

MESTRADO EM RISCOS, CIDADES E ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO
ESPECIALIZAÇÃO EM POLÍTICAS URBANAS E ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO

O TURISMO CULTURAL COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: O DISTRITO URBANO DE BENFICA (ANGOLA)

Hélio Nelson de Aragão dos Santos

M

2023



Hélio Nelson de Aragão dos Santos

O turismo cultural como fator de desenvolvimento territorial: O distrito urbano de Benfica (Angola)

Tese realizada no âmbito do Programa de Mestrado em Riscos, Cidades e Ordenamento do Território - Especialização em políticas urbanas e ordenamento do território, Orientada pela Professora Doutora Maria Helena Mesquita Pina

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2023

“não há turismo de qualidade sem território de qualidade”.

Vieira (2007:20)

“o principal objetivo do desenvolvimento turístico é aumentar a prosperidade económica e garantir um melhor nível de vida às pessoas que vivem num determinado país ou região”.

Cunha, (2013:117)

Sumário

Declaração de honra	6
Agradecimentos	7
Resumo	8
Abstract	9
Índice de Figuras	10
Índice de Quadros	12
Lista de abreviaturas e siglas.....	13
PARTE I	14
1.Introdução.....	14
1.1. Enquadramento Geral	14
1.2. A Importância do Tema e a Questão de Partida.....	19
1.3. Motivação para o Trabalho	21
1.4. Problemática e Objetivos da Investigação.....	21
1.4.1. Objetivos Gerais.....	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.5. Estrutura da Tese.....	23
2.Metodologia e Hipóteses da Investigação	24
3.Revisão da Literatura	28
3.1. Definição de Território e Desenvolvimento sustentável Importa iniciar pela explicitação de alguns conceitos, como território e desenvolvimento sustentável.	28
3.2. Relações cidade / campo	30
3.3. Turismo: origem e evolução.	32
3.3.1. Turismo Criativo.....	45
3.3.2. Vínculos territoriais do turismo	47
3.3.3. Ordenamento territorial turístico.....	50
3.4. Cultura e Património Cultural: Material e Imaterial	56
3.5. Património Cultural: Material e Imaterial	59
Parte II	63
4.O Território em Estudo: Distrito Urbano de Benfica	63
4.1. Localização da área de estudo.....	63
4.2. Divisão política administrativa	63

4.3. Caracterização física da área de estudo	64
4.4. Breve resenha histórica do distrito	68
4.5. Caracterização demográfica e socioeconómica	69
5. Património cultural material e imaterial	70
6. Proposta para a estruturação da Rota Cultural de Benfica	75
6.1. A Importância da Paz e do Plano Diretor do Turismo em Angola (PDTA) para o desenvolvimento do Turismo Cultural em Angola	75
6.2. Configuração e os benefícios da Rota Cultural de Benfica	82
6.3. O Turismo Criativo como diferencial competitivo	92
6.4. O <i>City Marketing</i> como estratégia de comunicação	96
6.5. Obstáculos ao Sucesso da Rota Cultural: infraestruturas	99
7. Conclusões	100
7.1. Conclusões Gerais	100
7.2. Limitações do Trabalho e Pista para Futuras Investigações	107
7.2.1. Limitações do Trabalho	107
7.2.2. Pista para Futuras Investigações	107
8. Referências Bibliográficas	109
9. Anexos	119

Declaração de honra

Declaro que a presente dissertação de mestrado é de minha autoria e não foi utilizada previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e autoplágio constitui um ilícito académico.

Porto, 17/09/2023

Hélio Nelson de Aragão dos Santos

Agradecimentos

Primeiro, quero agradecer a Deus, pai todo-poderoso e a nossa Senhora Virgem Maria, por serem os meus fiéis protetores e guias nessa jornada académica de altos e baixos.

Agradeço ao meu pai “Lourenço Aragão” (in memoriam) pelo legado, a minha querida e amada mãe “Chana de Aragão” pelos sucessivos ensinamentos e pela cumplicidade em todos os meus projetos. Agradeço de igual modo a minha querida parceira e companheira de todos os sonhos, Anuarith Martins e às minhas queridas filhas Naélia Aragão, Maria Clara Aragão e Raquel Regina Aragão, por aturarem o vosso papá.

Um agradecimento especial vai para a minha orientadora, Professora Doutora Maria Helena Mesquita Pina, do Departamento de Geografia (DG) da Faculdade de Letras da Universidade do Porto (FLUP), pelo contributo prestado para a elaboração e desenvolvimento desta dissertação de mestrado, deixando as suas impressões digitais através da sua atenção e constante disponibilidade para a orientação.

Agradeço a todos os que se dispuseram a participar da pesquisa de campo e entrevistas para a realização deste trabalho.

Resumo

O trabalho em epígrafe insere-se no debate sobre a importância do Turismo Cultural para o desenvolvimento dos territórios e das suas populações. Nele são discutidos os conceitos de turismo, cultura, turismo cultural e património, através do estudo de autores com trabalhos relevantes na área, mas também, da legislação angolana e internacional, da consulta de dados e decisões de entidades internacionais como a Organização Mundial do Turismo, e angolanas, como o Plano Diretor do Turismo de Angola e o Programa de Apoio à Produção, Diversificação das Exportações e Substituição das Importações, entre outros.

Numa primeira abordagem que se faz à Província de Luanda, percebe-se, de forma instantânea, a existência de um produto turístico, “Turismo de Negócios”, que alavanca outros produtos turísticos conexos àquele. Neste sentido, os alojamentos, as salas para reuniões e outros eventos, as acessibilidades e as organizações locais de eventos são elementos que se devem ter em conta no momento de escolha do local para realizar, ou mesmo, assistir a qualquer evento de negócios, considerando a atratividade do destino, quanto às atividades possíveis de serem realizadas no local, antes, durante e depois do evento.

Com este trabalho, pretende-se, por um lado, evidenciar as potencialidades turísticas dos principais bairros do Distrito Urbano de Benfica, que, aliadas às estruturas e aos equipamentos específicos que têm surgido, proporcionam um ambiente favorável ao desenvolvimento do Turismo Cultural e, por outro lado, evidenciar o dinamismo da Província de Luanda associado ao Turismo Cultural.

Palavras-chave: Turismo cultural, desenvolvimento territorial, urbanismo, desenvolvimento sustentável.

Abstract

This work is part of the debate on the importance of Cultural Tourism for the development of territories and their populations. It discusses the concepts of tourism, culture, cultural tourism and heritage, through the study of authors with relevant work in the area of Angolan and international legislation, consultation of data and decisions of international entities such as the World Tourism Organization, and Angolan, such as the Master Plan for Tourism in Angola and the Production Support Program, Export Diversification and Import Substitution, among others.

In a first analysis of the province of Luanda, the existence of a tourist product, “Business Tourism”, is automatically perceived, which leverages other related tourist products. In this sense, accommodation, rooms for meetings and other events, access, local organization of events are elements that must be taken into account when choosing the place to hold, or even attend, any business event, considering the attractiveness of the destination with regard to the activities that can be carried out at the location, before, during and after the event.

With this work, it is intended, on the one hand, to highlight the tourist potential of the main neighborhoods of the Urban District of Benfica, which, combined with the specific structures and equipment that have been emerged, provide a favorable environment for development of Cultural Tourism and, on the other hand, highlight the development of the Province of Luanda associated with Cultural Tourism.

Key-words: Cultural tourism, territorial development, urbanism, sustainable development.

Índice de Figuras

FIGURA 1 – RELAÇÃO ENTRE OS TRÊS EIXOS DO DS	120
FIGURA 2 – IMAGEM REPRESENTATIVA DOS TURISTAS PELO MUNDO	120
FIGURA 3 - RELAÇÃO ENTRE LAZER, RECRIAÇÃO E TURISMO	121
FIGURA 4 – DESTINO TURÍSTICO E FATORES DE EVOLUÇÃO DO TURISMO CULTURAL PARA O TURISMO CRIATIVO	122
FIGURA 5 – ASPETOS QUE VINCULAM O TURISMO AO TERRITÓRIO	123
FIGURA 6 – DEFINIÇÃO DA RELAÇÃO DE INTERDEPENDÊNCIA ENTRE TURISMO E TERRITÓRIO.....	123
FIGURA 7 – LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	124
FIGURA 8 — LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	125
FIGURA 9 – LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	125
FIGURA 10 — LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	126
FIGURA 11 – MAPA HIPSOMÉTRICO DE LUANDA.....	127
FIGURA 12 – DECLIVES DE LUANDA E REPRESENTATIVIDADE DAS VÁRIAS CLASSES.....	128
FIGURA 13 – MAPA GEOLÓGICO DE LUANDA	129
FIGURA 14 – EXPOSIÇÃO DE VERTENTES DE LUANDA	130
FIGURA 15 – MAPA DE OCUPAÇÃO DO SOLO DE LUANDA.....	131
FIGURA 16 – ADAPTAÇÃO DAS FASES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	132
FIGURA 17 – NÚMERO DE HÓSPEDES NAS UNIDADES HOTELEIRAS.....	133
FIGURA 18 – NÚMERO DE DORMIDAS NAS UNIDADES HOTELEIRAS.....	133
FIGURA 19 — PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES	134
FIGURA 20 — EVOLUÇÃO DE CHEGADAS DE TURISTAS ESTRANGEIROS A ANGOLA (2006 – 2009)	134
FIGURA 21 – MERCADOS EMISSORES DE TURISTAS INTERNACIONAIS.....	135
FIGURA 22 – MOTIVOS DE VIAGEM [‘000; 2006 – 2009].....	135
FIGURA 23 – MOTIVO DE VIAGEM DE FÉRIAS FACE AOS OUTROS MOTIVOS [‘000; 2006 – 2009]	136
FIGURA 24 – RECEITAS ASSOCIADAS AO TURISMO [2005 – 2009; MIL MILHÕES DE AKZ]	136
FIGURA 25 – EMPREGO ASSOCIADO AO TURISMO [2005 – 2009; MILHARES DE EMPREGOS].....	137
FIGURA 26 – DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS RECEITAS DE ALOJAMENTO.....	137
FIGURA 27 – AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORES TURÍSTICOS.....	138
FIGURA 28 – CONTRIBUIÇÃO DO SETOR DO TURISMO PARA O PIB.....	138
FIGURA 29 – PROPOSTA DA ROTA CULTURAL DE BENFICA	139
FIGURA 30 – ÁREA GEOGRÁFICA DE IMPLANTAÇÃO DA ROTA CULTURAL DE BENFICA.....	139

Índice de Tabelas

TABELA 1 – CATEGORIAS DO PATRIMÓNIO CULTURAL.....	60
---	----

Índice de Quadros

QUADRO 1: DEFINIÇÕES DE TURISMO CULTURAL	41
QUADRO 2: EXPERIÊNCIAS CULTURAIS.....	94

Lista de abreviaturas e siglas

CST – Contas Satélite para o Turismo

EN-100 – Estrada Nacional nº 100

GEPE – Gabinete de Estudos, Planeamento e Estatística

INE – Instituto Nacional de Estatística

MI - *Meeting Industry*

MNE – Museu Nacional da Escravatura

OIT – Organização Internacional do Trabalho

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

OT – Ordenamento do Território

PDTA – Plano Diretor do Turismo de Angola

PND – Plano Nacional do Desenvolvimento

POT – Plano Operativo do Turismo

PRODESI – Programa de Apoio à Produção, Diversificação das Exportações e Substituição das Importações

RCB – Rota Cultural de Benfica

SADC - Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral

TALC – *Tourism Area Life Cycle*

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

PARTE I

1. Introdução

O presente trabalho subordinado ao tema **“O Turismo Cultural como Fator de Desenvolvimento Territorial: O Distrito Urbano de Benfica (Angola)”** insere-se no âmbito do Mestrado em Riscos, Cidades e Ordenamento do Território, ministrado na Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

A relação existente entre o Turismo Cultural e a sua contribuição para o desenvolvimento dos territórios, em particular do Distrito Urbano de Benfica, é o foco deste trabalho de investigação. O turismo, por ser uma transversalidade social suscetível de gerar impactes socioeconómicos, demográficos, físicos, ambientais e culturais, necessita de uma base teórica bem sustentada, de modo a facilitar a operacionalização de ideias e conceitos, na senda de Carbone (2006, p.90), quando afirma que “o património acumulado de interpretações provisoriamente validadas a que se chama teoria (...) constituiu, em princípio, adequado ponto de partida para a investigação”. Com base neste princípio, realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre o estado da arte, de forma a identificar, definir e analisar conceitos como: Turismo, Cultura, Turismo Cultural e Património Cultural. Esta pesquisa permitiu a elaboração da I parte desta dissertação, que sustenta teoricamente a II parte, na qual se desenvolve o estudo sobre o território em análise.

Na I parte, organizada em 3 capítulos, efetua-se o enquadramento geral do trabalho, a metodologia adotada no seu desenvolvimento e os conceitos teóricos fundamentais. A II parte visa o trabalho empírico, a análise do território em estudo, concluindo com a apresentação de propostas para a estruturação da Rota Cultural de Benfica.

1.1. Enquadramento Geral

O Turismo Cultural sempre foi uma das mais antigas formas indutoras para viajar. Atualmente, quando bem planeado, o Turismo Cultural torna-se num fator de desenvolvimento sustentável dos territórios, em latitudes e escalas diversas, sejam elas países, regiões, cidades ou aldeias.

Nos anos oitenta do século passado, uma das fases de grande expansão da atividade turística, alicerçadas na ‘democratização’ das ligações aéreas, o turismo passou a ser encarado nos países

e nas regiões de destino como um instrumento fundamental do processo de desenvolvimento dos territórios. No geral bem aceite pelas populações, pelos decisores, por políticos e empresas, bem como pelos técnicos ligados ao setor, o turismo foi eleito como uma alavanca essencial à instigação de novas dinâmicas de progresso nos espaços de acolhimento. Segundo alguns autores, o setor do turismo, principalmente o Turismo Cultural, tornou-se uma das principais atividades económicas do planeta, tanto para países desenvolvidos, quanto para países em desenvolvimento. Aliás, torna-se referência na criação de empregos e renda, não sendo Angola exceção, se bem que exista ainda um trabalho significativo a efetuar.

Nos dias de hoje, o Turismo Cultural continua a ser o pilar da atividade turística em diversos países e regiões. Na maioria dos casos, a cultura e o património constituem uma vantagem importante para o desenvolvimento do turismo e para a captação de turistas e visitantes. A cultura é o grande vetor que torna possível conhecer os pormenores de uma cidade, vila, aldeia ou, ainda, de um dado momento histórico. Marujo (2014) entende que o turismo, pela sua essência e natureza, implica uma procura pelas diferenças que são projetadas pela cultura material e imaterial, e que sustentam o Turismo Cultural.

A Convenção da Organização das Nações Unidas para a Proteção do Património Mundial Cultural e Natural de 1972, no seu artigo 1.º, considera património cultural material “os monumentos (obras arquitetónicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos de estruturas de carácter arqueológico, inscrições, grutas e grupos de elementos com valor universal excecional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência), os conjuntos (grupos de construções isoladas ou reunidos que, em virtude da sua arquitetura, unidade ou integração na paisagem têm valor universal excecional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência) e os locais de interesse (obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse arqueológico, com um valor universal excecional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico”. Ao definir o que é património cultural material, pode considerar-se reconhecida a obrigatoriedade de identificar, proteger, conservar, valorizar e transmitir às gerações futuras o património cultural referido no artigo 1.º, situado no seu território.

Os Estados presentes na Convenção de 1972 foram instigados a esforçarem-se, quer por meios próprios, utilizando no máximo os seus recursos disponíveis, quer, se necessário, mediante a

assistência e a cooperação internacionais de que possam beneficiar, nomeadamente no plano financeiro, artístico, científico e técnico, para a preservação daquela que é considerada uma das principais, ou a principal atração turística. Por seu turno, o Código Mundial de Ética do Turismo (2005) estabelece, no seu artigo 4º., que o conjunto dos atores do desenvolvimento turístico dos Estados membros da OMT, ao comporem as suas políticas e atividades turísticas, devem salvaguardar o respeito pelo património artístico, arqueológico e cultural, permitindo a sua preservação e transmissão às gerações futuras. O referido código recomenda um cuidado especial que deve ser concedido à preservação e à valorização dos monumentos, santuários e museus, bem como de locais históricos e arqueológicos, quando estejam em grande parte abertos à frequência turística. O mesmo incentiva, ainda, o acesso do público aos bens e monumentos culturais privados, no respeito pelos direitos dos seus proprietários, bem como aos edifícios religiosos, sem prejudicar as necessidades do culto.

O Turismo Cultural tem vindo a assumir um papel preponderante na escolha do destino turístico. A busca pelas emoções e novas experiências, o reencontro com a cultura e o sentido de pertença, fazem do Turismo Cultural um potencial turístico, um pouco por todo o mundo. Indo ao encontro deste novo paradigma, o património imaterial torna-se determinante nas sociedades, na medida em que expressa a sua identidade e heterogeneidade, apelando ao acionar de medidas com vista à sua preservação e conservação, bem como à valorização turística no contexto da mercantilização da cultura nas sociedades pós-modernas. Além de identificar, proteger, conservar e valorizar, a Convenção da Organização das Nações Unidas para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, de 2003, consagrou as práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências – bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e, eventualmente, indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu património cultural (Convenção, 2003. A ONU defende que este património é transmitido de geração em geração e é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio envolvente, da sua interação com a natureza e da sua história, conferindo-lhes um sentido de identidade e de continuidade, contribuindo, assim, para promover o respeito da diversidade cultural e da criatividade humana. Por outro lado, o património cultural imaterial manifesta-se nos seguintes domínios: (a) tradições e expressões orais, incluindo a língua como vetor do património cultural imaterial; (b)

artes do espetáculo; (c) práticas sociais, rituais e atos festivos; (d) conhecimentos e usos relacionados com a natureza e o universo; (e) técnicas artesanais tradicionais. Na intenção de salvaguardar o património cultural imaterial, foram adotadas medidas que visam assegurar a viabilidade e continuidade do património cultural imaterial, incluindo a identificação, documentação, investigação, preservação, proteção, promoção, valorização, transmissão - essencialmente pela educação formal e não formal – e revitalização dos diversos aspetos deste património (ONU, 2003).

A globalização, que segundo Giddens citado por (Santos, 2001, p.31), “é a intensificação de relações sociais mundiais que unem localidades distantes de tal modo que os acontecimentos locais são condicionados por eventos que acontecem a muitas milhas de distância e vice-versa”, originou uma maior necessidade de expansão comercial e industrial, enquanto, simultaneamente obrigou à valorização das identidades territoriais, da autenticidade local, da inovação de produtos e do marketing territorial, através de eventos e promoções de produtos turísticos. Não é, pois, de estranhar que surjam organizações que tenham como função organizar os destinos turísticos, especialmente na sequência do significativo crescimento das viagens culturais. Por esta razão, o turismo, hoje, já não se refere apenas às deslocações motivadas pelo lazer, recreio ou visitas a familiares e amigos, nem encontra apenas eco no turismo religioso e no turismo de saúde (OMT, 1993 & OMT, 2010).

De acordo com a OMT, o turismo mundial, em **2021**, embora tenha **recuperado 4% em relação a 2020**, o pior ano desde que há registo, permaneceu 72% abaixo dos níveis de 2019 (ano pré-pandémico). Os destinos mundiais receberam, em 2020, menos mil milhões de chegadas internacionais quando comparado com o ano anterior, devido às restrições de viagens e a uma queda sem precedentes na procura, causadas pela pandemia Covid-19.

Em Angola, o turismo doméstico tem compensado, de certa forma, a ausência do turismo internacional, que começou a decrescer consideravelmente em 2017. O segmento do turismo doméstico, em 2017, foi de 70% segundo o relatório do Programa de Apoio à Produção, Diversificação das Exportações e Substituição das Importações (PRODESI, 2020). Nos anos seguintes, este panorama não apresentou grande diferença. Com as restrições impostas pelo Governo de Angola, para impedir a propagação do vírus da covid-19, experimentou-se uma nova dinâmica no turismo doméstico, pois a população estava impedida de ultrapassar as

fronteiras internacionais e enfrentara dificuldades em adquirir o visto de turista. Então, no país registou-se um número considerável de entradas e saídas interprovinciais, embora o turismo doméstico teve maior incidência nas províncias de Benguela, Luanda, Cuanza Sul e Huíla, agregando aproximadamente 80% dos turistas. O total absoluto de turistas domésticos, segundo o PRODESI, aproximou-se dos 71.534.00, distribuídos entre as 18 províncias que compõem o território nacional. Os turistas portugueses, por seu lado, em 2018 constituíram 25% das chegadas internacionais em Angola, enquanto no ano a seguir, essa percentagem aumentou para 27%. Em relação à origem de outros turistas chegados a Angola, observou-se uma grande expansão, diversificando-se os países de origem.

Nota-se que, em Luanda, o turismo de negócios é o que mais se destaca, por ter uma relação muito estreita com o turismo de lazer, assumindo-se como produto âncora e dinamizador de outros produtos turísticos. Marques (2013) afirma que, muitas vezes, o turismo de negócios se transforma simplesmente em turismo de lazer, nomeadamente quando se verifica o prolongamento da estada no destino para além das obrigações profissionais, prática frequente em situação de *Meeting Industry* (MI). Embora o turismo de negócios tenha um papel fundamental, é, porém, através do Turismo Cultural que a cultura constitui a base para atrair turistas ou a motivação para muitos turistas e/ou visitantes culturais viajarem. Significa isto que, podemos encontrar pessoas que são fortemente motivadas pelo turismo cultural e outras que têm sentimentos emocionais para aprender mais sobre a cultura local, mas tal objetivo não constitui o principal motivo para visitar um destino (Isaac, 2008).

