



**Politécnico
de Viseu**

Escola Superior
de Tecnologia
e Gestão de Viseu

Património Imaterial como base para o Desenvolvimento do Turismo Criativo

Elsa Maria da Costa Lemos Gomes

Dissertação

Mestrado em Gestão Turística

Trabalho efetuado sob a orientação de

Professora Doutora Odete Maria de Matos Paiva

Professor Doutor José Luís Mendes Loureiro Abrantes

Abril de 2026

Património Imaterial como base para o Desenvolvimento do Turismo Criativo

Elsa Maria da Costa Lemos Gomes

Dissertação

Mestrado em Gestão Turística

Trabalho efetuado sob a orientação de

Professora Doutora Odete Maria de Matos Paiva

Professor Doutor José Luís Mendes Loureiro Abrantes

Abril de 2026

AGRADECIMENTOS

A elaboração da presente tese assinala o culminar de uma etapa particularmente significativa do meu percurso académico e pessoal. Este trabalho resulta de um processo exigente de aprendizagem, dedicação e reflexão, que não teria sido possível sem o apoio, o incentivo e o contributo de várias pessoas, às quais gostaria de expressar o meu mais sincero agradecimento.

Em primeiro lugar, gostaria de manifestar o meu profundo reconhecimento à minha orientadora, Professora Doutora Odete Paiva, pela disponibilidade, dedicação e acompanhamento ao longo de todo o desenvolvimento deste trabalho. A sua orientação, os seus conselhos e o rigor científico que sempre demonstrou foram fundamentais para a concretização desta investigação.

Expresso igualmente o meu agradecimento ao meu coorientador, Professor Doutor José Luís Abrantes, pelos valiosos contributos, pela partilha de conhecimento e pela disponibilidade demonstrada ao longo deste percurso.

Dirijo também uma palavra de agradecimento ao Professor Doutor José Manuel Reis, pela disponibilidade, pelos ensinamentos e pelo apoio prestado.

Gostaria ainda de agradecer à Coordenadora do Mestrado, Professora Doutora Cristina Barroco, pelo trabalho desenvolvido na coordenação do curso e pelo contributo para a qualidade da formação proporcionada ao longo deste percurso académico.

A todos os docentes que fizeram parte deste mestrado, deixo igualmente uma palavra de reconhecimento e pelo contributo para o meu crescimento académico e profissional.

Aos colegas, em particular ao Alexandre e à Carla, agradeço o apoio, o incentivo e os momentos de partilha que tornaram este caminho mais leve e enriquecedor.

À minha família, deixo um agradecimento muito especial pelo apoio incondicional, pela compreensão e pela motivação constante ao longo desta caminhada.

Em particular, ao meu marido, Miguel, pelo apoio permanente, pela compreensão e pela confiança demonstrada ao longo de todo este percurso. Ao meu filho, Gonçalo, cuja alegria, curiosidade e energia são uma inspiração diária e uma lembrança constante da importância de continuar a aprender, a crescer e a enfrentar novos desafios.

A eles, dedico também uma parte muito especial desta conquista. Obrigada.

RESUMO

Esta dissertação investiga o potencial do património cultural imaterial (PCI) como recurso estratégico para o desenvolvimento do turismo criativo na região de Viseu. Com base na visão da UNESCO, que reconhece o PCI como uma entidade viva, enraizada na comunidade e dinâmica, o estudo visa colmatar uma lacuna prática: embora numerosos destinos continuem a dar prioridade ao património material, muitas vezes não valorizam os rituais, o artesanato, a gastronomia, os festivais e as tradições orais na criação de produtos turísticos participativos. Este estudo tem como objetivo: (i) identificar a principal motivação dos turistas que procuram experiências criativas; (ii) caracterizar a tipologia dos turistas criativos em termos demográficos e experienciais; (iii) compreender o planeamento atual, as estratégias de marketing e os obstáculos percebidos pelos residentes locais; e (iv) apresentar recomendações práticas para melhorar a gestão do património cultural imaterial. A abordagem metodológica adotada é quantitativa e descritiva, centrando-se na aplicação de um questionário estruturado aos visitantes em Viseu. Para examinar as dimensões latentes das perceções relativas ao turismo criativo, os dados são analisados no IBM SPSS utilizando a Análise Fatorial Exploratória, seguida de análise de agrupamentos para classificar os perfis dos turistas criativos. Os resultados permitiram a construção de uma tipologia de visitantes baseada em evidências, revelando padrões de interação com a comunidade, benefícios associados à participação e ao desenvolvimento, bem como riscos percebidos para o património nos diferentes segmentos. A dissertação relaciona estes padrões com a gestão de destinos, contribuindo para a literatura sobre turismo criativo e fornecendo recomendações sobre práticas sustentáveis e baseadas na comunidade para o desenvolvimento de produtos e a preservação do património imaterial em Viseu. Como limitações, o estudo baseia-se numa amostragem não probabilística e num desenho transversal; por conseguinte, entrevistas com as partes interessadas e um acompanhamento longitudinal devem ser considerados em investigações futuras, a fim de verificar mudanças nas perceções de autenticidade e risco.

Palavras-chave: Património Cultural Imaterial; Turismo Criativo; Gestão de Destinos; Sustentabilidade

ABSTRACT

This dissertation investigates the potential of intangible cultural heritage (ICH) as a strategic resource for the development of creative tourism in the Viseu region. Based on UNESCO's view, which recognises ICH as a living, community-rooted and dynamic entity, the study aims to fill a practical gap: although numerous destinations continue to prioritise tangible heritage, they often fail to value rituals, crafts, gastronomy, festivals and oral traditions in the creation of participatory tourism products. This study aims to: (i) identify the main motivation of tourists seeking creative experiences; (ii) characterise the typology of creative tourists in demographic and experiential terms; (iii) understand current planning, marketing strategies and the obstacles perceived by local residents; and (iv) present practical recommendations for improving the management of intangible cultural heritage. The methodological approach adopted is quantitative and descriptive, focusing on the administration of a structured questionnaire to visitors in Viseu. To examine the latent dimensions of perceptions regarding creative tourism, the data are analysed in IBM SPSS using Exploratory Factor Analysis, followed by cluster analysis to classify the profiles of creative tourists. The results enable the construction of an evidence-based typology of visitors, revealing patterns of interaction with the community, benefits associated with participation and development, as well as perceived risks to heritage across the different segments. The thesis relates these patterns to destination management, contributing to the literature on creative tourism and providing recommendations on sustainable, community-based practices for product development and the preservation of intangible heritage in Viseu. As limitations, the study is based on a non-probability sample and a cross-sectional design; consequently, interviews with stakeholders and longitudinal follow-up should be considered in future research in order to verify changes in perceptions of authenticity and risk.

Keywords: Intangible Cultural Heritage; Creative Tourism; Destination Management; Sustainability

ÍNDICE

Património Imaterial como base para o Desenvolvimento do Turismo Criativo	1
Dissertação.....	1
Património Imaterial como base para o Desenvolvimento do Turismo Criativo.....	ii
Dissertação.....	ii
AGRADECIMENTOS	iii
RESUMO	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE TABELAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
SIGLAS E ABREVIATURAS	ix
INTRODUÇÃO.....	10
1 Contextualização e Justificação	10
2 Problemática e Objetivos da Investigação.....	11
3 Lacunas de Investigação	12
4 Estrutura da Dissertação	13
1. REVISÃO DA LITERATURA	14
1.1 Modelos de Políticas e Gestão Culturais.....	14

1.2 Património Cultural Imaterial: Conceitos e Definições	18
1.3. A Importância do Património Imaterial para o Turismo	21
4. Turismo Criativo e Desenvolvimento Sustentável	25
1.5. Gestão do Património Cultural Imaterial	31
1.6. Perceções, Motivações, Comportamentos e Efeitos	34
2. METODOLOGIA	40
2.1. Design de Investigação	40
2.2. Metodologia Quantitativa	41
2.3. População e Amostra	41
2.4. Objetivos de Investigação.....	42
2.5. Instrumento de Recolha de Dados – Questionário	42
2.6. Análise dos Dados	52
2.7. Considerações Éticas	53
3. RESULTADOS.....	54
3.1 Análise Fatorial Exploratória das Dimensões do Turismo Criativo	54
3.2 Análise de Clusters	57
4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	62
CONCLUSÕES.....	69
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73

ANEXOS	79
---------------------	-----------

Anexo I – Questionário	79
-------------------------------------	-----------

Anexo II - Dendograma	89
------------------------------------	-----------

ÍNDICE DE TABELAS

<u>Tabela 1: Quadro concetual</u>	<u>38</u>
---	-----------

<u>Tabela 2: Agrupamento por questões</u>	<u>43</u>
---	-----------

<u>Tabela 3: Estrutura fatorial das dimensões do turismo criativo.....</u>	<u>55</u>
--	-----------

<u>Tabela 4: Dimensão de cada cluster (k-means)</u>	<u>58</u>
---	-----------

<u>Tabela 5: Médias por dimensão em cada perfil (escala 1–5; ponto neutro = 3).....</u>	<u>58</u>
---	-----------

<u>Tabela 6: Composição de género por perfil (% em cluster)</u>	<u>61</u>
---	-----------

<u>Tabela 7: Composição etária por perfil (% por cluster)</u>	<u>62</u>
---	-----------

ÍNDICE DE FIGURAS

<u>Figura 1: Características do Cluster 1 -Participantes Ocasionais</u>	<u>59</u>
---	-----------

<u>Figura 2: Características do Cluster 2 – Exploradores Culturais.....</u>	<u>60</u>
---	-----------

<u>Figura 3: Características do Cluster 3 – Turistas imersivos</u>	<u>61</u>
--	-----------

SIGLAS E ABREVIATURAS

AFE – Análise Fatorial Exploratória

CEC – Capital Europeia da Cultura

DGPC – Direção-Geral do Património Cultural

FNAT – Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho (atual Fundação INATEL)

IBM SPSS – International Business Machines – Statistical Package for the Social Sciences

IPPAR – Instituto Português do Património Arquitetónico

KMO – Kaiser-Meyer-Olkin (medida de adequação da amostra à análise fatorial)

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONG – Organização Não Governamental

PCI – Património Cultural Imaterial

Q – Questão (referência aos itens do questionário, por exemplo Q8, Q9, etc.)

SNI – Secretariado Nacional de Informação

SPN – Secretariado de Propaganda Nacional

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

χ^2 – Qui-quadrado

INTRODUÇÃO

Esta introdução começa por enquadrar o tema e explicar por que razão o património cultural imaterial é uma ferramenta estratégica a utilizar no desenvolvimento do turismo criativo na região de Viseu. Descreve também o problema de investigação e apresenta os objetivos gerais e específicos que informam o estudo, que irão definir o foco analítico e empírico da dissertação. Em seguida, são observadas as principais lacunas na literatura, que justificam a atualidade do trabalho e limitam o seu valor científico e prático. Por último, a estrutura da dissertação foi delineada e foi apresentada uma visão geral da estrutura dos capítulos, juntamente com o esboço do fluxo do estudo.

1 Contextualização e Justificação

Desde logo, o património cultural intangível (PCI) relacionado com espetáculos rituais, gastronomia, festivais, tradições orais ou certas tradições em geral, representam poderosos fatores de desencadeamento do turismo criativo (UNESCO, 2003/2022), permitindo aos visitantes obter experiências participativas e imersivas. Ao contrário de outros tipos de turismo cultural convencional, o turismo criativo baseia-se basicamente na participação ativa dos visitantes com as comunidades locais para cocriar novos produtos culturais (Richards & Duxbury, 2020). O turismo criativo estimula a aprendizagem mútua e a colaboração em elementos do património vivo para aumentar a autenticidade do destino (Rodrigues, Liberato, & Esteves, 2022).

Em particular, esta abordagem é particularmente aplicável a regiões que desejam desenvolver um nicho único num mercado global competitivo. A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2013, 2019, 2020) sempre indicou que o uso sustentável do património imaterial melhora a experiência do visitante, mas também contribui para o bem-estar socioeconómico das comunidades anfitriãs. O efeito desta sinergia alimenta a preservação cultural e o enriquecimento da oferta através de estratégias de turismo criativo que merecem uma investigação mais profunda dos mecanismos através dos quais o património imaterial pode ser mobilizado de forma sistemática em estratégias de turismo criativo.

Especificamente no caso da região de Viseu, a ênfase no património imaterial é útil para realçar tanto a identidade distinta da região como as tradições, como as das festas locais ou do artesanato. Ao valorizar esta identidade através do turismo criativo, poderá promover uma apropriação e orgulho das populações locais, para além de ampliar as opções de entretenimento para turistas culturalmente curiosos (Del Mármol & Santamarina, 2019). Por esta razão, a contribuição do património imaterial para o desenvolvimento do turismo criativo é uma necessidade premente para modelos que envolvam a salvaguarda do património e empreendimentos turísticos inovadores e orientados para a comunidade (UNESCO, 2022).

2 Problemática e Objetivos da Investigação

Apesar de ser reconhecido como tendo um grande valor, a maioria destes destinos ainda não utiliza o património imaterial para conceber produtos turísticos criativos (Qiu, Zuo, Zhang e 2022). Irónico (não intencional), pois muitas vezes as práticas intangíveis são dominadas por património material - monumentos, museus ou qualquer forma de arquitetura histórica. Como resultado, as expressões culturais vivas podem ser subvalorizadas e a interação significativa entre turistas e comunidades de acolhimento pode ser reduzida (García-Almeida, 2021). Além disso, nem todos os residentes locais têm a capacidade de participar ou controlar a interpretação e comercialização das tradições intangíveis pelas quais são responsáveis (Melis & Chambers, 2021).

Assim, o objetivo geral deste trabalho é:

Analisar o contributo do património cultural imaterial para o desenvolvimento do turismo criativo na região de Viseu, tendo em conta as motivações dos visitantes e as estratégias dos agentes locais.

Enquanto os *objetivos específicos* são:

Identificar as principais motivações dos turistas que procuram experiências criativas, centrando-se no que os leva a participar em atividades que envolvem o património imaterial.

Traçar o perfil dos “turistas criativos”, recolhendo dados sobre antecedentes demográficos, interesses e níveis de satisfação.

Compreender o planeamento atual, as táticas de marketing e as barreiras percebidas na mobilização do património imaterial.

Propor recomendações estratégicas para melhorar a gestão do património imaterial.

3 Lacunas de Investigação

Embora existam muitos estudos sobre a relação entre o património cultural e o turismo (OMT, 2019; UNESCO, 2003/2022), três lacunas específicas são encontradas na literatura. Em primeiro lugar, a investigação em estudos empíricos que tenta analisar formas quantitativas e qualitativas na avaliação da interação entre o património cultural imaterial e o turismo criativo (Ross et al., 2017) é ainda muito rara. Em segundo lugar, embora as práticas imateriais tenham sido recentemente manifestadas como cruciais para a marca do lugar e a identidade da comunidade (Bendix, 2018), há informações muito limitadas sobre a tradução da participação do turista em tais práticas com resultados comprovados, como o aumento da satisfação do visitante ou benefícios económicos ou culturais no destino. Em terceiro lugar, muitos estudos não contêm um quadro teórico que demonstre às comunidades locais lidar com as pressões modernas (como as pressões do mercado) sem comprometer ou comercializar as suas tradições (Alves 2018; Baixinho, 2020).

Em particular, as lacunas acima referidas são oportunas para Viseu, uma região portuguesa de média dimensão com uma abundância de recursos culturais imateriais que não foram totalmente incorporados no planeamento do turismo criativo. Assim, este estudo contribui para o conhecimento sobre como o património imaterial pode ser gerido para promover tanto o desenvolvimento sustentável dos destinos como o envolvimento cultural dinâmico dos viajantes e dos residentes locais, seguindo a linha exposta por Del Mármol & Santamarina, 2019; OMT, 2020.

Os resultados desta investigação prometem contribuições teóricas e práticas. Do lado académico, ajudarão no refinamento da base concetual do turismo criativo com o património imaterial como fator motivador. Na prática, os resultados podem informar a instância local de decisores políticos e gestores culturais na conceção de inovações turísticas mais abrangentes e versáteis que dimensionem a identificação local, mas que reajam à mudança dos pressupostos dos visitantes (Richards e Raymond, 2000; UNESCO, 2002).

4 Estrutura da Dissertação

A dissertação tem cinco capítulos estruturados e organizados de forma lógica. A introdução apresenta o contexto do tema, expõe o problema de investigação, descreve os objetivos e aponta as lacunas na literatura que justificam a necessidade do estudo. Segue-se a revisão da literatura, que define o quadro teórico, o desenvolvimento das políticas e gestão culturais, os conceitos e debates sobre o património cultural imaterial, a sua aplicação ao turismo e a sua ligação ao turismo criativo e ao desenvolvimento sustentável, levando à análise dos desafios envolvidos na gestão do património imaterial. O capítulo sobre metodologia contém o desenho da investigação, o paradigma quantitativo utilizado, a descrição da população e da amostra, os objetivos operacionais do estudo, a ferramenta de recolha de dados e os processos de análise estatística, bem como as considerações éticas subjacentes ao estudo. Segue-se a apresentação e análise dos resultados, onde é realizada uma análise fatorial exploratória e uma segmentação dos visitantes com base na análise de clusters. A discussão dos resultados explica as principais conclusões relativas ao quadro teórico. Por último, as Conclusões recapitulam as contribuições do estudo e oferecem implicações reais da investigação, limitações e orientações para investigações futuras.

1. REVISÃO DA LITERATURA

A Revisão da Literatura oferece o quadro teórico e conceptual no qual a investigação se baseia, indicando três eixos cruciais associados às políticas culturais, ao património cultural imaterial e ao turismo criativo. A primeira fase apresenta a alternativa da análise da mudança nos modelos de política e gestão cultural, com ênfase no papel do Estado, das instituições e das comunidades no processo de democratização da cultura e melhoria do património como ferramenta de desenvolvimento territorial.

Em seguida, aborda o termo património cultural imaterial e aprofunda o seu significado, natureza dinâmica e enraizamento na comunidade, bem como os principais argumentos para a sua proteção, autenticidade e mercantilização. Aborda também a relevância do património imaterial para o turismo e a forma como este pode criar experiências participativas, reforçar a identidade local e trazer vantagens socioeconómicas.

Posteriormente, o turismo criativo é discutido como um paradigma que se concentra na cocriação, participação ativa e desenvolvimento sustentável, e isso foi colocado no contexto da sustentabilidade económica, social e cultural.

Por último, a gestão do património cultural imaterial é considerada e o seu foco está na governança participativa, ferramentas jurídicas, capacitação e questões éticas em torno da sua incorporação nas estratégias de turismo.

1.1 Modelos de Políticas e Gestão Culturais

As políticas culturais podem ser interpretadas como um conjunto de intervenções do Estado, das instituições civis e dos grupos comunitários organizados para atender às necessidades culturais da população. Essa definição, segundo Canclini (2001), indica que há ações intencionais de diferentes atores para a criação e o apoio à vida cultural. Essas políticas ajudam a lidar com os artistas e a criação artística; elas permitem a democratização da cultura. Na prática, as políticas culturais asseguram a manutenção do património histórico, natural e cultural, financiando a realização de atividades e promovendo a criação.

