo.

É a partir da Porta da Traição do castelo de Ourém que ainda hoje podemos observar este carreiro. Já bastante desvanecido por ser inutilizado, as plantas reivindicaram o seu lugar. O caminho era quase territorial, cada grupo de jovens tinha o seu caminho único e diferente dos outros, dependendo de onde viviam e de onde era mais eficaz efetuar a subida até ao centro.

Pelo caminho encontravam várias plantas selvagens e aromas característicos que na altura não sabiam identificar, mas que já associavam àquele troço que faziam diariamente e que são hoje parte importante do património cultural Ourense. Dessas ervas que crescem naturalmente pelo município fora, queria destacar as que se podem encontrar neste carreiro: a hortelã de burro como seu cheiro característico a menta, a erva pimenteira comumente utilizada para temperar as azeitonas na região, o tomilho vulgar e também o tomilho fragrantíssimo que libertava um aroma bastante forte quando os jovens passavam lá as mãos ou a roupa e a arruda que provocava feridas na pele quando as crianças lhe tocavam. Nesta paragem propõe-se uma mostra destas várias plantas, para os visitantes adivinharem o nome através do aspeto e do aroma. S, mediante disponibilidade, encarregar-se-á de colher e trazer as plantas, assim como bolachas de tomilho, sua especialidade, chá e outras iguarias feitas com estas mesmas ervas aromáticas.

Chegados ao topo, viam-se obrigados a trepar parte da muralha para poderem seguir o caminho até à Escola Primária na rua de São José, já dentro do centro histórico. Devido à morfologia atual do monte, as Portas da Traição ficavam ainda elevadas em comparação com o chão do lado de fora da fortaleza, pelo que as crianças retiraram algumas pedrinhas da construção para que lá coubessem os seus pés e conseguissem trepar para entrar na zona amurallhada. Neste momento, devido à requalificação do castelo, a porta por onde passavam está fechada a cadeado e não é possível fazer a travessia através deste caminho. Antes da requalificação ainda se conseguiam perceber os buraquinhos que as crianças usavam para subir, agora a maior parte foi tapada por terra ou preenchida com argamassa. No regresso a casa, que

realizavam pelo mesmo trajeto, cortavam uma folha de piteira (cato grande, como se pode ver no vídeo) e desciam o monte pelo carreiro, sentados em cima da folha que se ia desgastando até chegar ao sopé. A piteira era também apelidada de piteira do amor, pois as crianças da quarta classe já sabiam escrever melhor e esculpiam os nomes dos enamorados nas tenras folhas. Este carreiro servia apenas para ir para a escola. Ao domingo, quando iam para a catequese ou missa, tinham de ir pela estrada calcetada para não sujarem as roupas do Domingo ao andar na terra e trepar a muralha.

5. Castelo – A infância dentro do património cultural e o sentimento de pertença

O Castelo e Paço dos Conde de Ourém é o elemento patrimonial e arquitetónico mais característico de Ourém e da Antiga Vila. Muito bem conservado e recentemente recuperado, é um ponto de paragem obrigatório para qualquer visitante da Vila Medieval. Do ponto de vista turístico é o elemento mais atrativo da vila, mas este roteiro não é sobre isto. Este roteiro não inclui uma visita guiada ao castelo em que se contam as histórias dos reis e das princesas que por aqui passaram. Este roteiro é uma visita a Ourém pelos olhos das pessoas que aqui habitam, na perspetiva de quem nasceu e de quem aqui vive.

Este ponto de paragem é importante para este roteiro porque permite explorar o sentimento de pertença que as pessoas que aqui cresceram têm sobre este castelo. Foi aqui que brincaram durante a infância e é aqui que regressam frequentemente, como quem regressa a casa. Depois de explorar este tema, é dada a hipótese, de, independentemente, explorarem o Castelo e Paço dos Condes por 20 minutos.

6. Sociedade Filarmónica Ouriense – A socialização através de atividades coletivas como a música

Espalhadas pelas localidades deste país, as bandas filarmónicas são projetos associativos que levam a cultura e a literacia musical ao povo, tornando-se num fator importante de identidade para a comunidade (Russo, 2007). A SFO não é exceção, sendo considerada parte do património local. Esta instituição junta não só o património material pelo edifício que ocupa no núcleo urbano da Vila de Ourém, como também o património imaterial através da prática cultural dos seus trabalhos desenvolvidos.

A banda filarmónica da antiga vila de Ourém foi fundada em 1953 e a sua atual sede construída em 1960, e, desde então, que é um dos (por vezes o único) ponto de cultura na vila. Durante alguns períodos o panorama cultural era preenchido com grupos de teatro na associação recreativa, mas ao longo dos anos têm tido uma atuação intermitente. Para além destas

demonstrações culturais, existiu ainda um rancho folclórico que, em conjunto com a banda, organizavam cortejos e levavam andores com as figuras mais emblemáticas da vila: os castelo, a igreja e o pelourinho. A filarmónica era das únicas atividades que aconteciam na vila para além da escola e das atividades religiosas, o que pode explicar a centralidade que esta instituição tinha na vida da terra. Às sextas-feiras à noite, dias de ensaios, a filarmónica funcionava como um escape da vida quotidiana.

Esta instituição tem muita história, e também muitas histórias para contar, tanto da filarmónica, como do rancho. Depois do serão passado a tocar e a conviver, S recorda-se de ir com os membros mais velhos assaltar os fornos das pessoas que tinham cozido pão, ficando a jovem encarregue de levar a manteiga. O pai da S, marido de MF, pertencente à primeira geração de músicos na filarmónica, ia buscar músicos a 8 km de distância na sua bicicleta em dias de concerto. Trazia dois músicos de cada vez e voltava para trazer mais.

Nos dias de hoje, devido à diminuição de habitantes no centro histórico, a banda é composta principalmente por jovens e adultos de outras localidades, sem grande ligação à terra. Antigamente a vila era onde convergiam todos os acontecimentos; missas do domingo, outras celebrações religiosas, festas e romarias; que estabeleciam uma ponte entre as várias aldeias pertencentes à freguesia de Nossa Senhora das Misericórdias. A verdade é que no século passado existiam muito mais festas e romarias, dando oportunidade à banda de ser muito mais ativa. Fizesse chuva ou sol, mesmo com as partituras e os instrumentos encharcados, deslocavam-se até outras terras mais distantes para as festas e para recolher os andores espalhados pelas várias localidades vizinhas. Nestas ocasiões, eram por vezes transportados pelos pinhais dentro de uma camionete de transporte de porcos. Era comum fazerem convívios em que todos se mobilizavam e ajudavam a organizar. Estes costumes foram-se perdendo com o tempo.

Aqui seria uma ótima oportunidade, não só para entrar no edifício e observar fotografias, pautas antigas e memórias, mas também para ouvir a filarmónica tocar, através de gravações dos concertos. O hino da SFO é, ainda hoje, a canção “Vila Velha de Ourém” (s.d.), canção que era também hino do rancho e de outras sociedades e bandas de Ourém, pelo que seria esta a canção tocada na sede da filarmónica. É certo que a SFO tem estado sempre presente, desde a sua fundação, no tecido cultural da vila, a filarmónica tem acompanhado as várias gerações que por ali passam com grande impacto e valor cultural e social.