O Governo angolano elegeu o Turismo como uma aposta da economia angolana e, por esta razão, aprovou o Plano Diretor do Turismo de Angola (PDTA-2011/2020). Segundo o PDTA, que mais à frente será desenvolvido privilegiar o turismo como setor diversificador da atividade é, sobretudo, apostar no desenvolvimento sustentável e equilibrado de Angola. O PDTA tem como visão estratégica valorizar primeiramente o mercado doméstico, depois nos países da Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral SADC⁽¹⁾ e, posteriormente, na inclusão

¹ A Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC) é uma comunidade económica regional fundada e gerida pelos países da África Austral. A Comunidade tem por objectivo promover a cooperação nas áreas económica, social, política e da segurança entre os respectivos Estados-Membros, assim como incentivar a integração regional com vista ao alcance da paz, da estabilidade e de riqueza. A

de rotas internacionais. Apresenta como produtos estratégicos a Cultura (festivais de música-culturais, festividades religiosas, eventos e locais religiosos, gastronomia e rota dos escravos), o Sol e Mar (praias, atividades náuticas e surf) e a Natureza (passeios na natureza, safaris, observação de vida animal e descida de rios).

Este trabalho pretende, acima de tudo, contribuir para a continuidade da investigação neste campo, permitindo aumentar e aprofundar o conhecimento científico relativamente a esta temática, de modo a valorizar o desenvolvimento sustentável do turismo na província de Luanda, em particular, no Município de Benfica. Com a aprovação pela Comissão Permanente do Conselho de Ministros do Plano Diretor do Turismo de Angola 2011-2020 (PDTA), iniciou-se um novo ciclo de atuação, que se centra na implementação de uma estratégia que se pretende sólida, original e sustentável. A intenção é a de aproveitar o riquíssimo património histórico-cultural, as favoráveis condições climáticas e a grande diversidade de belezas naturais de Angola para potenciar o turismo como um setor de importância estratégica para a economia angolana, capaz de criar riqueza, atrair investimento e gerar milhares de empregos. Para o efeito, definiu-se um conjunto de ações ao nível institucional e dos eixos prioritários de desenvolvimento turístico, que deveria ser implementado num horizonte de, sensivelmente, dez anos. A estratégia definida, no PDTA, para o setor de Hotelaria e Turismo deverá ser considerada um legado para as gerações vindouras, cujo objetivo é o de impor Angola como uma “Marca” reconhecida mundialmente.

1.2. A Importância do Tema e a Questão de Partida

O Turismo Cultural tem gerado cada vez mais visibilidade na economia turística à escala mundial e em Angola, facto que poderá transformar esta vertente turística numa âncora do desenvolvimento territorial. “O turismo cultural no sentido mais amplo seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem” (Barretto, 2006, p.162).

SADC conta actualmente com dezasseis (16) Estados-Membros, uma população de, aproximadamente, 340 milhões de habitantes e um PIB combinado de 720 mil milhões de USD.

No entanto, segundo Curado (1996) e Palma (1991), o turismo cultural não deve ser generalizado à exploração e valorização da “pedra”, como edifícios, sítios e monumentos históricos. Esta tipologia de turismo inclui também produtos e serviços, gastronomia, folclore, atrações populares, artesanato, eventos culturais, entre outros. O Turismo Cultural destaca-se, devido à sua importância para o crescimento da economia de qualquer país, visto que proporciona ao mercado receitas financeiras avultadas, devido ao movimento de pessoas, essencialmente por motivos culturais, incluindo visitas de grupo, viagens a festivais, visitas a sítios históricos e monumentos, folclore e peregrinação”.

Embora o Turismo Cultural seja atrativo, o turismo de negócios é o maior fator de atração de estrangeiros para o país, segundo o Anuário de Estatística do Turismo de Angola do ano de 2015. De acordo com os dados apresentados neste Anuário, do Ministério da Hotelaria e Turismo, os turistas de negócios representam uma parcela significativa (85%) dos estrangeiros que visitam o país. O seu gasto médio diário é de USD 3.638,00 (três mil, seiscentos e trinta e oito Dólares Americanos), ou seja, é quase 5 vezes maior que o do turista de lazer. A capital do país, Luanda, por exemplo, até 2013, possuía apenas dois hotéis de cinco estrelas, mas, fruto do acentuado índice de turistas de negócios, surgiu, naquele ano, o mais recente hotel de cinco estrelas, “Epic Sana”, situado no centro da província, aumentando, deste modo, a oferta hoteleira para quem vai à Luanda por motivos profissionais. É também notória a melhoria da oferta de serviços por parte das unidades hoteleiras com vista a captarem um maior número de turistas, seja qual for o segmento. Mas estas unidades hoteleiras têm encontrado inúmeras dificuldades, devido à crise mundial, resultado da quebra do preço do petróleo no mercado internacional, fazendo com que se destaque mais o Turismo de Negócios, assumindo este na atualidade um importante papel no setor do turismo. Por esta razão, o tema desta investigação está relacionado com o desenvolvimento dos produtos turísticos associados ao Turismo Cultural, outro segmento a expandir, dadas as suas potencialidades. Assim, coloca-se a seguinte questão de partida: **Como pode o património histórico-cultural influenciar e dinamizar o Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica?**

Esta assunção implica a explanação de diversos outros elementos, que adiante serão focados e que se centram na dinamização de outros recursos e produtos existentes no território.

1.3. Motivação para o Trabalho

As motivações para a elaboração deste estudo são diversas, mas assentam, sobretudo, na constatação de que Angola, apesar de ser detentora de grandes atrativos turísticos nas mais variadas vertentes, nomeadamente, cultura, sol & mar e natureza, não os explora devidamente no sentido de potenciar o desenvolvimento do seu território. Razões várias contribuíram, e contribuem, para que este cenário se mantenha. Inicialmente, no período 1975-2002, o clima de instabilidade que o país viveu retardou o desenvolvimento do setor do turismo. De facto, nesta altura, as entradas de turistas eram geralmente por questões profissionais, sendo que o turismo de lazer era muito tímido. Após 2002, período que se prolonga até à atualidade, o cenário mantém-se, fruto das consequências da instabilidade que persiste. A falta de saneamento básico, energia, água e infraestruturas são fatores que afastam no presente a hipótese de Angola se tornar num destino turístico de eleição.

Neste estudo, será considerada, apenas, uma parte restrita do país, o Distrito Urbano de Benfica, um dos 41 Distritos de Luanda (conforme a lei nº18/16 de 17 de outubro de 2016, sobre a atual divisão política administrativa), por questões de economia de tempo e pelos recursos disponíveis, mas também por se tratar do destino que apresenta maior potencialidade, diversidade e mais-valia para a qualificação turística cultural angolana. Hill e Hill (2002) defendem que “é melhor fazer uma boa investigação de âmbito limitado do que uma investigação fraca de grande escala e, normalmente, nem o tempo nem os recursos disponíveis que os alunos dispõem são adequados para fazer uma investigação de grande escala” (Hill & Hill, 2002, p. 44).

O tema “O Turismo Cultural como Fator de Desenvolvimento Territorial: Distrito Urbano de Benfica (Angola)” surge, essencialmente, por obrigação moral do investigador, face à academia e ao seu contexto de origem.

1.4. Problemática e Objetivos da Investigação

A problemática associada a esta investigação remete-nos para questões relacionadas com o desenvolvimento de produtos turísticos associados ao Turismo Cultural, tentando responder à nossa questão de partida: Como pode o património histórico-cultural influenciar e dinamizar o Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica?

Considerando as potencialidades turísticas existentes no território em causa, é também objetivo desta investigação fazer uma análise da oferta, relacionada com o património cultural material e imaterial, de modo a possibilitar que sejam identificadas as fragilidades e potencialidades existentes, com vista à criação de um ambiente propício ao desenvolvimento do Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica e, de acordo com a questão de partida, responder ao objetivo geral de estudo que abaixo é explicado.

1.4.1. Objetivos Gerais

1. Estudar como o Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica pode constituir a principal fonte de receita para o território.
2. Verificar se o Turismo Cultural em Benfica, através da “Rota Cultural de Benfica”, pode ser encarado como produto chave e dinamizador de outros produtos turísticos.
3. Avaliar em que medida o desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural é fundamental para o desenvolvimento socioeconómico e se beneficia a qualidade de vida, o bem-estar e a redução da pobreza das populações autóctones assim como a proteção da biodiversidade.

Concomitantemente, exige-se a definição de outras metas para a investigação, que se revelam de significativa importância e que abaixo se identificam como objetivos específicos.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Contribuir para a identificação das principais estratégias a desenvolver no Distrito Urbano de Benfica, para o desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural.
2. Identificar as competências organizativas que permitam dar expressão ao Turismo Cultural, como forma de criar um ambiente propício ao desenvolvimento deste produto turístico associado ao Distrito Urbano de Benfica e a valorização da experiência turística do visitante cultural.
3. Identificar e valorizar os recursos humanos, os recursos turísticos, os produtos e as atrações turísticas, materiais e imateriais, no seu contributo para a oferta do destino turístico Benfica.

4. Identificar e valorizar o património cultural existente, capaz de se tornar produto num mercado turístico dinâmico e competitivo.

1.5. Estrutura da Tese

De forma a alcançar os objetivos propostos, a presente dissertação foi dividida em duas partes e estruturada em seis capítulos. A primeira parte corresponde, essencialmente, à fase exploratória da investigação, composta pelos três primeiros capítulos, incluindo a introdução. Perfazem a secção predominantemente conceptual, do estudo. A segunda parte deste estudo refere-se ao trabalho empírico, contextualizando e justificando o estudo realizado. Termina com a proposta para a estruturação da Rota Cultural de Benfica. Especificando, no primeiro capítulo, é feita a introdução ao tema “O turismo cultural como fator de desenvolvimento territorial: O distrito urbano de Benfica (Angola)”, seguindo-se o enquadramento e justificação do tema, a sua importância temática e a questão de partida, a motivação para o trabalho. Neste capítulo, debruçamo-nos, ainda, sobre a problemática e os objetivos da investigação, bem como a estrutura do trabalho.

No segundo capítulo, é apresentada a metodologia da investigação que permitirá compreender os processos de investigação desenvolvidos para atingir os resultados esperados no mencionado processo. Apresentamos as hipóteses que serão submetidas a verificação. Neste capítulo, é feita ainda a seleção da amostra, a estruturação dos inquéritos e a forma de distribuição territorial dos questionários.

No terceiro capítulo, é feita uma incursão sobre os conceitos do turismo, turismo criativo e cultural, explorando as várias definições defendidas por alguns autores, as tipologias de património cultural, material e imaterial, bem como conceitos ligados ao território e ao urbanismo turístico sustentável, e as relações cidade/campo.

Quanto ao **quarto capítulo**, já na parte II, é feita uma abordagem sobre o território em estudo, a sua localização geográfica, a forma de divisão política administrativa, alguns aspetos da sua caracterização física ligados a hipsometria e o uso do solo, uma breve resenha histórica do distrito, para além da sua caracterização demográfica e socioeconómica, privilegiando indicadores relacionados com a densidade populacional, taxa de natalidade e mortalidade, taxa de analfabetismo, taxa de desemprego e as atividades económicas predominantes do distrito.

O quinto capítulo é especialmente dedicado ao património cultural, material e imaterial, onde os monumentos, os conjuntos arquitetónicos, os locais de interesse, as técnicas artesanais tradicionais, as tradições e expressões orais, práticas sociais, rituais e atos festivos foram objeto de estudo.

No sexto capítulo, propõe-se a estruturação da “Rota Cultural de Benfica”, fazendo uma incursão sobre a importância da Paz e do Plano Diretor do Turismo em Angola (PDTA), para se atingir o desenvolvimento do Turismo Cultural em Angola. Abordamos também a configuração e os benefícios da “Rota Cultural de Benfica”, o papel dos locais e dos *stakeholders* na dinamização da rota, bem como, o turismo criativo, usado também como diferencial competitivo e o *city marketing*, como ferramenta estratégica de comunicação. Concluimos este capítulo explanando alguns obstáculos associados ao sucesso da rota cultural, nomeadamente, as infraestruturas hoteleiras, restauração e transporte.

No sétimo e último capítulo, apresentam-se as principais conclusões e propostas resultantes de todo o trabalho realizado, não ignorando as principais múltiplas dificuldades que fomos encontrando ao longo do percurso de investigação e de indicar eventuais caminhos a seguir em futuras investigações sobre esta temática.

2. Metodologia e Hipóteses da Investigação

Metodologia da Investigação

A investigação é uma tentativa sistemática de atribuição de respostas às questões, em que os factos são alvo de uma generalização baseada na interpretação dos mesmos (Tuckman, 2000). Os resultados vão confirmar ou negar a hipótese operacional e é esta confirmação ou negação que vai fornecer as conclusões do trabalho empírico (Hill & Hill, 2002). O conhecimento empírico, diferente do científico, baseia-se na experiência pessoal (Castilho, A. et. al., 2014). A investigação deve ser claramente descrita por forma a permitir a sua repetição, por isso importa que seja construída a partir de um conjunto de passos bem estruturados, cujo objetivo é o de apresentar o processo de desenvolvimento levado a cabo durante a investigação, para permitir a compreensão do modo como se atingiram os resultados esperados.

Assim, tendo em conta a natureza dos instrumentos utilizados, levou-se a cabo uma análise quantitativa e qualitativa que permita identificar e valorizar os dados obtidos, a partir dos quais se poderá conhecer a situação real do problema levantado.

Segundo Marques (2013), o processo de investigação envolve um conjunto de métodos empírico-experimentais, procedimentos, técnicas e estratégias para se obter um conhecimento científico, técnico e prático dos factos e realidades, neste caso, do setor turístico. O conhecimento científico é obtido por experimentação, utilizando a metodologia científica e caracteriza-se pela sua capacidade de analisar, explicar, desdobrar, justificar, induzir, aplicar leis e prever com segurança eventos similares futuros (Castilho, A. et. al, 2014).

Segundo Gil (2002), não existem regras fixas acerca da elaboração de um projeto, mas é necessário que seja suficientemente detalhado para proporcionar a avaliação do processo da investigação. Quivy e Campenho (2005) também defendem a necessidade de o projeto esclarecer como se processará a investigação, quais as suas etapas e quais os recursos que deverão ser atribuídos para que os objetivos sejam atingidos, apresentando 7 etapas de procedimento de uma investigação: 1) a pergunta de partida; 2) a exploração; 3) a problemática; 4) a construção do modelo de análise; 5) a observação; 6) a análise das informações e 7) as conclusões.

A metodologia envolve a seleção de técnicas de amostragem e a administração de inquéritos por questionário e por entrevista. Depois de se definir a população alvo e a dimensão da amostra, a seleção de técnicas de amostragem e a administração de inquéritos por questionário e por entrevista, as principais técnicas de recolha de dados implementadas, para melhor se atingir os resultados desejados, foram:

- **Pesquisa bibliográfica e análise documental**, das publicações em livros, de dissertações de mestrado, de artigos científicos, de legislação diversa e da imprensa especializada impressa e on line;
- **Inquéritos por questionário**, aos proprietários dos empreendimentos turísticos, funcionários do Ministério da Hotelaria e Turismo de Angola, Administração do Distrito Urbano de Benfica, estudantes de turismo, assim como turistas nacionais e estrangeiros;

- **Entrevistas semiestruturadas**, aos diferentes stakeholders, nomeadamente agências de viagens, companhias aéreas, empresários do setor e a sociedade civil (sobas e comissões de moradores);
- **Análise de instrumentos de gestão**, nomeadamente, o Plano Diretor do Turismo de Angola, legislação ligada ao sector, instrumentos legais da Organização Mundial do Turismo (estatuto e o código mundial de ética do turismo), bem como, instrumentos da UNESCO (ligados as convenções para a proteção do património mundial, cultural e natural e para a salvaguarda do património-cultural imaterial).

Como afirma Queiroz (2014, p.107), toda a teoria científica tem como suporte um conjunto de axiomas. A metodologia do trabalho científico consiste no desenvolvimento desses axiomas para deles retirar consequências ‘físicas’, isto é, no caso do turismo, para analisar a sua fenomenologia. Tal significa, no estudo da evolução prática da atividade turística, explicar e prever os seus resultados, através da prática da observação dos seus fenómenos ou da experimentação dos seus processos.

Hipóteses da Investigação

As hipóteses são proposições construídas de maneira a explicar ou compreender, antecipadamente e provisoriamente, um fenómeno determinado e constituem linhas de orientação que apontam direções do que se pretende demonstrar (Pardal & Lopes, 2011). A sua formulação tenta responder ao problema levantado pela temática escolhida, funcionando como uma pré-solução para o problema, uma resposta suposta e provisória, e também um enunciado conjectural das relações entre as variáveis (Reis, 2010), São, portanto, suposições colocadas como respostas plausíveis e provisórias do problema de pesquisa pois poderão ou não ser confirmadas com o desenvolvimento da pesquisa.

Hipóteses Gerais

- O Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica constitui a tipologia turística âncora para um maior dinamismo da sua atividade económica.
- O Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica é encarado como produto chave e dinamizador de outros produtos turísticos.

Hipóteses Específicas

1. O desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural é fundamental para o desenvolvimento socioeconómico do Distrito Urbano de Benfica e, em particular, para a redução da pobreza e melhoria das condições socioeconómicas das populações autóctones.
2. O Turismo Cultural é a alternativa mais viável para o desenvolvimento da do Distrito Urbano de Benfica.
3. O potencial turístico do Distrito Urbano de Benfica representa um bem natural valioso que contribuirá para o desenvolvimento do Turismo Cultural e outras tipologias de turismo conexas ao Turismo de Cultural.
4. A criação de estruturas organizativas será muito importante do ponto de vista estratégico para o desenvolvimento do Turismo de Cultural no Distrito Urbano de Benfica, através da gestão de oferta turística, da promoção do destino, da captação de eventos e da valorização da experiência turística dos visitantes.
5. O desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural fomenta a melhoria das infraestruturas, como hotéis, restaurantes, aeroportos, portos, estradas, transportes públicos, telecomunicações, água, eletricidade e outros serviços públicos que servem tanto os residentes como os turistas e a sistematização dos ativos turísticos (inventariação e caracterização).
6. O Desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural irá proporcionar o desenvolvimento da comunidade, diminuição do desemprego e a proteção do patrimóniocultural.

3. Revisão da Literatura

3.1. Definição de Território e Desenvolvimento sustentável

Importa iniciar pela explicitação de alguns conceitos, como território e desenvolvimento sustentável.

Apesar de amplamente debatido, o conceito de território levanta divergências entre investigadores. O uso do termo, oriundo do latim, da palavra *territorium*, está vinculado tanto a terra, base físico-material do poder, como a *terrere*, “amedrontar” (de onde é originária a palavra terror), um conhecido instrumento de exercício do poder. Isso significa que ele já nasce com uma dupla conotação: uma mais concreta, de denominação efetiva de uma parcela de terra, e outra, mais simbólica, de identificação para aqueles que dele se apropriam e, ao mesmo tempo, de rejeição frente àqueles que são excluídos do seu acesso.

Alguns autores advogam uma concepção mais ampla de território “social” (Di Méo, 1998), que, às vezes, chega a confundir-se com a noção de espaço geográfico (Santos, 1996). De qualquer forma, o território sempre esteve associado a relações de poder. A sua concepção varia também conforme os sujeitos envolvidos, desde o território de carácter predominantemente funcional (marcado pelo poder económico), como o das grandes corporações transacionais, até ao território com forte carga de poder simbólico, como os territórios dos chamados povos originários ou tradicionais (indígenas e quilombolas) na América Latina, em que perder o território significa o seu desaparecimento enquanto grupo.

Robert Sack (1996), um dos autores clássicos nesse debate, define o território como “o espaço produzido a partir de estratégias de controlo de fluxos (de diversas ordens, materiais e imateriais), pelo controlo da sua acessibilidade espacial”. O autor faz uma distinção bastante operacional entre o território e a região: a diferenciação espacial (económica, cultural, natural), que define a região, só se torna “territorial”, quando transformada em referência para a construção de relações de poder e, por sua vez, de controlo do acesso. Território, muito mais do que uma entidade estática, deve ser visto no movimento concomitante de territorialização-desterritorialização e reterritorialização, geo-historicamente contextualizado.

No que se refere ao desenvolvimento sustentável, a origem do conceito é atribuída

ao Relatório Brundtland (1987), definido como o desenvolvimento que responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade de resposta das gerações futuras às suas próprias necessidades (ONU 1987). Assim, o entendimento de sociedade não abrange apenas a civilização humana, mas todo um conjunto complexo de aspetos ambientais, sociais e económicos. Embora com maior ênfase nos recursos naturais, a ideia de sustentável de Evelyn (1664) possuía a mesma essência.