De facto, as políticas culturais são relativamente recentes em Portugal, mas têm evoluído consideravelmente e o município de Santa Maria da Feira serve de exemplo indicativo da evolução temporal destas matérias (Costa, A. F., 1997; Pinto, 1994; Santos, 1998).

É necessário regressar aos inícios do século XX para compreender o percurso das políticas culturais em Portugal. O reinado de D. Manuel II foi interrompido em 1910 com a queda da monarquia, numa altura em que a política portuguesa era notoriamente instável. Em 1911, surgiu a Primeira República, um ano depois, acompanhada de uma Constituição Republicana que tinha como objetivo a modernização do país. No entanto, o regime do Estado Novo, baseado no golpe militar de 1926, foi o palco onde começaram a surgir políticas culturais rudimentares. No entanto, no início, as primeiras medidas consistiam em tirar partido das expressões culturais para promover um conjunto de ideias nacionalistas e obter uma boa imagem do governo (Costa, 2023; Dubois, 1999; Santos, 2004).

Em 1933, foi criado o Secretariado de Propaganda Nacional (SPN). Este organismo estava encarregue de difundir a propaganda política, mas com o tempo alargou a sua área de atividade às questões da cultura. Em 1944, o SPN passou a chamar-se Secretariado Nacional de Informação (Cultura Popular e Turismo) (SNI). O jornal centrava-se sobretudo em eventos e instituições culturais através dos quais se projetava uma visão específica da identidade portuguesa, correlacionada com tradições folclóricas e grandes eventos públicos. Uma das mais importantes exposições da época foi a Feira Popular de Lisboa, organizada em 1953, com mostras de aspetos da vida quotidiana portuguesa e a sua tentativa de promover a identidade coletiva (Costa, 2023; Greffe, 1999).

No final da década de 60, a mudança de regime parecia estar próxima. Em 1968, depois de um longo período no poder, António de Oliveira Salazar abandona o cargo, marcando o início de um novo capítulo conhecido como a “primavera Marcelista”, durante o qual a expressão cultural começou a beneficiar de algumas restrições oficiais. No início da década de 70, o turismo continua a crescer e a sua importância é cada vez mais acentuada.

Na tentativa de transformar o SNI num organismo vocacionado para o turismo de massas, foram afetados recursos à captação de visitantes estrangeiros.

No entanto, as infra-estruturas culturais foram, de certa forma, transferidas parcialmente para a FNAT (atual Fundação Inatel) e para o Ministério da Educação, tornando mais fragmentados os processos de gestão da cultura (Costa, 2023; Lopes, 2000).

Especialmente na área da história cultural, a Revolução dos Cravos foi um dos pontos de viragem mais significativos na história de Portugal em 1974. Esta mudou politicamente a sua Constituição e, com isso, impôs uma mudança que inseriu explicitamente na sua Constituição a participação social e a proteção do património cultural. O artigo 9.º da Constituição Portuguesa, estabeleceu as bases para a proteção dos bens culturais e determinou, em conformidade com a obrigação decorrente do artigo 1.º: “Todos têm direito à educação e à cultura” (Portuguesa, 2019), que o Estado tem a obrigação de assegurar os meios adequados. As alterações constitucionais abriram caminho para políticas culturais mais inclusivas e sistemáticas e reafirmaram os direitos culturais como parte da agenda nacional (Costa, 2023; Lopes, 2003).

Com a adesão à Comunidade Económica Europeia (mais tarde União Europeia) em 1986, Portugal passou a participar em atividades culturais e de desenvolvimento mais vastas, como a participação em projetos multinacionais como a Europália em 1991. Desde 1994, Lisboa é a Capital Europeia da Cultura (CEC) e todas as cidades portuguesas realizam grandes eventos culturais. O Ministério da Cultura foi criado pelo Partido Socialista dois anos mais tarde, em 1996. O objetivo era reorganizar o sector cultural e descentralizar os espaços culturais, que no passado se concentravam nas principais cidades portuguesas, Lisboa e Porto. As infra-estruturas culturais deviam ser alargadas a outras regiões e a participação cultural devia ser estimulada localmente (Costa, 2023; Crane et al., 2002).

No que respeita a Lisboa, 1998 foi um momento crucial na configuração da Expo 98. As transformações urbanas da capital e a elevação da cultura portuguesa ao plano internacional são o resultado desta exposição. Em 2000, o Programa Operacional da Cultura foi implementado para apoiar estes artistas e agentes culturais através de um processo de investimento em infra-estruturas, formação e financiamento de projetos. O programa trouxe a implicação da utilização das novas tecnologias nos espaços culturais e a formação de públicos mais alargados e capacitados para os eventos culturais (Costa, 2023; Pratley, 1995).

O Porto foi Capital Europeia da Cultura em 2001, o que resultou em iniciativas de renovação e construção em grande escala para a vida cultural da cidade. Nesse ano, o anterior Instituto Português do Património Arquitectónico (IPPAR) foi transformado na Direção-Geral do Património Cultural (DGPC). Além disso, a Lei 107/2001, Lei de Bases do Património Cultural, estabeleceu as bases para a proteção do património cultural em uso e para a afirmação das regras de proteção dos elementos culturais tangíveis e intangíveis (Costa, 2023; Dubois, 1999).

Em 2011, o Fado, considerado uma forma única de música portuguesa, foi inscrito pela UNESCO na Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade, o que constituiu mais uma prova do reconhecimento internacional das políticas culturais portuguesas. No ano seguinte, Guimarães foi Capital Europeia da Cultura, demonstrando a sólida aposta do país na cultura como parte integrante das estratégias de desenvolvimento. Por último, mas não menos importante, gostaríamos de mencionar os recentes esforços de Portugal para alargar as práticas e infra-estruturas culturais, bem como a identidade em várias regiões de Portugal, através da nomeação de Évora como candidata a Capital Europeia da Cultura 2027 (Costa, 2023; Greffe, 1999).

Em conjunto, estes marcos chamam a atenção para uma tendência progressiva em termos de democratização da cultura e para a codificação das políticas culturais como um item essencial nas estratégias de desenvolvimento nacional e local. As primeiras medidas tomadas durante o regime autoritário não passavam de propaganda básica limitada ou de eventos simbólicos, ao passo que a Constituição pós-revolucionária, em combinação com a integração europeia, alargou o âmbito e o peso da política cultural. A crescente consciência do Estado de que a cultura é crucial para a coesão social, o crescimento económico e a visibilidade no exterior reflete-se em iniciativas governamentais como a criação de um Ministério da Cultura específico e a utilização de uma Capital Cultural como alavanca de exposição internacional (Lopes, 2003; Pinto, 1994).

Hoje, nas políticas culturais contemporâneas em Portugal observamos que a preservação, a criação, a inclusão e a inovação são os quadros fundamentais para um desenvolvimento cultural sustentável, inclusivo e mais matizado e assente numa comunidade. Em suma, as políticas culturais em Portugal seguiram uma parábola de padrões de ação restritos e propagandísticos para práticas mais extensivas e orientadas para o cidadão.

Atualmente, pretendem preservar o património, incentivar as artes contemporâneas, apoiar os agentes culturais e fomentar a vida cultural de forma inclusiva (Crane et al., 2002; Santos, 1998).

1.2 Património Cultural Imaterial: Conceitos e Definições

Por património cultural imaterial entende-se as expressões vivas, os conhecimentos e as competências de uma comunidade ou grupo associados à sua cultura, identidade, práticas e expressões e tal como praticados ou realizados por essa comunidade ou grupo (Steffensen, 2024). Em 2003, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) formalizou o conceito criado através da inclusão de uma Convenção de 2003 para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (PCI) que fornece um quadro para a compreensão e proteção do património imaterial. A UNESCO (2024) define o PCI como tradições orais, artes performativas, práticas sociais, rituais, eventos festivos e conhecimentos relativos à natureza e ao universo, bem como o artesanato tradicional. O PCI é um fenómeno fluido, dinâmico e vivo, em comparação com o património tangível - sob a forma de monumentos, edifícios e artefactos. As expressões culturais intangíveis adaptam-se às suas comunidades, criando assim um sentido e uma continuidade de identidade e continuidade (UNESCO, 2024).

A identidade cultural desempenha um papel central no património imaterial visto que as comunidades fazem circular canções, danças e rituais como expressões culturais, juntamente com um sentimento de pertença e uma consciência histórica (UNESCO, 2008). O património tangível pode ser preservado em museus e locais de conservação, enquanto o património cultural imaterial sempre viveu nas próprias pessoas, como por exemplo, a preparação de refeições tradicionais ou a execução de danças rituais são algumas das práticas e da participação durante as quais se manifesta (Steffensen, 2024). Uma vez que as expressões intangíveis estão tão enraizadas na vida quotidiana das comunidades, os esforços de salvaguarda devem identificar e desenvolver estratégias para sustentar os processos de transmissão e os seus contextos contenciosos de florescimento (Steffensen, 2024).

De um ponto de vista concetual, a questão do património imaterial consiste em duas dimensões interrelacionadas, que são a continuidade e a criatividade (Kim et al., 2019).

A continuidade mostra a linha histórica das expressões e prova que as tradições evoluem, mas não a sua essência. Em conjunto, o pensamento criativo e o PCI enfatizam os aspetos vivos e adaptativos do PCI e, em particular, apontam para a capacidade das comunidades de inovar enquanto mantêm processos culturais paralelos. Estas duas dimensões coexistem frequentemente. Por exemplo, é possível que uma dança tradicional tenha mantido as estruturas rítmicas fundamentais, ao mesmo tempo que adiciona novas composições coreográficas, de acordo com os novos ambientes sociais e culturais. Assim, o património imaterial não pode ser idealizado como imutável e intocado pela modernidade, mas sim reconhecido como um esquema em desenvolvimento da variação cultural (Kim et al., 2019).

Os académicos têm debatido o significado da definição da UNESCO e a forma de salvaguardar as formas intangíveis, e se isso deve ser feito à cabeça de alfinetes ou à porta fechada. Kirshenblatt-Gimblett (2014) afirma ainda que o ato de “preservar” o património imaterial ameaça constantemente encerrar o que deveria ser um processo flexível e orgânico. Da mesma forma, o património imaterial pode ser capturado e mercantilizado para fins turísticos ou económicos (Yuan et al., 2022). Utilizando o património imaterial como um conceito mais amplo, estes académicos argumentam que a preservação do património imaterial exige a participação da comunidade local num contexto em que os próprios membros da comunidade têm a opção de decidir o que conservar, a forma como deve ser praticado e como apresentar aos estranhos.

A segunda grande contribuição concetual reside na proposta do papel do património imaterial na construção de uma ponte entre as culturas. Como o património imaterial tende a incluir rituais comuns, performances e atividades participativas, também oferece espaço para a superação de diferenças culturais (Barrio et al., 2012). Por exemplo, os festivais multiculturais que são celebrados para comemorar a dança, a música e as habilidades de várias tradições podem augurar grande empatia, respeito e intercâmbio cultural entre diversos grupos populacionais. Estes eventos apontam para o facto de o património imaterial não ser apenas um sinal de identidade cultural, mas também um meio para os grupos representarem e negociarem a diferença.

Uma fonte frequente de confusão pode ser entre o património cultural imaterial e outros termos que podem ser utilizados para descrever o conceito, nomeadamente “património vivo” ou “cultura popular”.

De facto, estes conceitos sobrepõem-se, no entanto, na definição de património cultural imaterial da UNESCO, o património tem uma estrutura mais formal que tem em consideração o envolvimento da comunidade na definição e identificação do património que possuem (UNESCO, 2024a). O aspeto ético da proteção do PCI: os investigadores externos, os responsáveis políticos ou os promotores do turismo não podem decidir unilateralmente quais as tradições que são importantes; isso deve ser decidido por esta perspetiva orientada para a comunidade. No entanto, desta vez, deve ser liderada pelas comunidades locais. Ao longo do processo de nomeação de bens para a Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO, é possível ver como esta abordagem está presente, como a participação e o consentimento da comunidade (UNESCO, 2024a).

Além disso, o património imaterial funciona também num contexto cultural, social e económico mais vasto. De forma complexa, a tecelagem, a medicina tradicional ou uma das artes performativas podem ser uma forma de expressão cultural e uma fonte de rendimento (Cerquetti et al., 2022). Esta dupla funcionalidade sugere que a proteção implica políticas multisectoriais que proporcionem um bem-estar cultural vibrante e socioeconómico. Por exemplo, o apoio aos artesãos tradicionais pode ser feito dando-lhes formação sobre como aplicar o marketing no digital para tornar o seu artesanato viável no mercado atual (Chauhan, 2025). Ao alinhar os intangíveis com as ferramentas e os meios modernos, o património imaterial pode alcançar uma sinergia com os meios modernos, garantindo assim a sua relevância para as jovens gerações e, conseqüentemente, ajudando na sustentabilidade cultural.

O desafio mais premente da definição de património imaterial é a sua suscetibilidade à globalização. Nesta situação, haverá uma maior concentração em produtos culturais homogêneos em detrimento das práticas locais, à medida que as sociedades se tornam cada vez mais interrelacionadas. Os meios digitais podem alargar as oportunidades de documentação e partilha, mas também enfraquecem o contexto local que é vital para o significado do património imaterial (Qiu et al., 2022). Para fazer face a estes riscos, a UNESCO propôs uma abordagem baseada no respeito pela diversidade cultural e no envolvimento dos profissionais. A documentação é um dos aspetos incluídos, mas, mais importante ainda, diz respeito a um reforço dos processos de transmissão (UNESCO, 2021): ensinar as gerações mais novas através de programas de tutoria, festivais locais e iniciativas destinadas a reforçar as capacidades.

Ultimamente, as partes etéreas da preservação do património cultural imaterial são contempladas pela participação académica nas dimensões éticas da salvaguarda do património cultural imaterial (Ubertazzi, 2022). As expressões intangíveis carecem geralmente de estruturas formais de “propriedade” e as partes externas podem facilmente manipulá-las comercialmente sem qualquer benefício para a comunidade. Em contextos orientados para o turismo, por exemplo, nos afluentes fluviais de uma dança tradicional, esta pode ser representada em hotéis ou estâncias turísticas como sendo ostensivamente dançada por uma companhia de dança profissional, com pouca ou nenhuma participação dos praticantes originais. Assim, desenvolveram-se novos quadros que tentam proteger os direitos coletivos, garantir retornos económicos justos para as comunidades e preservar a autenticidade das práticas culturais intangíveis (Bhattacharya, 2020).

Os fundamentos conceptuais do património imaterial, no seu conjunto, colocam a ênfase no facto de ser dinâmico, baseado na comunidade e formador de identidade. Devido às definições da UNESCO, a importância destas expressões intangíveis é agora reconhecida à escala global, mas isso também levantou um vespeiro de debates sobre, entre outras coisas, a mercantilização, a preservação vs. evolução, os direitos da comunidade, etc. Esta vitalidade do património imaterial assenta na prática contínua - eles precisam de mais do que serem documentados: é necessária uma estratégia sensível ao contexto, uma participação sólida da comunidade e um enquadramento ético. Estes conceitos serão particularmente abordados na subsecção seguinte (2.2.1), onde se explicam as oportunidades e desafios do património imaterial quando desenvolvido como atividades relacionadas com o turismo.

1.3. A Importância do Património Imaterial para o Turismo

O turismo sempre foi considerado como um intercâmbio cultural, uma valorização do património e um desenvolvimento económico. Anteriormente, o turismo patrimonial referia-se principalmente à visita a monumentos, locais históricos e museus como tipos de património tangível. No entanto, nas últimas duas décadas, o património cultural imaterial passou a estar no centro do turismo quando permite encontros altamente imersivos, experienciais e interativos (Jack, 2022).

Este facto enquadra-se no interesse crescente dos viajantes em experiências culturais participativas, nas quais os turistas não querem apenas ver, mas querem participar nas tradições, artesanato e rituais locais. Por conseguinte, o património imaterial tornou-se um fator importante para o turismo, uma vez que pode ser entendido como uma vantagem competitiva única para os destinos turísticos que podem apresentar narrativas culturais autênticas (Qiu et al., 2022).

A este respeito, por exemplo, os turistas aprendem a tecer cestos tradicionais sob a tutela de artesãos locais, ou reúnem-se em benefício de um festival regional, para conhecerem melhor a vida da comunidade (Esichaikul & Chansawang, 2022). Todos estes elementos participativos vão para além da forma habitual de turismo que normalmente pensamos como viajar e ver, antes fomentam um sentido de ligação pessoal e uma melhor compreensão da cultura. Jimura (2023) refere que esses modelos têm taxas mais elevadas de satisfação dos visitantes, bem como de visitantes repetidos, porque correspondem a um movimento contemporâneo mais amplo “em direção a economias de experiência”, em que os consumidores valorizam encontros únicos e autênticos.

Além disso, o turismo do património imaterial pode incentivar o diálogo entre culturas e o respeito pelo outro. Nos seus próprios termos, as comunidades locais envolvem-se com os turistas para aprender as suas cozinhas regionais, ouvir as suas histórias orais e observar as cerimónias tradicionais e os turistas são, de facto, participantes ativos no intercâmbio cultural e não espectadores passivos (Castanho et al., 2023). Através deste intercâmbio, os estereótipos podem ser atenuados, a empatia pode ser fomentada e pode ser despertada uma maior curiosidade pela diversidade cultural global. Além disso, permitem recolher e interpretar as suas próprias expressões culturais para os visitantes e criar locais de compreensão e respeito partilhados. Com uma gestão adequada, estes encontros baseados no turismo podem tornar-se agentes importantes para expandir o diálogo intercomunitário, se não mesmo para expandir a consciência cultural (Castanho et al., 2023).

A outra razão fundamental para a importância do património imaterial no turismo é o desenvolvimento económico. Os ativos representados pelos recursos culturais são significativos em muitas áreas, particularmente quando há muito poucas bases industriais. Os festivais de música tradicional, os eventos de dança e os workshops de criação de artesanato podem gerar trabalho e rendimentos, mantendo a identidade local (Zhang et al., 2021).

A procura impulsionada pelo turismo pode beneficiar os membros da comunidade, desde os mais velhos, que transmitem as tradições orais, até aos empresários que vendem produtos culturais. Estas receitas contribuiriam para a continuidade cultural, pagando o ensino e a aprendizagem destas práticas. Para dar um exemplo específico, em algumas zonas rurais, o turismo cultural tem sido uma iniciativa que tem evitado a migração de quotas através do emprego de jovens locais num papel significativo ligado ao seu património (Chauhan, 2025).

No entanto, o património imaterial e o turismo não são irmãs sem problemas. A mercantilização da expressão cultural é uma preocupação aguda, uma vez que o seu valor funcional não existe para além dos limites do próspero mercado turístico (Barrio et al., 2012). As apresentações superficiais ou encenadas que se conformam com as conceções de diversão e património do público externo podem ser o resultado de tais pressões comerciais, que podem levar os praticantes a modificar o desempenho ou uma tradição para se conformarem com o que é entendido como o gosto dos turistas. Com o passar do tempo, a autenticidade e a integridade das expressões culturais imateriais serão gradualmente corroídas. Além disso, se as comunidades locais não tiverem controlo sobre as decisões, as receitas do turismo podem deixar de ir para elas e passar a ir para operadores turísticos ou agências externas, enriquecendo assim estas últimas à custa de quem preserva as tradições (Bhattacharya, 2020).