Fim: Ginjinha d'Castelo de Ourém – Socialização através do Comércio Tradicional

A loja funcionava como, para além de ponto de encontro, como ponto de abastecimento de toda a vila, mas, por ser uma localidade rural, a generalidade da população cultivava os seus alimentos, sendo a loja apenas necessária para os mantimentos mais caros. Passados alguns anos, as grandes superfícies comerciais aniquilaram o comércio tradicional e a loja quase teve de fechar portas. A optou por especializar o seu comércio para a venda de ginja e, como parte importante da valorização do património é a sua conservação e restauro, em 1993, renovou o espaço para salvar o negócio, trazendo uma nova vida à terra. Em 2004, devido à grande afluência que o negócio da ginjinha trouxe a esta casa, foi necessária a expansão para uma nova sala (ainda que este movimento não tivesse origem no aumento de população na vila, mas sim de turistas e pessoas de outras localidades). A Ginjinha d'Castelo de Ourém continua a ser um estabelecimento procurado e frequentado por quem lá vive e por muita gente de fora por ser um espaço antigo, histórico e acolhedor.

Chegando ao momento da despedida, vai estar ao dispor dos visitantes um pequeno lanche regional, com ginjinha, café e bolos e doces regionais. É também aqui que disponibilizo os questionários de avaliação do roteiro e onde fica a loja com produtos regionais e merchandising para venda.

Afeto e Emoções

A vila através do olhar das pessoas

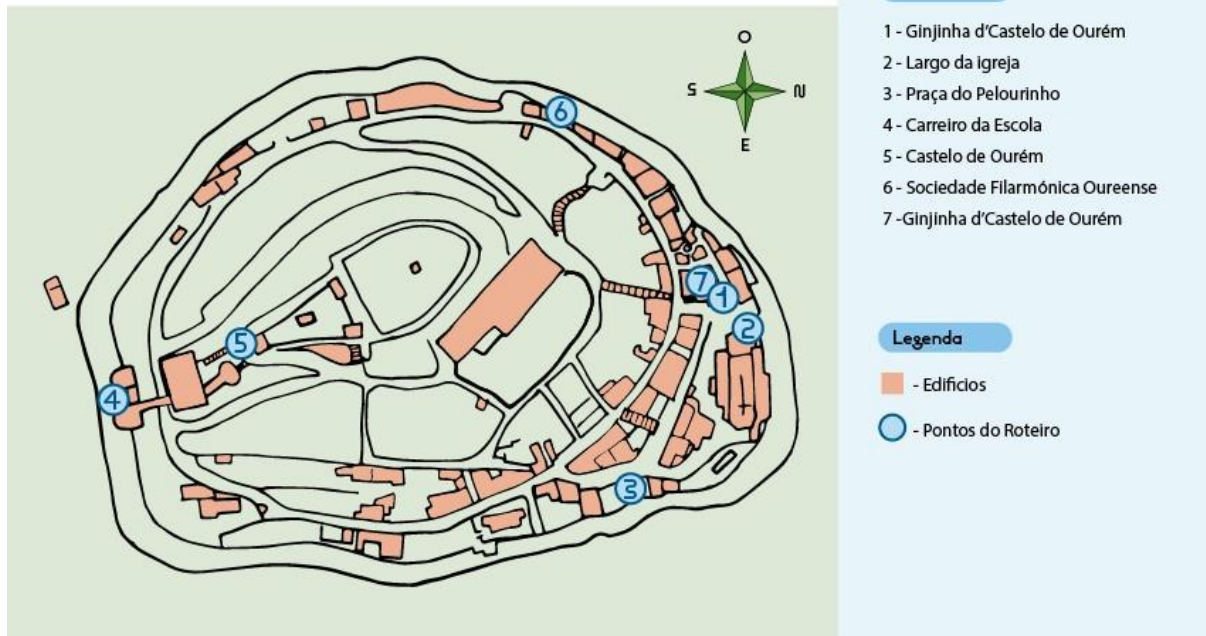


Figura 6. Itinerário e percurso do projeto (nome do projeto)

3.6.2.2. O Folheto

O folheto inclui informação dos vários pontos, o mapa com o itinerário marcado, algumas histórias, e factos importantes sobre as várias paragens do roteiro. No mapa estão presentes algumas referências geográficas como a direção das cidades de Fátima, Leiria e Tomar. Segundo a entrevista com H, as pessoas gostam de se saber localizar no espaço, utilizando este tipo de referências geográficas. É neste material gráfico que as pessoas podem encontrar também fotografias das pessoas da comunidade e acessos por código *QR* para o *website*.

O folheto pode ser utilizado para acompanhar a visita mediada, mas também permite a visita independente, sem custos. Para o visitante poder usufruir de maneira autónoma do roteiro, poderá alugar no ponto de partida uns fones, ou trazer de casa, para poder ouvir alguns áudios e vídeos através do *website* e pegar no folheto. Assim, do roteiro inicial, surge este produto secundário, sem custos para o visitante, estando acessível a todos. É uma visita menos rica, sem a parte gastronómica ou de contacto direto com a comunidade, mas pode servir para quem não tenha disponibilidade de tempo ou financeira para fazer o roteiro completo, mas tenha todo o interesse e curiosidade no conteúdo trabalhado.

O folheto estará disponível em várias línguas que serão, de acordo com os dados recolhidos sobre as nacionalidades dos turistas do Castelo e Pasço dos Condes de Ourém, o português, o inglês, o francês e o espanhol.

3.6.2.3. O *Website*

A presença *online* do roteiro é maioritariamente representada pelo *website*. Este é o local agregador de todas as informações sobre o roteiro, calendário de atividades, mapa, conteúdos digitais como documentários, vídeos e áudios, fotografias e textos, contexto histórico. É também aqui que visitantes podem encontrar um separador com vários pontos de interesse à volta do castelo e da cidade de Ourém e também com sugestões de alojamentos, restaurantes, acessos e outras informações que facilitem a organização de uma possível visita.

Calendário anual vais estar sempre disponível e será atualizado frequentemente, para que os visitantes possam escolher as datas e os eventos que mais se adequem aos seus gostos e disponibilidades. É através do *website* que os visitantes pode fazer a marcação e efetuar o pagamento do roteiro e também inscrever-se nas atividades pontuais onde seja necessário.

3.6.2.4. O *Merchandising*

O merchandising e outros produtos vendidos têm de ser produtos apelativos e capazes de atrair o consumidor. Vão estar expostos e disponíveis para compra no café que é o ponto de partida e de chegada do percurso, dando duas oportunidades para o visitante adquirir os bens, seja um visitante do roteiro mediado, ou um visitante autónomo. Este conjunto de produtos à venda inclui produtos úteis para o visitante com a identidade gráfica do roteiro bem visível, como o boné ou chapéu de chuva e a garrafa água e postais com fotografias e histórias de elementos da comunidade.

Inclui também produtos locais e regionais e peças de artesanato local. Em parceria com comerciantes, artesãos e outros, procuro vender iguarias como bolo do arco, garrafas de ginjinha, vinho medieval, azeite e mel. O objetivo é ter produtos fabricados e confeccionados localmente, feitos pela comunidade de Ourém, para ajudar o comércio local, os comerciantes e os artistas. Para as peças de artesanato existem vários artesãos e grupos de artesanato com quem posso associar-me para vender e divulgar os seus produtos como cestos de verga, renda, crochês, pinturas ou até esculturas de madeira ou metal.

3.6.2.5. Os Eventos

Para além do roteiro realizado regularmente, existem eventos pontuais, variados, alguns pagos outros gratuitos. O objetivo é comemorar com a comunidade da antiga vila e de Ourém datas especiais ou temas específicos, dando assim mais visibilidade ao roteiro e ao trabalho de participação cultural que acontece. Em datas como o dia dos centros históricos, as jornadas do património, o festival de setembro ou outros eventos relevantes na vila como dias de festa religiosa e procissão, o dia da cidade de Ourém ou até no aniversário da Albardeira, organizam-se eventos pontuais:

- Visitas participadas e mediadas por pessoas da comunidade;
- Visitas especiais para escolas, grupos de crianças ou grupos seniores (com atividades específicas e adaptadas);
- Concertos com artistas locais;
- Conversas com a comunidade à volta dos temas abordados no roteiro;
- Exposições temporárias dos conteúdos recolhidos durante o trabalho com a comunidade como objetos, fotografias, vídeos;
- Sessões de cinema, documentários.