Na época, o modelo para o Desenvolvimento Sustentável era composto por três elementos diferentes, conectados entre si, Ambiente, Sociedade e Economia, com a inferência de que cada setor é, pelo menos em parte, independente dos restantes (Hopwood, et al., 2005). Esta relação entre estes três eixos era habitualmente graficamente representada de acordo com o diagrama de Venn.²

A definição de desenvolvimento sustentável, que não é consensual, não se refere a salvar a natureza, mas à internalização de estratégias, agregando novos recursos para permitir o crescimento económico e a prosperidade compartilhada por todos (Barter & Russell, 2012), apontando para o progresso e o desenvolvimento humano, em nível de qualidade de vida, por meio do crescimento económico. Lozano (2012) destaca que o crescimento económico deve basear-se na justiça social e na utilização eficiente dos recursos naturais.

Do exposto, infere-se que o desenvolvimento sustentável é um conceito que difere do crescimento, pois este último nem sempre é positivo em todas as suas dimensões.

O novo paradigma da sustentabilidade requer uma mudança qualitativa do desenvolvimento, devendo atender não só às demandas económicas e ambientais de longo prazo, mas também às necessidades sociais, culturais e educacionais que estão relacionadas diretamente com os conceitos de qualidade de vida e bem-estar das pessoas. Nesse sentido, a sustentabilidade seria o fim a ser perseguido e o desenvolvimento o meio.

Dessa forma, diversos autores (Guimarães, 2001; Sen, 2000; Veiga, 2005; Silva, 1997 & Haevey, 2006) sugerem considerar adicionalmente outras dimensões relevantes, que são capazes de influenciar e serem influenciadas: a económica,

² Ver Figura 1 - Anexos, p. 119.

a institucional, a sociocultural, a do conhecimento e a ambiental.

Alguns autores (Loiola & Miguez, 2007; Silva & Mendes, 2005; Vecchatti, 2004 & Veiga, 2005) consideram que a dimensão sociocultural se sobrepõe às outras dimensões, por influenciar fortemente a delimitação do objetivo de determinada sociedade, na medida em que compreende variáveis vinculadas direta ou indiretamente ao bem-estar e à qualidade de vida dos indivíduos.

3.2. Relações cidade / campo

A relação cidade-campo é uma temática complexa, polêmica, instigante e muito relevante na ciência geográfica, uma vez que a distinção e a delimitação entre a cidade e o campo se tornaram uma tarefa mais difícil a partir da acentuação das articulações entre esses espaços. As inúmeras transformações sócio-espaciais, observadas no campo e na cidade, são advindas da internacionalização do capital, que engendrou mudanças substanciais nas economias regionais e mundial. A diversificação dos serviços, impulsionada por uma infraestrutura de transportes e comunicações mais moderna e dinâmica nas cidades e a modernização do campo, que mesmo não tendo ocorrido de forma homogênea, reestruturou-o, intensificando os fluxos entre esses espaços. Esses fluxos foram possibilitados pela maior evolução da técnica e da ciência no processo produtivo e, conseqüentemente, nas relações que a cidade e o campo estabelecem. Essas relações precisam de ser encaradas a partir da superação das visões tradicionalmente associadas ao campo e à cidade, que ora são reconhecidas pela oposição e distinção, de maneira dicotômica e ora são relacionadas com uma subordinação do campo à cidade, numa homogeneização marcada pela contiguidade espacial e social que constituiria um *continuum* rural-urbano.

O reconhecimento do rural deve basear-se na concepção de que ele não pode ser definido por oposição, mas na sua relação com as cidades, devendo-se atentar sempre na manutenção de suas especificidades. Segundo Rua (2005), a identidade do rural contemporâneo pode ser apreendida a partir da consideração de uma série de “mistos”, já que o rural de hoje não é o rural “pleno” de algumas décadas atrás. A incorporação de “urbanidades”, entendidas como a manifestação de elementos urbanos no campo, produz uma interação que dá lugar a territorialidades ímpares e importantes. Neste contexto, deve-se observar o meio rural, na sua

modernização/preservação, de forma holística e responsável, que inclua as potencialidades endógenas para além das agrícolas (Pina, 2018).

Para a caracterização do urbano e, por oposição ou complementaridade, do rural, determinados critérios são construções recentes na tentativa de desobscurecer a questão cidade-campo. Nesse sentido, sistematiza-se na sequência alguns critérios selecionados:

- 1) O critério **“limites oficiais ou político-administrativos”**, usado numa abordagem normativa, revela urbano e rural como adjetivos territoriais (Endlich, 2006). Esse critério tem a legislação como base, onde define e/ou classifica porções territoriais, criando uma dicotomia urbano-rural similar à definida por muralhas na antiguidade;
- 2) O critério **“definição de um patamar demográfico”** utiliza o número absoluto da população e define o urbano pela aglomeração de pessoas e o rural pela dispersão. O patamar demográfico é estipulado de forma arbitrária e, por isso, sujeito a contestações, principalmente pela simplificação da interpretação do urbano ao tamanho de sua população (Bernardelli, 2006 & Endlich, 2006);
- 3) O critério **“densidade demográfica”** utiliza a proporção do número de habitantes em relação a uma determinada área, ao invés do número absoluto da população. Neste caso, o urbano é identificado pela maior densidade demográfica, enquanto o rural pela menor densidade demográfica (Talaska; Arantes & Farias, 2009);
- 4) O critério **“ocupação económica da população”** tem a sua abordagem centrada numa perspetiva do urbano estar associado às atividades secundárias e terciárias, enquanto o rural se vincula, essencialmente, às atividades primárias. Assim, o “caráter urbano amplia-se quanto maior o nível e a quantidade de atividades não agrícolas presentes” (Bernardelli, 2006, p.35);

Das reflexões dos autores, conclui-se que a quantificação e a qualificação do urbano e do rural não se resumem à estipulação de critérios ou da simples ponderação de atributos. Essas abordagens teóricas indicam a apreensão de que pudesse conceber cidade-campo e urbano-rural como categorias diferenciadas. As primeiras, campo e cidade, entendidas enquanto materialidade, meio, condição e produto da sociedade, espaços construídos/modificados manifestam os processos contraditórios de desenvolvimento histórico da sociedade. E nas

segundas, o urbano e o rural, compreendidos enquanto relações sociais, ou seja, formas abstratas, extrapolam os limites morfológicos da cidade e, no sentido inverso, os limites do campo.

3.3. Turismo: origem e evolução.

Tratando-se da cidade ou do campo, o turismo no mundo, como hoje o entendemos, remonta à segunda metade do século XIX, mas, foi no século XX, que se deu a revolução do turismo como atividade económica. Todavia, “efetivamente, desde *los orígenes del hombre, éste se há visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones*” (Sancho, et al., 2008, p. 11). Neste contexto, “Há autores que situam o começo do turismo no século VII a.C., na Grécia, porque as pessoas viajavam para ver os jogos olímpicos, a cada quatro anos” (Torres citado por Barreto, 1995, p.44). Entretanto, o progresso económico e social, operado no século XX, permitiu o acesso às viagens generalizadas das populações, com a consequente implantação e desenvolvimento de uma vasta rede de equipamentos, infraestruturas, estruturas e superestruturas (Beni, 2001), destinados a fornecer os bens e os serviços para a satisfação das necessidades decorrentes destas viagens (Cunha, 2013). Segundo este autor, o anseio pelas viagens, o desejo de conhecer e estabelecer relações com outros povos foi sempre uma vontade presente na história da humanidade, quer por razões religiosas, comerciais, políticas, de expansão territorial ou, até mesmo por simples curiosidade. “Viajar é tido como uma necessidade intrínseca do ser humano como uma forma de buscar e ampliar seus conhecimentos, novas relações comerciais e culturais no sentido de lhe proporcionar melhores condições de sobrevivência” (Sousa, 2008, p. 18).

Há autores que defendem a existência de duas linhas de pensamento, nas quais a História do Turismo se divide. A primeira seria que o Turismo se inicia no Século XIX como forma de deslocação, cuja finalidade principal era o ócio, descanso, cultura, saúde, negócios ou relações familiares. Estas deslocações distinguem-se pela sua finalidade dos outros tipos de viagens motivadas por guerras, movimentos migratórios, conquista e comércio. A segunda linha de pensamento, defendida por Sancho, et al (2008), baseia-se em que o Turismo realmente se iniciou com a Revolução Industrial, visto que as deslocações tinham como intuito o lazer. O lazer, segundo Santos (2011), é a motivação para o emprego/trabalho da maior parte da população,

sendo assumido, hoje, como um atributo de progresso civilizacional. Sue (1982) citado por Santos (2011) defende que o lazer, ao se ter tornado um valor e um tempo produtivo em si mesmo, ganha um significado nunca atingido. O progresso e a inovação permitiram, deste modo, que uma proporção crescente de população dos países desenvolvidos atingisse um período desejável de tempo livre, com a redução das horas de trabalho (Santos & Moreira, 2008).

Na história do turismo, identificam-se algumas etapas que importa mencionar para uma melhor compreensão da sua evolução. No período compreendido entre os primórdios das primeiras civilizações e princípios do século XVIII, as viagens realizadas eram individuais e por necessidades fundamentais, nomeadamente o comércio, peregrinações religiosas, saúde, razões políticas e de estudo “O Grand Tour³”. Neste período, com a invenção da roda pelos sumérios, as estradas começaram a generalizar-se e a serem construídas com maiores cuidados. Os Romanos e Gregos criaram condições para a realização das suas viagens, entre as quais, a maior rede de estradas, com mais de 100 000 km, onde percorriam cerca de 100 km por dia, utilizando mudas de cavalos. Junto dos templos gregos existiam facilidades para pernoitar e diversões como teatros e estádios para os eventos atléticos. Os Romanos desenvolveram o espírito de hospitalidade, passando a ser um ato honroso, instituindo-se, assim, a obrigação de receber com benevolência os estrangeiros chegados a uma cidade. Com os romanos desenvolveram-se os *Hospes* (estalagens), os *Hospitium* (Hotéis) e os *Hospitalia* (Estalagens Públicas). No que se refere às atrações turísticas, neste período, as viagens eram organizadas pelo Nilo⁴ para visitar vários templos. Romanos e gregos viajavam para visitar os templos e as sete maravilhas do mundo antigo (Pirâmides de Gize⁵, Jardins Suspensos da Babilónia⁶, Estátua de Zeus em

³ O *Grand Tour* insere-se no contexto da Renascença Italiana, que ajudou a divulgá-la, impulsionando o ímpeto pelas viagens motivadas pela aprendizagem e aquisição de cultura, mas também teria motivado as viagens mercantis.

⁴ Rio Nilo – localiza-se no Continente africano. Nasce na região central de África, no largo Victória, atravessando três países da região central e nordeste do continente, nomeadamente: Uganda, Sudão e Egito. Desagua em formato Delta no Mar Mediterrâneo. É o segundo rio mais extenso do mundo com 6.650 Km.

⁵ Existem há aproximadamente 4500 anos, as três pirâmides estão situadas na cidade de Gizé, próxima ao Cairo, capital do Egípto e serviam de tumbas dos faraós Queóps, Quéfren e Miquerinos.

⁶ Foram construídos na Babilónia no século VI, a.C., a mando do Rei Nabucodonosor, tornando-se numa das principais obras arquitectónicas empreendidas pelo monarca durante o seu reinado pelo Mesopotâmia. Considerada uma das sete maravilhas do mundo antigo.

Olímpia⁷, Mausoléu de Halicarnasso⁸, Templo de Artémis em Éfeso⁹, Colosso de Rodas¹⁰ e o Farol de Alexandria¹¹). Jogos olímpicos, produções teatrais, banhos termais, competições atléticas e festivais, também faziam parte das várias atrações turísticas (Cunha, 2013).

No final do século XVIII e com o advento do capitalismo, houve a necessidade de grandes viagens na busca da expansão do comércio na Europa, o que proporcionou o desenvolvimento das vias de circulação comerciais, dando origem ao que se classifica atualmente como turismo de negócios e eventos (Sousa, 2008).

Com o progresso da ciência, no século XIX, verificou-se uma multiplicação das trocas, desenvolvimento dos transportes, em particular do comboio e, ainda, a transmissão de ideias resultante da publicação de jornais. Estes fatores deram um novo impulso às viagens que começaram a encontrar a sua verdadeira identidade. As viagens eram, pois, um meio de as pessoas se interessarem pelas particularidades de cada povo, nomeadamente as suas tradições, a sua cultura e o *modus vivendi* (Cunha, 2013 & Fragata, 2015). Neste período, com o advento das ferrovias, ocorreu o deslocamento de um grande número de pessoas a longas distâncias. Surgem, nesta época, os primeiros hotéis, sendo que alguns de cadeias ainda existentes, tais como a Pullman e a Ritz. Também, nesta época, Thomas Cook¹², empresário que transformou a produção “artesanal” de turismo numa moderna indústria mercantil, inventou o turismo organizado, sendo certo que a primeira viagem foi num comboio alugado por este, entre Leicester e Loughboroug, e destinava-se aos participantes de um congresso de médicos, em 1841 (Ignara, 2001 & Santos, 2010). Estas viagens organizadas marcaram uma das mais

⁷ A quinta maravilha esculpida pelo célebre ateniense Fidias, no século V a.C.

⁸ Foi uma gigantesca construção feita para abrigar o túmulo do rei Mausolo na Turquia. É uma das sete maravilhas do mundo antigo.

⁹ É uma homenagem a deusa grega com o mesmo nome. Foi um dos maiores templos antigos.

¹⁰ Foi uma estátua do deus sol Hélios construída na Grécia, entre 292 a. C. e 280 a. C., pelo escultor Carés de Lindos, com 30m de altura, 70 toneladas, era feita de bronze e tornou-se numa das sete maravilhas do mundo antigo.

¹¹ Era uma torre com 120m, construída pelo arquitecto Sóstrato de Cnido em 280 a. C. na ilha de Faros, para servir como um marco de entrada para o porto e posteriormente, como um farol. Foi destruída por um Sismo, em 1480.

¹² Empresário de nacionalidade britânica, considerado o pai do turismo moderno, nasceu a 22 de Novembro de 1808, na cidade de Melbourn, Inglaterra e morreu com 83 anos, a 18 de Julho de 1892, na cidade de Bergen, Noruega. Thomas Cook foi um dos primeiros agentes de viagens no mundo que utilizando um comboio fretado criou a primeira viagem em grupo.

importantes etapas na história do turismo, estando na origem do turismo dos nossos dias (Ignarra, 2001). Cook criou a agência de viagens “Thomas Cook & Son”, sendo esta a primeira agência de viagens e a primeira empresa a formar profissionais especializados na área das viagens e do turismo.

Cook organizou, em 1845, a primeira excursão comercial para o litoral de Liverpool, que em apenas uma semana vendeu 350 passagens e publicou também um pequeno livro utilizado pelos excursionistas na viagem, que continha informações preciosas sobre o roteiro (detalhes geográficos, históricos e culinária dos lugares visitados) (Santos, 2010). As inovações de Cook marcaram a entrada do turismo na era industrial, no aspeto comercial. Os negócios foram crescendo, dando origem a reservas em hotéis e restaurantes, aumentando também o número de viagens.¹³

A primeira década do século XX caracterizou-se por transformações e inovações que alteraram em muito o *modus vivendi*. Nesta década, foram descobertos o telegrama e o telefone, o alargamento da rede de caminhos-de-ferro, a extensão das redes de estrada, o grande desenvolvimento industrial, conducentes a uma maior democratização das sociedades e a novos conceitos de vida (Fragata, 2015).

Com a diminuição do tempo de trabalho, adquiriu-se o direito ao repouso semanal, fazendo surgir o novo conceito de lazer. O turismo passou a influenciar o comportamento das pessoas e alcançou uma dimensão económica sem precedentes. Nestas circunstâncias, grande parte dos países da Europa, ao reconhecerem a importância do turismo, criaram instituições governamentais com o fim de o promover e organizar, tendo o seu início na Áustria, enquanto em Portugal, surge em 1911, a Repartição de Turismo de Portugal (Fragata, 2015).

Em 1936, a OIT – Organização Internacional do Trabalho estabeleceu que qualquer pessoa empregada no setor público ou privado deveria ter direito, após um ano de trabalho, a férias pagas de pelo menos 6 dias úteis. Com o estabelecimento do princípio das férias pagas e o surgimento das primeiras companhias aéreas comerciais, fruto das evoluções aeronáuticas

¹³ Em 1846, Thomas Cook organizou uma viagem de Londres a Glasgow na Escócia com um número mais elevado de pessoas, cerca de 800, e utilizou os serviços de um guia turístico, que cuidava dos mínimos detalhes (Fragata, 2015).

ligadas à I Guerra Mundial, estavam criadas as condições para o arranque do turismo enquanto atividade económica, retardada apenas com a eclosão da II Guerra Mundial (1939 – 1945). Somente após este período, o turismo alcançou uma amplitude sem precedentes (Cunha, 2013). Neste período, segundo Santos (2010), o turismo tornou-se gradativamente um fenómeno cada vez mais importante para o desenvolvimento económico dos países, principalmente os mais desenvolvidos.

A partir de 1945, iniciou-se um novo período da revolução tecnológica relacionada com a utilização de novos meios de transporte na indústria turística, favorecendo a internacionalização, quer no aumento do número de destinos turísticos, quer nos serviços associados à indústria. Segundo Silva (2002), esse novo período envolveu grandes alterações associadas não só a um desenvolvimento industrial em massa, mas também a mudanças socioeconómicas relacionadas com a elevação do poder de compra e com a consolidação de uma sociedade de consumo de massas. Segundo Sancho et al. (2008), o fenómeno do turismo de massas surge na segunda metade do século XX. Foi também neste período, após a 2ª Guerra Mundial, conforme afirma (Dumazedier, 1988), que os Estados legislaram, explicitamente, sobre o período obrigatório de férias. A conquista do direito a férias pagas permitiu, de forma gradual, o acesso das classes médias e operárias ao turismo.

Nos finais do século XX, inicia-se um novo período marcado pelos grandes avanços tecnológicos, além do fenómeno da globalização que impulsionaram e colocaram definitivamente o turismo num lugar de destaque dentro da economia global. É a chamada Idade Contemporânea¹⁴.

Neste período, nas décadas de 70 e de 90 do século XX, aconteceram mudanças profundas a nível mundial, tendo-se acentuado a diferença entre o nível de vida dos países em vias de desenvolvimento e dos países industrializados, o que provocou grandes problemas mundiais e despoletou a criação de condições para uma melhor cooperação mundial (Fragata, 2015).

A consciência de problemas como a poluição atmosférica, a poluição das águas e o emprego de substâncias tóxicas fez com que os consumidores adotassem novas atitudes e novos comportamentos.

¹⁴ Idade Contemporânea a partir dos finais do século XX.

Apesar da profunda crise económica vivida e as tensões políticas internacionais, o turismo não foi afetado, uma vez que manteve a sua tendência de crescimento, embora a taxa menos elevada. Também o turismo interno adquiriu uma importância cada vez maior, devido à multiplicação da oferta de equipamentos desportivos e de animação, que impulsionou o surgimento de novas fórmulas para utilização dos meios de alojamento turístico em regime de compropriedade e de utilização periódica, com carácter de permanência, sendo que, em alguns países, ultrapassou, em importância e em volume, o turismo internacional.

No início do século XXI, a indústria do turismo alcançou o nível mais elevado de todos os tempos, sendo evidente o crescimento constante do número de turistas ao longo de várias décadas (Lew et al., 2004). Assim, embora o mundo esteja a atravessar graves problemas económicos em que o cenário se revela desolador para grande parte dos setores da economia global, o setor do turismo continua a crescer. Segundo a OMT (2023), as receitas do turismo internacional voltaram a superar a barreira de um bilião de dólares, em 2022, com um crescimento de 50% em termos reais na comparação com 2021. Os gastos dos visitantes internacionais atingiram 64% dos níveis pré-pandémicos, adaptando-se ao período de crise, superando todos os obstáculos.

Face a esta evolução, importa que se entenda o conceito de indústria de turismo, procurando uma definição.

Para Smith (1988: 183), a perspetiva deve centrar-se no ponto de vista da oferta, considerando “o agregado de todas as empresas que fornecem diretamente bens ou serviços para facilitar negócios, lazer e atividades de lazer longe do ambiente doméstico”. Porém, para outros autores, Lew et al. (2004), um conceito adequado de turismo exige claramente que se vá além do estritamente económico, sendo necessário apreciar as relações de lazer, recreação e turismo com outras práticas e comportamentos sociais.¹⁵

O conceito de turismo tem evoluído ao longo dos tempos, também fruto do seu carácter multidisciplinar, amplitude e heterogeneidade de aspetos. Costa (2005), porém, refere-se que, até ao final do segundo quartel do século XX, o turismo foi sempre e exclusivamente definido

¹⁵ Ver Figura 3 - Anexos, p. 120.

pelo lado da procura, como o movimento de pessoas para fora das suas áreas de residência habitual por um período não inferior a 24 horas. Confirmando esta complexidade, Cunha (2013) afirma o conceito de turismo pretende abarcar, ao mesmo tempo, a oferta e a procura, englobando, além das deslocações, das pessoas e das relações que estabelecem nos locais visitados, também os serviços e produtos criados para responder às suas necessidades.

Para Costa (1996), numa perspetiva baseada no conceito de turista, potencialmente aplicado a qualquer pessoa que viaje por um período de 24 horas, ou para um país diferente do habitual da sua residência, seriam turistas: i) pessoas que viajam por prazer, por razões familiares, por motivo de saúde, etc.; ii) pessoas que viajam com o objetivo de participarem em reuniões e/ou em representação de determinados tipos de funções, tais como, científicas, administrativas, diplomáticas, religiosas, desportivas, etc.; iii) pessoas que viajam por motivos profissionais e/ou negócios; iv) pessoas em trânsito de cruzeiros marítimos, mesmo quando o tempo de permanência é inferior a vinte e quatro horas. E não turistas i) pessoas que viajem com a finalidade de desempenharem uma atividade profissional no país de destino; ii) pessoas que viajem com a finalidade de fixarem residência; iii) estudantes ou jovens que se desloquem para residirem em regime de internato; iv) os residentes fronteiriços; e v) os viajantes em trânsito (Costa, 1996).