Finalmente, o património imaterial está sujeito a outra questão - a sua sustentabilidade. Os festivais estão associados a um elevado número de visitantes, o que pode provocar tensões nas estruturas sociais, perturbar as rotinas da comunidade e a subsequente sobrelotação (Qiu et al., 2022). Uma vez que as expressões culturais são industrializadas e colocadas na produção turística em massa, pagam um preço pela sua relação íntima com a identidade local. Além disso, um ritual anual de pequena escala realizado pelos membros por motivos espirituais pode tornar-se num ritual de grande escala repetido mais de vinte vezes por semana para satisfazer necessidades turísticas, perdendo o seu contexto cultural. Tal como o património imaterial, o bem-estar da comunidade com o qual o património imaterial se relaciona está profundamente ligado aos esforços e políticas de salvaguarda que devem limitar a comercialização excessiva e que devem capacitar os residentes locais para exercerem a sua influência não só sobre quando e como as expressões culturais imateriais são partilhadas, mas também sobre formas consistentes com o significado, os valores e a estética locais e que sustentem toda a gama de expressões do património imaterial local (Qiu et al., 2022).

Com estas potenciais armadilhas, o património imaterial tem muitas potencialidades e pode fazer parte de uma motivação turística responsável, baseada na comunidade. Por conseguinte, muitos destinos adotaram um modelo de “turismo lento” (Cerquetti et al., 2022), que promove estadias mais longas e um envolvimento mais profundo com a cultura do destino anfitrião. Nesta abordagem, os visitantes aprendem sobre práticas ambientais tradicionais, artesanato ancestral, etc., rituais comunitários num ritmo lento, mais ou menos deliberado, de modo a evitar a mercantilização e a afirmar uma interação respeitosa. Estes elementos do património imaterial apresentados aos turistas podem ser orientados pelos valores da comunidade em termos da forma como são apresentados, recomendando às autoridades e organizações locais que desenvolvam regras e orientações que facilitem e salvaguardem os valores da comunidade na apresentação do património imaterial aos turistas e que não prejudiquem as partes sagradas ou privadas das expressões culturais. Estes modelos de turismo podem sustentar a autenticidade na combinação de profissionais no processo de planeamento para gerar rendimentos (Cerquetti et al., 2022).

Estudos de casos recentes sugerem como o património imaterial motiva um género de turismo viável. Por exemplo, a integração de plataformas digitais para a transmissão de espetáculos de dança e teatro tradicionais em festivais do património imaterial em partes do Sudeste Asiático para uma audiência internacional (Kirshenblatt-Gimblett, 2014). Este modelo híbrido rentabiliza os espetáculos sem alterar o significado cultural central, tal como é conhecido na comunidade local do festival, mas na Internet através da venda de bilhetes em linha. Noutras ocasiões, os museus vivos baseados no património imaterial permitem aos visitantes observar a vida quotidiana de uma aldeia e aprender técnicas agrícolas, folclore e técnicas de artesanato com os membros da comunidade (Yuan et al., 2022). Estes esforços não só geram emprego, como também acrescentam orgulho local e transmissão cultural, uma vez que as gerações mais jovens testemunham que os habitantes locais continuam a cuidar do seu património, ao mesmo tempo que estas iniciativas podem ser economicamente viáveis.

Outra vantagem importante do turismo do património imaterial é que ajuda a criar e a marcar um lugar. O mercado global do turismo está saturado e muitas vezes é difícil para os destinos oferecerem características distintivas que os possam distinguir. Por exemplo, o PCI, como uma técnica especial de tecelagem, uma dança cerimonial ou uma tradição culinária, pode tornar um lugar único (Kim et al., 2019).

Por exemplo, a cultura gastronómica de uma região específica pode ser adicionada à Lista Representativa de PCI da UNESCO, inspirando a multidão de amantes do turismo a viajar para lá, simplesmente para provar comida pessoal. Isto tem o efeito de elevar o perfil do destino e pode, por sua vez, gerar efeitos de rede que impulsionam a criação de empreendimentos comerciais e relações entre hotéis, restaurantes e outras empresas locais relacionadas com a oferta de uma experiência cultural alargada. Estas partes interessadas têm uma sinergia que lhes permite forjar uma parceria inovadora que traz mais riqueza à experiência turística (Kim et al., 2019).

Os atuais enquadramentos políticos do turismo do património imaterial estão a ser desenvolvidos para o explorar. Os módulos do “Programa de Reforço de Capacidades para a Salvaguarda Eficaz do Património Cultural Imaterial” da UNESCO incluem o desenvolvimento do turismo de base comunitária (UNESCO, 2023). Trata-se de programas que formam as comunidades locais na documentação, apresentação e gestão do seu património imaterial de uma forma sustentável e compatível com os princípios do turismo. As rotas de culto promovidas pelos organismos regionais, como a Comissão Europeia, centram-se noutras práticas intangíveis, incluindo a produção de vinho, as danças folclóricas ou a tecelagem têxtil (Jimura, 2023). As rotas temáticas centram-se nas muitas faces do património imaterial espalhadas por vários destinos, evitando assim que o turismo patrimonial se centre apenas num local icónico, mas diluindo-se pelas comunidades.

4. Turismo Criativo e Desenvolvimento Sustentável

Parte da viragem criativa mais ampla no turismo é sentida de forma bastante aguda entre os académicos no início da década de 2000 e nos primeiros anos do novo século, o turismo criativo (Reinhold et al., 2019) deve ser sobre viagens participativas e experienciais, através das quais os visitantes conhecem fisicamente um lugar e a sua cultura através de workshops, cursos e oportunidades de cocriação. O turismo criativo não tem aquele consumo passivo que pode ser criticado no turismo convencional, enquanto se baseia em interações com a população local, competências e tradições estreitamente alinhadas com os princípios e valores do património cultural imaterial.

Na prática, podem ser aulas de culinária, aulas de dança, workshops de artesanato, programas de imersão linguística, etc., que permitem aos turistas tornarem-se “participantes” culturais (e não apenas “espectadores”) (Zhang et al., 2021).

O potencial do turismo criativo para promover o desenvolvimento sustentável da comunidade de acolhimento é uma das características que o definem. Um turismo criativo pode atenuar alguns dos desequilíbrios criados pelo turismo de massas em grande escala, ou pelo menos em parte, proporcionando vantagens económicas a nível das bases, através de pequenas empresas, artesãos e organizações comunitárias (Remoaldo & Ribeiro, 2022). Nas regiões ricas em artes e ofícios, existe uma forma de turismo baseada na criatividade, que oferece aos artesãos a oportunidade de utilizarem as suas capacidades criativas para explorar este mercado, vendendo diretamente aos visitantes produtos feitos à mão ou simplesmente ensinando-os. O envolvimento direto oferece estruturas de compensação justas, transparência de preços e mais laços sociais entre anfitriões e visitantes (Barrio et al., 2012).

Além disso, o turismo criativo pode apoiar a resiliência cultural, demonstrando elementos do património imaterial em potencial declínio (Esichaikul & Chansawang, 2022). No entanto, os profissionais que desenvolvem ofertas de turismo criativo baseadas em tais formas culturalmente incorporadas de dança ou narração de histórias têm incentivos económicos e um reconhecimento mais amplo que aumenta a probabilidade de continuação e de transmissão destas expressões culturais. Isto vai ao encontro da opinião da UNESCO de que a salvaguarda do património imaterial requer contextos vivos nos quais as tradições possam evoluir (UNESCO, 2008). Por essa razão, por sua vez, o turismo criativo não gera apenas renda, mas gera também, a transmissão intergeracional de saberes e práticas.

A cocriação é parte integrante do turismo criativo. Enquanto os turistas não se limitam a “comprar” uma “experiência”, os turistas trabalham com especialistas locais e com os residentes e as comunidades que construíram, e que continuam a construir, os produtos culturais (Qiu et al., 2022). Pode tratar-se de um processo em que os turistas aprendem um bordado tradicional ou um pequeno espetáculo com grupos de teatro baseados na comunidade, ao mesmo tempo que desenvolvem o seu talento artístico.

Estas dinâmicas co criativas no turismo alteram o equilíbrio de poder entre “anfitrião” e “hóspede” e estabelecem parcerias. Carvalho et al. (2021) argumentam que estas dinâmicas de cocriação criam uma maior satisfação do visitante e o intercâmbio cultural assenta na reciprocidade e no respeito baseados na cocriação.

Na perspetiva da sustentabilidade, o turismo criativo está em sintonia com *o triple bottom line*, ou seja, a per-viabilidade económica, a integridade ambiental e a equidade social (Castanho et al., 2023). Do ponto de vista económico, a ênfase em pequenas empresas de comercialização local leva a que os benefícios financeiros sejam distribuídos por um maior número de pessoas da população local. Muitas experiências de turismo criativo, como o fabrico de cerâmica, a tecelagem ou os ensaios de dança, são mais respeitadoras do ambiente do que os grandes complexos turísticos ou outros métodos de turismo que são invasivos (Remoaldo & Ribeiro, 2022). Normalmente, também fazem uso de materiais locais, utilizam espaços comunitários existentes e mantêm coisas como o conhecimento ecológico tradicional, como práticas de subtração de matérias-primas na produção de artesanato.

Socialmente, o turismo criativo promove a compreensão intercultural e o orgulho comunitário. Uma diferença fundamental em relação a alguns tipos de modelos de turismo que tentam distanciar as populações locais dos seus bens culturais, o turismo criativo requer normalmente um dar e receber com os habitantes locais, funcionando, por exemplo, como líderes ou facilitadores de workshops (Jimura, 2023). Este envolvimento ativo alimenta um sentido de propriedade que dá poder à pessoa. Finalmente, quando as comunidades locais combinam esforços para comercializar e apresentar o seu património imaterial através de meios inventivos, podem reformular a forma como as pessoas fora da sua comunidade pensam sobre a sua identidade, alterar conceitos errados e moldar a distinção cultural. Particularmente para as comunidades marginalizadas, esta capacitação é importante porque muitas destas comunidades não têm muitas oportunidades para além do turismo convencional (Yuan et al., 2022).

No entanto, os desafios persistem. O primeiro é que garantir a autenticidade da oferta de turismo criativo é muito complicado. À medida que passam de elementos do património imaterial para o mercado do turismo, tornam-se ou ficam sujeitos a influências externas ou são adaptados para satisfazer as expectativas dos turistas (Yuan et al., 2022).

A adaptação das tradições a novos contextos decorre do delicado equilíbrio que pode resultar em tensão entre os membros da comunidade sobre os temperamentos a que algumas tradições se devem adaptar. As inovações que abrem a porta da expressão cultural a um público mais vasto podem ser bem acolhidas por alguns, mas rejeitadas por outros, que as veem como uma degeneração da cultura. Para atenuar esta tensão, as iniciativas eficazes de turismo criativo envolvem profissionais culturais altamente respeitados na conceção de visitas guiadas, a fim de manter a integridade das modificações em relação aos valores da comunidade (Ubertazzi, 2022).

O alcance e a promoção do mercado são o segundo desafio. Os produtos de nicho do turismo criativo tendem a ser produtos que atendem a uma clientela mais pequena e especializada. Este posicionamento de nicho pode facilitar um envolvimento mais profundo, mas, ao mesmo tempo, pode impedir a escala dos benefícios económicos (Qiu et al., 2022). Por outro lado, o marketing de experiências baseadas no património imaterial depende dos esforços de storytelling e de construção de marca que contam uma história com carácter distintivo relativamente a um determinado local. Além disso, em vários casos, as comunidades locais ou os pequenos empresários podem ter recursos e conhecimentos limitados em termos de sugestão e promoção da sua oferta de produtos, pelo que dependem de parceiros, desde agências de viagens a organismos governamentais ou ONG (Chauhan, 2025). E estas parcerias não podem ser mal geridas, uma vez que a partilha de lucros continuará a ser equitativa e a cultura poderá ser orientada e controlada.

A criatividade no turismo continua a integrar cada vez mais a tecnologia digital no marketing e na experiência do produto em si, quer se trate de tecnologia utilizada para tornar a experiência turística mais disponível no terreno digital da comunicação, quer tenha impacto nas escolhas tecnológicas ou no hardware dentro do próprio produto turístico (Bhattacharya, 2020). Os artesãos da comunidade podem utilizar as plataformas dos meios de comunicação social para expor os seus workshops ou aulas ao mundo e atrair os hóspedes com um interesse específico na imersão cultural. Ao mesmo tempo, as aplicações de realidade aumentada ou realidade virtual podem permitir que os turistas visualizem experiências ou façam parte delas remotamente. Apesar do potencial destas ferramentas tecnológicas para proporcionar oportunidades de turismo criativo, podem também encorajar a mudança em relação ao património imaterial participativo, proporcionando às pessoas encontros em reinos que já não são físicos e retirando-lhes assim as oportunidades de ver e ser visto.

O equilíbrio entre o envolvimento virtual e a preservação da experiência de incorporação do património é uma questão delicada que tem de ser considerada para o desenvolvimento futuro (Bhattacharya, 2020).

Na realidade, as iniciativas de turismo criativo só são bem-sucedidas através de parcerias entre governos locais, líderes comunitários, instituições culturais, o sector privado e outros intervenientes. Por um lado, está a “Rede de Cidades Criativas” criada pela UNESCO, que visa fomentar a cooperação entre cidades que participam na promoção da criatividade como um objeto de desenvolvimento sustentável (UNESCO, 2024a). As cidades membros capitalizam o património imaterial para aumentar o desenvolvimento económico local, concentrando-se no património imaterial nas áreas do artesanato e da arte popular, da música, da gastronomia ou da literatura. O que estas cidades fazem é partilhar conhecimentos e boas práticas, uma vez que são pioneiras em políticas que incentivam o investimento em infraestruturas culturais, a formação de artesãos e o marketing baseado na autenticidade e no envolvimento da comunidade (UNESCO, 2024a).

Paralelamente, o turismo criativo é agora rotineiramente citado para cumprir os objetivos de desenvolvimento sustentável como o trabalho digno, o crescimento económico, a redução das desigualdades e a proteção do património humano e do ambiente. Por exemplo, o ODS 8, relativo ao crescimento económico inclusivo e sustentável, reflete o objetivo do turismo criativo de apoiar o rendimento justo dos artesãos locais e a prática cultural. O turismo criativo encaixa-se perfeitamente no ODS 11, um dos dezassete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, especificamente concebido para tornar as cidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis. A integração do património imaterial nos espaços urbanos pode proporcionar a tão necessária atração cultural dos espaços urbanos, bem como reforçar a coesão social e o sentido de lugar - o património imaterial das cidades (Nações Unidas, 2015).

Por exemplo, embora alguns críticos tenham advertido que a tendência para classificar o turismo como “criativo” ou “sustentável” não deve ser reduzida a uma mera estratégia de marketing, na ausência de desequilíbrios de poder adequados, essa abordagem pode, de facto, ser apenas um truque (Barrio et al., 2012). Para que o turismo criativo promova o desenvolvimento sustentável em vez de ajudar o turismo, as expressões culturais devem permanecer no domínio das comunidades locais e devem receber benefícios (económicos) justos.

Por outras palavras, isto requer contratos transparentes, planeamento participativo e desenvolvimento de capacidades a longo prazo. As políticas governamentais também são importantes, uma vez que os direitos de propriedade intelectual devem proteger os artesãos ou profissionais locais para que não sejam explorados por empresas estrangeiras que tiram partido dos seus conhecimentos (Ubertazzi, 2022).

Um terceiro pilar do turismo criativo para o desenvolvimento sustentável inclui a formação e a educação. Os agentes culturais rurais ou carenciados necessitam frequentemente de formação em gestão empresarial, marketing digital e competências linguísticas para se envolverem com os turistas (Remoaldo & Ribeiro, 2022). Por outro lado, os visitantes podem também necessitar de orientação antes da partida para ajustarem o seu comportamento de forma culturalmente adequada quando participam em workshops criativos. Com esta dupla abordagem, cultiva-se o respeito mútuo e diminuem-se as hipódissertações de mal-entendidos que podem arruinar as relações entre a comunidade e os turistas. Isto pode implicar que os governos e as ONG trabalhem em conjunto para criar e financiar esses programas de formação e, assim, transformar o turismo criativo num plano a longo prazo e não fugaz (Remoaldo & Ribeiro, 2022).

Se houver uma consciência global sobre o turismo responsável, então este tipo de turismo progredirá. Os viajantes pós-pandemia procuram agora algum significado, ligação humana e experiência imersiva quando decidem onde ir (Carvalho et al., 2021). Estes desejos estão a ser satisfeitos pelo património imaterial, uma vez que este proporciona uma narrativa e competências únicas que não podem ser reproduzidas noutros locais. Há destinos que adotaram com sucesso o turismo criativo como parte da sua agenda de sustentabilidade e, por conseguinte, conseguiram diversificar a sua base de receitas através do turismo criativo, preservar o património cultural e aumentar a coesão social (Carvalho et al., 2021).

Em última análise, é esta capacidade do turismo criativo para planear o património imaterial com o bem-estar da comunidade, o potencial económico e a gestão ambiental que torna o turismo criativo mais suscetível de promover o desenvolvimento sustentável. À medida que as comunidades e os seus portadores tradicionais numa área têm o poder de orientar o tipo de ofertas para o turismo, enraíza-se um intercâmbio recíproco de diferentes tipos, em que os turistas obtêm experiências transformadoras enquanto as comunidades locais se regeneram e festejam as suas expressões culturais.

Esta sinergia abre a possibilidade de efeitos multiplicadores positivos a partir da preservação das línguas locais, da promoção do orgulho nas práticas ancestrais e da galvanização dos jovens no envolvimento com o seu património. No entanto, para que estes efeitos sejam evitados, é necessário um planeamento muito cuidadoso, uma supervisão ética e uma colaboração contínua com um vasto leque de partes interessadas. Se estas condições forem cumpridas, o turismo criativo poderá passar para um caminho saudável que encoraje o turismo sustentável, mas ainda mais significativamente as comunidades sustentáveis.

1.5. Gestão do Património Cultural Imaterial

A gestão do património cultural imaterial (PCI) está a tornar-se um problema cada vez mais complexo, que deve ser resolvido com uma abordagem policêntrica e holística, integrando o quadro jurídico, a participação da comunidade, o reforço das capacidades e a argumentação ética. O Arquiteto da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial da UNESCO, de 2003, estabeleceu abordagens nacionais e regionais, apelando aos signatários para que averiguassem e documentassem o armazenamento de património e assegurassem a sua transmissão, juntamente com a inclusão de profissionais na tomada de decisões (UNESCO, 2024). A preservação não é suficiente sem uma gestão eficaz, deve preocupar-se com o facto de o PCI ser dinâmico e continuar a ser importante nas sociedades contemporâneas.