Nestes dias, poderão ser colocadas placas temporárias na rua em cada ponto do roteiro com indicação do tema e do código *QR* que vai dar ao *website*, para visualmente indicar a quem possa estar apenas de passagem, que há um evento relacionado como roteiro a acontecer.

As visitas especiais, para acomodar números maiores de pessoas, seriam gratuitas e com menos atividades, optando-se por não fazer as provas de comida regional e o jogo tradicional. Mas, dependendo do evento, podem ter mais participação de membros da comunidade, uma atuação da SFO, entre outras coisas.

3.6.3 Objetivos e Previsão da sua Avaliação

O projeto pretende cumprir alguns objetivos, tanto gerais, como específicos, nas várias esferas de atuação. Estes objetivos não são fixos, sendo que podem ser alterados à medida que se avança com o projeto e mediante a vontade da comunidade.

Os **objetivos gerais** são:

- Criar um roteiro sentimental na Vila Medieval de Ourém que tenha como foco as pessoas e a relação da comunidade com o património que a rodeia;
- Fortalecer a comunidade e contribuir para uma localidade mais dinâmica, envolvida e valorizadora do património;

- Promover a vila como destino turístico atrativo e histórico com foco na comunidade, através da promoção de uma marca – o roteiro Afeto e Emoções;
- Tornar a vila um local atrativo também para os moradores e novos potenciais membros da comunidade, impedindo o despovoamento do local e potenciando o aumento da população residente.

Já os objetivos específicos, seguem a tipologia dos objetivos SMART, que têm de ser específicos, mensuráveis, alcançáveis, realistas e tangíveis, e referem-se aos primeiros anos de funcionamento do roteiro, mais a curto prazo. Estes são:

- Garantir que o visitante se sinta conectado com a população e o local, através da participação dos elementos da comunidade nas visitas guiadas;
- Ter o roteiro acessível, com baixos custos, a todos os interessados;
- Fazer 2.500€ em vendas de bilhetes e de merchandising, no primeiro ano de operação;
- Receber inscrições de grupos para o roteiro guiado pelo menos uma vez por mês;
- Atingir 150 visitantes no primeiro ano;
- Ter pelo menos três momentos por ano em que se organizem eventos pontuais a partir dos temas do roteiro.

Para verificar o progresso do projeto e o cumprimento destes objetivos, necessito de meios de avaliação do mesmo. Primeiro que tudo, farei uma fase experimental do roteiro, antes de lançar ao público geral, que consiste em testes com membros da comunidade para acertar o tempo de visita, possíveis alterações nos pontos do roteiro e outros detalhes que se revelem importantes.

A curto prazo podemos organizar reuniões pontuais com membros da comunidade para verificar se a vontade da comunidade está a ser acomodada e se há ajustes a fazer ao material ou à estratégia. É também inevitável a realização de reuniões com parceiros e apoios anuais para renovar acordos ou alterar condições de acordo com as necessidades ao longo do decorrer do projeto. Outra maneira de avaliar o cumprimento dos objetivos é fazendo a monitorização da atividade das redes sociais e do *website* do roteiro e também avaliar os números das vendas, seja de visitas guiadas ou de *merchandising*. Para controlo de qualidade do roteiro, os questionários dados aos visitantes e participantes no final da visita são uma estratégia simples e útil. A longo prazo podemos monitorizar os números de residentes na vila e números de turistas, e comparar com os números dos anos anteriores para ver se houve algum aumento ou alteração que se possa atribuir a este projeto.

3.6.4 Linhas Estratégicas

Este projeto é orientado por 3 linhas estratégicas distintas: a comunicação, o trabalho com a comunidade e a programação anual.

A comunicação é um elemento muito importante num projeto desta natureza, é preciso comunicar este roteiro como um projeto da comunidade. O público-alvo tem de compreender que é através deste roteiro que pode aproximar-se daquilo que é a vida e os sentimentos das pessoas desta terra – “Feel like a local”. Para isso, é importante incluir as pessoas da comunidade nos materiais de comunicação, utilizar o passa-palavra e integrar a comunicação com outras atividades turísticas e patrimoniais do concelho e da região. É importante ter uma estratégia de comunicação focada, clara e que destaque tanto o património como as pessoas e na experiência da visita.

O plano de ação deste projeto não pode prescindir do trabalho com a comunidade. Ter a participação da comunidade em etapas do projeto como na criação da narrativa interpretativa do roteiro e na estratégia de comunicação é essencial para realmente cumprir os objetivos a que me proponho. Uma das maneiras de o conseguir será organizar reuniões informais com os membros da comunidade que queiram participar, onde se partilham fotografias, objetos e outros materiais que despertem memórias e alimentem a conversa sobre a vila, a infância e o património. É depois em conjunto que se tomam as decisões sobre que conteúdo incluir no roteiro, a estratégia de comunicação e outros assuntos. Este trabalho deve ser contínuo e regular, para ir atualizando materiais, fortalecer o conteúdo e, acima de tudo, fortalecer as relações da comunidade.

Por último, o roteiro não pode existir sem a programação anual. As visitas mediadas por pessoas da comunidade, as exposições temporárias, as conversas com as pessoas locais, os concertos com artistas locais, as sessões de cinema ou de documentários, entre outros, tornam o roteiro mais completo, dinâmico e proporcionam uma oportunidade de juntar toda a comunidade de Ourém e da antiga vila para fortalecerem e criarem novas ligações sobre um passado (e um presente) comum.

3.6.5 Stakeholders e Modelo de Gestão

Neste projeto existem várias partes interessadas, que podem ser afetadas pelas ações da entidade organizadora, sejam eles parceiros, apoios, patrocinadores, visitantes e outros. Já sabemos que a entidade gestora é a Associação Albardeira. Albardeira, que com os seus objetivos de proteção património e modo proativo de atuação sobre o território é perfeito para se encarregar da

implementação e gestão do projeto. Possuem uma equipa composta por jovens, maioritariamente qualificada.

O roteiro depende de parceiros que contribuem com apoios técnicos ou logísticos para o bom funcionamento do projeto. A Câmara Municipal de Ourém é responsável pela gestão do Castelo e Paço dos Condes de Ourém, Galeria da Vila Medieval de Ourém e apoia anualmente a Albardeira. Esta entidade pode ajudar o projeto com fundos, logística de espaços, material e infraestruturas necessárias, e até com a promoção e divulgação do roteiro, atraindo mais visitantes para Ourém. Outros parceiros-chave são o café da Ginjinha e a SFO. A Ginjinha d'Castelo de Ourém como ponto de partida e de chegada, como montra dos produtos de merchandising e regionais associados ao roteiro, e mesmo como estabelecimento comercial que fornece parte da experiência gastronómica do roteiro, é sem dúvida imprescindível como parceiro neste projeto. A SFO, também por fazer parte dos pontos de paragem do percurso e por disponibilizar a sua sede é também uma parceria importante.

Outros parceiros são os participantes no trabalho com a comunidade, sendo estes os moradores, comerciantes e outros que disponibilizam o seu tempo e contribuem com os seus testemunhos, histórias de vida e partilham sentimentos em prol do conteúdo do roteiro. Estes indivíduos são uma parte essencial para este projeto.