Krapf e Wunziker (1942), citados por Cunha (2006) e Lopes (2010), apresentaram uma definição que mereceu grande aceitação, contribuindo para alicerçar os conceitos de turismo na atualidade, pois contemplaram “o conjunto das relações e dos fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária” (Cunha, 2006: 19). No entanto, segundo Cunha (2013), esta definição foi considerada incompleta pelos sociólogos por não ter tido em consideração os aspetos sociológicos, envolvidos no turismo, uma vez que estes entendem o turismo como sendo, antes de tudo, o homem que se desloca para satisfazer a sua curiosidade, o desejo de conhecer para se cultivar e evadir, para repousar ou se divertir num meio diferente daquele que lhe é habitual.

Assim, o turismo é uma atividade que inclui: i) o comportamento dos indivíduos, com motivações, necessidades e restrições; ii) a utilização de recursos; iii) a interação entre

indivíduos e efeitos económicos sociais e ambientais; iv) deslocações dos indivíduos da sua residência habitual (Lopes, 2010).

Cooper et al. (2001) dividem o mercado turístico em três segmentos, de acordo com o motivo da viagem. O primeiro segmento é “lazer e recreação”, onde incluem férias, desporto, turismo cultural e visitas a familiares e amigos; o segundo segmento é “profissional e de negócios”, incluindo as viagens para participação em reuniões e conferências, ou missões empresariais; o terceiro segmento é “estudo e saúde”.

É notória a preocupação dos governos de muitos países na criação das suas contas satélite para o turismo (CST), não sendo Angola exceção. De acordo com a metodologia da CST, o setor do turismo agrupa um conjunto de atividades que se estruturam em sete eixos principais de oferta: alojamento, restauração, transportes, serviços de agências de viagens e operadores turísticos, *rent-a-car*, serviços culturais, serviços recreativos e de lazer (Costa, 2005).

Assim, com base nas definições apresentadas, verificamos que o turismo se resume ao conjunto de fenómenos e impactes (económicos, sociais e ambientais), originados pela deslocação e permanência temporária de indivíduos para um determinado destino, diferente do seu local habitual de residência.

O turismo cultural é um dos segmentos mais importantes (Richards, 2013), fazendo parte da nossa sociedade de consumo. Mesmo que a cultura surja como elemento secundário para visitar um destino, o turista acaba sempre por consumir algo com significado cultural. Vaquero (2006: 87) realça que a cultura se torna “objeto de consumo de massas e o turismo cultural constitui uma manifestação do consumo e cultura de massas”. A globalização do turismo cultural coincide com uma série de mudanças culturais e sociais fundamentais e, ainda, com as alterações na própria estrutura do turismo.

De acordo com Richards (2007: 1), o turismo cultural tornou-se uma forma comum de turismo, pois “a culturização da sociedade conduziu a cada vez mais áreas de consumo vistas como culturais”. Ou seja, o autor atesta que, no passado, o turismo cultural estava associado à cultura sofisticada e a pessoas instruídas, mas hoje este segmento inclui muitas atrações culturais populares. Nesta linha, os recursos associados com o turismo cultural expandiram-se do património fixo tangível do passado em direção aos produtos intangíveis e móveis da cultura

contemporânea. Tal facto começou por criar uma consciência de diferentes estilos regionais de turismo cultural, os quais se relacionam não só com a cultura consumida, mas também com a organização e a gestão desse consumo (Richards, 2007). Na visão do autor, torna-se necessário desenvolver produtos especializados ou, então, modificar atrações para integrar ou destacar as características culturais de um lugar.

Para os destinos onde não há reputação para o turismo cultural ou elementos culturais globais para atrair visitantes, ou seja, “essencialmente, o processo de transformação envolve a fabricação de uma experiência para torná-lo mais atraente para o turista” (McKercher et al., 2004: 395). Portanto, e segundo os autores, o sucesso das atrações culturais provém do facto de compartilharem história, tornarem-se uma experiência participativa, serem focadas na qualidade, serem relevantes para o turista e proporcionarem uma sensação de autenticidade.

Dentro desta modalidade de turismo, a deslocação está motivada pelo desejo de entrar em contacto direto com o objeto de consumo, “objeto cujo referente constitui uma identidade, um ambiente histórico especial que resulta impossível de transferir” (Vaquero, 2006:92).

Richards (2007) também afirma que o alargamento da educação democratizou a viagem e o consumo cultural, desviando o turismo das elites para um mercado de massas. Segundo o autor, o aumento dos níveis de instrução permite que mais pessoas tenham um maior acesso à cultura, enquanto os efeitos da globalização criam mais interesse nas culturas distantes, assim como no património local. Por outro lado, a crescente competição entre mercados tradicionais de turismo causou uma procura de alternativas de destinos a nível mundial. Para além disso, os chamados localismos globalizam-se e reposicionam-se no mundo, o que faz com que a cultura e o turismo cultural “possam ser perspetivados como modalidades de afirmação de especificidades territoriais por via dos processos e dos mecanismos que a globalização sugere” (Casqueira, 2007: 52). A autora frisa que, à escala local e regional, os espaços culturais atuais são híbridos e mesclados através de diversas influências: pelo revivalismo das práticas e das memórias culturais tradicionais; pela assunção no quotidiano das expressões das indústrias culturais; pela transfiguração e aproximação das formas clássicas da cultura erudita e a afirmação de expressões culturais minoritárias e urbanas. Assim, “do ponto de vista cultural e turístico, os espaços centrais, os espaços periféricos e os espaços semiperiféricos, coabitam nas

possibilidades políticas, económicas, sociais, culturais e turísticas da própria globalização. Todos eles se legitimam, porque externalizam ofertas e obtém recursos” (Casqueira, 2007, pp. 52-53).

Como a procura pela cultura está a crescer cada vez mais na sociedade, existe uma pressão crescente no setor público para apoiar cada vez mais infraestruturas culturais para consumo turístico. Atrair turistas culturais é uma das estratégias mais comuns de muitos países e regiões, para conservar as suas culturas tradicionais, criar uma imagem cultural e desenvolver novos recursos culturais (Richards, 2009). De facto, o turismo cultural tem sido apontado como uma estratégia para o desenvolvimento do turismo a nível internacional, nacional, regional ou local.. Neste sentido, “...frente à tendência do fenómeno da globalização gera-se, pelo lado das culturas recetoras, a necessidade de redescobrir e fortalecer a identidade cultural, como assim também, de proteger o património como fator de unidade. E pelo lado dos grupos visitantes, evidencia-se a sensibilidade pelo cuidado do meio ambiente e o interesse pela diversidade cultural” (Toselli, 2006, p. 176).

O turismo cultural pode ser um estímulo para revalorizar, afirmar e recuperar os elementos culturais, logo, “pode contribuir para gerar uma tomada de consciência em relação à preservação do património, tanto tangível como intangível, compreendendo que este é a herança que o distingue e o afirma individualmente” (Toselli, 2006, pp. 176-177).

De facto, alguns estudos sobre as motivações dos turistas confirmam que, em muitos casos, a cultura não surge como uma motivação principal para visitar um destino. No sentido de contextualizar melhor o entendimento do turismo cultural, apresentam-se seguidamente, algumas definições de diversos autores sobre esta temática (Quadro 1).

Quadro 1: Definições de Turismo Cultural

Autores	Definição / Descrição
Wood (1984)	“Os exemplos de situações onde o papel da cultura é contextual, onde a sua função é formar o turista numa situação geral e sem uma perspetiva particular de uma identidade cultural específica”.

Smith (1992)	“Abarca o pitoresco ou a cor, os vestígios de uma vida em processo de extinção que permanece na memória humana com as suas casas antiquadas, os seus telhados artesanais, os seus carros...o seu artesanato e trabalhos manuais alheios a todas as técnicas industriais”.
Silberberg (1995)	“Aqueles deslocamentos realizados fora do lugar habitual de residência cuja motivação principal ou parcial é o interesse nos aspetos históricos, científicos ou de estilos de vida oferecidos por uma comunidade, região, grupo ou instituição”.
Richards (1996)	“O modo como os turistas – aquelas pessoas que viajam fora dos seus locais de residência – consomem a cultura”.
McIntosh e Goeldner (1999)	“Todos os aspetos do turismo através dos quais os viajantes aprendem sobre a história e o património de outros ou sobre os seus atuais estilos de vida e formas de pensar”.
Prentice (2001)	“Turismo construído, oferecido e consumido explícito ou implicitamente como uma apreciação cultural, quer como experiência quer como um ganho de conhecimento”.
Beni (2003)	“A afluência de turistas a núcleos receptores que oferecem como produto essencial o legado histórico do homem em distintas épocas, representando a partir do património e do acervo cultural, encontrado nas ruínas, nos monumentos, nos museus e nas obras de arte”.
McKercher e Cros (2002)	“O turismo cultural é definido como uma forma de turismo que se baseia nos bens culturais de um destino e os transforma em produtos que podem ser consumidos por turistas”.
Smith (2003)	“O turismo cultural é o envolvimento passivo, ativo e interativo com as culturas e comunidades, através do qual o visitante ganha novas experiências de carácter educativo, criativo e divertido”.

Craik (2003)	“Excursões frequentes a outras culturas e lugares para aprender acerca dos seus povos, estilos de vida, património e artes, representantes genuínos dessas culturas e dos seus contextos históricos”.
Petroman et al (2013)	“Refere-se às formas de arte (cultura) na área urbana e rural de uma região ou país, e define-se como um movimento de pessoas para as atrações culturais longe do seu local de residência habitual com o objetivo de assimilar informações e experiências culturais”.
Marujo et al (2013)	“O turismo cultural caracteriza-se pela motivação do turista em conhecer e vivenciar lugares onde o seu alicerce está baseado na história de uma determinada sociedade”.

Fonte: Richards (2003); Marujo (2012); Petroman et al. (2013); Marujo et al. (2013).

McKercher e Cros (2002) também desenvolveram uma revisão sobre as definições de turismo cultural e dividiram-nas em quatro grandes categorias:

- 1) **Definições derivadas do turismo:** colocam o turismo cultural num enquadramento mais alargado do turismo e da teoria da gestão turística. O turismo cultural é reconhecido como uma forma de turismo de interesse especial, onde a cultura constitui a base de atracção para turistas ou a motivação para as pessoas viajarem. Outros colocam-no num contexto do sistema turístico, reconhecendo que ele envolve inter-relações entre as pessoas, os lugares e a herança cultural. Também pode ser definido como o movimento temporário de pessoas. O turismo cultural também foi contextualizado numa perspetiva empresarial onde envolve o desenvolvimento e o marketing de vários lugares ou atrações para turistas estrangeiros ou domésticos.
- 2) **Definições motivacionais:** Um número de autores e organizações não- governamentais reconhecem que os turistas culturais são motivados a viajar por razões diferentes, do que outros turistas e, por isso, pensam que a motivação deve ser considerada um elemento importante na definição do turismo cultural.

- 3) **Definições experimentais:** O turismo cultural é também uma atividade de experimentação. Envolve experiências ou o contacto em diferentes graus de intensidade com o património cultural e as características específicas do lugar. Aqui também é esperado que o turista ao experimentar a cultura se torne mais instruído, se entretenha e que aprenda sobre a comunidade anfitriã, ou ainda, que tenha a oportunidade de aprender algo sobre a essência do lugar, o seu património cultural, as suas paisagens culturais ou naturais.
- 4) **Definições operacionais:** A definição operacional constitui a abordagem mais comum. Segundo os autores, a maioria das definições anteriores (motivacionais, experimentais e do turismo) incluem uma componente operacional. Os autores consideram ainda que o turismo cultural é definido pela participação em qualquer uma das imensas atividades ou experiências que integra. Por inferência, se alguém visita uma atração cultural, então essa pessoa deve ser considerada um turista cultural. A motivação, o propósito ou a profundidade da experiência contam menos do que a participação numa das atrações que o turismo cultural engloba (edifícios históricos, museus, castelos, arte, festivais, música e dança, teatro comunidades étnicas, etc.). O turismo cultural é definido pelo objeto. Os autores afirmam que a definição operacional enfatiza o âmbito desta atividade enquanto, ao mesmo tempo, ilustra os problemas reais que existem em estabelecer parâmetros significativos acerca do que é e não é turismo cultural.

Conclui-se, deste modo, que o turismo cultural constitui um fenómeno cuja definição é problemática. A dificuldade da sua definição, e sobretudo da existência de um conceito universal que seja aceite por todos os investigadores, deriva da própria complexidade inerente ao conceito de cultura. Todavia, “embora existam muitas dificuldades para se alcançar uma definição consensual do turismo cultural, tanto os académicos como os responsáveis políticos, concordam que a importância do turismo cultural é inegável e crescente em todo o mundo” (Kastenholz et al., 2005, p. 3).

Todavia, importa considerar, também, o turismo criativo.

3.3.1. Turismo Criativo

O conceito de Turismo Criativo foi desenvolvido por Crispin Raymond e Greg Richards nos anos 2000, no entanto, foi na década de 90 do século passado, que Richards começou a dedicar-se com mais empenho a analisar esta temática. O aparente sucesso das estratégias de desenvolvimento de Turismo Cultural encorajou as cidades e regiões a utilizar a combinação de cultura e turismo, passando a oferta de bens culturais a crescer mais rapidamente do que a procura cultural (Richards & Wilson, 2007). Esta realidade, conjugada com a crescente concorrência entre destinos para os consumidores culturais, estimulou a criação de eventos culturais cada vez mais distintos e mais impressionantes, mas que não eram suficientemente marcantes para criar a distinção entre destinos. Esta reprodução em série da cultura desencadeou um aumento da procura por novos produtos turísticos que melhorassem a experiência da estadia no destino (Richards & Wilson, 2007). Para que um destino possa ser considerado criativo, precisa de oferecer experiências autênticas, que contribuam para o desenvolvimento pessoal do turista ou visitante. Esta definição corresponde ao que pode ser considerado como *Turismo Criativo 1.0* e traduz o desenvolvimento de experiências criativas e atividades de aprendizagem, em pequena escala (Richards, 2015 cit. por Duxbury & Richards, 2019).

Com o sucesso das pequenas iniciativas, começaram a ser desenvolvidas políticas que privilegiavam as experiências criativas, e as mesmas divulgadas em sites e portais da Internet dando origem a uma nova fase – o *Turismo Criativo 2.0* (Duxbury & Richards, 2019). Esta fase reflete um marco importante, tendo em consideração a existência de iniciativas concertadas, que visam o aumento das receitas do consumo, através da captação de turistas para um determinado destino. Neste sentido, em 2006, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultural (UNESCO), no âmbito do programa Rede de Cidades Criativas, abordou o conceito de Turismo Criativo, tendo apresentado a seguinte definição: “O Turismo Criativo é uma viagem voltada para uma experiência engajada e autêntica, com aprendizagem participativa nas artes, património ou carácter especial de um local, e fornece uma conexão com aqueles que residem neste lugar e criam esta cultura viva” (Duxbury & Richards, 2019, p.3).

A Rede de Cidades Criativas da UNESCO foi criada em 2004, com a missão de desenvolver a cooperação internacional entre cidades que identificaram a criatividade como um fator

estratégico para o desenvolvimento sustentável e, ao longo destes últimos anos, o conceito de Turismo Criativo tem evoluído, tendo como premissa que o Turismo Criativo, tal como a Cultura, são dinâmicos e devem acompanhar as mudanças e tendências mundiais (Duxbury & Richards, 2019).

É muito interessante salientar que o conceito de Turismo Criativo tem evoluído e, como explica Rixardes (2011), um dos maiores problemas com a criatividade é a definição, que reconhece que é problemática. A falta de uma única definição amplamente aceite de criatividade gera naturalmente diferentes pontos de vista sobre a própria função de criatividade. Para o economista e sociólogo americano Richard Florida, as ideias, a criatividade e a cultura são o motor do crescimento económico (Florida, 2002), sendo necessário despertar o potencial criativo caracterizado por três atributos – os 3 T's – Talento, Tolerância e Tecnologia. De acordo com Richards e Wilson (2007), um dos aspetos interessantes, é a relação entre o crescimento da classe criativa e a busca de experiência, ao argumentar que as experiências estão a substituir bens e serviços porque estimulam as nossas faculdades criativas. Peck (2005) sintetizou algumas das críticas feitas a Florida e alertou para a forma como estava formulada a definição de classe criativa, para as questões da diversidade, para a forma defendida e estabelecida de medição da relação entre a criatividade e o crescimento económico, para a opção como foram elaborados os indicadores de medição de criatividade com base nos 3 T's. Richards e Wilson (2007) questionaram também a forma como Florida defendia a sua teoria, com especial relevo para as opções metodológicas de formulação de indicadores sobre a criatividade. Ross *et al.* (2017, p.39) alertaram para a importância de focar o Turismo Criativo nas experiências criativas, baseadas na produção, e segundo uma perspetiva de “aprender fazendo e sentindo”, ou “faça você mesmo”, ou seja, o foco deve estar na experiência e no turista. Para estes autores e em sintonia com Richards e Raymond (2000), Richards e Wilson (2006) e Tan, Kung e Luh (2014), entre outros, o impulso de participar de experiências autênticas que estimulem a imaginação e o potencial criativo permite que os turistas experienciem um sentimento de satisfação e autoexpressão que não é possível em experiências convencionais de Turismo Cultural.

É importante destacar, como refere Gonçalves (2008), que a viagem é cada vez mais encarada como uma oportunidade para desenvolver experiências pessoais, de autoaprendizagem a partir de uma descoberta do mundo, e, por conseguinte, o Turismo Criativo tem de ter como premissa

a criação de experiências que permitam uma participação ativa e enriquecedora, com base no envolvimento do turista na sua produção. Tan *et al.* (2014) referem, ainda, que as especificidades e a forma como a experiência criativa é construída, a intensidade com que é vivida e recordada, provavelmente variará entre turistas, tendo em consideração o que implica conhecer e compreender melhor os diferentes tipos de turistas criativos, as suas motivações e razões de escolha.

Para uma melhor compreensão do conceito e o alcance da sua aplicação em termos de estratégia de desenvolvimento turístico, Mota *et al.* (2012) elaboraram um modelo onde se retêm as dimensões da construção de um destino turístico e os fatores que importa reunir de forma a assegurar a evolução do turismo cultural comum, para um modelo de turismo mais criativo.¹⁶

Diante do modelo apresentado, conclui-se e torna-se explícita a mudança de paradigma que um e outro conceito implicam, isto é, a necessidade de operar a passagem de uma fruição passiva do produto por parte do turista, para um modelo em que o turista quer ser um elemento ativo na experiência turística. Assim sendo, importa considerar os vínculos territoriais do turismo.

3.3.2. Vínculos territoriais do turismo

Turismo e território são indissociáveis, sendo que a territorialidade do turismo se justifica pelo facto de o produto turístico ser produzido e consumido no território de destino (Antón, 2012). São vários os aspetos que vinculam o turismo ao território (Soja, 2005), sendo que o clima, o relevo, o meio ambiente, os núcleos urbanos e as tipologias arquitetónicas, o sistema de articulação, a paisagem, o património, a gastronomia e as tradições representam os recursos para a formação de produtos turísticos (Fernández, 2004).¹⁷

Se é verdade que o turismo só ocorre pelo uso dos recursos implantados no território, ele implica uma deslocação, mas são os recursos que definem a atratividade e garantem a

¹⁶ Ver Figura 4 - Anexos, p. 121.

¹⁷ Ver Figura 5 - Anexos, p. 122.

transformação turística do território (Cunha, 2008), por isso as iniciativas turísticas necessitam de modelos de desenvolvimento adequados às características fisiográficas, naturais e paisagísticas, ambientais, socioeconómicas e culturais dos seus espaços, que pela coesão permitam o desenvolvimento equilibrado e sustentável. Os novos modelos de desenvolvimento turístico, como resposta à exigência da época, devem potenciar todos os elementos que compõem o seu sistema, entre estes, os recursos territoriais turísticos. Antón e González (2005) definem recurso territorial turístico como “a matéria-prima da atividade turística, elemento material que tem capacidade, isolado ou em combinação com outros, de atrair visitantes a um determinado espaço, quando esta visita responda a motivos de turismo, recreação ou ócio, e sobre o qual se configura os possíveis produtos turísticos”. Aqui se justifica a necessidade de analisar, inventariar e avaliar o potencial dos recursos territoriais turísticos (Antón & González, 2005).

A Agenda 21 (ONU, 1992, cap. 10) refere-se à terra como um recurso finito, enquanto os recursos que esta sustenta podem variar com o tempo e de acordo com as condições de gestão e os usos a eles atribuídos. A expansão das atividades económicas, entre as quais o turismo, exercem crescente pressão sobre os recursos terrestres decorrentes do uso excessivo e impróprio, impondo a necessidade de transição para um planeamento sustentável, integrado e ponderado sobre as questões ambientais, sociais e económicas. Os recursos têm, assim, uma relação com o conceito de desenvolvimento turístico sustentável, que Antón e González (2005) também reportam à década de 1960, pela manifestação voluntária verificada nos países desenvolvidos face ao consumismo e materialismo. Esta mudança de comportamento resultou na profusão de estudos em meados de 1980 e na introdução dos conceitos de capacidade de carga e de medidas que permitam desmaterializar (Antón & González, 2005). Entendemos, assim, uma evolução do vínculo territorial do turismo: sendo assente que são os recursos a definir a atratividade e a turistificação do território, e perspetivando um desenvolvimento turístico sustentável, este é apenas possível pela gestão do consumo dos recursos territoriais.