A governação centrada na comunidade é o princípio básico da gestão do PCI. O património imaterial está indissociavelmente ligado às crenças, práticas e sentido de identidade das comunidades vivas, pelo que as partes interessadas locais devem liderar o processo (Chauhan, 2025). E isto pode ser feito através de exercícios de mapeamento participativo que envolvam os membros da comunidade na identificação e descrição das tradições locais que consideram importantes. Os detentores de conhecimentos - anciãos, artesãos, ritualistas, etc. - colaboram depois com os decisores políticos e os responsáveis culturais para criar planos de salvaguarda. Workshops, festivais intergeracionais, programas de tutoria, são planos que envolvem a transferência de conhecimentos e competências.

As estratégias de gestão respondem aos valores e necessidades locais se, em vez disso, as comunidades forem colocadas na linha da frente, reduzindo assim o risco de imposição de pontos de vista de agendas externas (Chauhan, 2025).

Os quadros jurídicos desempenham também um papel primordial. Tem sido frequentemente legislado no sentido da proteção das expressões culturais e da capacitação dos praticantes, incluindo a concessão de alguns direitos, por exemplo, a proteção da propriedade intelectual ou o registo da marca coletiva (Ubertazzi, 2022). O conhecimento é partilhado e propriedade coletiva, pelo que o património cultural imaterial vai geralmente contra o que se designa por regimes convencionais de propriedade intelectual. Isto exige novas invenções jurídicas para ter em conta a propriedade comunitária e conceber mecanismos de partilha de benefícios (Ubertazzi, 2022).

As iniciativas de reforço das capacidades são igualmente indispensáveis. Os detentores de conhecimentos, no seio das comunidades, precisam de oportunidades para melhorar as suas competências, adaptar-se a contextos modernos e transferir os seus conhecimentos para outras pessoas (Cerquetti et al., 2022). Organizações como agências governamentais, ONG, etc., podem criar programas de formação em áreas como a documentação digital, o marketing e a pedagogia do património. A atribuição destas competências aos profissionais pode reforçar a resiliência do património imaterial, permitindo que as expressões culturais desenvolvam novos públicos, mantendo a sua autenticidade. Por outro lado, os intervenientes nos sectores do turismo e da cultura também necessitam de formação em gestão do património imaterial para evitar que o património imaterial seja mercantilizado ou distorcido para as suas atividades promocionais (Cerquetti et al., 2022).

Documentação, como salvaguarda e como referência para as gerações futuras. Para que as comunidades possam acompanhar a evolução das tradições, recorrem a gravações audiovisuais, histórias orais ou arquivos digitais (Qiu et al., 2022). No entanto, a UNESCO adverte que a documentação não deve ser substituída pela própria salvaguarda, uma vez que, na sua maior parte, o património imaterial só tem significado no seu contexto cultural (UNESCO, 2008). Por conseguinte, o desenvolvimento da documentação deve ser sempre acompanhado pela implementação de iniciativas que apoiem os profissionais (por exemplo, financiamento de festivais, reconhecimento público, etc.) implementadas nas escolas.

Estas estratégias combinadas garantem que o património imaterial não existe apenas nos arquivos, mas vive nas comunidades vivas (Qiu et al., 2022).

Um desafio significativo para a gestão do PCI, no entanto, é o facto de se estar constantemente a enfrentar os dilemas da tradição e da inovação (Kirshenblatt-Gimblett, 2014). A adaptação natural das expressões culturais à mudança das realidades socioeconómicas é uma característica comum das comunidades. Estratégias de gestão fortes e demasiado rígidas que exigem formas “puras” ou “autênticas” amortecem o património, restringindo o seu desenvolvimento. Pelo contrário, uma mudança não regulamentada é suscetível de esgotar os valores culturais fundamentais de uma tradição. A mudança implica adaptações criativas que respeitem os elementos históricos e simbólicos do PCI. Uma forma de o fazer seria reunir os anciãos da comunidade, os profissionais da cultura e as gerações mais jovens numa discussão contínua sobre o que constitui formas aceitáveis de inovação (Kirshenblatt-Gimblett, 2014).

A gestão do PCI torna-se mais complexa quando se acrescenta o turismo. As expressões culturais ao serem transformadas em atrações turísticas criam problemas de propriedade, representação e compensação justa (Yuan et al., 2022). O planeamento turístico orientado para a comunidade reúne práticas de gestão eficazes que permitem aos habitantes locais determinar se e como desejam exibir, refletir ou promover o seu património imaterial. É possível negociar acordos de partilha de receitas que permitam distribuir equitativamente os benefícios económicos entre os profissionais, os organizadores de eventos e os fundos de desenvolvimento comunitário. Existem também protocolos ou diretrizes culturais que nos permitem saber quais os aspetos de uma tradição que podem ser exibidos publicamente e quais os que têm de ser mantidos privados ou sagrados. Estas medidas ajudam a garantir a integridade cultural das práticas patrimoniais (Yuan et al., 2022).

O acompanhamento e a avaliação do próprio processo são muitas vezes negligenciados, mas são fundamentais para o sucesso das empresas envolvidas na gestão do PCI. Avaliações subsequentes podem compreender as condições de sustentabilidade de tradições específicas, a eficiência das medidas de salvaguarda e o nível de satisfação dos cidadãos (Castanho et al., 2023). Talvez os melhores indicadores sejam os qualitativos, como a vontade dos jovens de aprender certas competências, a frequência de eventos liderados pela comunidade, etc. As avaliações destes exercícios dão aos gestores a capacidade de moldar as políticas, a afetação de recursos e a formação dos funcionários.

A abordagem iterativa e baseada em provas da gestão do PCI garante que haverá sempre uma abordagem única de gestão adaptativa às necessidades da comunidade em constante mudança (Castanho et al., 2023).

A cooperação internacional contribui ainda mais para enriquecer a gestão do PCI no que diz respeito ao património imaterial transfronteiriço ou partilhado. A rede global de especialistas e recursos da UNESCO pode ajudar as comunidades a aprender com as melhores práticas em todo o mundo. Os projetos de colaboração bilateral ou multilateral envolvem frequentemente investigação conjunta, intercâmbios culturais, coorganização de festivais, para alargar o impacto das medidas de salvaguarda. Mas, independentemente disso, essas colaborações devem ser sensíveis à soberania local e aos direitos culturais, sem intervenções de cima para baixo que ignorem a autonomia da comunidade (Castanho et al., 2023).

Em última análise, o património cultural imaterial é um processo dinâmico, baseado na comunidade, gerido pela identidade cultural, pelo turismo, pelo desenvolvimento económico e pela inovação social. Quer seja ao nível político ou ao nível das bases, o único fio condutor é que o património é uma prática viva e em evolução. O património imaterial pode não sobreviver em paisagens culturais vibrantes, a menos que seja legalmente protegido, que se criem capacidades, que a governação seja inclusiva e que o turismo nele desenvolvido não seja planeado de forma descuidada. Escolhida de forma ponderada, a gestão do PCI não só protege as coisas que valorizamos, como também permite que as pessoas continuem a fazer o que fazem melhor, permitindo-lhes mudar e prosperar face às mudanças globais.

1.6. Perceções, Motivações, Comportamentos e Efeitos

A racionalidade das perceções, motivações, comportamentos e efeitos dos turistas é a chave para compreender a evolução atual do turismo criativo, especialmente quando este se baseia no património cultural imaterial. O turismo criativo, em contraste com o turismo cultural tradicional, nem sempre se baseia apenas na observação passiva de monumentos, museus e locais históricos, mas centra-se, em vez disso, no envolvimento ativo dos participantes no processo, na cocriação e na experiência direta com a população local (Richards e Duxbury, 2020).

Isto significa que os turistas não são apenas consumidores de cultura, mas também partes interessadas nos processos culturais da vida. Esta mudança é particularmente aplicável a destinos como Viseu, onde o património cultural imaterial, especialmente rituais, gastronomia, tradições orais, celebrações locais e atividades artesanais, pode ser utilizado como um recurso estratégico para desenvolver um turismo diferenciado e sustentável (UNESCO, 2003/2022; Rodrigues, Liberato e Esteves, 2022).

No envolvimento dos turistas no turismo criativo, as perceções são centrais. Uma das maiores diferenças na literatura é a atitude em relação ao turismo cultural tradicional como mais passivo e a atitude em relação ao turismo criativo como participativo e imersivo. Quanto mais os visitantes perceberem que o destino oferece uma experiência de aprendizagem através da prática, lhes permite interagir com a população local e ter acesso a significados locais genuínos, mais terão uma visão positiva da experiência (Richards e Duxbury, 2020; Carvalho et al., 2021).

Os detalhes da autenticidade são um ponto de preocupação. A autenticidade no turismo criativo não diz respeito à novidade de um objeto cultural ou de uma performance, mas é, em vez disso, o resultado de uma experiência social de qualidade, da participação da população local e da experiência de os turistas estarem a vivenciar um património vivo e não um espetáculo (Rodrigues et al., 2022; Castanho et al., 2023). Consequentemente, a ideia de espontaneidade, o orgulho local, o significado simbólico e a coerência cultural têm um impacto potente na forma como os turistas avaliam o valor das experiências criativas.

A segunda dimensão importante é a das motivações. De acordo com a literatura, os turistas exigem cada vez mais uma experiência significativa, transformadora e participativa, e não formas padronizadas de consumo. Esta tendência está intimamente ligada ao desenvolvimento da economia da experiência, em que os turistas preferem a sensação de singularidade, autoenriquecimento e apego (Jimura, 2023). No contexto do turismo criativo, as pessoas podem ser motivadas pela necessidade de aprender competências da esfera tradicional, comunicar em primeira mão com os locais, explorar o sentido de comunidade e envolver-se em atividades que possam basear-se no património cultural imaterial (Esichaikul e Chansawang, 2022).

Tais motivações, não são as mesmas que as relacionadas com o turismo de massa, em que a conveniência, o entretenimento e o consumo visual podem ser os fatores mais influentes. No que diz respeito a envolvimento criativos, é mais provável que os turistas sejam motivados pelo desejo de conhecer, pelo crescimento pessoal, pela exploração cultural e pela busca da autenticidade (Qiu et al., 2022). Isto é especialmente significativo no caso do perfil do chamado turista criativo, que normalmente se interessa mais por workshops, narrativas locais, artesanato, gastronomia ou atividades artísticas do que por meras visitas turísticas.

A forma como essas motivações se traduzem em ação pode ser observada nos comportamentos dos turistas. O comportamento no contexto do turismo criativo manifesta-se na participação em workshops, na assistência a eventos culturais comunitários, na interação com artesãos e habitantes locais, e no desejo de visitar novamente o destino ou de o recomendar. Estas ações demonstram uma mudança significativa da observação para a participação.

O turista já não atua como um estranho à cena cultural, mas torna-se, por breves momentos, parte integrante da mesma ao envolver-se em práticas co-criativas (Carvalho et al., 2021). A participação em aulas de cerâmica, cestaria, culinária, danças ou celebrações regionais demonstra como o comportamento acaba por significar um tipo de intercâmbio cultural em vez de uma forma de consumo (Zhang et al., 2021). Estes padrões de comportamento estão também ligados a uma duração prolongada, a um maior envolvimento com o destino e a uma forte associação ao local, o que está frequentemente associado a tipos de turismo mais lentos e reflexivos (Cerquetti et al., 2022).

Simultaneamente, o destino determina o comportamento do turista no sentido de que deve ser capaz de oferecer as condições adequadas para a participação. O nível de abertura da comunidade, a acessibilidade a atividades criativas, a disposição de espaços com significado cultural e o significado dos símbolos locais desempenham todos um papel na decisão de se os turistas se tornarão ativos (Castanho et al., 2023). Quando o ambiente do destino é capaz de transmitir a identidade local e os residentes são visíveis nas experiências turísticas, os turistas têm uma maior probabilidade de valorizar e de se envolver de forma significativa. Portanto, o comportamento não é meramente uma consequência pessoal da motivação, mas também do contexto cultural e organizacional do destino.

O turismo criativo tem impactos tanto nos turistas, como nos destinos, criando uma quarta dimensão de análise. Para o turista, o efeito de um maior envolvimento com o destino é um dos efeitos mais frequentemente discutidos. As experiências participativas são mais suscetíveis de conduzir a um apego emocional mais forte, a uma maior satisfação e a uma melhor perceção da identidade local do que o turismo cultural tradicional (Carvalho et al., 2021; Jimura, 2023).

Além disso, os eventos culturais podem ajudar a reforçar o conhecimento dos turistas sobre o património, para que possam ver as tradições locais como dinâmicas e socialmente relevantes, em oposição às que se assemelham a museus. Os turistas também podem aprender a respeitar as diferenças culturais e compreender a importância do património imaterial, uma vez que o contacto ativo com as comunidades pode encorajá-los a formar uma atitude mais positiva em relação às tradições culturais de outras comunidades (Barrio et al., 2012; Castanho et al., 2023).

Os impactos podem também ser muito importantes para os destinos e as comunidades anfitriãs. O turismo criativo pode ajudar a valorizar tanto o património material como o imaterial, potenciar o empreendedorismo local, diversificar a oferta turística e reforçar o orgulho da comunidade (UNWTO, 2019, 2020; Del Mármol e Santamarina, 2019). Quando gerido de forma sensata, contribui para a transmissão cultural, uma vez que a presença de turistas pode criar novos contextos, onde competências, histórias e práticas estabelecidas podem revelar-se relevantes num contexto social e económico (UNESCO, 2008; Esichaikul e Chansawang, 2022). Neste sentido, o turismo pode ser mais do que uma prática de mercado e, além disso, um processo capaz de facilitar a sobrevivência do património.

No entanto, a literatura também salienta que estes efeitos não são necessariamente positivos. As ameaças de banalização, comercialização e perda de autenticidade estão presentes caso o turismo criativo seja mal gerido ou excessivamente adaptado para satisfazer as expectativas do mercado (Bhattacharya, 2020; Yuan et al., 2022). Sem entregar o controlo da representação do seu património às comunidades locais, o turismo transformaria as tradições vivas dos habitantes locais numa série de espetáculos estilizados apresentados ao mundo exterior.

Exemplos de impactos turísticos nessas situações podem ser a satisfação superficial, apesar da falta de profundidade e compreensão cultural, enquanto os impactos e efeitos locais podem ser a distorção simbólica e o desenvolvimento de benefícios desiguais (Melis & Chambers, 2021; Ubertaini, 2022). Assim, os impactos turísticos devem ser estudados não apenas em termos de satisfação e lealdade, mas também em termos do sentido que o turismo tem no que diz respeito à proteção do património, ao bem-estar da população local e à cultura.

Em geral, a relação entre perceções, motivações, comportamentos e efeitos proporciona um quadro conceptual sólido para a análise do turismo criativo. As perceções têm impacto nas motivações; as motivações afetam os comportamentos e os comportamentos criam impacto / efeito, tanto a nível individual como coletivo. Este quadro é particularmente aplicável em destinos que possuem um vasto património cultural imaterial, como em Viseu, para compreender a experiência que os turistas retiram das experiências criativas e como esta pode ser utilizada para potenciar o desenvolvimento sustentável do destino. Quando assente na governação participativa, na gestão ética e no respeito pelos significados locais, tal como sugerido por vários autores, o turismo criativo pode ajudar a equilibrar a preservação cultural, a satisfação dos visitantes e o empoderamento da comunidade, mas tem de se basear nesses princípios (Richards e Duxbury, 2020; UNESCO, 2022; Remoaldo e Ribeiro, 2022). É por isso que uma análise destas quatro dimensões é fundamental para a contribuição do património cultural imaterial para o desenvolvimento do turismo criativo.

Sistematizando esta revisão da literatura apresenta-se, de seguida a tabela com os principais conceitos apresentados neste trabalho (tabela 1):

Tabela 1: Quadro concetual

Conceito	Definição objetiva
Políticas culturais	Conjunto de ações públicas e institucionais destinadas a promover, proteger e valorizar a cultura.
Gestão cultural	Processo de planeamento, organização e dinamização de recursos, atividades e agentes culturais.
Património cultural imaterial	Práticas, expressões, saberes e tradições reconhecidos por uma comunidade como parte da sua identidade cultural.
Autenticidade	Caráter genuíno e significativo de uma prática cultural no seu contexto comunitário.
Salvaguarda	Medidas destinadas a proteger, transmitir e manter vivo o património cultural imaterial.
Mercantilização	Transformação de elementos culturais em produtos orientados para fins económicos ou turísticos.



Conceito	Definição objetiva
Turismo cultural	Forma de turismo centrada na descoberta e valorização de elementos culturais de um destino.
Turismo criativo	Modalidade de turismo baseada na participação ativa, aprendizagem e cocriação de experiências culturais.
Cocriação	Processo em que visitantes e comunidades locais participam conjuntamente na construção da experiência turística.
Participação ativa	Envolvimento direto do turista em atividades culturais, em vez de mera observação.
Sustentabilidade	Princípio de desenvolvimento que procura equilíbrio entre dimensões económicas, sociais, culturais e ambientais.
Desenvolvimento sustentável	Modelo de desenvolvimento que satisfaz necessidades atuais sem comprometer as gerações futuras.
Gestão do património cultural imaterial	Conjunto de estratégias para proteger, valorizar e transmitir o património imaterial de forma sustentável.
Governança participativa	Modelo de gestão que envolve comunidades, instituições e outros atores na tomada de decisão.
Capacitação	Reforço de conhecimentos e competências dos agentes locais para gerir e valorizar o património.
Perceções dos turistas	Forma como os visitantes interpretam e avaliam as experiências turísticas e culturais.
Motivações dos turistas	Razões que levam os visitantes a escolher e participar em experiências turísticas.
Comportamento dos turistas	Ações e formas de participação dos visitantes durante a experiência turística.
Efeitos do turismo	Resultados do turismo sobre os visitantes, as comunidades e o património cultural.
Identidade local	Sentido de pertença e de reconhecimento cultural construído numa comunidade.

2. METODOLOGIA

Todos os procedimentos metodológicos são apresentados neste capítulo, tornando clara a base das decisões. Todo o estudo é operacionalizado, ou seja, é determinado que tipo de estudo deve ser concebido, qual a população e amostra a ser utilizada e quais os instrumentos e métodos de análise de dados que serão empregados, estando na fase metodológica. De acordo com Fortin (2009, p. 37), a metodologia é descrita como o conjunto de métodos e técnicas utilizados para desenvolver o processo de investigação científica, continuando a afirmar que é uma estratégia desenvolvida pelo investigador para obter respostas autênticas às questões de investigação colocadas. A investigação pode, então, ser definida por muitos critérios, mas um deles é o paradigma metodológico, onde a investigação realizada utilizando o paradigma quantitativo é especial. A metodologia quantitativa foi selecionada neste estudo.

2.1. Design de Investigação

O método quantitativo é o modelo de estudo selecionado neste trabalho. Utilizou-se um questionário como ferramenta de recolha de dados. Os dados foram processados estatisticamente. Dada a natureza desta investigação, pode-se afirmar que se trata de uma investigação descritiva. Os investigadores têm como objetivo observar, registar, examinar, categorizar e explicar os fenómenos que estão a ser investigados numa investigação descritiva. É principalmente concebida para explicar a natureza de um evento ou de uma população e descobrir, com precisão, a frequência com que algo acontece, a sua relação e interação com os outros, a sua essência e as suas peculiaridades (Gil, 2008).