A Fundação da Casa de Bragança é a detentora do castelo, mas segundo a entrevista com H, representa apenas um elemento burocrático para a utilização do castelo e só é contactada pelo município quando existe a necessidade de realizar alguma intervenção na estrutura do edifício ou alguma alteração importante na utilização do espaço. Assim, esta instituição é um parceiro menos ativo, mas também importante.

O roteiro procura também usufruir de alguns apoios, vindos, nomeadamente, da Junta de Freguesia de Nossa Senhora das Misericórdias, da Igreja e do Turismo do Centro. Quanto a patrocinadores, restaurantes, cafés e alojamentos do centro histórico e da cidade poderão patrocinar o roteiro, em troca de recomendações feitas pelo roteiro aos visitantes.

3.7. Planificação

3.7.1. Estrutura Organizacional e Equipa

As equipas de trabalho da Albardeira estão abertas a todos os sócios que mostrem interesse em participar e estão divididas por função. As equipas primárias são a de comunicação, design e imagem, vídeo, áudio, finanças, agenciamento, fotografia e existem também equipas mais

inativas como a de acolhimento de sócios, planeamento de atividades e informática, sendo que muitos membros são comuns a várias equipas. Como os membros da Albardeira são jovens têm formação académica e profissional em diversas áreas, a maior parte destas equipas são constituídas por profissionais. Para cada projeto são feitas equipas específicas, com os membros necessários das equipas por função. Assim, tenta-se garantir que seja possível trabalhar em mais do que um projeto ao mesmo tempo, sendo que membros diferentes da mesma equipa podem estar a trabalhar em projetos diferentes.

Seguindo a mesma lógica, algumas pessoas da Albardeira são destacadas para a gestão e produção deste projeto, que não exige uma equipa extensa. É necessário, pelo menos numa fase inicial, apenas três membros. Um chefe de equipa, neste caso eu, para gerir os outros membros da equipa e encarregar-se do trabalho com a comunidade, da produção dos eventos pontuais associados ao roteiro e da manutenção de conteúdos. É necessário também alocar uma pessoa para a comunicação, visto ser uma linha estratégica importante e que requer um esforço e atenção constante; e outra pessoa para estar encarregue da parte financeira, vendas, apoios e outras questões administrativas e contabilísticas.

3.7.2. Comunicação

A comunicação, como linha estratégica é crucial para o projeto. Uma parte muito importante da estratégia de comunicação e que define em certa parte o tom e a aparência do roteiro é a imagem gráfica. O design, o logótipo e todos os materiais que daqui surgem têm de ser apelativos e claros na mensagem que se quer transmitir. Esta imagem gráfica será desenvolvida através da Albardeira, em parceria com designers locais, e vai destacar não só os elementos icónicos da vila, como o castelo ou a igreja, mas também as pessoas. A ideia é criar uma marca que seja facilmente reconhecível e que ponha o foco na perspetiva das pessoas, e não apenas nos edifícios ou paisagem.

A estratégia de comunicação assenta em quatro pilares, representando diferentes canais de distribuição: a presença online, o passa palavra, os meios de comunicação locais e os meios de nicho/especializados.

A presença *online* tem de ser forte. Uma grande aposta vai ser feita nas redes sociais principalmente no *Instagram*, mas também no *Facebook*. É por aqui que se vão ser partilhadas notícias, informações importantes, alterações de horários, abertura de inscrições, *teasers* com pessoas da terra a contar as suas histórias, bastidores do trabalho com a comunidade e muitos outros materiais apelativos e despertadores de curiosidade pelas plataformas digitais. Aqui, a utilização de *hashtags* – como #ourem, #vilamedieval, #castelo, #tomar, #conventodecristo,

#turismocentro – é determinante para este roteiro aparecer relacionado com estas pesquisas. O *website* é a infraestrutura principal. É para aqui que todos os visitantes ou possíveis visitantes são reencaminhados, seja pelas redes sociais ou pelos códigos QR no folheto. É o local agregador de toda a informação. Quando as pessoas chegam ao site redirecionadas pelas redes ou através do motor de busca encontram facilmente respostas às suas dúvidas e são facilmente guiados à zona de marcação de visitas e às informações adjacentes sobre onde ficar, comer, etc. Tem de estar sempre atualizado e em funcionamento, e tem de se distinguir visualmente da parte do *website* que pertence à Albardeira, visto que tem públicos e objetivos diferentes.

O passa palavra é muito importante, principalmente para atingir o segmento do público que tem algum tipo de ligação a Ourém, mas que pode não visitar frequentemente a antiga vila nem estar atento às atividades patrimoniais locais. É fundamental trabalhar com a comunidade neste sentido, para criar conteúdos e materiais de publicidade apelativos e que, através das emoções criem alguma relação entre o público e o que está a ser publicitado.

Sendo isto um projeto específico para esta localidade, faz todo o sentido trabalhar os meios locais. Aliada à estratégia de comunicação está uma estratégia de assessoria de imprensa focada nos meios locais e regionais e com ênfase no impacto da comunidade e no facto de ser um roteiro diferentes que destaca as pessoas da região. O objetivo é ter divulgação do projeto nos jornais, rádios e outros meios regionais e locais, principalmente em alturas de eventos pontuais que são mais facilmente noticiáveis. Para além da assessoria de imprensa, na esfera local a estratégia passa por distribuir os *flyers* publicitários por vários locais. Os postos de turismo do concelho são uma escolha óbvia, mas importa também chegar a locais turísticos como o castelo e o museu de Ourém e também pelas bibliotecas, cafés, centros culturais e outros lugares que juntem pessoas do público-alvo em Ourém, Fátima e Tomar. A distribuição de *flyers* pode ser também executada em eventos culturais importantes na região como, por exemplo, no festival de música Bons Sons em Cem Soldos, Tomar. Este festival não é apenas um festival de música, é um local de várias partilhas e aberto a várias práticas culturais com as suas atividades paralelas como documentários e performances, mercado de produtos artesanais e artísticos, conversas, entre outros, que cria no público um sentido de pertença e comunidade, um pouco diferente dos outros festivais e totalmente em concordância com a filosofia deste projeto.

3.7.3. Requisitos Técnicos e Infraestruturas

Para pôr o projeto em prática existem certos recursos e infraestruturas necessários. Alguns desses recursos encontram-se *online*, nas plataformas digitais do roteiro como o *website* (que será um separador dedicado ao roteiro dentro do *website* da Albardeira que está ainda em fase

de construção pela equipa de informática) e os perfis nas redes sociais, com uma linguagem, imagem e estética orientadas para o público-alvo.

Outros recursos referem-se à comunicação visual não digital, como os panfletos que têm de ser impressos e espalhados por sítios estratégicos, cartazes e outros materiais de comunicação e também merchandising como os fones para alugar aos visitantes autónomos, os bonés e os postais à venda na loja.

De infraestruturas físicas, nos locais, não existe uma grande necessidade, visto que o mais importante é o património edificado e o seu envolvente, a vila. Tendo a ginjinha como posto oficial e o espaço da SFO são apenas precisas pequenas coisas como uma televisão ou projetor dentro da filarmónica para passar vídeos, uma mesa para as provas nas Portas da Traição e materiais para o jogo no largo do Pelourinho.