Cunha aponta como recursos “todos os meios tangíveis ou intangíveis utilizados num processo de transformação para a obtenção de bens ou serviços destinados à satisfação de necessidades humanas”. Especificamente sobre recursos turísticos, define como a “capacidade dos elementos naturais ou atividades humanas que deem origem à deslocação de visitantes”

(Cunha, 2008: 24). Aponta ainda a necessidade de otimização entre território, recursos existentes e organização da sua exploração, com vista ao equilíbrio e à atratividade turística. A potencialidade do desenvolvimento turístico de um local varia em função dos recursos e da capacidade de valorização e criação de novos fatores de atração. Cada destino difere no seu potencial turístico e este facto carece de uma avaliação baseada na inventariação dos recursos e na avaliação do potencial turístico para estabelecer uma medida de valor, que permita fundamentar as decisões relativas ao seu aproveitamento. Para o autor, os atrativos turísticos baseiam-se na natureza, história e cultura, mas mais frequentemente são os recursos naturais a estruturar o produto oferecido no destino. Por outro lado, a democratização do turismo, o alargamento da base motivacional das deslocações, a segmentação da procura, a criação de meios artificiais, entre um vasto elenco de modificações ao fenómeno turístico, mostram que qualquer região, local ou país pode ser dotado de recursos suscetíveis de utilização turística (Cunha, 2008). Decorre desta circunstância a necessidade de avaliação do potencial que permita determinar a eficácia dos programas no desenvolvimento turístico, o grau de realização dos objetivos fixados e a identificação da importância de um dado recurso relativamente a outro no processo de decisão sobre o destino. Contudo, Cunha aponta para uma falha atual: a avaliação é cada vez mais extensiva e profunda, mas foca a procura em detrimento do território e seus recursos. Segundo Cunha (2008), é essencial determinar se o potencial turístico de um território está a ser afetado pelo uso inadequado dos recursos ou se as medidas adaptadas o aumentam.

Se a qualidade é um aspeto tem vindo a marcar o turismo, esta estende-se igualmente à relação da atividade com o território, isto é, a qualidade dos elementos territoriais. São estes que irão estabelecer o grau de competitividade do próprio destino no contexto internacional cada vez mais alargado. Esta relação pode traduzir-se num reforço dos fatores territoriais que motivam a atração turística: a qualidade ambiental, a paisagem natural e urbana, o desenho de rotas turísticas para o turista ativo, entre outros; ou a busca do genuíno e diferenciado, da autenticidade territorial que distingue destino face aos demais (Fernández, 2004). Esta relação tem ainda um efeito sobre o consumo insustentável dos recursos territoriais, que Fernández traduz na eventual perda de qualidade do espaço turístico e consequente entrada no círculo vicioso de declínio do destino, com perda dos segmentos de procura qualificados e de competitividade. Qualquer atividade económica em crescimento prefere lugares ordenados e

planificados que verifiquem os resultados da intervenção territorial. O turismo não é exceção e um ordenamento, segundo princípios renovados de qualidade, pode abrir caminho para competitividade (Rodríguez, 2010).

Nas últimas décadas, a relação do turismo com o território, tem sido abordada pela literatura, sobretudo, devido às pressões causadas pelas dinâmicas do turismo massificado que levou à destruição do atrativo. Muito embora a perspetiva estratégica da valorização territorial para a competitividade turística seja recorrente, por se enquadrar no paradigma atual do turismo, esta não tem sido suficientemente explorada. A relação turismo e território define-se como de interdependência, entre a atividade turística e o território e capital de recursos naturais e culturais que o integram.¹⁸ A bem dessa relação de pertinência irrefragável, importa pugnar pelo ordenamento territorial turístico.

3.3.3. Ordenamento territorial turístico

O território, por ser escasso e os seus recursos finitos, é fundamental enquadrar a necessidade de políticas de ordenamento territorial e sectorial adequadas e integradas. O turista procura a vivência proporcionada pelos recursos turísticos do local, pelo que a qualidade do ordenamento do território (OT) é decisiva no desenvolvimento turístico. O turismo apresenta-se como um setor capaz de alavancar o desenvolvimento económico e produzir melhorias a nível social, cultural e ambiental, pelo que a sua gestão e o seu planeamento requerem políticas públicas eficazes e sustentáveis (Barbosa, 2008). Para Antón (2005), o OT entende-se como instrumento para a harmonização e legibilidade espacial que não se reduz à delimitação de zonas ou ao exercício de discussão sobre o uso ideal para um determinado espaço. É sobretudo no campo da prevenção e da atenuação de conflitos territoriais existentes ou latentes que se enquadra a prática do OT.

Vieira (2007) apresenta o turismo como um setor estratégico para o desenvolvimento nacional, mas não considerado de forma adequada pelas sucessivas políticas territoriais. O OT é vital para o sucesso da atividade turística, ou seja, o desenvolvimento turístico sustentável será possível através da cooperação entre planeamento estratégico e ordenamento territorial. A

¹⁸ Ver Figura 6 - Anexos, p. 122.

sustentabilidade do desenvolvimento turístico e a manutenção do destino, dependem do OT e do modelo territorial adaptado para o espaço turístico, sendo a qualidade da experiência turística maior, quanto melhor ordenado estiver o território. “De facto, não há turismo de qualidade sem território de qualidade” (Vieira, 2007, p. 20).

A relação de interdependência entre território e turismo acresce na sua importância quanto mais estruturante for o turismo numa determinada região. É o que se pretende com o Distrito Urbano de Benfica. É importante o estudo da evolução temporal do turismo num determinado local, destacando-se, neste sentido, o modelo do Ciclo de Vida da Área do Turismo (*Tourism Area Life Cycle – TALC*)¹⁹ desenvolvido por Butler. Vieira (2007) considera este modelo importante no OT do turismo, porque o seu interesse, conteúdo e objetivos variam consoante a fase do ciclo em que o destino se encontra. O TALC tem, contudo, vindo a ser criticado por basear-se apenas no comportamento da variável número de visitantes e por este não se considerar suficiente para explicar a evolução do destino devido à complexidade do sistema turístico (Moniz, 2006). De entre os recursos turísticos, de que os atores se servem para alcançar os objetivos, Vieira (2010) aponta para o mais importante recurso físico: o território. E porque a relação da comunidade, também do turismo, com o território é complexa, requer instrumentos de OT que procedam à sua gestão. “O turismo fundamenta a sua existência quer nas pessoas (os turistas e a comunidade que os acolhe), quer nos recursos cujas características proporcionam as sensações que os turistas procuram. Boa parte destes recursos estão no território e sem eles o turismo não existiria” (Vieira, 2010, p. 26). A mudança do paradigma, no lado da procura, traduz-se na motivação para a viagem, na intensidade das sensações procuradas e na velocidade a que essa vivência ocorre, bem como o surgimento de novos tipos de turismo e de oferta. Vieira caracteriza esta alteração de paradigma atual, pela prevalência do ordenamento territorial do turismo. Considera-se necessária a análise ao estado da arte sobre o ordenamento territorial turístico.

Ordenar o território é garantir que a este é dado o uso que mais convém à sua vocação, pela compatibilização do desenvolvimento socioeconómico com a melhoria das condições de vida,

¹⁹ O TALC inclui seis etapas: exploração inicial, participação, desenvolvimento, consolidação, estagnação e renovação ou declínio.

gestão responsável dos recursos, do solo e dos valores (DGOTDU, 1988). Embora nos deparemos com várias definições do conceito, destacamos a Carta Europeia do Ordenamento do Território (DGOTDU, 1988). Ordenamento do território é a tradução espacial das políticas económica, social, cultural e ecológica da sociedade, simultaneamente uma disciplina científica, técnica administrativa e política que se desenvolve numa perspetiva interdisciplinar e integrada, tendente ao desenvolvimento equilibrado das regiões e à organização física do espaço segundo uma estratégia de conjunto (DGOTDU, 1988). São objetivos do OT:

- ⇒ o desenvolvimento socioeconómico equilibrado das regiões, tendo em conta processos económicos, especificidades regionais, eixos de desenvolvimento, redes de comunicação e assimetrias regionais;
- ⇒ a melhoria da qualidade de vida, pela boa utilização do solo na resposta às necessidades do quotidiano das comunidades humanas;
- ⇒ a gestão responsável dos recursos naturais e proteção do ambiente, minimizando conflitos entre procura crescente e conservação;
- ⇒ a utilização racional do território, atuando sobre a localização, organização e desenvolvimento de complexos urbanos e industriais, das infraestruturas e da proteção dos solos agrícolas e florestais através de uma política fundiária adequada;
- ⇒ a coordenação entre os diferentes sectores da sociedade, ambiente, património histórico, natural e cultural;
- ⇒ a coordenação e cooperação entre os diversos níveis de decisão (local, regional, nacional e europeu) e obtenção de recursos financeiros;
- ⇒ a participação da população.

Do ponto de vista competencial ou administrativo, o OT é reconhecido como a modalidade de planeamento territorial correspondente à escala regional ou supramunicipal, ficando reservada para o âmbito do urbanismo a escala municipal. Neste contexto, o objetivo geral do OT é o estabelecimento de uma proposta de modelo territorial para o espaço objeto de planificação que se considere mais adequado e que melhor responda ao interesse comum. Antón e González (2005) destacam o OT como uma opção indispensável para o consenso social e económico e

como instrumento para a harmonização territorial e legibilidade espacial, além de ter um papel essencial enquanto instrumento preventivo ou atenuador de conflitos territoriais existentes ou latentes. Favorece a otimização dos benefícios das atividades económicas, como o turismo, assim como permite prever possíveis prejuízos (Antón & González, 2005). Rege-se por três princípios (Gómez Orea, 1994 cit. Por Antón & González, 2005):

- ⇒ a eficiência na organização das atividades no espaço de forma coerente entre si e com o meio;
- ⇒ a equidade ou equilíbrio da qualidade de vida nos diferentes âmbitos territoriais que as acolhe;
- ⇒ o princípio da hierarquia e complementaridade, com a integração dos diferentes âmbitos territoriais e concordância entre planos locais, regionais e nacionais.

É importante entender que ordenar o território significa vincular as atividades humanas ao território de maneira que estratégia de desenvolvimento não suponha um efeito nocivo para o espaço que a suporta; ordena-se o território para cumprir finalidades e objetivos de maneira que estimulem o benefício coletivo pressuposto (Antón & González, 2005). Cabe, então, analisar as particularidades do OT como instrumento para o tratamento dos territórios turísticos. A respeito da aplicabilidade do OT às questões do turismo, Fernández (2004) apresenta de forma clara os fundamentos:

- ⇒ a intensidade da relação entre turismo e território;
- ⇒ o carácter do OT como instrumento para a escala regional;
- ⇒ e a integração da prática de planeamento turístico no OT.

O carácter do OT como instrumento primeiro para a escala regional confere-lhe grande aplicabilidade ao turismo. A gestão de faixas litorais ou de áreas naturais ou protegidas, a tomada de decisão sobre a implantação de infraestruturas comuns, a preservação do património, a limitação de uma atividade a um município, a repartição de cargas e benefícios, entre outros, são problemas que carecem da coordenação entre os distintos planos municipais e atuação regional, logo, o OT apresenta-se como o instrumento adequado ao planeamento e gestão turística (Fernández, 2004). Isto porque o OT opera na escala regional, superando os

conflitos aos quais o planeamento municipal não consegue responder. O turismo é, raras vezes circunscrito a um município. No caso das ilhas de pequena dimensão, esta realidade é ainda mais premente, com a ocupação turística das faixas litorais de dois ou mais municípios ou com alguns núcleos turísticos dispersos ou policêntricos que se estruturam numa rede de interligações, conformando uma região turística, por exemplo. Por outro lado, os recursos que geram atratividade não são escravos dos limites municipais e exigem uma gestão que extravase esta escala. Neste sentido, o Plano Insular criado na década de 1980, para as ilhas do arquipélago Canário, constitui uma referência na escala supramunicipal e transversalidade, por se figurarem como instrumentos informativos da realidade insular, em todos os seus âmbitos, para melhor tratar o turismo, sectorialmente. O OT difere de outras disciplinas pela orientação a um planeamento integral do espaço objeto de atuação, interrelacionando sistematicamente a diversidade de componentes físicos e humanos que conformam o território real. Deste modo, torna-se extremamente útil para a melhoria da qualidade do espaço turístico que também exige atuação integrada que permita a articulação harmoniosa e equilibrada entre os diferentes componentes do sistema turístico (Fernández, 2004).

Para Antón e González (2005), o planeamento dos espaços turísticos tem sido deficiente e evidencia problemas de adequação de equipamentos, infraestruturas e alojamentos turísticos e da própria configuração do espaço, ao território. Esta situação deve-se ao crescimento rápido e imprevisível dos tecidos turísticos, que resulta desordenado e desadequado ao território. Acresce o facto de que o turismo é um fenómeno relativamente recente e de escassa tradição, comparativamente à larga tradição de planeamento urbano. O espaço turístico não é um espaço convencional, mas tem sido abordado através dos instrumentos de gestão territorial típicos de outro tipo de espaços, de forma que se geram disfunções (Antón & González, 2005). A relação entre o OT e o turismo deve ser capaz de fazer funcional a oferta turística face às exigências do território, atentando às tensões culturais e territoriais e aos conceitos que marcam o fenómeno turístico e o cunho específico do desenvolvimento das regiões turísticas, nomeadamente a sustentabilidade, a massificação e a sazonalidade, entre outros (Brito, 2010). A evolução do ordenamento territorial turístico é sistematizada por Costa (2014). De uma forma geral, os países passaram a ter interesse no desenvolvimento do setor turístico, pelos benefícios económicos. Por outro lado, na década de 1980, ficaram claros os efeitos negativos desta forma

de turismo predador e da falta de planeamento ao nível do território, populações e ambiente natural. O autor refere, nesta fase, o envolvimento do Estado em duas vertentes: na criação de estruturas organizacionais para o aumento do número de turistas; e na regulação do setor empresarial do turismo através de legislação das atividades e financiamento. Esta orientação é a base das estruturas organizacionais que hoje prevalece em grande parte dos países, especialmente vocacionadas para a formulação da estratégia de desenvolvimento turístico, promoção e financiamento. A partir da década de 1990, a tendência de crescimento do setor evoluiu de acordo com novas lógicas, com base no crescimento económico, na generalização mundial e na dinamização das bases económicas locais como efeito da disseminação do turismo. Deixou de estar restrito aos subsectores do alojamento e restauração, para entender-se na perspetiva económica mais alargada, pelas repercussões nos transportes, operadores, guias e agências de viagens, serviços culturais e serviços recreativos, entre outras atividades (Costa 2014). A realidade emergente faz do turismo um fenómeno cada vez mais diverso e complexo em termos de produtos e destinos. A tendência atual é marcada pelo desenvolvimento da oferta em torno da experiência turística vivida no local visitado. Os subsectores tradicionais do alojamento e da restauração, embora já não os únicos a beneficiar com os lucros do turismo, assumem-se como elemento estático de suporte à atividade, enquanto a experiência passa a ocupar a posição central na motivação, como elemento dinâmico no processo de atratividade turística. Em termos territoriais, a rutura com a lógica tradicional passou a exigir novos instrumentos de ordenamento territorial turístico (Costa, 2014). No que respeita às novas ferramentas para a gestão do turismo, como exemplo, Costa (2014) indica: marketing turístico centrado no consumidor; marketing turístico e de hotelaria transcultural; tecnologias de informação e comunicação; sistemas de informação de decisão de marketing turísticos; apoio ao gestor turístico; planeamento, desenvolvimento e território; gestão de impactes económicos, contas satélite e observatórios, controlo de qualidade, cooperação e melhoria; metodologias de previsão para o turismo.

A tendência atual aponta ainda para a importância do desenvolvimento sustentável do turismo. Procuram-se atingir metas sem que se esgotem ou degradem os recursos territoriais que estão na base do produto turístico. O planeamento é fundamental para que atividade se desenvolva em harmonia com os recursos naturais, culturais e sociais das regiões acolhedoras, podendo,

assim, manter a atratividade e ambicionar a longevidade do destino. O planeamento turístico deve prever instrumentos de controlo dos fluxos turísticos, ordenar as ações humanas sobre o território, direccionar a construção de equipamentos e infraestruturas e definir prioridades e estratégias de desenvolvimento turístico, através de políticas, legislação, normas e instrumentos elaborados pelo Estado (Ruschman & Widmer, 2000).

3.4. Cultura e Património Cultural: Material e Imaterial

Com o objetivo de rentabilizar o capital turístico dos territórios, urge que se compreendam as noções de cultura e de património cultural, mas suas dimensões material e imaterial.

A cultura de um povo, local ou região corresponde a algo construído ao longo da História, sendo esta se relaciona com todos os aspetos da vida de cada um, pelo que, todos os dias, contactamos com cultura. Acresce que nenhuma cultura humana existe num estado virgem, sem qualquer influência, pois todas as culturas sofrem influências internas e externas, e ao longo dos anos, a cultura vai-se modificando e tem a possibilidade de influenciar outra(s) (Marujo, 2014). A cultura decorre da relação entre o homem, a natureza e as suas ideias e criatividade, traduzindo-se na maneira de viver do humano em sociedade e tudo o que faz tendo em conta o seu dia a dia, podendo-se dizer que a cultura é um “complexo de coisas e acontecimentos considerados num contexto; é todo o complexo vivencial particular de cada agrupamento humano, ou seja, suas formas particulares de fazer, do sentir, do ser e do pensar; simbolismo de vida.” (Pereira, 2003: 97-99). É importante também realçar que consiste na definição de cultura enquanto processo e enquanto produto. A cultura, por um lado, corresponde a normas de um grupo social, e enquanto produto, diz respeito às ações de um determinado indivíduo ou conjunto deles, cujas atividades são anexados significados (Mousavi, *et al.*, 2016).

De acordo com Ortiz (2008), a cultura abrange todas as expressões materiais e imateriais de um povo, bem como os processos através dos quais elas são comunicadas, transmitidas, partilhadas. Ela envolveria todas as expressões e processos sociais, éticos, intelectuais, científicos, artísticos de um povo nacionalmente relacionado e normalmente ocupando e vivendo numa área geográfica delimitada, incluindo o que e como eles os transmitem. Assim, a cultura descreve semelhanças partilhadas entre pessoas dentro de um território físico ou emocional, que as fazem experimentar um sentimento de unidade e de pertença.

Segundo Guerra e Silva (2012), os antropólogos alargam o escopo do significado dessa palavra, definindo-a como a totalidade das maneiras de viver de um povo, incluindo aspetos materiais e imateriais de sua vida, tais como: vestuário, alimentos, crenças, maneiras de pensar, de morar, de se locomover, a linguagem, as religiões, instituições de todos os tipos, maneiras de sentir, tradições e costumes. Segundo Morgado (2014), mesmo no sentido antropológico, apesar da palavra cultura não ser recente, o seu estudo começou a ganhar mais importância quando a Antropologia surgiu como área de conhecimento, a partir do século XVIII. Morgado (2014) diz ainda que, num primeiro momento, o conceito de cultura remetia para a civilização, especialmente, no pensamento de Edward Taylor, um dos primeiros autores a formular o conceito de “cultura”. Morgado (2014) refere que esse conceito de cultura foi refutado especialmente pelo antropólogo Franz Boas, que propõe o método histórico de pluralizar a cultura, que se torna um modo de vida. Para o autor, outro pensador marcante de quem mais compartilha o conceito de cultura é Clifford Geertz. Esse pensador dá uma nova dinâmica ao conceito de cultura, ligando-a à semiótica e a antropologia, segundo ele, deve ser vista não como ciência experimental em busca de leis, como queriam os primeiros antropólogos, mas como ciência interpretativa em busca dos significados. Assim, a cultura é a própria condição de existência dos seres humanos, produto das ações por um processo contínuo, através do qual os indivíduos dão sentido às suas ações. Ela ocorre na mediação das relações dos indivíduos entre si, na produção de sentidos e significados. Ao tratar do conceito de cultura sob o aspeto semiótico, Morgado (2014) acredita que Geertz contribui para entendermos as questões estruturais da sociedade nas diversas épocas e realidades contextuais e, sobretudo, das diferenças e transformações que vêm ocorrendo na pós-modernidade.

Para Morgado (2014), os impactos produzidos na sociedade através dos meios de comunicação tais como rádio, televisão, no início dos anos 30, com advento da indústria cultural, provocaram modificação no estilo de conduta, atitudes, costumes e tendências das populações mundiais, devido à comunicação por satélite e ao surgimento da Internet, numa perspectiva de globalização. A globalização modelou totalmente as vidas dos humanos, uniformizando-as, levando a que as pessoas tenham os mesmos ideais, usem as mesmas roupas, ouçam a mesma música, etc., e os povos em resposta a isto querem preservar a sua identidade, querem ser diferentes, únicos e mostrar isso aos turistas (Marujo, 2014). A cultura, além de variar com o tempo e ser modificada

por fatores externos e internos, varia também, como é óbvio, de um lugar para outro, é transmitida, composta por vários elementos e características, como símbolos, representações, valores, crenças, instituições, outros, constituindo a identificação de um povo, de um local ou de um grupo (Marujo, 2014).