Nesta investigação, o fenómeno é a forma como os visitantes da zona de Viseu compreendem, implementam e vivenciam as práticas de turismo criativo associadas ao evento, identificando motivações, perceções de autenticidade, oportunidades de cocriação e fatores que condicionam a integração de experiências culturalmente significativas; o objetivo é fornecer uma base para recomendações para a conceção de ofertas turísticas mais participativas, para a gestão sustentável do destino e para a melhoria das políticas públicas e programas de formação para os agentes locais.

2.2. Metodologia Quantitativa

A metodologia quantitativa pressupõe que todas as coisas são mensuráveis, ou seja, que as opiniões e os dados recolhidos no processo de recolha de dados podem ser convertidos em dados numéricos, a fim de poderem ser classificados e analisados no futuro. O estudo quantitativo procura, portanto, apresentar e numerar as observações de forma a descrever e explicar simplesmente o fenómeno em que as observações se baseiam (Vielas, 2009).

Os principais objetivos da metodologia quantitativa são explicar, prever e verificar o fenómeno que está a ser investigado, em busca de leis, regularidades e padrões, através de procedimentos de investigação definidos como objetivos, racionais e quantificáveis (Gil, 2000).

O objetivo deste paradigma metodológico está ligado ao desenvolvimento do conhecimento, quando os dados são descritos e interpretados de forma objetiva (Forin, 2009).

É importante referir ainda que o questionário foi elaborado em estreita relação com a revisão da literatura, o que permitiu estabelecer uma ligação clara entre os conceitos teóricos em análise e os conceitos empíricos utilizados na investigação. A ferramenta de recolha de dados foi, assim, concebida de forma a operacionalizar as principais dimensões do quadro teórico, garantindo, assim, a coerência entre a revisão da literatura, os objetivos da investigação e a análise empírica realizada.

2.3. População e Amostra

A população é “uma coleção de elementos ou de sujeitos que partilham características comuns definidas por um conjunto de critérios” e amostra é “um subconjunto de uma população ou de um grupo de sujeitos que fazem parte de uma mesma população” (Fortin, 2009, p. 202). As amostras são grupos de sujeitos junto dos quais se vai concretizar a investigação; a amostragem vai ter um impacto muito importante na qualidade dos resultados, devendo ter o máximo de representatividade possível em relação à população Almeida & Freire, (2000).

A população-alvo inclui todos os turistas que visitaram a região de Viseu, sendo daí que irá partir a constituição da amostra. O período do trabalho de campo decorreu no período de 13 a 22 de dezembro de 2025. Recorreu-se ao uso de uma amostra de conveniência. Os visitantes foram convidados a preencher o inquérito através da internet usando-se para tal a aplicação Forms.

2.4. Objetivos de Investigação

Os objetivos podem ser divididos em objetivos gerais e objetivos específicos, respetivamente, os quais já foram expostos na introdução deste trabalho.

2.5. Instrumento de Recolha de Dados – Questionário

Um questionário é a ferramenta mais comum utilizada pelos investigadores para converter as informações fornecidas pelas pessoas que participaram na amostra em dados. A entrevista permite ao investigador aceder a vários aspetos internos do inquirido para determinar o que ele sabe e o que possui sobre um determinado tópico (Fortin, 2009). As respostas aos questionários podem ser estruturadas ou não estruturadas. O questionário desenvolvido para a presente dissertação pode ser consultado no Anexo I. No caso de respostas estruturadas, geralmente é aplicada uma escala, na qual o sujeito é solicitado a revelar em que medida concorda ou discorda de uma afirmação, tendo em mente que a resposta fornecida numa escala numérica é igual à quantidade quantitativa de concordância ou discordância (Tuckman, 2000). Gil (2008) observa que as vantagens dos questionários são as seguintes:

- Permitem alcançar muitas pessoas, mesmo que estejam distribuídas por um vasto território;
- Envolvem menos custos em recursos humanos;
- Garantem o anonimato das respostas;
- Permitem que as pessoas reajam quando estiverem prontas;
- Não sujeitam os investigadores ao efeito da subjetividade e dos pontos de vista dos participantes.

A nível operacional, procurou-se garantir que houvesse uma correspondência entre as dimensões discutidas na revisão da literatura e as variáveis incorporadas no questionário. Desta forma, o aspeto da interação comunitária — sendo este um aspeto vital da autenticidade, tal como referido na literatura, que consiste na participação e na cocriação no turismo criativo — foi abordado pelas perguntas Q8, Q9 e Q10. O aspeto dos riscos percebidos, que estava ligado aos argumentos sobre a mercantilização, a banalização, a perda de autenticidade e a pressão turística sobre o património cultural imaterial, foi operacionalizado através das perguntas Q12 e Q13. Esta ligação entre o quadro teórico e a ferramenta de recolha de dados reforça a consistência interna da investigação e a validade da análise das dimensões observadas.

Na tabela 2 pode-se consultar o agrupamento das questões por: percepções, motivações, comportamentos e efeitos dos visitantes.

Tabela 2: Agrupamento por questões

Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
Percepções	TCT1	Turismo Cultural Tradicional (Q8)	No destino turístico que identificou, o turismo cultural tradicional oferece experiências principalmente passivas.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da distinção entre turismo cultural convencional e turismo criativo/participativo em Richards (2014), Richards & Raymond (2000), Richards & Duxbury (2020) e Remoaldo & Ribeiro (2022).
	TCT2	Turismo Cultural Tradicional (Q8)	As atividades tradicionalis limitam a minha participação ativa neste destino turístico.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da oposição entre consumo cultural passivo e participação ativa em experiências criativas, conforme Richards & Raymond (2000), Richards & Duxbury (2020), Ross et al. (2017) e Remoaldo & Ribeiro (2022).
	TCC3	Turismo Cultural	O turismo cultural criativo neste	Escala Likert de 1 a 5 —	Adaptado da definição de turismo

Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
		Criativo (Q9)	destino turístico diferencia-se do tradicional pela minha participação ativa em atividades/experiências.	Discordo totalmente a Concordo totalmente	criativo como experiência ativa, participativa e orientada para a aprendizagem, em Richards & Raymond (2000), Richards & Duxbury (2020), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021) e Remoaldo & Ribeiro (2022).
	INT2	Interação com a Comunidade Local (Q14)	Os residentes participam ativamente nas experiências turísticas.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre participação comunitária, turismo de base local e gestão participada do património, nomeadamente Esichaikul & Chansawang (2022), Jack (2022), Kim, Whitford & Arcodia (2019), UNESCO (2008) e UNESCO (2023).
	INT3	Interação com a Comunidade Local (Q14)	O envolvimento dos residentes é espontâneo.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado com base nas abordagens sobre autenticidade, participação comunitária e envolvimento local em experiências patrimoniais, sobretudo Del Mármol & Santamarina (2019), García-Almeida (2021), Esichaikul & Chansawang (2022) e Jack (2022).
	INT6	Interação com a Comunidade Local (Q14)	Notei orgulho dos residentes em partilhar as suas tradições.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre património cultural imaterial, transmissão de saberes, valorização identitária e papel dos praticantes locais,



Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
					nomeadamente UNESCO (2003), UNESCO (2024), Kim, Whitford & Arcodia (2019), Alves (2018) e Wulf (2020).
	AMB2	Sustentabili- dade, Ambiente e Design (Q15)	Compreendi facilmente o simbolismo local das tradições, personagens, cores, entre outros elementos culturais.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir dos estudos sobre interpretação, simbolismo e compreensão dos aspetos intangíveis do património cultural, com base em Alves (2018), Kirshenblatt- Gimblett (2014), UNESCO (2003), UNESCO (2024) e García-Almeida (2021).
	AMB3	Sustentabili- dade, Ambiente e Design (Q15)	O design e a decoração dos espaços, por exemplo alojamento ou espaços de visitação, valorizam a identidade local.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre valorização do património, identidade local, sustentabilidade territorial e integração da cultura nos espaços turísticos, nomeadamente Jimura (2023), Cerquetti et al. (2022), UNESCO (2008), UNESCO (2024a) e Castanho, Santos & Couto (2023).
	Q13	Experiência s considerada s mais autênticas (Q13)	Que tipo de experiências turísticas considera mais autênticas no destino turístico que identificou?	Resposta aberta	Elaborado a partir da discussão sobre autenticidade, património imaterial e valor cultural nas experiências turísticas, em Del Mármol & Santamarina (2019), García-Almeida (2021), Qiu, Zuo & Zhang (2022), Alves

Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
Motivações	TCC2	Turismo Cultural Criativo (Q9)	Neste destino turístico, prefiro realizar atividades/experiê ncias em que possa “aprender fazendo”, por exemplo oficinas ou ateliers.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	(2018) e UNESCO (2003). Adaptado da conceção de turismo criativo centrada na aprendizagem ativa, participação, desenvolvimento de competências e cocriação, em Richards & Raymond (2000), Richards & Duxbury (2020), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021), Ross et al. (2017) e Remoaldo & Ribeiro (2022).
					Elaborado a partir da literatura sobre património cultural imaterial, transmissão de técnicas tradicionais, aprendizagem experiencial e turismo criativo, nomeadamente UNESCO (2003), UNESCO (2024), Richards & Raymond (2000), Bhattacharya (2020), Kim, Whitford & Arcodia (2019) e Rodrigues, Liberato & Esteves (2022).
	Q11	Interesse em técnicas tradicionais (Q11)	Qual o seu grau de interesse em aprender técnicas tradicionais, como cestaria, cerâmica ou outras práticas artesaniais, na visita ao destino turístico que referenciou?	Escala Likert de 1 a 5	Elaborado a partir da literatura sobre motivação turística, experiências criativas, cocriação, aprendizagem cultural e economia da experiência, com base em Richards & Raymond (2000), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021), Zhang et al. (2021), Majdoub (2009) e
	Q12	Fatores de decisão para oficina artesanal (Q12)	Quais os fatores que influenciaram a sua decisão de participar, ou de ponderar, participar, numa oficina artesanal no destino turístico que referenciou?	Escolha múltipla — checklist, máximo de 3 opções	



Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
Comportam entos	INT1	Interação com a Comunidade e Local (Q14)	Valorizo as interações diretas com os residentes durante as atividades.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Remoaldo & Ribeiro (2022).
					Elaborado a partir da literatura sobre participação comunitária, hospitalidade, envolvimento dos residentes e turismo cultural sustentável, nomeadamente Esichaikul & Chansawang (2022), Chauhan (2025), OMT (2013), UNESCO (2008) e Kim, Whitford & Arcodia (2019).
	Q10	Participação em oficina artesanal (Q10)	Participou ou pretende participar numa oficina artesanal no destino turístico que identificou?	Escolha única — 3 opções	Elaborado a partir da operacionalização comportamental da participação em experiências criativas e atividades de aprendizagem cultural, com base em Richards & Raymond (2000), Richards & Duxbury (2020), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021), Rodrigues, Liberato & Esteves (2022) e Ross et al. (2017).
Comportam entos	Q16	Participação em atividades culturais (Q16)	Assinale todas as atividades em que participou ou pretende participar durante a sua visita ao destino turístico que referenciou.	Escolha múltipla — checklist	Elaborado a partir da literatura sobre práticas culturais, participação em atividades patrimoniais e diversificação das experiências turísticas, nomeadamente Timothy & Boyd (2003), Richards (2014), Zhang et al. (2021), Qiu, Zuo & Zhang (2022) e UNESCO (2008).

Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
Efeitos percebidos	Q18	Recomenda ção do destino (Q18)	Qual é a probabilidade de recomendar a visita ao destino turístico que identificou a outras pessoas?	Escala de probabilidade e de 5 pontos	Elaborado como indicador comportamental pós- experiência, associado à satisfação, valorização da experiência e competitividade do destino, com base em García-Almeida (2021), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021), Reinhold, Zach & Krizaj (2019) e Zhang et al. (2021).
	Q19	Intenção de regressar (Q19)	Tem intenção de regressar nos próximos 3 anos ao destino turístico que referenciou?	Escala de probabilidade e de 5 pontos	Elaborado como indicador de intenção comportamental futura, associado à experiência turística, autenticidade percebida e ligação ao destino, com base em García-Almeida (2021), Zhang et al. (2021), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021) e Jimura (2023).
	TCT3	Turismo Cultural Tradicional (Q8)	O turismo tradicional pode levar à degradação do património material deste destino turístico.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre impactos do turismo cultural, pressão turística, conservação patrimonial e riscos de degradação, nomeadamente Timothy & Boyd (2003), OMT (2019), Jimura (2023), Steffensen (2024) e UNESCO (2008).
	TCT4	Turismo Cultural Tradicional (Q8)	O turismo tradicional pode banalizar o património imaterial deste destino turístico.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da discussão sobre mercantilização, patrimonialização, banalização e transformação do património imaterial em produto turístico,



Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
					com base em Kirshenblatt-Gimblett (2014), Melis & Chambers (2021), Bendix (2018), Del Mármol & Santamarina (2019) e UNESCO (2003).
	TCC1	Turismo Cultural Criativo (Q9)	A criatividade das atividades/experiências turísticas deste destino turístico aumenta o meu envolvimento com ele.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Adaptado da literatura sobre turismo criativo, envolvimento experiencial, cocriação e aprendizagem ativa, nomeadamente Richards & Raymond (2000), Richards & Duxbury (2020), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021), Zhang et al. (2021) e Remoaldo & Ribeiro (2022).
	TCC4	Turismo Cultural Criativo (Q9)	A criatividade das atividades/experiências que se podem realizar neste destino turístico valoriza o seu património material.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre criatividade, valorização patrimonial e desenvolvimento turístico sustentável, com base em Ross et al. (2017), Castanho, Santos & Couto (2023), Cerquetti et al. (2022), Jimura (2023) e UNESCO (2008).
	TCC5	Turismo Cultural Criativo (Q9)	A criatividade das atividades/experiências deste destino turístico valoriza o património imaterial.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre património cultural imaterial como recurso turístico criativo e sustentável, nomeadamente UNESCO (2003), UNESCO (2024), Kim, Whitford & Arcodia (2019), Qiu,



Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
					Zuo & Zhang (2022), Rodrigues, Liberato & Esteves (2022) e Cerquetti et al. (2022).
	TCC6	Turismo Cultural Criativo (Q9)	Neste destino turístico, a criatividade reforça a autenticidade cultural.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre autenticidade, criatividade, transmissão cultural e competitividade do destino, com base em Del Mármol & Santamarina (2019), García-Almeida (2021), Richards & Duxbury (2020), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021) e Alves (2018).
	TCC7	Turismo Cultural Criativo (Q9)	As atividades/experiê ncias criativas deste destino turístico destacam a sua herança material.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da articulação entre turismo criativo, património material, interpretação cultural e valorização territorial, nomeadamente Ross et al. (2017), Timothy & Boyd (2003), Castanho, Santos & Couto (2023), Jimura (2023) e UNESCO (2008).
	INT4	Interação com a Comunidade Local (Q14)	Senti-me/Sinto- me bem recebido/a pela comunidade local.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre acolhimento, participação comunitária, turismo responsável e relação entre visitantes e residentes, nomeadamente Chauhan (2025), Esichaikul & Chansawang (2022), OMT (2013), UNESCO (2008) e Kim, Whitford & Arcodia (2019).



Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
	INT5	Interação com a Comunidade Local (Q14)	As oficinas/ateliers reforçaram o meu apreço pela identidade local.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre oficinas criativas, aprendizagem experiencial, identidade local e valorização do património imaterial, com base em Richards & Raymond (2000), Rodrigues, Liberato & Esteves (2022), Carvalho, Kastenholz & Carneiro (2021), UNESCO (2003) e García-Almeida (2021).
	INT7	Interação com a Comunidade Local (Q14)	O envolvimento dos turistas contribui para a transmissão de saberes tradicionais.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura sobre salvaguarda do património cultural imaterial, transmissão intergeracional, participação dos praticantes e aprendizagem cultural, nomeadamente UNESCO (2003), UNESCO (2023), UNESCO (2024), Kim, Whitford & Arcodia (2019), Jack (2022) e Wulf (2020).
	INT8	Interação com a Comunidade Local (Q14)	Há risco de comercialização excessiva que possa reduzir a autenticidade.	Escala Likert de 1 a 5 — Discordo totalmente a Concordo totalmente	Elaborado a partir da literatura crítica sobre mercantilização, turistificação, autenticidade encenada e riscos de instrumentalização do património imaterial, nomeadamente Kirshenblatt- Gimblett (2014), Bendix (2018), Melis & Chambers (2021),

Dimensão	Código	Bloco/ Tema	Questão / Item operacionalizado	Tipo de resposta	Origem / fundamentação bibliográfica
					Del Mármol & Santamarina (2019), OMT (2019) e UNESCO (2008).

2.6. Análise dos Dados

Na análise dos resultados provenientes do questionário recorreu-se a métodos estatísticos, utilizando o programa SPSS versão 28. Antes da segmentação das dimensões dos visitantes, foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória (AFE) nos itens das dimensões do turismo criativo, cujo objetivo é verificar essa estrutura latente, bem como garantir a qualidade da psicometria das escalas. A extração foi acompanhada pela rotação ortogonal Varimax, que visava facilitar a interpretação dos fatores, e os itens com saturações fatoriais abaixo de 0,50 foram descartados. A medida Kaiser-Meyer-Olkin ($KMO = 0,849$) e o teste de Esfericidade de Bartlett ($=136$) foram confirmados como significativos ($=1514,164$, $p = 0,001$).

Para além da análise fatorial exploratória, a consistência interna das escalas foi avaliada através do alfa de Cronbach, com o objetivo de verificar a fiabilidade dos itens que compõem cada dimensão analítica do questionário. Foram considerados valores de alfa iguais ou superiores a 0,70 como referência, uma vez que indicam níveis aceitáveis de consistência interna para as escalas utilizadas.

Também foi medida a coerência interdimensional entre as dimensões com a ajuda do alfa de Cronbach, apoiando o cálculo dos índices de dimensão composta (mediana dos itens, escala Likert 1–5). Para identificar grupos homogêneos de visitantes, foi aplicada uma análise de agrupamentos em duas etapas: primeiro, com um processo aglomerativo hierárquico OK com ligação média (entre grupos) e distância euclidiana da raiz quadrada, utilizando o dendrograma e o cronograma de aglomeração para apoiar a manutenção do número de grupos; segundo, o algoritmo k-means fixado em $k = 3$ para estabilizar uma solução e alcançar a classificação final.

Por fim, os grupos foram descritos pelas estatísticas descritivas e em termos de caracterização numa base sociodemográfica (género e idade) em percentagens.

2.7. Considerações Éticas

Neste trabalho, foram observados os princípios éticos da investigação educacional. Cada um dos visitantes/futuros no estudo foi informado sobre os objetivos do estudo, os métodos e a utilização dos dados através de um formulário de consentimento livre e informado. O anonimato e a confidencialidade rigorosa foram assegurados através da utilização de um código numérico para as respostas, bem como da conservação das respostas num local seguro. Não haverá qualquer preconceito contra os participantes, uma vez que os dados serão utilizados apenas para fins académicos e cumpre com todos os procedimentos a cumprir as leis em vigor (Lei n.º 12/2005). Além disso, foi dada ênfase à voluntariedade, à possibilidade de desistência a qualquer momento e à igualdade de tratamento, num respeito total por todos os participantes envolvidos.