3.7.4. Sustentabilidade Financeira

Para iniciar as visitas deste projeto há alguns passos que precisam de ser completados antes, nomeadamente na área financeira. É necessário fazer um investimento inicial para pagar alguns custos iniciais. Quanto ao *website*, precisamos apenas de pagar pelo design e arquitetura do separador dedicado, visto que utilizo o domínio e o *website* da Albardeira. Há vários materiais que precisam de ser encomendados como os *flyers* de promoção e publicidade do roteiro, os *kits* de passeio com garrafa de água e boné ou capa da chuva, os postais e o folheto. De materiais é importante comprar também os fones para alugar aos visitantes independentes e uma televisão para mostrar os conteúdos no edifício da SFO. Para realizar este investimento é crucial ter algum tipo de financiamento inicial, neste caso vindo do orçamento anual da Albardeira e de apoios dos parceiros e de outras entidades como o município, a Junta de Freguesia e o Turismo do Centro.

Depois de ter o roteiro a funcionar, existem custos de manutenção, maioritariamente variáveis, dependendo do número de visitantes. O consumo no estabelecimento comercial “A Ginjinha d’Castelo de Ourém” terá de ser negociado. Este café é um parceiro chave, se não for possível ter os materiais expostos neste local ou negociar os preços dos produtos o roteiro não pode existir como está pensado. Em troca, o café recebe mais clientes garantidos nos dias de visita que acabam por consumir mais fora do pacote da visita e terá também o seu logótipo nos vários materiais de comunicação do roteiro. Caso o projeto esteja a ser bem-sucedido quando se inicie a sua atividade, no espaço de seis meses a um ano, surge a oportunidade de renegociar este acordo e de pensar em outra forma de recompensar a Ginjinha.

Outros custos incluem a entrada na SFO, que, pela deslocação e disponibilidade dos membros que nos abrem a porta e também para contribuir para as atividades da banda, se propõe pagar 1€ por cada pessoa. É também importante pagar à S pela comida e pela atividade das ervas aromáticas, também por pessoa. Para entrar no castelo, cada visitante tem de pagar, regra geral, 2,81€, que está incluído no bilhete do roteiro e existe ainda o custo do seguro de acidentes pessoais, cerca de 1,5€, por pessoa. Quanto a custos de comunicação será sempre necessário reimprimir folhetos, *flyers* e postais e também pagar à equipa e à Albardeira. A equipa será remunerada de acordo com as tarefas e a sua intensidade, e a associação recebe 0,5€ por cada bilhete vendido. Já os custos das atividades pontuais devem ser divididos com os parceiros, principalmente o município, e se justificado, por exemplo quando houver um concerto ou algo mais dispendioso, cobra-se entrada aos participantes (Quadro 2).

Quadro 2. Quadro de custos associados ao arranque do projeto (provisórios).

Custos	Valor
Seguro de acidentes pessoais	1,5€
Entrada no castelo	2,81€
Entrada na SFO	1€
Lanche aromático	2,5€
Lanche (ginja, café, doce regional)	2,5€
Outros custos	
Contribuição para a Albardeira	0,5€ por bilhete
Gastos com a equipa	3€ por bilhete
TOTAL	13,81€
Outras componentes do preço	
Comunicação/ manutenção/ investimento	diferença do preço para custo

Para cobrir todos estes custos, e visto que são todos por pessoa, as visitas guiadas são pagas com base nesta tabela de custos. Para além do valor dos bilhetes, as receitas vêm da venda de *merchandising* e dos produtos locais. Com as receitas, para além de pagar à equipa, à Albardeira e a todos os fornecedores, o dinheiro será utilizado para a manutenção e restauro dos locais,

para financiar outras atividades de documentação da memória coletiva na zona ou investido de volta na comunidade.

Em termos de precificação, faço uma segmentação de preços, por número de pessoas do grupo de visitantes, em que existe um desconto de quantidade. Quanto maior é o grupo de pessoas, menor é o preço a pagar por cada membro do grupo, excluindo crianças com menos de 12 anos. Existe também um preço ainda mais reduzido, para residentes no concelho de Ourém, para os incentivar a vir conhecer este lado mais pessoal da vila.

Quadro 3. Quadro de preços a aplicar no projeto (provisória)

Produtos	€ por pessoa
Bilhetes para grupos de 5-6 pessoas	16€
Bilhetes para grupos de 7-10 pessoas	15€
Bilhetes para grupos de 10-12 pessoas	14€
Bilhetes para ourensenses	13€
Outros	
Kit de passeio (garrafa + boné/capa chuva)	5 €
Postais	1 €
Doces regionais e artesanato	vários preços

No mercado de *tours* e visitas guiadas da região, este projeto toma uma posição de preço mais baixo, mas de bastante qualidade, destacando-se da competição, que pratica preços mais elevados. Depois de uma pesquisa simples consigo entender que visitas guiadas de 2 a 4 horas de duração em Ourém ou em cidades próximas tem um custo entre 18€ a 50€²¹.

3.8. O futuro do projeto

Depois de implementado e fortificado o projeto e o negócio, existem vários caminhos por onde posso expandir o meu roteiro.

Em primeiro lugar existem várias alterações, extensões e substituições que podem ser aplicadas a este roteiro e à sua narrativa. Os temas que já tenho planeados e com os quais vou

²¹ Uma visita de 3 horas em Ourém custa 30€ por pessoa (Fátima Tours?); Uma visita de 4 horas a Fátima custa 50€ por pessoa (Wind Land Tours); Uma visita de 2 horas a Leiria custa 35€ por pessoa (Silver Coast Travelling); Uma visita a Tomar de 2 horas custa entre 18€ a 20€ por pessoa (Odisseias; Open Roads Portugal); Uma visita a Óbidos de 2 horas custa 30€ por pessoa (Silver Coast Travelling). Valores disponíveis à data da pesquisa, 20 de outubro de 2023.

estrear o roteiro podem ir sendo alterados e substituídos por outros à medida que o trabalho com a comunidade continua a acontecer e se juntam novas histórias e pessoas ao projeto. A ideia é ter trabalho com a comunidade contínuo e sistemático para poder ajudar a manter as relações entre os membros, continuando a trazer benefícios para as pessoas de Ourém e renovando o conteúdo do roteiro. Um dos temas que poderá ser abordado mais para a frente é as lendas e outras figuras da tradição popular associadas à vila e principalmente ao castelo. A lenda da Moura Oureana, a Santa Teresa de Ourém, e do buraco dos sete cornos são histórias que podem ser exploradas através das memórias das pessoas e transformadas em parte do roteiro. Isto também trará a oportunidade de acrescentar paragens ao roteiro como a antiga escola primária, a fonte dos cavalos e outros pontos da vila que não tenham ainda sido abordados. Com mais pontos de paragem surge também a possibilidade de se criar um percurso alternativo, mais longo, para quem estiver interessado, ou um segundo roteiro com a mesma duração, mas que aborde diferente temas.

Em segundo lugar, existem alguns materiais extra que podem ser desenvolvidos à volta do roteiro. A Albardeira já realizou algumas atividades de cinema e tem mapeadas pessoas do concelho que trabalham na área, o que torna sensata a ideia de realizar um documentário com estas pessoas, sobre a comunidade da antiga vila de Ourém e o seu património. Aproveitando assim todo o trabalho que está por detrás do roteiro para criar mais um subproduto. Poderá também ser editado um livro, ou agregador de todos os materiais e histórias recolhidos ou com vários volumes por tema. Este seria produto de um estudo mais aprofundado sobre a matéria.

Em terceiro lugar, podem ser implementadas estratégias de comunicação novas e mais avançadas. A adoção de uma estratégia de *SEO*²² para o roteiro ter um melhor posicionamento no motor de busca, quando se pesquisa pelas palavras-chave relacionadas poderia trazer mais possíveis visitantes ao *website*. No futuro poderá também ser benéfico para o sucesso do roteiro uma estratégia de comunicação virada para meios mais especializados, de nicho. Incluir o roteiro em revistas ou livros especiais de turismo, ou até conseguir a divulgação nas redes do Turismo do Centro poderão aumentar o número de visitantes. É também possível marcar presença em feiras de turismo sustentável e até fazer parcerias com *influencers* de viagens, e de turismo sustentável para alargar o alcance e o público do projeto.