O continente africano, em particular, Angola, é um bom exemplo da influência na cultura de outros povos e culturas de outros locais. Pode-se verificar a influência de Angola na cultura brasileira, através dos traços culturais, na comida, no vestir, na música, nas manifestações religiosas e no próprio jeito de se comportar do brasileiro. No que diz respeito à música, as opiniões convergem no sentido de que o Brasil também deve a Angola uma expressão artística alçada a ícone tipicamente brasileiro, o conhecido “samba”²⁰ que nasceu do “semba”²¹, angolano. O toque do samba, a percussão, a rítmica, são de origem bantu.

Brandão (2014), na sua reportagem, “Influência de Angola é vista em vários traços culturais do brasileiro”, o Brasil por ser de tradição bantu, Angola foi um dos países que mais contribuíram para essas influências. Segundo o autor, o povo bantu tem origem em várias regiões do continente africano, como o Sul da África e a África Central, onde se encontra situada Angola. Em função da existência, na época, de navios negreiros, as várias etnias desse povo misturaram-se a caminho do Brasil e, mesmo perdendo muito de sua individualidade no processo de escravidão, traços fortes mantêm-se até hoje, como por exemplo, palavras como “quitanda”²², “cafuné”²³, “chamego” e “moleque”²⁴ derivam do vocabulário de povos da região hoje angolana.

Conclui-se que, na cultura, nem tudo é património e não se consegue preservar tudo. É em função desta realidade que o património cultural seja tido apenas como uma representação simbólica da cultura, sendo o resultado dos processos de seleção e de negociação dos significados. Daí, surge a necessidade de uma seleção de elementos e significados para compor

²⁰ Samba, dança e estilo musical de origem brasileira.

²¹ Semba, dança e estilo musical de origem angolana.

²² Quitanda vem das práticas comerciais.

²³ Chamego e Cafuné, vem dos modos de cuidar, educar, criar os filhos.

²⁴ Moleque – criança.

o património cultural. Este, por sua vez, pode assumir a vertente material ou imaterial, pelo que goza de pertinência que se entendam os conceitos subjacentes.

3.5. Património Cultural: Material e Imaterial

Património Cultural

O Turismo Cultural tem o Património Cultural como a sua base de atuação e atração, por ter características que remontam dos nossos antepassados ao longo dos tempos. Oriunda da palavra *patrimonium*, de origem latina, a palavra “património” significa o que é pertencente à pátria, consistindo nos bens, valores e representações materiais e imateriais que cada território possui como valor simbólico para a coletividade, sendo representativo de uma época, grupo ou cultura (Figueiredo, 2005: 44). Segundo este autor, o Património Cultural e a cultura surgem em primeiro lugar como uma forma de se afirmarem, na configuração de Estados-Nação. Para Silva (2000), nem todas as representações culturais de um local ou mesmo os vestígios do seu passado são classificados património, pois este consiste não apenas naquilo que é herdado, mas sim aquilo que é escolhido para ser preservado. Sendo assim, o património cultural uma “construção social” ou “construção cultural”, e só é considerado património, se for considerado digno o suficiente de ser deixado às gerações vindouras.

Em função da sua génese, o Património Cultural remete-nos para dois conceitos, um relacionado com a memória e outro ligado a identidade. O primeiro significa a capacidade de reter um conhecimento adquirido e de trazê-lo à mente, sendo percebido como a habilidade de estabelecer uma relação entre um acontecimento atual com um acontecimento do passado que seja muito semelhante (Batista, 2005:28). A memória está sempre atualizada, com a possibilidade de ser acedida a qualquer momento, como por exemplo determinados acontecimentos que não são esquecidos, mas preservados e perpetuados para as gerações vindouras, pelo que associado à memória vem o conceito da identidade (Batista, 2005). O segundo conceito, relacionado com a identidade, que pode ser individual ou coletiva, permite que uma pessoa se sinta parte de um sentimento de continuidade, e a memória histórica serve para identificar um grupo e a sua identidade cultural, definindo o que faz um grupo diferente de todos os outros (Batista, 2005).

A identidade cultural de um local corresponde ao seu Património Cultural, pelo que é construída conforme os valores e os traços que marcam uma cultura, não só marcantes para si, mas que a distinguem de todos os outros povos (Batista, 2005), o que torna uma cultura única em comparação com todas as outras. É nesta originalidade que reside uma identidade cultural distintiva, atraindo os turistas que buscam conhecer mais sobre a cultura e a identidade dos povos (Batista, 2005).

De acordo com a Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural da UNESCO, realizada em Paris, de 17 de outubro a 21 de novembro de 1972, o Património Cultural pode ser dividido em três categorias: Os monumentos, os conjuntos e os locais de interesse (Tabela 1).

Tabela 1 – Categorias do património cultural

Categoria	Descrição
Os monumentos	Obras arquitetónicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos de estruturas de carácter arqueológico, inscrições, grutas e grupos de elementos com valor universal excecional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência.
Os conjuntos	Grupos de construções isoladas ou reunidos que, em virtude da sua arquitetura, unidade ou integração na paisagem têm valor universal excecional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência.
Os locais de interesse	Obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse

	arqueológico, com um valor universal excecional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico.
--	---

Fonte: Adaptado da UNESCO 1972

Na Convenção de Paris 1972, alguns critérios foram definidos sobre a proteção nacional e proteção internacional do património cultural, onde os Estados membros presentes deverão reconhecer que a obrigação de assegurar a identificação, proteção, conservação, valorização e transmissão às gerações futuras do património cultural, situado no seu território constitui obrigação primordial. Para tal, deverá esforçar-se, quer os meios próprios, utilizando recursos disponíveis, quer, se necessário, mediante a assistência e a cooperação internacionais de que possa beneficiar, nomeadamente no plano financeiro, artístico, científico e técnico (ONU, 1972). Segundo a ONU (1972), dada a importância do Património Cultural para a construção da identidade de cada país, considerados importantíssimos quer os aspetos de natureza física, considerados património cultural material, mas também os aspetos de natureza intangíveis, relacionados com património cultural imaterial. O Património Cultural material e imaterial possuem aspetos simbólicos, visto que carregam a herança cultural de determinado povo e promovem a sua identidade.

O Turismo Cultural tem vindo a assumir um papel preponderante na escolha do destino turístico. A busca pelas emoções e, novas experiências, o reencontro com a cultura e o sentido de pertença, faz do Turismo Cultural um potencial turístico, um pouco por todo mundo. Indo ao encontro deste novo paradigma, o património imaterial torna-se determinante nas sociedades, na medida em que expressa a sua identidade e heterogeneidade, apelando ao acionar de medidas com vista à sua preservação e conservação, bem como, à valorização turística no contexto da mercantilização da cultura nas sociedades pós-modernas. Além de identificar, proteger, conservar e valorizar, a Convenção da Organização das Nações Unidas para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, de 2003, consagrou “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências – bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e, eventualmente, indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu património cultural” (ONU, 2003, p.3). A

ONU defende que este património é transmitido de geração em geração e é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio envolvente, da sua interação com a natureza e da sua história, conferindo-lhes um sentido de identidade e de continuidade, contribuindo assim para promover o respeito da diversidade cultural e da criatividade humana.

Por seu turno, o património cultural imaterial manifesta-se nos domínios: (a) tradições e expressões orais, incluindo a língua como vetor do património cultural imaterial; (b) artes do espetáculo; (c) práticas sociais, rituais e atos festivos; (d) conhecimentos e usos relacionados com a natureza e o universo; (e) técnicas artesanais tradicionais. Na intenção de salvaguardar o património cultural imaterial, foram adotadas medidas que visam assegurar a viabilidade do património cultural imaterial, incluindo a identificação, documentação, investigação, preservação, proteção, promoção, valorização, transmissão - essencialmente pela educação formal e não formal – e revitalização dos diversos aspetos deste património (ONU, 2003). Nas sociedades tradicionais africanas, as narrativas orais configuram os pilares onde se apoiam os valores e as crenças transmitidas pela tradição e, simultaneamente, previnem as inversões éticas e o desrespeito pelo legado ancestral da cultura (Duarte, 2021).

Explicitados os principais conceitos e implicações de ordem teórica, importa perceber a situação do território do distrito urbano do Benfica, à luz dos princípios orientadores.

Parte II

4. O Território em Estudo: Distrito Urbano de Benfica

4.1. Localização da área de estudo

O Distrito Urbano de Benfica é um dos seis distritos²⁵ urbanos do Município de Talatona, localizado na Província de Luanda, na orla marítima, sendo banhado pelo Oceano Atlântico.²⁶ Com cerca de 20,75 km², o distrito urbano de Benfica é um dos que tem vindo a registar mudanças significativas à nível das infraestruturas.

Situado no sul do Município de Talatona, é limitado a **Norte**, pelo Distrito Urbano do Futungo, a **Sul**, pelo Distrito Urbano do Morro dos Veados (Município de Belas), a **Oeste**, pelo Oceano Atlântico e a ainda a **Este**, pelo Distrito Urbano do Lar Patriota.

4.2. Divisão política administrativa

Verificando-se que a realidade da divisão administrativa angolana difere cabalmente da portuguesa, importa compreender em que moldes assenta, pois trata-se da base para qualquer plano estratégico, no que se refere ao turismo.

A luz do Decreto Presidencial 170/20, que aprova o Plano Estratégico de Revitalização das Comissões de Moradores, o Distrito Urbano de Benfica foi dividido em 6 conselhos²⁷ (Bairros), nomeadamente: Bairro Partido²⁸, 10 de Dezembro, Cabo-Lombo, Kifica, Chingar e Benvindo. A ajuda a perceber a atual divisão política administrativa do distrito.²⁹

De seguida, apresentaremos vários aspetos do território em análise, dados os seus reflexos na sua estruturação e ordenamento, assim como na distribuição das principais atividades e dispersão populacional. Iniciaremos pela apresentação, muito sucinta, dos aspetos físicos.

²⁵ Distritos – em relação à divisão política administrativa, na realidade angolana, distritos são equiparados a freguesias.

²⁶ Ver Figura 7 - Anexos, p. 123.

²⁷ Conselhos, na realidade angolana, refere-se ao tipo de organização da divisão política administrativa.

²⁸ Bairro Partido, proposto para albergar a Rota Cultural de Benfica.

²⁹ Ver Figura 10 - Anexos, p. 125.

4.3. Caracterização física da área de estudo

Desde a reforma administrativa de 2011, e a segunda reforma em 2016, conforme a lei nº18/16 de 17 de outubro, a província de Luanda viu alargada a sua área territorial, passando a contar com nove municípios, sendo os cinco tradicionais (Cacuaco, Belas, Cazenga, Luanda e Viana), acrescentados dois por força de lei (Ícolo e Bengo e Quissama), outros dois entretanto criados (Kilamba Kiaxe e Talatona). Como a lei 18/16 surgiu após o Censo de 2014 e tendo em conta a futura divisão política administrativa já anunciada pelo Presidente da República, prevista para o ano de 2023, os dados apresentados incidirão sobre a Província de Luanda, dada a falta de informação estatística correspondente à atual divisão política administrativa.

O clima e o relevo são indicadores essenciais do funcionamento ecológico da paisagem e, consequentemente, uma componente primordial para a interpretação e o estudo de um território. O conhecimento da altitude, em conjunto com o declive e exposição de vertentes, permite identificar as principais linhas do relevo e as relações que se estabelecem entre estas, conduzindo à definição de várias situações morfológicas distintas, implantação das diferentes atividades e distribuição populacional.

Clima

Iniciemos pelo clima.

O clima em Luanda é em geral quente e húmido, com características tropicais, destacando-se o surpreendente efeito da corrente fria de Benguela, que impede a ocorrência de chuva durante a maior parte do ano. Sendo assim, tem-se um curto período de chuvas entre os meses de março e abril, que é a época mais chuvosa do ano, mas que depende de uma contracorrente húmida que vem do Norte do país. Durante o ano tem-se, nomeadamente, duas estações, a época da seca popularmente referida como Cacimbo (termo utilizado em Angola para designar o período de seca ou estação fria), que ocorre entre os meses de maio e agosto, e a época quente e húmida entre os meses de outubro a abril. A época seca corresponde também ao período em que as temperaturas estão mais baixas, situando-se entre a máxima média de 27°C (valores médios) e a mínima média de 20.4°C (valores médios), resultando numa temperatura média anual de 24.4°C (GPL, 2014). De salientar que a cidade não é atravessada por rios de grande caudal, mas conta com vários cursos de água formados pelo sistema de

bacias pluviais de Luanda. Os rios mais próximos da cidade, são: o rio Kwanza, situado no município de Belas e o rio Bengo, que marca o limite Norte com a Província do Bengo. Em zonas não urbanas, a vegetação existente é o capim e poucas árvores, destacando-se o embondeiro³⁰ (GPL, 2014).

Hipsometria

Na Província de Luanda, a área central da cidade divide-se em duas secções com níveis muito marcantes: a Baixa de Luanda (antiga cidade) e a Cidade Alta. Na Cidade Alta estão localizados o Centro Político e Administrativo, o Governo e as residências dos funcionários executivos, com características sociais e económicas bem diferentes da parte Baixa. A orografia da cidade é ligeiramente acidentada e é a razão pela qual a cidade é dividida nas referidas duas partes, sendo que a parte da Cidade Alta está a uma altitude superior, com cerca de 130 a 150 metros, enquanto na parte baixa dominam altitudes com menos metros.

Apresenta a hipsometria da Província de Luanda (máximo 170m) e as grandes assimetrias. As áreas de altitude mais elevada situam-se no centro e sudeste, enquanto as de menor altitude se localizam sobretudo no litoral e nas margens do rio Kwanza. A maior parte da área da província (cerca de 25%) encontra-se situada abaixo dos 30 m, enquanto os valores entre 30m e 120m ocupam uma área aproximada de 69%. Apenas cerca de 6% do território se localiza entre os 130 m e 170 m.³¹

A orografia da cidade é ligeiramente acidentada, e é a razão pela qual a cidade é dividida nas referidas duas partes, sendo que a parte da Cidade Alta está a uma altitude superior, com cerca de 130 a 150 metros, enquanto na parte baixa dominam altitudes da ordem dos 0 a 27 metros.

Conclui-se, a maior parte do território é urbano, com maior predominância de uma paisagem artificializada, composta por duas partes distintas: a cidade formal, estruturada no tempo colonial com uma rede viária planeada e suas respectivas infraestruturas urbanas e os

³⁰ Embondeiros são as árvores mais antigas do planeta, com idades entre os 1100 e os 2500 anos, constituindo uma marca da paisagem africana.

³¹ Ver Figura 11 - Anexos, p. 126.

musseques com habitações na sua maioria construídas em talhões, atingindo na época colonial densidades entre 400 e 500 habitantes por hectare.

Declives

Obviamente o declive interfere muito na própria organização da paisagem, razão pela qual tem de ser abordado. No entanto, o declive não constitui um dos principais obstáculos. Na realidade, na Província de Luanda a maior parte do território, cerca de 71%, é caracterizada por declives suaves (0-5%) coincidente com a implantação das principais bacias fluviais. Apenas uma área mínima possui declives superiores a 15%. As áreas mais declivosas situam-se no bordo meridional da zona planáltica mais ocidental e no bordo ocidental da zona planáltica situada a sudeste.³²

Geologia

Outro aspeto básico a abordar relaciona-se com o substrato geológico, importantíssimo também, nomeadamente quando observamos os espaços rurais. Apresenta-se o Mapa Geológico da Província de Luanda tendo por base a folha 1 da Carta Geológica de Angola.³³

A província, engloba formações geológicas que englobam desde os Quaternários, sedimentos não consolidados até às rochas sedimentares que se divide em cretáceos e terciários. Por este fato, associado à reduzida informação disponível sobre a caracterização e o comportamento das formações geológicas de Luanda, agravado pela quase total ausência de investigação prospetiva desde a independência, fomentam ampla especulação sobre a viabilidade económico-financeira da exploração de muitos dos recursos minerais presentes no território.³⁴

Exposição de Vertentes

Por sua vez, a exposição das vertentes reflete-se, entre outros aspetos, no tipo de ocupação do solo agrícola, mas também urbano. Apresenta-se o mapa de Vertentes da Província de Luanda,

³² Ver Figura 12 - Anexos, p. 127.

³³ Ver Figura 13 - Anexos, p. 128.

³⁴ Ver Figura 13 - Anexos, p. 128.

onde se pode verificar na sua maior parte a existência de vertentes viradas a Oeste, Noroeste e Sudeste.³⁵

Tipos do solo

Obviamente que, como já foi referido através das variáveis anteriores, o enquadramento físico do Distrito é fulcral, nomeadamente para caraterizar os diferentes tipos de solo. De acordo com a Carta Generalizada de Solos de Angola e em função da atual divisão administrativa da cidade capital, verificou-se a transferência de uma parte do território da Província do Bengo, nomeadamente Quiçama e Icolo e Bengo, para a Província de Luanda, o que permitiu que a diversidade do território em termos de solo seja maior.

A conjugação das características geológicas e fatores ambientais justifica que a Província de Luanda apresente as seguintes tipologias de solo:

- Aluviões marinhos com elevada capacidade produtiva existindo nas áreas da foz do Rio Bengo e na Barra do Kwanza, esta última ocupada pela maior área de mangais existente na área de estudo;
- Aluviões fluviais, com capacidade produtiva elevada, com representação assinalável na área de estudo, predominando nas planícies aluviais, de extensão considerável, como sucede nas margens do Rio Bengo, nomeadamente na localidade de Funda e nas áreas inundáveis do baixo Bengo (as Lagoas Quilunda e Lalama e na localidade de Cabiri). Mas é sobretudo nas planícies aluviais do Rio Kwanza, como nas áreas envolventes ao perímetro de rega de Bom Jesus, no Cassengue e Lagoa Cambi e Cauigia que abunda este tipo de solo muito fértil;
- Barros negros, também com capacidade produtiva e levada, mas sendo suscetíveis aos fatores de erosão devido à sua baixa permeabilidade, exigem convenientes práticas de defesa e conservação;
- Solos psaméticos que englobam também os solos cronopsâmicos, estes solos podem ter aptidão agrícola, se forem beneficiados com regadio, localizam-se nomeadamente

³⁵ Ver Figura 14 - Anexos, p. 129.

no planalto de Luanda, que inclui o Perímetro Agrícola de Kikuxi, área classificada como reserva agrícola para o desenvolvimento agrário, silvícola, ambiental e agroturismo (Lerner, 2014), e que possui ótimas condições edafo-climáticas para a produção hortícola e frutícola;

- Solos calcários pardos e/ou calcários vermelhos, são solos com boa capacidade produtiva e fáceis de trabalhar, em especial na faixa interior entre os vales do Bengo e N'Gunza, como é o caso da área envolvente à Calomboloca;
- Solos arídicos tropicais são considerados solos com bom nível de fertilidade e, portanto, com aptidões agrícolas se beneficiados com regadio, localizando-se sobretudo no Este do município do Icolo e Bengo.

O território de Luanda, com base na sua divisão administrativa de 2011, segundo censo 2014, na ocupação do seu solo, a área do edificado (Vermelho) é a área que mais predomina, seguida da área de vegetação densa (Verde) e depois verifica-se uma utilização do solo muito fraca para as áreas agrícola (Amarelo) e corpos de água (Azul).³⁶

Concluída a caracterização física do território em estudo, importa perceber qual a situação, no que se refere à história, que o contextualiza.

4.4. Breve resenha histórica do distrito

Num território humanizado como é o Distrito Urbano de Benfica, há que analisar as vertentes histórica e social, para além da cultural. O impacto humano sobre o espaço é indissociável e sofreu diversas interferências bem diferenciadas no tempo. Começamos esta breve apresentação de factos históricos fulcrais para a sua evolução e fundamentação do quadro atual. Só compreendendo como se chegou ao presente se podem tirar conclusões facilitadoras de novas atitudes e comportamentos de valorização e de reconhecimento.

³⁶ Ver Figura 15 - Anexos, p. 130.

4.5. Caracterização demográfica e socioeconómica

Mas, efetivamente, há que abordar o quadro social de Benfica, a sua diversidade e características, dada a sua importância na estruturação do espaço, no seu ordenamento, etc.

População

De acordo com os resultados definitivos do Recenseamento Geral da População e Habitação em Angola, (Censo 2014), realizado de 16 a 31 de maio de 2014, residiam no Distrito Urbano de Benfica, cerca de 111.000 habitantes, distribuídos pelos seis bairros: Benvindo com 18%, Cabolombo com 20%, Chinguar 15%, Kifica com 30%, população, Partido 7% e o 10 de Dezembro com 10% da população. Estes dados atestam sobre a assimetria da distribuição da população, seguindo as tendências que se têm verificado

Taxa de analfabetismo

Por seu lado, a taxa de analfabetismo, no país, está calculada em cerca de 30% da população angolana, que se estimava em 25.789.024 de habitantes segundo as projeções do INE 2014, o que quer dizer, cerca de 6,3 milhões de adultos. Em Luanda, os alfabetizados totalizavam 260.550 adultos (sendo 64,312 homens e 196.238 mulheres). Já em províncias como Benguela, foram alfabetizados 103.838 adultos (dos quais 66.892 mulheres), (mosaiko.op.org/dia-mundial-da-alfabetizacao/, 2021). Embora a taxa de alfabetização esteja a evoluir positivamente, há muito trabalho a enfrentar, pois os valores continuam muito preocupantes.