3. RESULTADOS

O presente capítulo expõe e analisa os resultados obtidos a partir do questionário aplicado aos visitantes, com o objetivo de validar empiricamente as dimensões associadas ao turismo criativo e identificar diferentes perfis de participantes. Em primeiro lugar, é realizada uma Análise Fatorial Exploratória dos itens das escalas, a fim de verificar a estrutura latente das dimensões teóricas do turismo criativo e avaliar a sua qualidade psicométrica (adequação da amostra, saturações dos fatores e consistência interna), apoiando a construção de índices compostos por dimensão.

De seguida, com base nestes índices, é aplicada uma análise de agrupamentos para segmentar a amostra em grupos homogêneos de visitantes, permitindo a caracterização de padrões distintos de perceções e experiências - (participação ativa, interação com a comunidade, benefícios para o desenvolvimento local e riscos percebidos para o património) -, bem como apoiando a interpretação dos resultados em termos de implicações para a gestão do destino e a conceção de ofertas de turismo criativo baseadas no património cultural imaterial.

3.1 Análise Fatorial Exploratória das Dimensões do Turismo Criativo

Antes da segmentação dos visitantes através da análise de clusters, realizou-se uma análise fatorial exploratória (AFE) com o objetivo de verificar a estrutura das dimensões teóricas associadas ao turismo criativo e avaliar a qualidade psicométrica dos respetivos conjuntos de itens. Foi aplicada a rotação ortogonal Varimax, com o objetivo de maximizar a variância das saturações fatoriais e facilitar a interpretação da estrutura dos fatores extraídos. Alguns dos itens foram removidos por apresentarem saturações fatoriais inferiores a 0,50.

A adequação da matriz de correlações à análise fatorial foi confirmada pela medida Kaiser-Meyer-Olkin ($KMO = 0,849$), considerada muito boa, e pelo teste de esfericidade de Bartlett, que se revelou significativo ($\chi^2(136) = 1514,164$; $p < 0,001$). Estes resultados mostram que as correlações entre os itens são suficientemente fortes para justificar a extração de fatores.

A solução fatorial rotada é composta por quatro fatores com valores próprios superiores a 1, que em conjunto explicam aproximadamente 64 % da variância total. A Tabela 3 apresenta a estrutura fatorial completa.

Tabela 3: Estrutura fatorial das dimensões do turismo criativo

Dimensão / Itens	Comunalidades	Saturações fatoriais	% variação	Alfa de Cronbach
Riscos/impactos negativos no património			10,4	0,828
O turismo pode levar à degradação do património material deste destino turístico.	0,843	0,908		
O turismo pode banalizar o património imaterial deste destino turístico.	0,844	0,915		
Turismo criativo: participação ativa e valorização patrimonial			12,9	0,742
Prefiro atividades/experiências em que possa «aprender fazendo» (ex.: oficinas/ateliers).	0,618	0,737		
O turismo criativo diferencia-se do tradicional pela participação ativa em atividades.	0,748	0,839		
A criatividade das atividades valoriza o património material do destino.	0,644	0,686		
Interação turista– comunidade e acolhimento/identidade local			19,4	0,851
Valorizo as interações diretas com os residentes durante as atividades.	0,621	0,636		
Os residentes participam ativamente nas experiências turísticas.	0,705	0,814		
O envolvimento dos residentes é espontâneo.	0,639	0,759		

Senti-me/Sinto-me bem recebido/a pela comunidade local.	0,567	0,696
As oficinas/ateliers reforçaram o meu apreço pela identidade local.	0,550	0,592
Notei orgulho dos residentes em partilhar as suas tradições.	0,576	0,604
Desenvolvimento local e impactos do turismo criativo		
	21,5	0,846
Eu, enquanto turista, contribuo para a sustentabilidade deste destino.	0,424	0,544
O turismo criativo gera novas fontes de rendimento para as famílias locais.	0,740	0,856
As oficinas/ateliers estimulam o empreendedorismo na comunidade.	0,719	0,795
O turismo criativo pode revitalizar aldeias periféricas da região.	0,692	0,802
O ambiente festivo contribuiu para a minha ligação emocional ao lugar.	0,504	0,645
O design/decoração dos espaços valorizam a identidade local.	0,471	0,597

Nota: KMO = 0,849; teste de esfericidade de Bartlett: $\chi^2(136) = 1514,164$, $p < 0,001$. Variância total explicada ≈ 64 %.

As comunalidades variam entre 0,42 e 0,84, as saturações fatoriais são todas superiores a 0,54 (várias acima de 0,70–0,80) e os alfas de Cronbach entre 0,742 e 0,851, evidenciando boa consistência interna. Estes resultados suportam o cálculo de índices médios por dimensão, utilizados na análise de clusters.

A análise fatorial permitiu verificar quatro dimensões importantes do estudo. A dimensão «Riscos/impactos negativos no património» indica as perceções dos visitantes quanto ao impacto negativo que o turismo pode ter no património material e imaterial.

A dimensão «Turismo criativo: participação ativa e valorização do património» salienta a importância atribuída ao facto de os visitantes se envolverem ativamente em experiências criativas e valorizarem o património local. O aspeto, «Interação, turista-comunidade e hospitalidade/identidade local» sublinha a importância das relações com os residentes, da hospitalidade e do orgulho local na criação de uma experiência turística. Por último, a dimensão «Desenvolvimento local e impactos do turismo criativo» apresenta resultados que indicam que os visitantes associam o turismo criativo aos aspetos positivos da economia local, do empreendedorismo, da revitalização do território, bem como ao apego emocional ao destino. Todas estas dimensões confirmam a congruência entre o quadro teórico do estudo e os resultados empíricos obtidos.

3.2 Análise de Clusters

Com o objetivo de identificar perfis de visitantes com padrões semelhantes nas dimensões em estudo, procedeu-se a uma análise de clusters com base em quatro índices compostos: (i) desenvolvimento local e impactos positivos do turismo criativo, (ii) interação turista-comunidade e acolhimento/identidade local, (iii) turismo criativo: participação ativa em atividades de turismo criativo e valorização patrimonial e (iv) (perceção de) riscos/impactos negativos no património. Estes índices resultam da média dos itens de cada dimensão expostos na análise fatorial exploratória realizada anteriormente, avaliados numa escala de 1, discordo totalmente, a 5, concordo totalmente, sendo 3 o ponto neutro da escala.

A análise decorreu em duas etapas complementares. Numa primeira etapa, recorreu-se à análise de clusters hierárquica aglomerativa, utilizando o método de ligação Average Linkage (Between-Groups) e a distância Euclidiana ao quadrado. A análise do dendrograma (cf. Anexo II) e do quadro planeamento de aglomeração (Agglomeration Schedule) evidenciou um aumento acentuado do coeficiente de fusão após a solução de três grupos, sugerindo a retenção de três clusters.

Numa segunda etapa, aplicou-se o algoritmo k-means fixando $k=3$. Dado que todas as variáveis se encontravam na mesma métrica (1–5), não foi necessário padronizar.

A solução obtida revelou três perfis distintos de visitantes, que foram designados, para facilitar a interpretação, como “Os Moderados”, “Os Entusiastas Vigilantes” e “Os Entusiastas Confiantes”.

A Tabela 4 apresenta a dimensão de cada cluster em termos de número de casos e percentagem da amostra.

Tabela 4: Dimensão de cada cluster (k-means)

Perfil do visitante	N	%
1 – Os Moderados	73	36,5%
2 – Os Entusiastas Vigilantes	73	36,5%
3 – Os Entusiastas Confiantes	54	27,0%
Total válido	200	100,0%

Os três clusters apresentam pesos relativamente equilibrados: dois perfis agregam 36,5 % dos inquiridos cada, enquanto o terceiro concentra 27,0 % da amostra.

A Tabela 5 sintetiza os centros finais (médias) de cada cluster nas quatro dimensões avaliadas, permitindo caracterizar o perfil de cada grupo.

Tabela 5: Médias por dimensão em cada perfil (escala 1–5; ponto neutro = 3)

Perfil do visitante	Desenvolvimento local e impactos positivos	Interação com a comunidade e acolhimento	Participação ativa (turismo criativo)	Riscos/impactos negativos no património
1 – Os Moderados	3,49	3,12	2,65	2,45
2 – Os Entusiastas Vigilantes	4,24	3,88	3,74	3,49
3 – Os Entusiastas Confiantes	4,39	4,36	4,03	1,44

Os três grupos podem também ser caracterizados por termos mais descritivos, a fim de facilitar a compreensão dos resultados: «Participantes ocasionais», «Exploradores culturais» e «Turistas imersivos».

Esta análise complementar revela que o visitante está mais ou menos envolvido com experiências criativas, com alguns indivíduos a terem acesso a tais experiências apenas de forma mais esporádica e outros a apresentarem um perfil com taxas mais elevadas de imersão cultural. Assim:

O Cluster 1 – Os Participantes Ocasionais caracterizam visitantes cujas avaliações se situam em torno do ponto neutro da escala. Estes participantes reconhecem alguns benefícios associados ao desenvolvimento local (3,49) e à interação com a comunidade (3,12), mas revelam níveis mais baixos de participação em atividades criativas (2,65) e uma perceção relativamente reduzida de riscos para o património (2,45) (Figura 1):

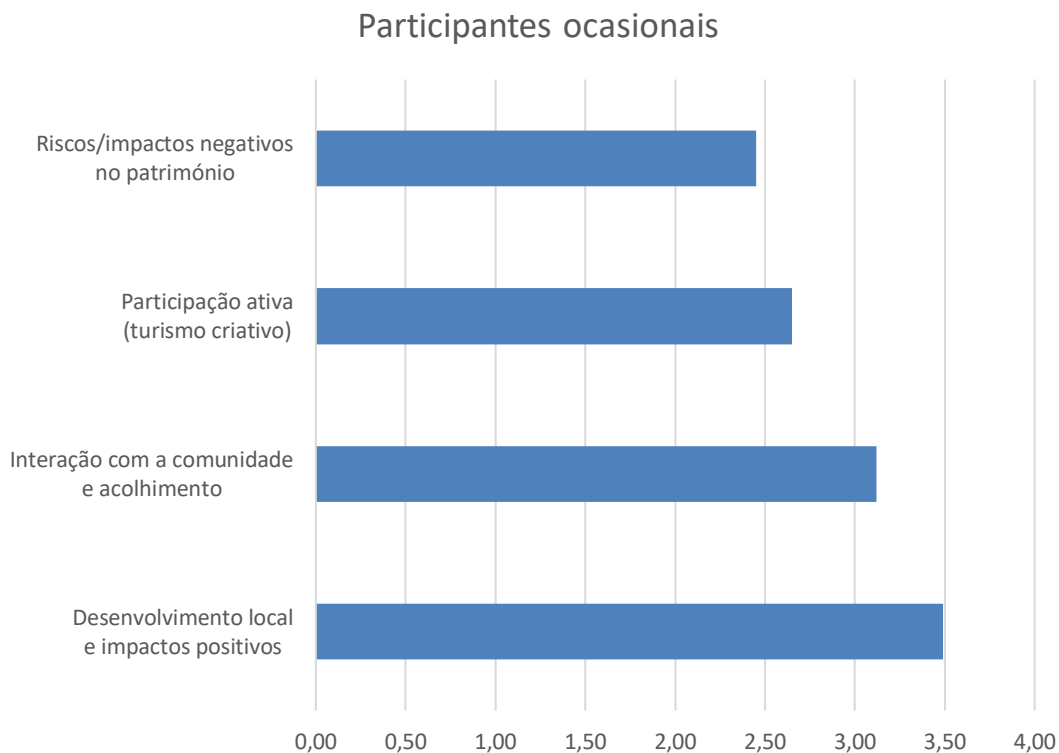


Figura 1: Características do Cluster 1 -Participantes Ocasionais

Já o Cluster 2 – Os Exploradores Culturais - agrega visitantes que avaliam de forma claramente positiva o papel do turismo criativo. As médias elevadas nas dimensões de desenvolvimento local (4,24), interação (3,88) e participação ativa (3,74) evidenciam uma forte valorização da experiência.

Em paralelo, este grupo apresenta a perceção mais elevada de riscos e impactos negativos no património (3,49), o que sugere uma postura simultaneamente entusiasta e crítica (figura 2).

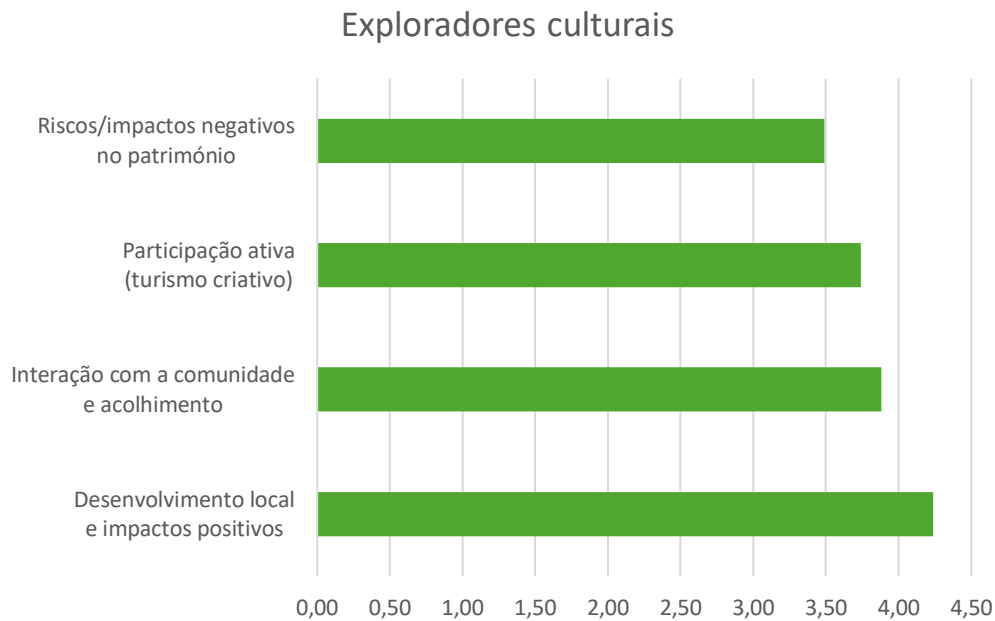


Figura 2: Características do Cluster 2 – Exploradores Culturais

Por fim, o Cluster 3 – Os Entusiastas Confiantes corresponde ao perfil mais favorável ao turismo criativo. Estes visitantes registam as médias mais elevadas em desenvolvimento local (4,39), interação com a comunidade (4,36) e participação ativa (4,03). Em contraste com o cluster anterior, apresentam uma perceção muito baixa de riscos patrimoniais (1,44), assumindo uma visão marcadamente otimista dos impactos do turismo no destino (figura 3).

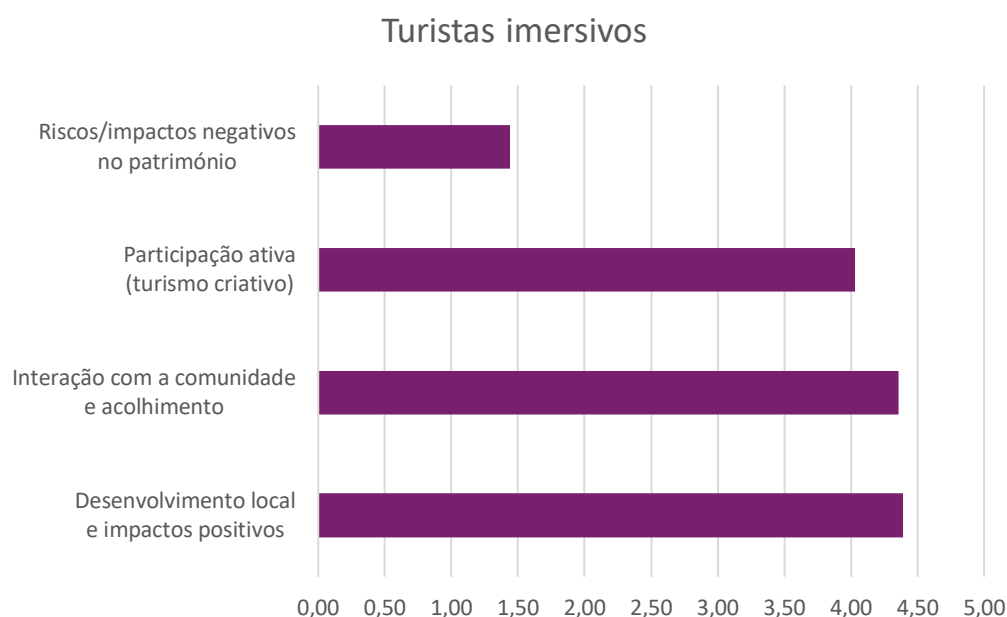


Figura 3: Características do Cluster 3 – Turistas imersivos

3.3 Caracterização sociodemográfica dos perfis

Para complementar a interpretação dos clusters, analisou-se a composição interna de cada grupo em termos de género e faixa etária (tabela 6).

Tabela 6: Composição de género por perfil (% em cluster)

Género	C1 (n)	C1 (%)	C2 (n)	C2 (%)	C3 (n)	C3 (%)	Total (n)
Feminino	45	61,6%	40	54,8%	39	72,2%	124
Masculino	27	37,0%	33	45,2%	15	27,8%	75

Nota: Percentagens calculadas em relação ao total de cada cluster (% em cluster).

Em todos os perfis predomina o género feminino, o que acompanha a distribuição global da amostra. Ainda assim, o Cluster 3 – Os Entusiastas Confiantes apresenta a maior proporção de mulheres (72,2 %). Já o Cluster 2 – Os Entusiastas Vigilantes é aquele em que a presença masculina é relativamente mais elevada (45,2 %), sugerindo que os visitantes do género masculino se identificam com maior frequência com um perfil que combina elevada valorização do turismo criativo com maior sensibilidade para os riscos patrimoniais (tabela 7).

Tabela 7: Composição etária por perfil (% por cluster)

Idade	C1 (n)	C1 (%)	C2 (n)	C2 (%)	C3 (n)	C3 (%)	Total (n)
18–24	5	6,8%	7	9,6%	3	5,6%	15
25–34	15	20,5%	4	5,5%	5	9,3%	24
35–44	6	8,2%	13	17,8%	9	16,7%	28
45–54	28	38,4%	32	43,8%	28	51,9%	88
55 ou mais	19	26,0%	17	23,3%	9	16,7%	45

Nota: Percentagens calculadas em relação ao total de cada cluster (% em cluster).

Do ponto de vista etário, verifica-se uma predominância da faixa 45–54 anos em todos os perfis, com maior expressão no Cluster 3 – Os Entusiastas Confiantes (51,9 %). O Cluster 1 – Os Moderados concentra uma proporção relativamente mais elevada de jovens adultos (25–34 anos) e de participantes com 55 ou mais anos, enquanto o Cluster 2 – Os Entusiastas Vigilantes apresenta uma composição etária mais distribuída entre as faixas intermédias (35–54 anos), em consonância com um perfil que conjuga envolvimento e reflexão crítica sobre os impactos do turismo.