Por último, e tendo em vista a evolução do projeto mais a longo prazo, existem dois possíveis caminhos. Um, seria criar um núcleo museológico etnográfico no centro histórico e o

²² Search Engine Optimization, referente às estratégias otimização de motores de busca na internet.

outro seria realizar um festival anual à volta da comunidade e do património, juntando todas as ideias de eventos pontuais e de subprodutos para criar um evento coeso e de maior alcance.

Conclusões

O setor do turismo conhece uma transformação em termos do tipo de destino e experiências a promover. Adjetivos como sustentável, autêntico e mundo rural têm entrado na constituição de produtos turísticos com destaque para projetos de base comunitária, ou de espaço rural. Entrar na vida dos habitantes locais, partilhar as suas memórias e experiências tem sido matéria de projetos no âmbito do turismo cultural.

Estas novas tipologias do turismo permitem o empoderamento das comunidades através daquilo que têm de mais identitário: as suas heranças. Sejam elas monumentais – o património histórico-artístico, sejam elas intangíveis, como modos de estar ou de relações antigas com o seu território. Pertencer é a palavra de ordem nestas novas abordagens que se pretendem mais sustentáveis, menos massificadas e, porque assentes na comunidade, geradoras de mais valias efetivas.

Tomando isto como oportunidade, tentou-se criar um projeto que preenchesse algumas lacunas na vida em comunidade na vila medieval de Ourém. O projeto que se apresentou sustenta-se nestas premissas de atuação: a salvaguarda e valorização das heranças culturais do território da vila antiga de Ourém, através da participação da comunidade no modelo de desenho e implementação.

A antiga vila de Ourém tem boas condições para aproveitar esta tendência do mercado, e tem recursos subaproveitados. O património, para além de ser um assunto de interesse, quando bem trabalhado pode facilitar a ligação do visitante ao conteúdo, resultando num visitante mais informado e preocupado com a preservação do património e dos costumes da população. Desenhou-se um projeto que pretende assim e de uma forma sustentável, garantir a preservação do património e dos costumes, fortalecendo a comunidade e empoderando-a.

Pelos princípios que postula, este projeto pode ser uma boa maneira de fazer isto acontecer. Assenta num trabalho colaborativo, em rede com várias entidades locais e principalmente com a comunidade; aproveita a existência de alguma ação cultural existente no local, assim como equipamentos e valores patrimoniais únicos e utiliza a comunidade como fonte primordial para a constituição dos seus conteúdos e operacionalização do mesmo. Acredito que a vila beneficiava de um trabalho mais contínuo e próximo das pessoas. Poderá ter algumas fraquezas, mas por ser um projeto de base comunitária, será esta a guiar e a construir o resto do caminho, pelo que penso que é aí que está a maior força deste projeto.

A entidade que organiza e promove o projeto é uma associação cultural do local, com alguma experiência na dinamização de eventos culturais em disponível para fazer um caminho de aprendizagem no património coletivo, herança conjunta de Ourém.

A forma recaiu na construção de um roteiro – de um itinerário pela vila velha de Ourém. Um itinerário que foi desenhado através da aplicação de metodologias participativas que envolveram a comunidade que foi ouvida sobre os locais que, para si, são mais relevantes. O processo de execução do desenho deste projeto assumiu, portanto, contornos de projeto participativo, para os quais foi recolhida literatura de enquadramento. Um roteiro, sendo um produto, tem uma larga aplicação no território e com a capacidade de agregar recursos diferenciados. Necessita de uma base material, que foi procurada junto das pessoas de Ourém: o caminho para a escola foi-se alterando com o tempo devido à reconstrução da muralha, e agora já se fecharam as portas por onde antigamente passavam; a filarmónica tem mais qualidade musical, mas existe menos confiança entre os membros; a praça do pelourinho passou de julgamentos, ou de brincadeiras de crianças a uma praça vazia, exceto o ocasional turista; e a casa do Alcaide, transformou-se em comércio local e é agora uma taberna da ginjinha bem-sucedida.

Estas histórias e práticas culturais contadas através dos testemunhos dos habitantes constituem-se como narrativas que trazem valor ao património cultural em presença em Ourém. São estas histórias e experiências que nos moldam e impactam o nosso futuro, ajustando aquilo a que damos valor e que caminhos escolhemos. As ruas e os espaços da vila são muito pessoais para quem lá vive.

Fontes

Legislação

Decreto de 16 de junho de 1910. Diário do Governo, n.º 136, 1910-06-23.

Decreto n.º 23122, de 11 de novembro. Diário do Governo, I Série, n.º 231, 1933-10-11.

Decreto n.º 37366, de 5 de abril. Diário do Governo, I Série, n.º 70, 1949-04-05.

Decreto n.º 40361, de 20 de outubro. Diário do Governo, I Série, n.º 228, 1955-10-20.

Decreto-Lei n.º 78/2023, de 4 de setembro. Diário do Governo, I Série, n.º 171, 2023-09-04.

Decreto-Lei n.º 79/2023, de 4 de setembro. Diário do Governo, I Série, n.º 171, 2023-09-04.

Fontes Administrativas

Câmara Municipal de Ourém. *Caracterização do Território* [online].
<https://www.ourem.pt/investir/caraterizacao-do-territorio/>

Câmara Municipal de Ourém. *Cultura* [online]. <https://www.ourem.pt/areas-de-acao/cultura/>.

Câmara Municipal de Ourém. *Freguesias* [online].
<https://www.ourem.pt/municipio/freguesias/>

Câmara Municipal de Ourém. *Nossa Senhora das Misericórdias* [online].
<https://www.ourem.pt/municipio/freguesias/nossa-senhora-das-misericordias/>

Câmara Municipal de Ourém. *Retratos da minha terra nas lojas da cidade de Ourém* [online].
<https://www.ourem.pt/retratos-da-minha-terra-nas-lojas-da-cidade-de-ourem/>

Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo (2021). *Estratégia integrada de desenvolvimento territorial para 2021-2027. Uma estratégia para renovação em qualidade* [online].
https://mediotejo.pt/images/EIDT_Mdio%20Tejo_Estrategia_final.pdf

Turismo do Centro de Portugal (2020). *Plano regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030* [online]. https://turismodocentro.pt/wp-content/uploads/2020/02/TCP-Plano-Regional-Desenvolvimento-Tur%C3%ADstico_20-30.pdf

Fontes estatísticas

INE (2021). *Censos 2021* [online].
https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=censos21_main&xpid=CENSOS21&xlang=pt

Outras Fontes Documentais

Albardeira, Associação Cultural. (2021). *Estatutos*.

Albardeira, Associação Cultural. (2021). *Regulamento Interno*.

Caminhos de Fátima. (s.d.). <https://caminhosdefatima.com/>

Correia, L. (1999). Descrição da Vila de Ourém feita em 1758 pelo Padre Luís António Flores, cura coadjutor da Colegiada. Câmara Municipal de Ourém.

Festival de Setembro. (2023). <https://festivaldesetembro.ourem.pt/index.php>

Odisseias. (s.d.) *Visita ao Centro Histórico de Tomar para Dois com Prova de Tapas*. <https://www.odisseias.com/lazer/experiencia/visita-ao-centro-historico-de-tomar-para-dois-com-prova-de-tapas-2-horas-open-roads-portugal/306625>.