Taxa de desemprego

A taxa de desemprego em Luanda estava estimada em 32,6%, sendo naturalmente mais elevada no meio urbano. Esta taxa abrangia uma população com mais de 15 anos, compreendendo sobretudo a população que procurava emprego pela primeira vez (grupo etário do 15-19 anos) e representava a maior taxa de desemprego, estimada em 62,5% (INE, 2016). Esta realidade tem uma importância primordial para a compreensão da realidade deste território nas várias vertentes que se pretendem realçar. E, porque a taxa de desemprego é indissociável da economia, justifica-se uma atenção particular ao contexto das atividades económicas.

Atividades económicas

Tutelado política e administrativamente pelo município de Talatona, o território beneficia de três importantes eixos rodoviários, que impulsionam o seu crescimento económico e social.

Trata-se da Estrada Nacional nº 100 (EN-100), que liga a região sul do país ao norte, a Avenida Fidel Castro, que liga a região norte do país e os municípios de Viana e Belas, e da rua de acesso ao Distrito do Patriota (leste), que o liga ao Distrito de Talatona, principal centro económico e comercial do município. Com estes importantes eixos rodoviários emergem, entre outras, infraestruturas comerciais, unidades hoteleiras e de restauração.

Os operadores económicos locais reconhecem avanços e crescimento das atividades económicas (45% estabelecimentos comerciais de pequena superfície, 9% de media superfície, 3% como indústrias, 5% correspondem a estabelecimentos de hotelaria quiosques e similares, 4% restaurantes (INE,2023). No entanto, as preocupações persistem como barreira deste crescimento: uma melhor distribuição da água potável e da corrente elétrica, mais escolas e unidades públicas de saúde, recolha de lixo, segurança e iluminação pública. Correspondem a infraestruturas básicas que têm de ser dinamizadas, alargadas a todas as camadas populacionais e atividades económicas.

A pesca configura uma das principais atividades económicas do distrito, é de grande relevância social e económica, concretizando-se tanto com uma atividade de subsistência, já que o pescado é uma das principais fontes de proteína animal da população, como também uma atividade comercial, uma vez que os pescadores comercializam os excedentes, obtendo renda e sustento para um número significativo de famílias.

Tendo sido compreendido o potencial turístico em termos territoriais, será importante complementar esta perspetiva com a dimensão cultural, contemplando o património material e imaterial.

5. Património cultural material e imaterial

Mas o principal objetivo deste estudo relaciona-se com o turismo, sobretudo com o turismo cultural abordado como uma força motriz do desenvolvimento de Benfica. Angola é preenchida quase na sua totalidade pela cultura social Bantu, povos originários do centro-oeste de África

que, devido a sua explosão demográfica, organização e técnica no uso do ferro, empreenderam processos migratórios para regiões mais ao sul do continente no final do I milénio a. C., subjugando e confinando a solos menos favorecidos, os povos que encontravam, como foi o caso dos San (Marques, 1964; Alcuna, 2005 & Keita, 2009). “O território que hoje se chama Angola situa-se numa encruzilhada de civilizações e culturas milenares” (Kajibanga, 2010, p. 99). Os povos de origem Bantu representam cerca de 90 % dos angolanos, cujas etnias mais expressivas são os Ovimbundo, Ambundu, Bakongo e Lunda-Cokwe. O conjunto de etnias e sub-etnias representam a diversidade e a riqueza da cultura angolana e o principal suporte do seu património cultural material e imaterial. Assim, o património cultural do país é constituído pelo conjunto das expressões e representações, não apenas dos povos Bantu, mas de todos os povos e respetivos espaços socioculturais que o compõem.

Após a independência de Angola, a 11 de Novembro de 1975, praticamente toda a política pública de preservação e valorização do património cultural do país estava, para além dos discursos políticos, coligida no Decreto 80/76 de 3 de setembro, que enfatizava as ações de preservação e de proteção do património, assim como a devolução da riqueza patrimonial ilicitamente subtraída ao povo angolano no período colonial e o combate ao tráfico ilícito de bens culturais (Domingos, 2013). A preocupação pela manutenção da soberania alcançada num processo de instabilidade social e conflito militar, a guerra civil que se seguiu durante 27 anos e a herança comunista monopartidária de onnipresença estatal, contribuíram para que este Decreto vigorasse até 2005, altura em que foi aprovada a Lei do Património Cultural.

Atualmente, nos instrumentos jurídico-legais vigentes, destaca-se naturalmente a Constituição da República de Angola, em vigor desde janeiro de 2010. O seu preâmbulo invoca a memória dos antepassados e apela à sabedoria das lições de história comum dos angolanos, das suas raízes seculares e das culturas que enriquecem a unidade do país. O documento magno assume e inspirar-se nas melhores lições da tradição africana enquanto substrato fundamental da cultura e da identidade angolanas, reconhecendo a validade e a força jurídica do costume dos povos. A Constituição angolana, enquanto texto jurídico fundamental do país, subscreve um conjunto de artigos (art. 7º, 12º, 21º, 74º, 87º, 95º, 223º) que encerra um compromisso claro de conquista da cidadania e da identidade coletiva, tendo por base o reforço da identidade africana e no fortalecimento da ação dos Estados africanos a favor da salvaguarda do

património cultural dos seus povos. O documento estabelece como tarefa do Estado angolano promover o desenvolvimento harmonioso e sustentado, em todo o território nacional, do património histórico, cultural e artístico, assim como proteger, valorizar e dignificar as línguas angolanas de origem africana, como línguas de identidade nacional e de comunicação. Enquanto garante dos direitos fundamentais, a Constituição consagra o respeito, a valorização e a preservação de uma identidade cultural, linguística e artística dos cidadãos e das comunidades angolanos. De igual forma, define os monumentos e imóveis de interesse nacional como bens de domínio público, enquanto reconhece o estatuto, o papel das instituições do poder tradicional “Sobas” em Angola.

Por outro lado, a lei de base da cultura do país ou, como é oficialmente denominado, a Política Cultural da República de Angola, expressa no Decreto Presidencial no 15/11, com uma vigência de doze anos, é um instrumento legal que define as balizas para toda a ação de índole cultural do país, de acordo com o preceituado na Constituição. Por esta razão, o Decreto reitera que a cultura angolana é africana e exprime-se nos seus valores materiais e imateriais que constituem o património cultural do povo angolano. Os sistemas de valores profundamente enraizados na alma das diversas comunidades que constituem o povo angolano manifestam-se no dia a dia através das tradições, crenças, artes e sobretudo nas suas línguas, que representam o essencial da sua identidade.

Nesta perspetiva, a política cultural de Angola assenta em três princípios estruturantes fundamentais:

- Preservação da diversidade cultural;
- Igualdade no tratamento das diversas culturas a preservar;
- Reconhecimento de pertença de diversas culturas a uma comunidade comum e a um destino comum, o da nação angolana.

São vários os extratos nos textos neste instrumento legal relacionados com o turismo, bem como a ênfase que dá à salvaguarda e ativação dos bens culturais. São assinaladas recorrentes referências de desenvolvimento de projetos de turismo cultural para contribuir na viabilização económica de projetos de conservação, valorização e fruição de bens culturais, para além do facto do turismo cultural poder transformar-se num veículo privilegiado de intercâmbio cultural

nacional e internacional, melhorando a compreensão entre os povos e reduzindo os preconceitos associados às diferenças identitárias. Contudo, o principal instrumento legal normativo e orientador de salvaguarda do património cultural angolano é a Lei no 14/05 de 7 de outubro, Lei do Património Cultural, porque é o instrumento jurídico que permite ao Estado angolano agir em concreto sobre os aspetos da classificação, desclassificação, demolições, proteção e valorização do património cultural.

Por uma questão de enquadramento e identidade concetual, a Lei do Património Cultural define património cultural no seu artigo 2º como “todos os bens materiais e imateriais, que pelo seu reconhecido valor devem ser objeto de tutela do direito. Constituem, ainda, património cultural angolano quaisquer outros bens que, sejam considerados como tais, pelos usos e costumes e pelas convenções internacionais, que vinculam o estado angolano” (Decreto-Lei 14/05, de 7 de outubro). Assim, no nº1 do artigo 3º, “são reconhecidos e valorizados como bens de interesse cultural relevantes as línguas nacionais, os testemunhos históricos, paleontológicos, arqueológicos, arquitetónicos, artísticos, etnográficos, biológicos, industriais, técnicos e todos os documentos gráficos, fotográficos, discográficos, filmicos, fonográficos, bibliográficos, refletindo valores da memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, exemplaridade, singularidade e outros bens culturais que pela sua natureza mereçam a tutela do estado angolano” (Decreto-Lei 14/05, de 7 de outubro).

Por sua vez, o artigo 45º apresenta um conceito de património cultural imaterial endógeno e abrangente, considerando como o conjunto de manifestações culturais tradicionais e populares que são criações coletivas emanadas de uma comunidade, fundadas na tradição e transmitidas fundamentalmente por métodos orais (o Jango é o local culturalmente indicado para tal), ou através de gestos e se vão modificando com o tempo por um processo de recriação coletivo. O conceito estende-se a totalidade das expressões que constituem as culturas atuais que não se confinam só ao passado. Fazem parte deste conjunto: as tradições orais, usos e costumes, as línguas, a música, a dança, os rituais, as festividades, os conhecimentos da medicina e farmacopeia tradicional, as artes, as habilidades e sistemas de pensamento. Por exemplo, nas sociedades tradicionais africanas, aquelas que, apesar da colonização, resistiram aos processos de assimilação cultural alheia, as narrativas orais configuram os pilares sobre os quais se apoiam os valores e as crenças ancestrais transmitidas pela tradição e, ao mesmo tempo em que

previnem as inversões morais e o desrespeito ao legado histórico da própria cultura. A tradição oral tem para o africano uma importância vital.

A literatura oral é a grande riqueza cultural desses povos, conservada por meio de uma memória extraordinária. Entre os Bantu, a tradição oral não é apenas fonte principal de comunicação cultural, mas é uma cultura própria que distingue o povo, considerando que abarca todos os aspetos da vida. Ela relata, descreve, ensina e discorre sobre a vida. Através da tradição oral podemos descobrir o pensamento do negro Bantu e os seus comportamentos individuais e sociais, considerando que a riqueza espiritual, os valores didático-pedagógicos e históricos, bem como, o vocabulário valorativo e o variado poder de expressão, estão todos inscritos na tradição do texto oral. O discurso, nessa tradição, pela força evocativa, não se presta a banalidades verborrágicas e ideológicas, mas transmite o essencial. Explicita-se como um sistema de autointerpretação da comunidade através dos seus membros. Vale dizer, através da tradição oral, a sociedade explica-se a si mesma, daí que, a história oraturizada dos Bantu aproxima-se de uma verdade ontológica, ou seja, ela fixa o olhar da pessoa nas questões ontológicas ignoradas pela história científicas das sociedades ocidentais (Altuna, 2014). A história oral, neste sentido, não está sujeita ao crivo da historiografia ocidental que contrapõe valores ancestrais a uma nova escala, incompatível com códigos familiares enraizados na cultura local e sacralizados pela tradição ancestral.

Mas a riqueza cultural destes povos não se limita à vertente imaterial porque a material também é excecional e distintiva. Assim, havia que observar também o património imóvel. Tal surgiu através do Decreto Presidencial nº 53/13, de 6 de junho, aprova o Regulamento do Património Cultural Imóvel. É um regulamento suportado na Lei 14/05, estabelecendo normas e procedimentos de proteção, preservação e valorização do património cultural imóvel. Este regulamento é também aplicável à Convenção sobre o Património Mundial da UNESCO de 1972 e define como património cultural imóvel os monumentos, conjuntos, zonas históricas, paisagem urbana histórica e sítios. É aqui onde se enquadram alguns dos patrimónios que compõem a Rota Cultural de Benfica: Memorial Ruínas de Cabo-Lombo, Marginal de Benfica, Mercado do Artesanato e o Museu Nacional da Escravatura. O Decreto 53/13 é particularmente incisivo na definição de ações concretas de conservação, qualificação, classificação e desclassificação dos bens culturais imóveis. Estabelece um regime de conservação e valorização

dos bens culturais classificados, considerando aspetos como o restauro, demolições, alienações e transmissões.

Com a apresentação do quadro legal de Angola, conclui-se que o país possui os instrumentos legais mínimos para desenvolver as políticas definidas de conservação, salvaguarda e valorização do seu património cultural, devendo para o efeito suprir rapidamente as brechas de regulamentação para melhor monitorar o processo. Nesse sentido, a semelhança do Decreto Presidencial no 53/13, que regula o Património Cultural Imóvel, urge proceder a regulamentação de outras matérias presentes na Lei 14/05, mormente o património cultural imaterial. Além disso, o grande problema das realidades africanas, e Angola não é exceção, tem sido a falta de aplicabilidade da legislação criada para a gestão do património cultural e em outros setores, limitando dessa forma a efetividade dos objetivos preconizados³⁷.

6. Proposta para a estruturação da Rota Cultural de Benfica

6.1. A Importância da Paz e do Plano Diretor do Turismo em Angola (PDTA) para o desenvolvimento do Turismo Cultural em Angola

Com a assinatura do Memorando de Entendimento Complementar do Protocolo de Lusaka entre o Governo angolano e as então forças militares da Unita a 4 de Abril de 2002³⁸, o país conhece melhorias significativas em todos os domínios da vida política, social e económica. Angola foi vítima de uma guerra civil que durou quatro décadas o que provocou a destruição de grande parte das suas infraestruturas hoteleiras, um pouco por toda a parte deste lindo país que é Angola.

Ultrapassada esta fase, o ambiente de paz que se desfruta em Angola, há 21anos, tem sido a alavanca para um rápido crescimento económico. Porém, o desenvolvimento do turismo em

³⁷ No entanto, os componentes do regime de valorização e revitalização do património são apresentados apenas em linhas gerais e sem a especificidade, em regulamento próprio, das responsabilidades que cabe a cada uma das escalas territoriais (nacional, provincial e municipal).

³⁸ O Memorando de Entendimento foi assinado em Luena, capital da Província do Moxico entre as FAA – Forças Armadas Angolanas, representado pelo Chefe do Estado-Maior General das FAA, Armando da Cruz Neto e a liderança Militar da UNITA, representado pelo então Chefe do alto comando das FALA, General Abreu Muengo Ucuachitembo “Karmorteiro”. A data, 4 de Abril, foi instituída Feriado Nacional, em honra aos sacrifícios consentidos e para a perpetuação da memória coletiva do Povo Angolano.

Angola, apesar do rápido crescimento económico, ainda se encontra limitado por diferentes obstáculos, tais como alguns procedimentos administrativos (como é o caso dos vistos de entrada), a política de preços nas unidades hoteleiras, a falta de preparação dos atores, a fraca promoção do país como destino turístico, o deficiente sistema de transportes, a falta de manutenção das estradas nacionais, não obstante já terem sido dados passos significativos para contrapor tal situação. Neste contexto, que dificulta que o turismo se torne um motor de desenvolvimento efetivo, ainda assim a parte que cabe ao turismo na economia nacional começa a ser significativa, tendo em conta as receitas diretas arrecadadas através dos impostos comerciais. Na realidade, segundo dados estatísticos, em 2019, os dividendos do turismo representaram uma fatia de 500 milhões de euros, provenientes de hotéis, restaurante e agências de viagens (Ministério da Hotelaria e Turismo, 2019).

O PDTA – Plano Diretor do Turismo de Angola 2011/2020 é um projeto do Ministério da Hotelaria e Turismo, aprovado, na Comissão Permanente do Conselho de Ministros a 12 de outubro de 2011, pelo Decreto Presidencial nº. 102/11, de 23 de maio. Com a aprovação do PDTA, o Ministério da Hotelaria e Turismo iniciou um novo ciclo de atuação centrado na implementação de uma estratégia sólida, original e sustentável, que deverá ser considerada um legado para futuras gerações. Tem como objetivo o aproveitar o rico património histórico-cultural, as condições climáticas favoráveis e a grande diversidade das belezas naturais de Angola, tentando potenciar o turismo como um setor de importância estratégica para a economia angolana, capaz de criar riqueza, atrair investimento e gerar milhares de empregos.

No PDTA, definiu-se um conjunto de ações ao nível institucional e ao nível dos eixos prioritários de desenvolvimento turístico, que deverá ser implementado num horizonte temporal de 10 anos. Segundo o PDTA, no processo de inventário, foram identificados cerca de 2.600 recursos turísticos. Este plano é bastante ambicioso, uma vez que perspetiva a criação de 1 milhão de postos de trabalho diretos e indiretos, estima receitas de 4,7 bilhões de Dólares Americanos, aumento significativo do peso do sector do produto interno bruto e 4,6 milhões de turistas nacionais e internacionais até 2020³⁹, indicadores muito importantes para a concretização dos objetivos definidos e resultados esperados. O PDTA, considera como ações prioritárias a

³⁹ Cifras não alcanças devido a COVID 19.

Adequação do Pacote Legislativo a nova realidade, a criação de um Fundo de Desenvolvimento Turístico e a implementação de Pólos de Desenvolvimento Turísticos. O plano, prevê que o desenvolvimento do turismo angolano deverá ser faseado, tendo em atenção quer o desenvolvimento da oferta, quer aos mercados, estabelecendo de 2011 a 2020, três fases para o desenvolvimento do turismo.⁴⁰

Importa realçar que será feita uma análise ao conteúdo do PDTA cujo contexto se refere aos anos que se seguiram à paz efetiva (2002) até ao ano de 2009. Contudo, a análise e a divulgação das estatísticas do turismo de 2011 até o ano de 2015 estavam previstas para o ano de 2019, mas, devido à Covid 19, foi adiada, sem data prevista para a sua concretização. O PDTA faz uma análise ao contexto do turismo em Angola até ao ano 2009. Nesta conformidade, faremos uma abordagem do PDTA com apresentação de indicadores do turismo até ao ano de 2009, por ser o último ano de estudo das equipas de trabalho.

O PDTA faz referência aos seguintes aspetos⁴¹: **i)** chegadas de turistas e principais mercados emissores; **ii)** motivos de viagens; **iii)** peso do sector na economia; **iv)** resultados económicos; **v)** rede hoteleira; **vi)** rede de restauração; **vii)** acessibilidades aéreas; **viii)** agências de viagens e operadores turísticos; **ix)** lacunas do sector e **x)** síntese do benchmarking.

i) Chegadas de Turistas Internacionais e Principais Mercados Emissores

A análise feita e apresentada no PDTA concluiu que os nacionais representam 2/3 do turismo angolano e que 3 países não africanos (Portugal, China e Brasil) representam metade dos turistas estrangeiros.⁴²

Surpreendentemente, até ao ano de 2009, os hóspedes⁴³ e o número de dormidas nas unidades hoteleiras⁴⁴ eram na sua maioria feita por angolanos residentes, representando 42% e 36%, respetivamente, seguindo-se os estrangeiros com 33% e 36%, respetivamente, segundo dados do PDTA.

⁴⁰ Ver Figura 16 - Anexos, p. 131.

⁴¹ Todos os indicadores constantes no PDTA são até ao ano de 2009. Último ano das equipas de trabalho.

⁴² Ver Figura 17 - Anexos, p. 132.

⁴³ Ver Figura 17 - Anexos, p. 132.

⁴⁴ Ver Figura 18 - Anexos, p. 132.

De 2006 a 2009, verificou-se um crescimento constante da chegada de turistas estrangeiros a Angola, sendo a Europa o principal mercado emissor de turistas, representando uma cifra de 34%.⁴⁵

No que se refere às chegadas de turistas internacionais a Angola, no período compreendido entre 2006 e 2009, podemos verificar que, de 2006 a 2007, houve um acréscimo de 60%, valor que continuou muito elevado entre 2007 a 2008, a evolução foi de 51% abrandando no ano seguinte, entre 2008 e 2009, período em que se observou uma evolução de 24%, dados estes que espelham de forma clara o crescimento do turismo em Angola.⁴⁶ Em 2009, Angola acolhia turistas oriundos sobretudo de 6 mercados emissores, nomeadamente: a Europa, sendo o maior mercado emissor com uma cifra de 44,1%, seguindo-se a Ásia com 20,7%, a América com 20,8%, a África com 13,2%, o Médio Oriente com 0,8% e Austrália, com 0,4%.⁴⁷

Os números revelam uma tendência que não pode ser descurada, sob pena de se hipotecar o futuro das populações.

ii) Motivo das Viagens

O PDT apresenta a análise feita aos motivos que levaram a deslocação de turistas internacionais a Angola, tendo concluído que, apesar das viagens de negócios e de serviços ainda serem os principais motivos de visita a Angola, o número das viagens por motivo de lazer (férias) foi o que mais cresceu no período 2008 - 2009.

Facilmente se pode verificar que as viagens por motivo de férias tiveram um crescimento na ordem dos 70%, no período 2008 – 2009, enquanto os outros motivos de viagem (serviço e negócios), no mesmo período, tiveram um crescimento de apenas 10%.⁴⁸

Segundo o PDTA, o Turismo de Serviço traduz o fluxo de mão-de-obra externa e o Turismo de Negócios reflete o contexto de oportunidades que o mercado apresenta.⁴⁹

iii) Peso no Setor

⁴⁵ Ver Figura 19 - Anexos, p. 133.

⁴⁶ Ver Figura 20 - Anexos, p. 133.

⁴⁷ Ver Figura 21 - Anexos, p. 134.