A interpretação dos perfis identificados é corroborada pela análise sociodemográfica. A composição menos homogénea é representada pelos participantes ocasionais, o perfil moderadamente homogéneo é representado pelos exploradores culturais e os mais envolvidos no turismo criativo são os turistas imersivos.

Estes factos comprovam que nem todos os visitantes vivem o turismo da mesma forma e que isso depende do nível de participação, interação e apreciação do património cultural imaterial.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta investigação teve como objetivo analisar o contributo do património cultural imaterial para o desenvolvimento do turismo criativo na região de Viseu, tendo em conta as motivações dos visitantes e as estratégias dos agentes locais. De modo geral, os resultados apoiam o argumento da literatura de que o turismo criativo não é uma extensão ou complemento da visita cultural, mas uma lógica de experiência única, baseada na participação, na cocriação e na interação entre anfitrião e hóspede (Reinhold et al., 2019; Zhang et al., 2021).

A este respeito, os resultados indicam que a investigação é, em grande medida, abrangente para colmatar as lacunas identificadas na introdução. Por um lado, fica empiricamente comprovado que o património cultural imaterial pode ser utilizado como um ativo estratégico para desenvolver experiências de turismo criativo em Viseu. No entanto, inversamente, a investigação demonstra que esta mobilização não é homogénea nem automática, revelando o visitante um perfil distinto de envolvimento, participação e sensibilidade aos riscos do património. Ao fazê-lo, o estudo ajuda a superar a falta de valorização prática do património imaterial como base em experiências participativas, cuja necessidade de integração no turismo é tanto um fator de motivação da procura como da capacidade do destino para o gerir e mediar.

Ao mesmo tempo, a segmentação empírica salienta que o interesse pelo turismo criativo é heterogéneo e que a gestão centrada na sustentabilidade precisa de lidar tanto com a criação de valor como com os riscos percebidos, tal como é discutido no debate sobre a mercantilização e a proteção no turismo do PCI (Kirshenblatt-Gimblett, 2014; Yuan et al., 2022).

Relativamente à mensuração, a análise fatorial exploratória resultou numa escala coerente composta por quatro fatores, nomeadamente benefícios de desenvolvimento, interação comunitária e identidade local, participação ativa e valorização do património, e riscos percebidos para o património, o que faz sentido dentro do alinhamento conceptual do turismo criativo, em contraste com o património vivo. Este modelo assemelha-se ao enquadramento do PCI pela UNESCO como dinâmico e baseado na comunidade, e transmitido pela prática, mas não como objetos que são conservados (UNESCO, 2008; UNESCO, 2024).

Essa interpretação está também em consonância com o trabalho de Richards e Duxbury (2020) que se centram na interpretação do turismo criativo como algo organizado em torno do envolvimento ativo, da aprendizagem por experiência e da interação entre os visitantes e a comunidade local. Na mesma linha, concorda com a visão da UNESCO de que o património cultural imaterial é mais uma realidade viva, que requer transmissão, prática e envolvimento da comunidade, bem como com a da OMT, segundo a qual as experiências turísticas mais sustentáveis e distintivas tendem a basear-se na autenticidade, na participação e na criação de valor para as áreas locais.

Assim, os resultados não só comprovam a atualidade do quadro teórico utilizado, como também comprovam a sua aplicabilidade prática ao contexto de Viseu.

A denominação dos três perfis de visitantes baseia-se numa interpretação substantiva dos centróides dos agrupamentos obtidos na análise de agrupamentos em duas fases, realizada com base em quatro dimensões compostas, previamente testadas através da Análise Fatorial Exploratória, nomeadamente: desenvolvimento local e impactos positivos, interação com a comunidade e hospitalidade, participação ativa em atividades de turismo criativo e riscos/impactos negativos sobre o património. Assim, o Cluster 1 foi designado como «Moderados», devido aos valores representarem o ponto médio de uma escala e revelarem apenas uma consciência moderada dos efeitos positivos do turismo criativo, uma menor propensão tanto para a participação ativa como para a perceção de risco, o que constitui uma atitude mais moderada e menos extrema em relação ao fenómeno. O Cluster 2 recebeu o nome de «Entusiastas Vigilantes» para combinar classificações abertamente positivas nas dimensões centrais do turismo criativo — desenvolvimento local, interação com a comunidade e participação ativa — com a maior perceção dos riscos para o património, criando o perfil de uma pessoa empenhada, mas crítica. O Cluster 3, por outro lado, foi denominado «Entusiastas Confiantes», pois registou a média mais elevada nas dimensões positivas do turismo criativo e, inversamente, a média mais baixa na perceção de risco, o que aponta para um grupo que é muito favorável à experiência criativa e confiante no impacto que esta tem no destino. Por conseguinte, as designações não foram arbitrárias, mas sim estabelecidas com base num padrão empírico de respostas, determinado estatisticamente, e visavam sintetizar de forma compreensível e interpretável a posição relativa de cada grupo em termos dos benefícios, participação, interação e risco relacionados com o turismo criativo.

Em termos interpretativos, estes perfis também podem ser descritos como «Participantes ocasionais», «Exploradores culturais» e «Turistas imersivos». Esta interpretação complementar torna mais claro que os visitantes diferem no seu nível de abertura à participação, na forma como interagem com a comunidade e na forma como avaliam os impactos do turismo no património.

Em particular, o fator de risco/impactos negativos específico é empiricamente suportado pela literatura que alerta para o facto de que o desenvolvimento do turismo pode exercer pressão aglomerante sobre o património tangível e intangível por meio da banalização, encenação e perda de significado contextual (Barrio et al., 2012; Qiu et al., 2022). Ou seja, os visitantes podem perceber a dualidade do turismo patrimonial: ele pode criar valor e, ao mesmo tempo, representar uma ameaça à integridade quando há má governança.

Esta ambivalência é justificada pela solução de cluster, que identifica três perfis de visitantes. A primeira categoria, os moderados, estava próxima do ponto neutro nas principais dimensões e declarou ter um envolvimento reduzido. É possível conciliar este perfil com o facto de nem todos os turistas culturais estarem interessados na imersão; uma proporção significativa prefere uma abordagem de turismo mais tradicional, independentemente das propostas criativas (Reinhold et al., 2019).

No que diz respeito à estratégia de destino, isto significa que, por mais atividades criativas que sejam organizadas, nem todos os visitantes se tornarão automaticamente cocriadores ativos. Pelo contrário, são necessárias rampas de acesso graduais: workshops introdutórios, formatos menos intensivos em termos de tempo e explicações simples sobre o que envolve o processo de participação, para que os visitantes indecisos possam passar para o processo de aprendizagem pela prática como um dos processos fundamentais do turismo criativo (Zhang et al., 2021).

Esta abordagem também responde ao objetivo de determinar as motivações, indicando que estas são divididas: em alguns casos, o envolvimento criativo pode requerer menos insegurança e mais ganhos visíveis.

De um ponto de vista prático, esta conclusão sugere a necessidade de desenvolver oportunidades de iniciação ao turismo criativo, tais como oficinas de artesanato em pequena escala, workshops experienciais de curta duração, demonstrações práticas e atividades simples que permitam aos visitantes entrar em contacto com as práticas locais. Estas iniciativas podem servir como um primeiro passo para os visitantes menos envolvidos, facilitando a transição de uma postura mais observacional para uma participação mais ativa.

O segundo perfil é o dos entusiastas vigilantes, que é uma combinação de forte suporte aos benefícios do desenvolvimento, interação e participação, juntamente com a maior perceção dos riscos. É importante do ponto de vista teórico, no sentido de que retrata um tipo de envolvimento crítico, que está em consonância com as exigências do turismo responsável moderno. Longe de ser uma contrariedade, uma grande perceção de risco entre os visitantes ativos pode indicar uma maior sensibilidade aos indicadores de mercantilização ou perda do património: turistas que sentem o desejo de se envolver com o ambiente autêntico e criar uma experiência memorável também podem ser mais sensíveis à mercantilização ou à perda do património (Bhattacharya, 2020; Yuan et al., 2022).

Esta passagem traduz o conflito descrito por Kirshenblatt-Gimblett (2014): a ênfase nas práticas de preservação pode inadvertidamente congelar o património, enquanto as forças do mercado o podem adaptar de forma excessiva. Para esse público, não é que a gestão tenha de diminuir a preocupação; é que a gestão tem que provar a sua capacidade de governança; através da visibilidade dos benefícios que podem ser partilhados, da restrição de encenações inadequadas e da exibição de decisões na comunidade sobre o que pode ser partilhado em público. Essas medidas estão ligadas à atenção da literatura à agência pela comunidade e à gestão ética no turismo criativo (Ubertazzi, 2022; UNESCO, 2023). Em termos táticos, este grupo estará recetivo à comunicação interpretativa que esclareça as medidas de proteção e a aceitação pela parte da comunidade, e que transforme a cautela em confiança, sem ser neutro em relação à energia.

Neste contexto, os programas de narração de histórias locais, a mediação interpretativa e a comunicação sobre os processos de salvaguarda do património assumem particular relevância.

A criação de narrativas locais lideradas por residentes, artesãos ou mediadores culturais pode reforçar a confiança dos visitantes, demonstrando que as experiências turísticas não são meros eventos encenados, mas sim oportunidades para interagir com práticas culturalmente significativas e enraizadas na comunidade.

O terceiro perfil, o mais positivo e com menor risco percebido, é o perfil dos Entusiastas Confiantes. Neste grupo, o tom é otimista, e o turismo criativo é visto como uma ferramenta de desenvolvimento, um fator para construir conexões sociais e identidade com um lugar (Remoaldo & Ribeiro, 2022; Castanho et al., 2023).

Apresentam uma pontuação elevada em termos de interação e itens relacionados com a identidade, o que é corroborado pelo facto de as experiências patrimoniais participativas contribuírem para o apego emocional, a satisfação, as recomendações e as intenções de revisitar quando os turistas interagem com os residentes na qualidade de mediadores culturais (Jimura, 2023; Carvalho et al., 2021).

Contudo, a perceção de risco muito baixa tem uma implicação significativa em termos de gestão: a confiança pode ser acompanhada por uma subestimação da vulnerabilidade do património. Esse perfil pode inadvertidamente apoiar o processo de uso excessivo em situações em que a procura aumenta e, portanto, é importante que os gestores de destinos incutam a dinâmica da educação leve dos visitantes na forma de códigos de conduta, orientações contextuais e normas de interação respeitosa, sem comprometer o prazer. Isso está em consonância com o aviso da UNESCO de que a proteção contextual viva não deve ser substituída por documentação e promoção (UNESCO, 2008), bem como com os argumentos de introduzir uma sustentabilidade equilibrada na tripla linha de base (Castanho et al., 2023).

As tendências sociodemográficas proporcionam uma nova abordagem à criação de perfis de turistas criativos. O predomínio das mulheres nos grupos, particularmente nos Entusiastas Confiantes, também está em consonância com certos padrões culturais de participação, mas o facto de haver relativamente mais homens no grupo Vigilantes é uma boa indicação de que uma maior sensibilidade aos riscos críticos não é uma posição periférica. O facto de a estrutura etária ser dominada pelo segmento de 45 a 54 anos mostra que o turismo criativo neste ambiente não é impulsionado pelos jovens. Esta constatação contradiz a crença generalizada de que o turismo experiencial e co criativo está predominantemente ligado às gerações mais jovens e indica que as variáveis do ciclo de vida (tempo, recursos, capital cultural) podem ter um impacto na participação.

Praticamente, sustenta o design diferenciado dos produtos: formato intergeracional, programação focada no conforto e ofertas que combinam turismo criativo com sociabilidade, em vez de colocar o turismo criativo apenas no nicho das aventuras.

A combinação das conclusões alimenta diretamente o objetivo de estabelecer planos para melhorar a gestão do PCI a ser utilizada no turismo.

Começando por ser concebido como um portfólio segmentado: Moderados; Entusiastas Vigilantes; Experiências centradas na gestão com capacidade de gestão: Entusiastas Confiantes. Em segundo lugar, a interação com a comunidade é um elemento-chave do turismo do PCI, empiricamente justificado pela premissa de que nenhum residente é uma parte ornamental da autenticidade e pode ser coautor da experiência do visitante e da criação de valor (Chauhan, 2025; Castanho et al., 2023).

Em terceiro lugar, as implicações políticas baseiam-se no caminho português de democratização e descentralização cultural: o turismo criativo pode ser utilizado como um instrumento de desenvolvimento local nos municípios, mas apenas na medida em que os planos sejam institucionalizados para proteger o planeamento participativo e os sistemas de salvaguarda que impedem a mercantilização extrativa (Canclini, 2001; Costa, 2023; Barrio et al., 2012).

Na prática, isto implica que a região de Viseu poderá ser valorizada através da criação de oficinas de artesanato tradicional, programas de narração de histórias locais, oficinas gastronómicas, visitas guiadas por residentes locais, experiências temáticas associadas a festivais e tradições locais e formação de profissionais da cultura e do turismo. Tais ações podem tornar as experiências dos visitantes mais envolventes e permitirão dar maior destaque ao património cultural imaterial, bem como promover esse património cultural no âmbito do turismo de uma forma mais consciente, participativa e sustentável.

Num sentido mais geral, as conclusões sugerem que a gestão do destino deve ser integrada e, neste contexto, a promoção do turismo deve ser apoiada pela mediação cultural, pelo envolvimento da comunidade e pela preservação do património. Desta forma, em vez de se limitar a alargar o leque de opções, deve procurar-se melhorar a qualidade das experiências e garantir que o turismo criativo em Viseu evolua de acordo com os valores locais e a identidade cultural da área em questão.

Nesse sentido, a investigação apoia o argumento-chave da literatura, de que novas formas de turismo criativo podem promover o desenvolvimento sustentável quando reforçam o processo de transmissão do património vivo e a vantagem comunitária equitativa, e abordam proactivamente as ameaças que surgem quando a cultura se transforma num recurso voltado para o mercado (UNESCO, 2024; Yuan et al., 2022).

CONCLUSÕES

A presente dissertação investigou a importância do património cultural imaterial no desenvolvimento do turismo criativo na região de Viseu, com o auxílio de um estudo quantitativo e descritivo apoiado por uma análise multivariada. A ideia central era compreender como os visitantes encaram e vivenciam as iniciativas de turismo criativo relacionadas com os processos culturais vivos e transformar os resultados em recomendações que permitam melhorar a gestão do destino, a experiência dos visitantes e tornar o turismo mais sustentável e consciente da comunidade.

De um modo geral, os resultados indicam que as perceções dos turistas se estruturam em quatro dimensões distintas, nomeadamente: os efeitos negativos e os riscos percebidos para o património, o envolvimento ativo e a valorização do património, a interação entre turistas e comunidade e a identidade local, e os benefícios percebidos do turismo criativo para o desenvolvimento local. Esta análise valida que o turismo criativo não é encarado como uma forma de entretenimento ou de consumo cultural, e sim como um processo participativo que combina aprendizagem, envolvimento e significado relacionado com o local.

A descoberta de uma dimensão distinta de risco demonstra que os impactos do turismo cultural não são considerados exclusivamente positivos pelos visitantes. Ao contrário, têm consciência de que o turismo tem o potencial de causar impactos negativos na integridade do património, nomeadamente receios de degradação, banalização e perda de autenticidade quando as práticas são exageradas ou controladas por organismos externos.

Estas conclusões são acompanhadas pela análise de segmentação, que mostra que a visita não é homogênea. Foram identificados três perfis. O primeiro, Moderados, revelou avaliações próximas da área neutra e uma disponibilidade relativamente baixa para o envolvimento em trabalhos criativos. Isto implica que pode haver um grande número de pessoas que consideram o contexto cultural e também estão mais alinhadas com os tipos de visita tradicionais, de baixo envolvimento. No caso da estratégia de destino, isso significa que os produtos oferecidos pelo turismo criativo devem ter pontos de acesso fáceis para reduzir a incerteza e definir o que a participação envolve, para permitir que as pessoas se envolvam gradualmente, em vez de estarem dispostas a mergulhar de uma vez.

O segundo perfil, Entusiastas Vigilantes, foi uma fusão entre a alta apreciação dos benefícios do turismo criativo e a maior preocupação com os efeitos negativos sobre o património. Trata-se de um resultado especialmente interessante, pois demonstra que a consciência crítica também pode coexistir com um alto nível de interesse na participação. É de esperar que este grupo de visitantes responda positivamente a destinos que esclareçam as medidas de proteção e demonstrem boa governação. A posição deste grupo aponta para a necessidade de transparência, liderança da comunidade e mecanismos respeitáveis que preservem a integridade cultural e permitam um acesso significativo.

O terceiro perfil, os Entusiastas Confiantes, demonstrou o maior apoio aos benefícios do desenvolvimento, interação com a comunidade e envolvimento ativo, e com o menor risco percebido. Este segmento é o alvo mais positivo para o turismo criativo e pode demonstrar o potencial da indústria para criar uma ligação emocional com o local, reforçar as perceções de hospitalidade e apoiar a identidade local através da copresença e cocriação.

Não obstante, o facto de este segmento ser insensível ao risco também indica a necessidade de instrumentos de gestão delicados, incluindo orientação dos visitantes e respeito pelas normas, de forma que o elevado entusiasmo não contribua inadvertidamente para o uso exagerado ou consumo superficial à medida que a demanda aumenta.

As tendências sociodemográficas também contribuem para o objetivo final de traçar o perfil dos turistas criativos, demonstrando que não há um papel de envolvimento limitado a um grupo específico. As mulheres eram predominantes em termos de perfis, e a faixa etária mudou para os grupos de meia-idade, o que indicava que o turismo cultural neste contexto tem como alvo o público com padrões de viagem consistentes e interesse em experiências culturalmente significativas. Tais tendências sugerem que o design do produto deve ser mais confortável, claro e de qualidade de interação do que simplesmente relacionar o turismo criativo como um nicho jovem.

Coletivamente, as conclusões indicam que o património cultural imaterial pode ser visto como uma ferramenta estratégica no crescimento do turismo criativo em Viseu, desde que as experiências permitam o envolvimento ativo e a interação autêntica com a comunidade e que os riscos sejam abordados de forma proativa. A investigação ajuda, assim, a traçar uma orientação das direções a seguir na prática.

Os destinos devem trabalhar em ofertas diferenciadas que correspondam aos três segmentos, reforçar o envolvimento da comunidade no processo de tomada de decisões e garantir que os benefícios são evidentes e baseados localmente. O turismo criativo não deve ser visto como uma abordagem de promoção a curto prazo, mas como uma estratégia de desenvolvimento a longo prazo que os agentes culturais, os operadores turísticos e as autoridades locais devem alinhar.

Devem ser consideradas algumas limitações. O estudo utilizou uma amostra não probabilística, o que dificulta a extrapolação dos resultados para o contexto real. A abordagem transversal capta as perceções num determinado momento e não permite determinar como a participação repetida influencia as atitudes. As medidas foram auto-relatadas e podem ter sido afetadas pelo viés nas respostas. Ademais, entrevistas com gestores de turismo também estão entre os objetivos, e os resultados aqui são principalmente quantitativos, o que restringe a triangulação entre as perceções dos visitantes e as práticas de gestão.