Open Roads Portugal. (s.d.) *Visita ao centro Histórico de Tomar*. <https://openroadsportugal.com/descobrir-o-centro-historico-de-tomar/>

Priberam (s.d.). Carreiro. <https://dicionario.priberam.org/carreiro>

Rotas e Itinerários [online]. *Turismo Médio Tejo*. <https://turismo.mediatejo.pt/rotas-e-itinerarios/>

Roteiros [online]. *Turismo do Centro*. <https://turismodocentro.pt/roteiros/>

Silver Coast Travelling. (s.d.) *Leiria Visita Guiada*. <https://silvercoasttravelling.com/produto/leiria-visita-guiada/>

Silver Coast Travelling. (s.d.) *Óbidos Medieval Tour*. <https://silvercoasttravelling.com/produto/obidos-medieval/>

SIPA/DGPC. (2011). Núcleo urbano da vila de Ourém/Antiga Vila de Ourém. http://www.monumentos.gov.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=6324

SIPA/DGPC. (2013). Castelo de Ourém/Paço dos Condes de Ourém. http://www.monumentos.gov.pt/site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=6401

Redação Jornal de Leiria. (2023, outubro 5). *A Albardeira faz anos. “A cultura tem esse poder, de criar uma relação de pertença e de compromisso entre a cidade e os seus habitantes”*. Jornal de Leiria. <https://www.jornaldeleiria.pt/noticia/a-albardeira-faz-anos-a-cultura-tem-esse-poder-de-criar-uma-relacao-de-pertenca-e-de-compromisso-entre-a-cidade-e-os-seus-habitantes>

UNWTO [online]. *Sustainable Development*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>

UNWTO [online]. *Tourism and Culture*. <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>

Valença [online]. *Portugal Dicionário Histórico*. <https://www.arqnet.pt/dicionario/valenca1m.html>

Windland Tours. (s.d.) *Fátima* <https://www.windlandtours.com/pt/tours-privados/meio-dia/fatima>.

Bibliografia

- Abrantes, J., Paiva, O., Pereira, A., Reis, M. & Seabra, C. (2018). *Rotas culturais no centro de Portugal: Duas propostas*. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Viseu.
- Antunes, J., Barroco, C., Gonçalves, P. (2020). *Estudo das (des)motivações para a prática de Turismo em Espaço Rural: o caso da Região Centro de Portugal*. Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, E36(10), 496-511.
- Borges, V. & Veloso, L. (2020) Emerging patterns of artistic organizations in Portugal: A three case studies analysis. *Sociologia del lavoro*, 157, pp. 84-107.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, 4th edition. Oxford University Press.
- Cardina, M. (2012). História Oral - caminhos, problemas e potencialidades. In Godinho, P. (org.), *Usos da memória e práticas do património* (pp. 27-43). Colibri.
- Cardoso, M. M. (2016). Centro de Memórias do Museu do Trabalho Michel Giacometti. In Carvalho, A. (coord.), *Participação: Partilhando a Responsabilidade* (pp. 95-102). Acesso Cultura.
- Carreno, M. (2003, outubro 27-31). *Cultural routes: Tangible and intangible dimensions of cultural heritage*. 14th ICOMOS General Assembly and International Symposium: 'Place, memory, meaning: preserving intangible values in monuments and sites, Victoria Falls, Zimbabwe.
- Carvalho, A. (coord.) (2016). *Participação: Partilhando a Responsabilidade*. Acesso Cultura.
- Carvalho, A. (2016). Introdução: Perspectivas sobre Projectos Participativos nas Instituições Culturais. In Carvalho, A. (coord.), *Participação: Partilhando a Responsabilidade* (pp. 4-16). Acesso Cultura.
- Carvalho, C., Sol, H., Saraiva, A., Rosa, S., Fino, D. (2022). Local Heritage in Contemporary Times: Artistic Creation and the Intangibilities of Place. *Heritage & Society*. DOI:10.1080/2159032x.2022.2126227.
- Carvalho, R. (2014). *A autenticidade no turismo* [Palestra]. Sexta conversa, meia hora de exposição, uma de discussão, Tomar.
- Costa, P. (2020). Cultural participation and territorial development: some insights from the Portuguese case. In Dupin-Meynard, F. & Négrier, E. (eds.), *Cultural Policies in Europe: a Participatory Turn?* (pp. 123-140). Editions L'Attribut.
- Correia, M., B., Lopes, F. Património Cultural: critérios e normas internacionais de proteção. Editora Caleidoscópio, Casal de Cambra, 449-456.

- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Edições Almedina, S.A.
- Crouch, D. (2015). Affect, Heritage, Feeling. In Waterton, E. & Watson, S. (eds), *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research* (pp 177-190). Palgrave Macmillan.
- Di Maggio, P. (2006). Nonprofit organizations and the intersectoral division of labor in the arts. In Powell, W. & Steinberg, R. (eds.), *The non-Profit sector - A research Handbook* (pp. 432– 461). Yale University Press.
- Dupin-Meynard, F., Négrier, E. (eds) (2020). *Cultural Policies in Europe: a Participatory Turn?*. Éditions de l'Attribut.
- Dupin-Meynard, F. & Villarroja, A. (2020). Participation(s)? Typologies, uses and perceptions in the European landscape of cultural policies. In Dupin-Meynard, F. & Négrier, E. (eds.), *Cultural Policies in Europe: a Participatory Turn?* (pp. 31-54). Editions de L'Attribut.
- Figueira, L. M. (2010). *Manual para a Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural*. Instituto Politécnico de Tomar.
- Fortuna, C. (2013). Heritage, Tourism and Emotion. *RCCS Annual Review* [online], 5 (5). DOI:10.4000/rccsar.498.
- Francisco, J. P. (2016). Arqueologia Participativa. In Carvalho, A. (coord.), *Participação: Partilhando a Responsabilidade* (pp. 124-129). Acesso Cultura.
- Giampiccoli A., Kalis, J. (2012). *Community-based tourism and local culture: the case of the amaMpondo*. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10(1), 173.188.
- Gomes, J, S. (2013). *Caracterização e diagnóstico do centro histórico de Ourém* [Dissertação de mestrado, FCSH Universidade Nova de Lisboa]. Repositório Universidade Nova. <https://run.unl.pt/handle/10362/10267>
- Gouveia, P. H. (2016). Dez Ideias Feitas sobre Participação. In Carvalho, A. (coord.), *Participação: Partilhando a Responsabilidade* (pp. 83-90). Acesso Cultura.
- Graf M., Popesku, J. (2016). *Cultural Routes as Innovative Tourism Products and Possibilities of their Development*. *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, 3(1), 24-43.
- Guerreiro, A. (2016). *A questão da autenticidade – do objetivismo à fenomenologia do turismo*. IX Congresso Português de Sociologia, Portugal - Territórios de Territórios, Faro.
- Heleno, N. (2019). *Plano de desenvolvimento de Turismo de Base Comunitária em espaços rurais: Aplicação às Terras de Sicó* [Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro.
- Hobsbawm, E. & Ranger, T. (1983). *The invention of tradition*. Cambridge University Press.
- Hooks, B. (1999). *All about love. New visions*. Harper Collins Publishers.

- Jornal de Leiria. (2023, 5 de outubro). *Albardeira faz anos. “A cultura tem esse poder, de criar uma relação de pertença e de compromisso entre a cidade e os seus habitantes”*. <https://www.jornaldeleiria.pt/noticia/a-albardeira-faz-anos-a-cultura-tem-esse-poder-de-criar-uma-relacao-de-pertencia-e-de-compromisso-entre-a-cidade-e-os-seus-habitantes>
- Lima, G., Nascimento, F. (2020). *Turismo de Base Comunitária como alternativa para o desenvolvimento rural: a experiência da comunidade de Chã de Jardim, Areia – PB*. Editora do CCTA.
- Majdoub, W. (2010). Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 1(2), 29–37. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/2029>
- Martinez-Roget, F. & Moutela, J. A. T. (2013). Novas motivações dos turistas: Uma oportunidade para o território rural. Análise da “Rede das Aldeias do Xisto” no Centro de Portugal. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, (19), 99-110. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i19.12539>
- Martins, G. (2016). Património, Herança e Memória. In Carvalho, A. (coord.), *Participação: Partilhando a Responsabilidade* (pp. 18-28). Acesso Cultura.
- Monteiro, S. (2016). *Criação do Distrito Literário de Lisboa* [Dissertação de Mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório ISCTE. <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/12711/1/TESE%20FINAL.pdf>.
- Négrier, E. (2020). Introduction. In Dupin-Meynard, F. & Négrier, E. (eds.), *Cultural Policies in Europe: a Participatory Turn?* (pp. 11-28). Editions de L'Attribut.
- Reis, A. (2018). *Memória de um Lugar. Projeto de Reabilitação para a Valorização do Castelo de Ourém* [Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório Digital da UBI. <http://hdl.handle.net/10400.6/8459>
- Reis, M. (2021). Das pedras mortas às práticas vivas: Do património material à relevância do património imaterial. *Cidades, Comunidades e Territórios*, 41, 262–280.
- Rego, R. & Borges, V. (2021). The transformative role of Angels’ cultural organisations under austerity. *Cultural Trends*, 30(2), 156-173.
- Richards, G. (2011). Tourism Trends: Tourism, Culture and Cultural Routes. In Rubicondo, K. (ed.), *Impact of European Cultural Routes on SMEs’ innovation and competitiveness* (pp. 21-39). Council of Europe Publishing.
- Rodrigues, D. (2012). Património cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica. *UBImuseum*, (1).

- Russell, D., W. (2008). Nostalgic tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 103–116.
- Russo, S., B. (2007). *As Bandas Filarmónicas enquanto património: Um estudo de caso no concelho de Évora* [Dissertação de Mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/1155>
- Santos, H. (2020). *Organizações Culturais Híbridas Uma alternativa para independência da Cultura?* [Dissertação de Mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório ISCTE. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/20594/1/Master_Henrique_Costa_Santos.pdf.
- Santos, M. (2020). *Motivações para a prática de Dark Tourism: uma análise às dimensões da experiência* [Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro]. Repositório Institucional da Universidade de Aveiro.
- Stemmler, P. (2020). *Where tourists and locals meet* [Dissertação de Mestrado, ISCTE-IUL]. Repositório ISCTE. <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/20679>.
- Valença (D. Afonso, [4.º] conde de Ourém e 1.º marquês de). *Arqnet* [online]. <https://www.arqnet.pt/dicionario/valenca1m.html>
- Zabbini, E. (2012). Cultural Routes and Intangible Heritage. *Almatourism Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, n.º 5, pp. 59-80.

Anexos

Anexo A – Guião de entrevista

Perguntas	Objetivos
Existia uma rotina durante a infância/ quando se mudou/ começou a trabalhar?	Descobrir as rotinas de cada entrevistado, por onde passam/passavam, que sítios frequentam/frequentavam
Existia algum caminho específico para chegar aos locais que faziam parte da rotina como a escola ou o trabalho?	
Que tipo de pensamentos tinha pelo caminho?	
Como é que essa rotina se alterou ao longo dos anos?	Perceber como é a atualidade
Agora, o que pensa quando anda pelas ruas? Vê a vila com a mesmas inocência/ encanto?	
Pensa muitas vezes no significado do que a rodeia no centro histórico?	
Existe ou existia a perceção de estarem perante vestígios de importância histórica?	Relação da pessoa com o património
A que parte do Património Cultural da Vila Medieval de Ourém dá mais valor? Que elemento é mais especial para si?	
Que tipo de relacionamento com os monumentos e vestígios históricos? Triste, nostalgia, feliz etc, sentimento de pertença?	
Atualmente frequenta as atividades como exposições, lançamento de livros, conversas e concertos que acontecem nos castelos e seu redor? O que acha?	
Foi afetado/a pela várias obras e requalificações do espaço? Principalmente pelas mais recentes? O que sentiu?	Impacto da requalificação do castelo na comunidade
Já regressou ao castelo? A sua relação com o espaço mudou? E a da comunidade?	

Anexo B – Guião de entrevista B

Perguntas	Objetivos
Que tipo de visitantes costumam vir ao castelo? Famílias? Grupos? Jovens? Outros?	Descobrir a tipologia de turistas que visitem o castelo e paço dos condes
A tipologia de visitante muda ao longo da semana?	
Quem demonstra mais interesse?	
Os visitantes mostram interesse em algum elemento em específico?	Entender os interesses e hábitos dos visitantes
Muitos visitantes que entram no castelo pagam pela visita guiada?	
Que tipo de recomendações os visitantes pedem aos funcionários do castelo?	
Qual o envolvimento da Fundação nas atividades do castelo?	Perceber qual a relação com a Fundação da casa de Bragança
Em que circunstâncias precisam de contactar a fundação?	

Anexo C - Business Model Canvas

Business Model Canvas do Roteiro

Parceiros	Atividades	Proposta de Valor	Relações com Clientes	Segmentos de Clientes
<p>Câmara Municipal de Ourém</p> <p>Café Ginjinha d'Castelo de Ourém</p> <p>Sociedade Filarmónica Oureense</p> <p>Moradores e Comerciantes</p> <p>Fundação da Casa de Bragança</p>	<p>Trabalho com a comunidade</p> <p>Recolha de histórias sobre a VMO</p> <p>Realização de visitas guiadas regulares</p> <p>Produção de eventos pontuais</p>	<p>Valor cultural: valorização do património através da criação de laços mais profundos com a comunidade</p> <p>Para os turistas: experiência turística de acordo com as tendências do setor</p> <p>Para a comunidade: oportunidade de partilhar histórias e experiências e de participarem em conjunto num projeto</p> <p>Para Ourém: produto turístico diferenciador na VMO</p>	<p>Envolvimento com a comunidade</p> <p>Acompanhamento pessoal dos grupos</p>	<p>Residentes em Ourem</p> <p>Turistas que procuram uma conexão mais próxima com o lugar que visitam</p> <p>Grupos escolares</p>
	<p>Recursos</p> <p>Físicos: Espaços da filarmónica e do café da ginjinha</p> <p>Digitais: <i>website</i> e redes digitais</p> <p>Humanos: 3 elementos da equipa do projeto</p>		<p>Canais</p> <p>Próprios: website, redes sociais, panfletos</p> <p>De Parceiros: espaço físico da ginjinha, website, redes sociais e outros</p>	
<p>Custos</p> <p>Comunicação, manutenção e investimento no projeto</p> <p>Pagamentos à equipa do projeto</p> <p>Seguro de acidentes pessoais, Entradas nos espaços, Prova de comida regional</p> <p>Organização e produção dos eventos pontuais</p>		<p>Rendimentos</p> <p>Bilhetes para visita guiada</p> <p>Venda de produtos locais e artesanato</p> <p>Venda de merchandising</p>		

Anexo D - Fotografias do itinerário



Ponto 1 – Ginjinha d'Castelo de Ourém



Ponto 2 – Largo da Igreja



Ponto 3 – Praça do Pelourinho



Ponto 4 – Carreiro da escola, visto das portas da traição





Ponto 5 – Castelo e Paço dos Condes de Ourém





Ponto 6 – Sociedade Filarmónica Ourense