É igualmente necessário acrescentar que a dimensão da amostra constitui outro ponto fraco da investigação, uma vez que, por um lado, permite identificar as tendências e os perfis necessários, mas, por outro, reduz as possibilidades de tirar conclusões sobre a totalidade da população de visitantes da região de Viseu. Além disso, a recolha de dados foi realizada num determinado período e não conseguiu captar a sazonalidade da procura turística na sua totalidade, um aspeto que pode afetar o tipo de visitante, bem como as suas motivações, comportamentos e perceções em relação às experiências de turismo criativo. Por conseguinte, em futuras investigações, é aconselhável utilizar amostras maiores e mais diversificadas, bem como outras épocas do ano, para captar quaisquer variações sazonais e reforçar a consistência analítica dos resultados.

Estudos posteriores devem expandir a amostragem em temporadas e vários contextos de turismo criativo para determinar a consistência dos perfis identificados. A pesquisa longitudinal ajudaria a compreender a influência da experiência na consciência do risco, nas perceções de autenticidade e nas intenções de comportamento. Os métodos mistos, incluindo entrevistas com profissionais da cultura e gestores de turismo, aumentariam a compreensão do papel das decisões de governação na determinação da confiança dos visitantes e do sucesso da comunidade.

Finalmente, a pesquisa de estudos avaliativos de intervenções individuais, por exemplo, briefings para visitantes, procedimentos comunitários, gestão de capacidade, etc., forneceria evidências mais poderosas de como os benefícios podem ser otimizados e a preservação do património alcançada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alves, S. (2018). Understanding intangible aspects of cultural heritage: The role of active imagination. *The Historic Environment: Policy & Practice*, 9(3–4), 207–228. <https://doi.org/10.1080/17567505.2018.1517141>

Barrio, M. J., Devesa, M., & Herrero, L. C. (2012). Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals. *City, Culture and Society*, 3(4), 235–244. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2012.09.002>

Bendix, R. F. (2018). *Culture and Value: Tourism, Heritage, and Property*. Indiana University Press.

Bhattacharya, A. (2020). *Art for life: Intangible cultural heritage as a tool for entrepreneurial development in India*. In *Entrepreneurship and Development in South Asia: Longitudinal Narratives* (pp. 65–94). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-4859-8_5

Canclini, N. G. (2001). *Definiciones en transición*. CLACSO. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100912035750/5canclini.pdf>

Carvalho, M., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2021). Co-creative tourism experiences – A conceptual framework and its application to food & wine tourism. *Tourism Recreation Research*, 1–25. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1948719>

Castanho, R. A., Santos, C., & Couto, G. (2023). Creative tourism in islands and regional sustainable development: What can we learn from the pilot projects implemented in the Azores territory? *Land*, 12(2), 498. <https://doi.org/10.3390/land12020498>

Cerquetti, M., Ferrara, C., Romagnoli, A., & Vagnarelli, G. (2022). Enhancing intangible cultural heritage for sustainable tourism development in rural areas: The case of the “Marche Food and Wine Memories” Project (Italy). *Sustainability*, 14(24), 16893. <https://doi.org/10.3390/su142416893>

Chauhan, N. (2025). Empowering communities and preserving heritage: Case studies on socially responsible travel through fair trade tourism. In *Meaningful Tourism* (pp. 163–182). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83797-837-320251024>

Costa, A. (2023). *A Divisão de Gestão Cultural e as suas Políticas Culturais - Relatório de Estágio no Município de Santa Maria da Feira* [Master's thesis, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto – Politécnico do Porto].

Costa, A. F. (1997). Políticas culturais: conceitos e perspectivas. In *OBS*, n.º 2. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Crane, D., et al. (2002). *Global culture. Media, arts, policy, and globalization*. New York, London: Routledge.

Del Mármol, C., & Santamarina, B. (2019). Seeking Authenticity: Heritage and Value within the Intangible Economy. *Journal of Mediterranean Studies*, 28(2), 117–132. <https://muse.jhu.edu/article/75610>

Dubois, V. (1999). *La politique culturelle – genèse d’une catégorie d’intervention publique*. Paris: Éditions Belin.

Esichaikul, R., & Chansawang, R. (2022). Community participation in heritage tourism management of Sukhothai historical park. *International Journal of Tourism Cities*. <https://doi.org/10.1108/ijtc-03-2021-0035>

García-Almeida, D. J. (2021). Knowledge transfer processes in the authenticity of the intangible cultural heritage in tourism destination competitiveness. In *Authenticity and Authentication of Heritage* (pp. 21–33). Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003130253-3>

Grefe, X. (1999). *L'emploi culturel à l'âge du numérique*. Paris: Anthropos.

Jack, M. E. (2022). Intangible cultural heritage and participation: Encounters with safeguarding practices. *Museum Management and Curatorship*, 1–3. <https://doi.org/10.1080/09647775.2022.2102755>

Jimura, T. (2023). *Sustainability management in heritage and tourism*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-40269-2>

Kim, S., Whitford, M., & Arcodia, C. (2019). Development of intangible cultural heritage as a sustainable tourism resource: The intangible cultural heritage practitioners' perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5–6), 422–435.

<https://doi.org/10.1080/1743873x.2018.1561703>

Kirshenblatt-Gimblett, B. (2014). Intangible heritage as metacultural production. *Museum International*, 66(1–4), 163–174. <https://doi.org/10.1111/muse.12070>

Lopes, J. T. (2000). *A cidade e a cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*. Santa Maria da Feira: Ed. Afrontamento e Câmara Municipal do Porto.

Lopes, J. T. (2003). *Escola, território e políticas culturais*. Porto: Campo das Letras.

Majdoub, W. (2009). Cultural routes: An innovation tool for creative tourism. In *Proceedings of the Management International Conference-MIC 2009* (pp. 1841–1854). Sousse, Tunisia.

Melis, C., & Chambers, D. (2021). The construction of intangible cultural heritage: A Foucauldian critique. *Annals of Tourism Research*, 89, 103206. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103206>

UNWTO. (2013). *Sustainable tourism for development guidebook – Enhancing capacities for sustainable tourism for development in developing countries*. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_216669.pdf

UNWTO. (2019). *Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. <https://www.unwto.org/global/publication/overtourism-understanding-and-managing-urban-tourism-growth-beyond-perceptions-volume--0>

Pinto, J. M. (1994). Uma reflexão sobre políticas culturais. In *Dinâmicas culturais, cidadania e desenvolvimento local*. Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia.

Pratley, D. (1995). O papel da cultura no desenvolvimento económico local. In M. L. L. Santos (Ed.), *Cultura e economia*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

Qiu, Q., Zuo, Y., & Zhang, M. (2022). Intangible cultural heritage in tourism: Research review and investigation of future agenda. *Land*, 11(1), 139. <https://doi.org/10.3390/land11010139>

Reinhold, S., Zach, F. J., & Krizaj, D. (2019). Business models in tourism. *Tourism Review*, 74(6), 1117–1119. <https://doi.org/10.1108/tr-11-2019-384>

Remoaldo, P., & Ribeiro, J. C. (2022). Definition and evolution of creative tourism: How can it contribute to the sustainability of territories? In *Creative Tourism and Sustainable Territories* (pp. 7–33). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-681-020221002>

Richards, G. (2014). Tourism trends: The convergence of culture and tourism. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/371687086_Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism

Richards, G., & Duxbury, N. (2020). *Research agenda for creative tourism*. Elgar Publishing Limited.

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, (23), 16–20.

Rodrigues, C., Liberato, D., & Esteves, E. (2022). The intangible cultural heritage as a creative tourism product. The Masks of Trás-os-Montes. In *Advances in Tourism, Technology and Systems* (pp. 595–609). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-1040-1_50

Ross, D., Saxena, G., Correia, F., & Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 37–47. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.001>

Santos, M. L. L. (Ed.). (1998). *As políticas culturais em Portugal* (OBS-Pesquisas nº 3). Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Santos, M. L. L. (Ed.). (2004). *Políticas culturais e descentralização: Impactos do Programa de Difusão das Artes do Espectáculo*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

Steffensen, A. K. (2024). From monuments to living heritage: Revisiting the Venice Charter in the conservation of younger industrial heritage. *Protection of Cultural Heritage*, (20), 103–121. <https://doi.org/10.35784/odk.6160>

Timothy, D., & Boyd, S. (2003). *Heritage tourism*. Prentice Hall.

UNESCO. (2003). *Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Retrieved from <https://ich.unesco.org/en/convention>

UNESCO. (2008). *Safeguarding intangible heritage and sustainable cultural tourism: Opportunities and challenges*. UNESCO Publishing. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000178732>

UNESCO. (2023). *Capacity-building for safeguarding intangible cultural heritage and contributing to sustainable development*. Retrieved from <https://www.unesco.org/en/articles/capacity-building-safeguarding-intangible-cultural-heritage-and-contributing-sustainable-development>

UNESCO. (2024). *Basic texts of the 2003 Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO Publishing. Retrieved from https://ich.unesco.org/doc/src/2003_Convention_Basic_Texts_2024_version_EN.pdf

UNESCO. (2024a). *Impact of the UNESCO Creative Cities Network at local, national & international level*. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000390387>

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations.

Ubertazzi, B. (2022). Intellectual property rights and intangible cultural heritage inscribed in the UNESCO lists. In *Intangible Cultural Heritage, Sustainable Development and Intellectual Property* (pp. 187–264). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08104-0_5

Wulf, C. (2020). Intangible heritage. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3709227>

Yuan, C., Gan, L., & Zhuo, H. (2022). Coupling mechanisms and development patterns of revitalizing intangible cultural heritage by integrating cultural tourism: The case of Hunan Province, China. *Sustainability*, 14(12), 6994. <https://doi.org/10.3390/su14126994>

Zhang, Q., Liu, X., Li, Z., & Tan, Z. (2021). Multi-experiences in the art performance tourism: Integrating experience economy model with flow theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(5), 491–510. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1952148>

ANEXOS

Anexo I – Questionário

Turismo Cultural Criativo

O presente inquérito faz parte de um estudo do Mestrado em Gestão Turística sobre o tema «O Património Imaterial como Base para o Desenvolvimento do Turismo Criativo». Este tipo de Turismo é baseado no envolvimento ativo dos visitantes, nas experiências culturais da comunidade. Tem como objetivo conhecer as perceções, motivações e comportamentos dos visitantes do turismo cultural criativo e os seus efeitos sobre o património material e imaterial das comunidades locais. Todas as suas respostas serão confidenciais e anónimas e serão utilizadas apenas para fins académicos. Obrigada pela sua colaboração.

* Obrigatória

1. Caracterização Sociodemográfica *

Idade

- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-44
- ☐ 45-54
- ☐ 55-64
- ☐ 65 ou mais

2. Género *

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Outro
- ☐ Prefiro não dizer

3. Nacionalidade *

4. País de residência habitual *

5. Nível de escolaridade *

- ☐ Até 9.º ano Inclusive
- ☐ Ensino secundário
- ☐ Licenciatura
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutoramento
- ☐ Outro

6. Qual é a sua situação socioprofissional principal?(Assinale apenas uma opção - a que melhor descreve a sua situação atual. Se tem mais do que uma, escolha a principal). *

- ☐ Quadros Dirigentes/Profissionais
- ☐ Especialistas de Atividades intelectuais e científicas
- ☐ Técnicos e profissionais de nível intermédio
- ☐ Pessoal Administrativo
- ☐ Trabalhadores dos Serviços e Vendedores
- ☐ Trabalhadores qualificados da Agricultura, Silvicultura e Pescas
- ☐ Artesãos e Operários Qualificados
- ☐ Reformado/a
- ☐ Empregado/a Doméstico/a
- ☐ Estudante
- ☐ Desempregado/a
- ☐ Outra (qual?) _____
- ☐ Prefiro não responder



9. Perceções sobre Turismo Cultural *

Leia atentamente cada questão e selecione a opção que melhor reflete a sua opinião ou situação, usando a seguinte escala, 1 *Discordo totalmente* a 5 *Concordo totalmente*, quando visita o destino Turístico que identificou.

	1 Discordo Totalmente	2	3	4	5 Concordo Totalmente
No destino turístico que identificou, o turismo cultural oferece experiências principalmente passivas.	☐	☐	☐	☐	☐
As atividades tradicionais limitam a minha participação ativa neste destino turístico.	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo pode levar à degradação do património material deste destino turístico.	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo pode banalizar o património imaterial deste destino turístico.	☐	☐	☐	☐	☐

10. Turismo Cultural Criativo *

Leia atentamente cada questão e selecione a opção que melhor reflete a sua opinião ou situação, usando a seguinte escala, **1 Discordo totalmente a 5 Concordo totalmente**, quando visita o destino Turístico que identificou.

	1 Discordo Totalmente	2	3	4	5 Concordo Totalmente
A criatividade das atividades/ experiências deste destino turístico aumenta o meu envolvimento com ele.	☐	☐	☐	☐	☐
Neste destino turístico, prefiro realizar atividades/ experiências em que possa «aprender fazendo» (ex: oficinas / ateliers).	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo cultural criativo neste destino turístico diferencia-se do tradicional pela minha participação ativa em atividades/ experiências.	☐	☐	☐	☐	☐
A criatividade das atividades/ experiências que se podem realizar neste destino turístico valoriza o seu património material.	☐	☐	☐	☐	☐
A criatividade das atividades/ experiências deste destino turístico valoriza o património imaterial.	☐	☐	☐	☐	☐
Neste destino turístico, a criatividade reforça a autenticidade cultural.	☐	☐	☐	☐	☐
As atividades/ experiências criativas deste destino turístico destacam a sua herança material.	☐	☐	☐	☐	☐

11. Participou ou pretende participar numa oficina de experiências criativas no destino turístico que identificou? *

- ☐ Participei
- ☐ Pretendo participar
- ☐ Não tenho interesse

12. Qual o seu grau de interesse em aprender técnicas tradicionais (cestaria, cerâmica, etc.) na visita que está a realizar ao destino Turístico que referenciou? *

- ☐ Nada interessante
- ☐ Pouco
- ☐ Interessante
- ☐ Muito interessante
- ☐ Extremamente interessante

13. Interação dos Turistas com a Comunidade Local *

Leia atentamente cada questão e selecione a opção que melhor reflete a sua opinião ou situação, usando a seguinte escala, **1 Discordo totalmente a 5 Concordo totalmente**, quando visita o destino Turístico que identificou.

	1 Discordo Totalmente	2	3	4	5 Concordo Totalmente
Valorizo as interações diretas com os residentes durante as atividades.	☐	☐	☐	☐	☐
Os residentes participam ativamente nas experiências turísticas.	☐	☐	☐	☐	☐
O envolvimento dos residentes é espontâneo.	☐	☐	☐	☐	☐
Senti-me/ Sinto-me bem recebido/a pela comunidade local.	☐	☐	☐	☐	☐
As oficinas/ateliers reforçaram o meu apreço pela identidade local.	☐	☐	☐	☐	☐
Notei orgulho dos residentes em partilhar as suas tradições.	☐	☐	☐	☐	☐
O envolvimento de turistas contribui para a transmissão de saberes tradicionais	☐	☐	☐	☐	☐
Há risco de comercialização excessiva que possa reduzir a autenticidade	☐	☐	☐	☐	☐

14. Que tipo de experiências turísticas considera mais autênticas no destino Turístico que identificou? *

Selecione no máximo 3 opções.

- ☐ Visitar monumentos e museus emblemáticos
- ☐ Participar em festas, eventos e tradições locais
- ☐ Experimentar a gastronomia típica em restaurantes locais
- ☐ Interagir e conviver com residentes (ex.: visitas guiadas por locais, hospedagem familiar)
- ☐ Explorar o destino de forma independente, fora das zonas mais turísticas
- ☐ Participar em oficinas ou atividades criativas ligadas à cultura local (ex.: artesanato, ateliers, workshops, cozinha tradicional)
- ☐ Outra
- ☐ Se indicou outra, diga qual(ais) _____

15. Quais os fatores que influenciaram a sua decisão de participar ou de ter participado numa oficina de experiências criativas no destino Turístico que referenciou? *

Selecione no máximo 3 opções.

- ☐ Duração conveniente
- ☐ Localização de fácil acesso
- ☐ Preço acessível
- ☐ Recomendação/avaliações
- ☐ Possibilidade de alojamento próximo
- ☐ Contacto com artesãos locais
- ☐ Conteúdo educativo para crianças
- ☐ Não participei

16. Sustentabilidade e Impactos *

Leia atentamente cada questão e selecione a opção que melhor reflete a sua opinião ou situação, usando a seguinte escala, **1 Discordo totalmente a 5 Concordo totalmente**, quando visita o destino Turístico que identificou.

	1 Discordo Totalmente	2	3	4	5 Concordo Totalmente
As atividades turísticas contribuem para proteger os recursos naturais.	☐	☐	☐	☐	☐
As atividades turísticas contribuem para preservar o património cultural.	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo tem impactos ambientais negativos na zona.	☐	☐	☐	☐	☐
Eu, enquanto turista, contribuo para a sustentabilidade deste destino.	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo criativo gera novas fontes de rendimento para as famílias locais.	☐	☐	☐	☐	☐
As oficinas/ateliers estimulam o empreendedorismo na comunidade.	☐	☐	☐	☐	☐
O turismo criativo pode revitalizar aldeias periféricas da região.	☐	☐	☐	☐	☐
O ambiente festivo contribuiu para a minha ligação emocional ao lugar.	☐	☐	☐	☐	☐
Compreendi facilmente o simbolismo local das tradições, personagens, cores, etc.	☐	☐	☐	☐	☐
O design e a decoração dos espaços (ex.: alojamento) valorizam a identidade local.	☐	☐	☐	☐	☐

17. Participação em Atividades Culturais *

Assinale **todas** as atividades em que participou ou pretende participar durante a sua visita ao destino turístico que referenciou.

- ☐ Eventos culturais locais/nacionais/religiosos
- ☐ Eventos gastronómicos (comida regional)
- ☐ Apresentações de música ou danças folclóricas
- ☐ Oficinas/ateliers de artesanato
- ☐ Serviço de alimentação em estilo tradicional
- ☐ Visitas guiadas a lugares patrimoniais
- ☐ Decoração/ambiente temático no alojamento
- ☐ Guia especializado sobre a história do local
- ☐ Participação em eventos culturais ligados ao artesanato
- ☐ Outra

18. Intenções Futuras *

Tem a intenção de regressar nos próximos 3 anos ao destino que referenciou?

- ☐ Nada Provável
- ☐ Pouco Provável
- ☐ Provável
- ☐ Muito Provável
- ☐ Extremamente Provável

19. Qual é a probabilidade de recomendar a outras pessoas, a visita ao destino turístico que identificou? *

- ☐ Nada Provável
- ☐ Pouco Provável
- ☐ Provável
- ☐ Muito Provável
- ☐ Extremamente Provável

20. Avaliação Global *

Qual é o seu grau de satisfação global com a experiência que está a ter, ou teve, aquando da visita ao destino turístico que identificou.

- ☐ Nada satisfeito
- ☐ Pouco Satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Muito Satisfeito
- ☐ Extremamente Satisfeito

Este conteúdo não é criado nem endossado pela Microsoft. Os dados que você enviar serão enviados ao proprietário do formulário.

 Microsoft Forms

Anexo II - Dendrograma