⁴⁸ Ver Figura 22 - Anexos, p. 134.

⁴⁹ Ver Figura 23 - Anexos, p. 135.

Por seu turno, e tendo sempre como base o PDTA, concluiu-se que, nos últimos anos, Angola registou um crescimento do setor, tendo as receitas ultrapassado os 45 mil milhões de AKZ, equivalente a EUR 350.112,814,00⁵⁰, em 2009, e cerca de 135 mil postos de trabalho estavam associados ao Turismo.⁵¹

As receitas associadas ao Turismo no ano de 2005 foram de AKZ 8,3 Mil Milhões de Kwanzas (EUR 74.404.761,9)⁵². Em 2006, teve um acréscimo de AKZ 4,3 Mil Milhões de Kwanzas (EUR 37.202.381,00) totalizando AKZ 12,6 Mil Milhões de Kwanzas (EUR 111.607.143,00). De 2008 a 2009 verificou-se um acréscimo de AKZ 10,8 Mil Milhões (EUR 93.005.952,4), totalizando AKZ 45,3 Mil Milhões de Kwanzas.

Facilmente se percebe que o investimento aplicado no setor fruto da estabilidade política e financeira que se fazia sentir no período em referência. Este facto provocou um impacto positivo no que se refere à criação de emprego no setor, visto que, de 2007 a 2009 se registou um aumento de emprego no setor do turismo próximo de 37%.⁵³

iv) Resultados Económicos

Da análise apresentada pelo PDTA, concluiu-se que a Restauração, a Alimentação e as Bebidas foram os setores que mais cresceram no período 2006 – 2009, representando cerca de 46% da receita do sector em 2009. Aliás, nesse ano, as receitas foram na ordem dos 500 milhões de euros, devido ao crescimento constante do sector da restauração e o maior controlo das receitas da restauração. No que se refere ao volume de negócios, houve um crescimento associado às agências de viagens, de cerca de 92%.

v) Rede Hoteleira

A rede hoteleira, nas suas diversas tipologias, também sofreu alterações positivas. Efetivamente, e permanecendo sempre com a mesma fonte, o PDTA, conclui-se que, até 2009, Luanda se destacava na oferta de alojamento, gerando cerca de 84% da receita, seguindo-se a

⁵⁰ Câmbio em 2009 1,00 EUR = 128,53 KZ

⁵¹ Ver Figura 24 - Anexos, p. 135.

⁵² Câmbio em 2005/ 1,00 EUR = 107,52 KZ

⁵³ Ver Figura 25 - Anexos, p. 136.

Huíla e Benguela. As províncias do interior, por seu turno, têm uma oferta reduzida e, consequentemente, receitas menores.⁵⁴

vi) Rede de Restauração

No que se refere à restauração, outro dos setores importantíssimo para o turismo, através do PDTA conclui-se que a oferta na restauração segue uma distribuição semelhante à oferta de alojamento e que Luanda se destaca, uma vez mais, com 36% da oferta total na restauração. Quer no alojamento, quer na restauração, a oferta é mais elevada nas províncias do litoral, totalizando 82% da oferta na restauração, repartida pelas províncias de Luanda, Huila, Benguela, Namibe, Uíge e Kwanza Sul.

vii) Acessibilidades Aéreas

Outro setor fulcral para o turismo é o referente às acessibilidades, nomeadamente as ligações aéreas. De acordo com o PDTA concluiu-se que, até 2009, Luanda assegurava voos diretos para 9 países fora do continente africano, incluindo os 3 principais mercados emissores (Europa, Ásia e América). Certamente se existisse uma maior diversidade de ligações aéreas e infraestruturas, o cenário seria muito diferente.

viii) Agências de Viagens e Operadores Turísticos

Para concluir, há que fazer referência ao marketing, a divulgação de âmbito nacional e internacional, setor no qual as agências de viagens e outros operadores turísticos são essenciais. Daí a sua inclusão neste estudo que permite concluir que, até 2011, existiam 162 registos de Alvarás de Agência de Viagens e Turismo⁵⁵, sendo que 91% destes registos se referem à província de Luanda. De realçar que 8 províncias do país não tinham, até àquela data, qualquer agência de viagem ou operador turístico, nomeadamente, Bengo, Benguela, Cuando Cubango, Kwanza Norte, Kwanza Sul, Lunda Sul, Malanje e Uíge.

ix) Lacunas no Setor

Da análise do PDTA, na sua análise, concluiu-se que, em Angola, existem fatores que condicionam o desenvolvimento do Setor do Turismo, nomeadamente: O **Fraco Desenvolvimento** de

⁵⁴ Ver Figura 26 - Anexos, p. 136.

⁵⁵ Ver Figura 27 - Anexos, p. 137.

Infraestruturas (Gestão e recuperação do património, condições de acesso a locais de interesse turístico, custos de transporte internacionais); **Reduzido Nível dos Serviços de Apoio** (Informação disponível ao turista, qualificação de recursos humanos, serviços complementares para assegurar a segurança e bem-estar) e **Fraca Imagem Enquanto Destino Turístico** (Desenvolvimento do turismo doméstico, turismo internacional baseado na motivação associada aos negócios, oferta de atividades turísticas complementares). Há que corrigir este quadro tendo em atenção as potencialidades existentes.

x) Síntese do *Benchmarking*⁵⁶

Apresenta-se a contribuição do setor do turismo para o PIB em 4 países da região da SADC⁵⁷ (África do Sul, Quênia, Botswana e Moçambique) e em 5 países de outras regiões (Brasil, Turquia, Vietname, Marrocos e Cabo Verde).

A visão do PDTA no que se refere ao turismo em Angola, no ano de 2020, é de que poderá ser potenciado como o destino de diversão e animação em África, alavancando o seu património cultural, natural, de praia e desportivo, como produtos estratégicos para o setor (PDTA 2011). É neste contexto que esta dissertação pretende ser, também, um contributo para tal desiderato. Segundo o PDTA, Angola tem fatores de diferenciação capazes de a tornarem num forte destino turístico na região da SADC ou até mesmo do continente africano. Os principais elementos de diferenciação são: i) História, Cultura e Tradição; ii) Juventude, Diversão, Desporto e Dinamismo; iii) Clima e Luz; iv) Natureza (PDTA 2011-2020).

i) História, Cultura e Tradição

Angola tem uma história cultural e uma tradição bastante forte. A cultura angolana promove o dinamismo do país, através da música e da dança. As culturas tribais, no interior, atraem turistas e promovem atividades complementares como por exemplo, o artesanato. Mas, para que este elemento diferenciador possa de facto constituir um atrativo turístico, passos deverão ser dados no sentido de se criarem condições para maior difusão da História, Cultura e Tradição do povo

⁵⁶ Referência.

⁵⁷ SADC - *Southern Africa Development Community* - Ver Figura 28 - Anexos, p. 137.

angolano e um maior investimento na conservação e promoção de acessos nos pontos de interesse histórico.

ii) Juventude, Diversão, Desporto e Dinamismo

Angola é um país jovem, segundo dados do Censo 2014, já que mais de metade da população tem menos de 25 anos de idade, cerca de 65,5%. A população é alegre e festiva e tem tradição em alguns desportos de grande projeção internacional. Mas possui pouca experiência na organização de eventos desportivos e, apesar de ter já alguma infraestrutura desportiva, ainda é insuficiente para os objetivos que se pretende alcançar em 2020.

iii) Clima e Luz

Angola tem uma temperatura média anual de 23 graus, elevado número de dias de sol e horas de luz, diversidade de climas* ao longo de todo o território. Infelizmente, o setor do turismo ainda não é capaz de tirar partido deste ambiente propício para o seu desenvolvimento.

iv) Natureza

Angola tem um exotismo das suas paisagens e uma diversidade de fauna e flora ao longo de todo o território. Porém, estas atrações turísticas são pouco desenvolvidas. Para dinamizar e capacitar o turismo, o PDTA estabelece seis grandes eixos de desenvolvimento, onde deverão ser implementados de forma faseada e focar-se na qualificação, melhoria e enriquecimento da oferta turística. Tal deverá concretizar-se em função dos mercados emissores estratégicos, e na promoção dirigida e adequada aos mercados alvo.

Assim, é necessário que os operadores do turismo aproveitem estes fatores para alavancarem o turismo, tornando Angola num forte destino turístico capaz de competir com os países da região. Nesta linha de pensamento, goza de pertinência que se estabeleçam rotas culturais.

6.2. Configuração e os benefícios da Rota Cultural de Benfica

De maneira a satisfazer as exigências da procura turística na conquista de novas experiências (Garcia & Sanchez, 2003), a atividade turística tem diversificado a sua oferta, apresentando produtos mais diversificados e relacionados com a cultura local e regional (Cañizares & Guzmán, 2008). Assim, o Turismo Cultural tem vindo a conquistar o mercado turístico, surgindo novos produtos como as rotas turísticas.

O termo rota é oriundo do latim *rupta*. Na altura, o termo era usado para designar um relatório com a descrição de todos os acidentes marítimos e geográficos necessários para se poder planear ou descrever uma viagem. Turisticamente, é o “(...) livro onde se consignam todos os pormenores de uma viagem importante” (Costa *et al*, 1987, p.p. 1467-1468).

Para Figueira (2013, p. 21) “(...) como componente do sistema turístico, a Roteirização de um território sustenta-se na produção de um Roteiro.” Segundo este autor (2013, p. 23) “(...) historicamente, o traçado de uma viagem pode, em circunstâncias específicas, ser considerado como uma Rota.”

A Rota Cultural de Benfica, que será doravante denominada por “RCB”, é o caminho por terra e mar, caracterizado por dinâmicas próprias e específicas, históricas e funcionais, onde permite a interação de pessoas, bem como, intercâmbios multidimensionais, contínuos e recíprocos de bens, ideias, conhecimentos e valores, que permitem o cruzamento de culturas no espaço e no tempo, dentro do território de Benfica. Na elaboração da RCB, foram definidas a rota por terra e mar, como sendo as que melhor atendem os objetivos que se pretendem alcançar, devido a localização geográfica dos pontos turísticos propostos para a composição da rota cultural.

A RCB encontra-se dentro da temática Turismo Cultural, onde o património cultural, material e imaterial são os elementos que a constituem. Assim, foi feito um levantamento geográfico da área de estudo, tendo sido selecionados os pontos de interesse para a investigação de forma a desenvolver uma rota turística que satisfizesse os segmentos de destaque, os turistas. O processo de elaboração da rota foi exaustivo, metucioso e exigente (embora não abranja todo o território), e resultou da articulação de critérios previamente estabelecidos. Determinaram-se como critérios de escolha para a formulação da RCB:

- 1) A temática;
- 2) Proximidade geográfica;
- 3) Tempo disponível para viajar;
- 4) Os interesses dos turistas.

Na elaboração da RCB, procurou-se que cada ponto de interesse turístico fizesse sentido numa rota que se pretende ser atrativa. Quer isto dizer, a cada ponto, foi mantida a temática de

origem. A proximidade geográfica foi outro dos critérios considerados, pois, embora exista uma área delimitada (região de Benfica), esta possui uma larga extensão territorial e um elevado número de bairros. Assim, na elaboração da rota, houve o cuidado em unir património cultural, material e imaterial, que se encontram relativamente próximos.

O tempo disponível para viajar que cada visitante possui diverge, pelo que foi criada rota única de média dimensão. O número de pontos turísticos, (6) seis, e a distância entre os lugares a visitar foram de forma estratégica planeados, de forma a proporcionar uma oferta turística diversificada que cumpra os requisitos de visitantes com diferentes exigências temporais.

Finalmente, todo o processo teve em consideração os “interesses” dos visitantes. Se o turista cultural foi identificado como o público-alvo deste estudo, a rota criada deve procurar transmitir uma forte mensagem cultural que atraísse a procura turística e ter a obrigatoriedade de se contar uma história e proporcionar uma vivência.

Com base nos critérios para a seleção do património cultural, material e imaterial, foram identificados os pontos de interesse turístico para estruturar e organizar a RCB:

1. Kufikissa

Segundo os sobas⁵⁸ da região, no final do século XIX, princípios do século XX, alguns indígenas oriundos de vários pontos do país começaram a andar pelo território nacional em direção a Luanda, à procura de novas terras para o seu habitat. Foi daí que os primeiros habitantes do Benfica identificaram o território e inicialmente atribuíram o nome de “Kufikissa”, uma expressão do dialeto Kimbundu*, que em português significa “Experimentar”. Após a proclamação da independência de Angola, ocorrida a 11 de Novembro de 1975, foi atribuído o atual nome “Benfica”, em homenagem ao Clube de Futebol Português “Sport Lisboa e Benfica”.

Para dar destaque ao nome, a Administração do Distrito Urbano de Benfica escolheu a entrada norte do território, local adequado para posicionar o memorial, que hoje faz parte do património cultural imaterial.

⁵⁸ Kimbundu, um dos dialetos originário da região norte de Angola.

2. Memorial Ruínas de Cabo-Lombo

Não podemos falar sobre o Memorial Ruínas de Cabo Lombo, sem antes recuarmos no tempo e no espaço, onde Angola, sendo um dos países africanos que mais foi afetado com o comércio de escravos transatlântico, devido à sua localização geográfica, viu igualmente a sua história interrompida de forma brusca. As pesquisas e descobertas arqueológicas que têm sido realizadas em diferentes partes do país, consubstanciadas em estações de arte rupestres em quantidade e diversidade assinaláveis e em artefactos arqueológicos que remontam do mesolítico e paleolítico antigo, permitem introduzir elementos no seu passado e conquistar novas abrangências para redefinir a origem e o percurso da sua historiografia. Por esta razão, temos assistido a iniciativas diversas das autoridades angolanas no sentido de valorizar e conservar o seu património cultural, sendo que as Ruínas de Cabo-Lombo é o exemplo vivo, em função da sua classificação como um sítio histórico de Angola, em 1993, pelo Ministério da Cultura, Turismo e Ambiente.

Em função da atratividade dos seus minerais, carvão e ferro, que serviam de atração, tanto para a mão de obra escrava, tanto para os senhorinhos da época, a estação tornou-se num verdadeiro campo de concentração e comercialização de escravos por volta do século XVII e XVIII.

Por outro lado, os esforços empreendidos pelo governo angolano, para a salvaguarda e valorização do património cultural e a sua vertente arqueológica, têm no turismo um importante aliado, que deverá contribuir igualmente para a educação patrimonial dos cidadãos e dos visitantes, assim como para a melhor interpretação e leitura do passado. Não obstante a situação residual do turismo em Benfica, no contexto angolano e no contexto da África Austral, os objetivos traçados no PDTA até 2020 obrigam à conceção de produtos turísticos diferenciados, o caso da RCB, que tragam valor às comunidades.

”O monumento tem um valor histórico e é muito importante para o resgate da nossa cultura, foi construído aqui no Distrito de Benfica, mas é de carácter nacional e patriótico, então como munícipes decidimos dar um apoio ao nosso Distrito”. Bispo Dom Anastácio Kahango.

De acordo com a munícipe Mamã África, “é um orgulho para todos ver o reconhecimento de um lugar que serviu de rota para o tráfico de escravos”.

“Por aqui passaram os nossos irmãos que foram levados para as Américas, são a nossa memória que passaram aqui e como munícipe, hoje nos orgulhamos pelo facto de se inscrever esse local como um memorial”. Yuri Moura

A quase 500 metros do ponto Kufikissa, adjacente à estrada 21 de Janeiro e à estrada nacional 100, encontra-se o Memorial Ruínas de Cabo-Lombo, de onde as pessoas escravizadas eram transportadas para o Museu Nacional da Escravatura, e daí, seguiam para diferentes destinos do globo, principalmente para as Américas.

3. Marginal de Benfica

A Marginal de Benfica, vulgarmente conhecida por praia da Nicha, além de fazer parte do turismo Sol e Mar, devido à sua característica que lhe permite a possibilidade de realização de atividades balneárias num ambiente natural, na RCB, foi classificada como património cultural material, por ser a primeira marginal situada na zona sul da Província de Luanda.

Ultimamente, tem-se verificado a presença de muitos visitantes na Marginal do Benfica, pelo que foi, recentemente, reforçada a segurança pública, com um “Dispositivo Tático” de segurança em toda a extensão da praia da Nicha, desde o hotel Pôr do Sol até ao Memorial Ruínas de Cabo-Lombo e arredores, com efetivos da Polícia Nacional.

A Marginal do Benfica é um lugar de eleição para os munícipes e não só, para lazer, dispondo de vários serviços como, espaços para exercícios físicos, desporto, cultura e quiosques que servem de apoio logístico para quem visita o local.

4. Praça do Artesanato

Como acontece em todo o mundo, no território angolano não é diferente, ou seja, o Distrito Urbano de Benfica é o palco do artesanato em Luanda. A praça do artesanato de Benfica é a maior praça de Angola, em que se comercializam peças que representam a cultura nacional e um pouco da história de África.

Desde a década de 90, a Praça do Artesanato é uma verdadeira instituição para quem tem interesse nas artes e artesanato de Angola. A Praça é ponto de atração para muitos artesãos e

vendedores, sendo que, todos os dias, 700 artistas expõem cerca de 10 mil peças. No local vendem-se estátuas (principalmente representações de animais e figuras populares angolanas como o “Pensador⁵⁹”) e máscaras tradicionais como a Mwana Pwo⁶⁰. Também existem barracas com artistas que vendem pinturas coloridas sem moldura e vários tipos de antiguidades e objetos de artesanato nacional.

Na Praça do Artesanato, encontra-se a história do povo angolano que está dividida em 3 grupos étnicos, nomeadamente, os Ovimbundos, maior parte da população pertence a este grupo étnico, em segundo, temos os Quicongos e, em terceiro, temos os Bacongos, que se encontram representados pelo menor número da população.

Na Praça do Artesanato é possível encontrar o seguinte:

- Instrumentos Musicais: Reco-reco, o batoque, a marimba e o quissanje;
- Cestos feito de palha;
- Roupas e bijutérias;
- Máscaras, Mapas e outras estátuas feitas de troncos das árvores;
- Quadros pintados à mão, ou feitos apenas com areia, em vez de pincel e tinta.

Não se visita Angola sem saber da sua verdadeira história, não se visita Angola sem levar uma lembrança que simboliza o seu povo caloroso. As estátuas que são feitas à mão com as madeiras nacionais são usadas para decorações como: salas de moradias, restaurantes, hotéis, bares e outros. Se o turista não quiser levar peso, as alternativas podem ser: pulseira, missanga, traje africano, porta-chaves e outros.

5. Jango Cultural

Não se pode falar de cultura, sem relacionar diretamente à geração do conhecimento e ao exercício do pensamento, geralmente transmitidos nos Jangos, que são valores essenciais para

⁵⁹ Pensador, de nome originário “Samanhonga”, um dos símbolos da cultura angolana, foi esculpido por um dos membros da família Muakanhika, na República Democrática do Congo (RDC), e foi parar na região Leste do país, na província da Lunda Norte, devido à imigração do povo Còkwe para Angola.

⁶⁰ Mwana Pwó, simboliza a beleza e a figura da mulher, encarnando a ancestralidade feminina dos lundas-cokwe, povos oriundos das Luandas, região leste de Angola.

o desenvolvimento da sociedade angolana. Assim, a cultura contribui para a formação pessoal, moral e intelectual do indivíduo e no desenvolvimento da sua capacidade de relacionar-se com o próximo.

Na cultura angolana, o Jango Cultural é um local de grande importância cultural e social, em função da sua utilidade para as comunidades, é nele que o “Soba” (autoridade tradicional) reúne com a comunidade, onde são tomadas as decisões mais importantes da comunidade, é no Jango que são ensinadas as tradições e é vivenciada a cultura local do povo, de forma que, mesmo com toda a colonização portuguesa, a diversidade cultural do povo angolano se mantenha viva e com ela os diversos dialetos nacionais, que, segundo os historiadores, seriam mais de 40, vivos e falados. Também é no Jango que se contam histórias e se transmitem os saberes ancestrais identitários, de geração para geração, muitas vezes, na base de provérbios e das adivinhas.

Em geral, no Jango todas as reuniões e cerimónias são realizadas usando os dialetos locais e não o português, preservando-se, assim, a tradição de cada localidade. Em Angola, o dialeto nacional constitui-se um forte instrumento para construção das suas narrativas e preservação de sua memória. A transmissão oral esteve sempre presente na história de Angola e é uma referência para se estabelecerem comunicações interrelacionais entre as pessoas, fazendo parte da vida do seu povo.

6. Museu Nacional da Escravatura

Localizado no Morro da Cruz, o Museu Nacional da Escravatura é um importante património cultural de Angola, que se dedica à preservação da memória coletiva referente aos 500 anos de escravatura a que os angolanos foram submetidos. Inaugurado em 1997, está recheado de artefactos de elevado valor histórico que preservam e relatam a longa história da escravatura no território angolano.

A sua sede está na Capela da Casa Grande, templo do século XVII, onde os escravos eram batizados antes de embarcarem nos navios negreiros que os levavam para a América.

O museu, que reúne e expõe centenas de peças utilizadas no processo de tráfico de escravos, está instalado na antiga propriedade de Álvaro de Carvalho Matoso, um dos maiores comerciantes de escravos da costa africana na primeira metade do século XVIII.

Além do encanto proporcionado pela história por detrás de cada uma das centenas de peças presentes nas coleções, o museu Nacional da Escravatura possui diversos atrativos, com principal realce para o teatro, a poesia, a música, os *workshops* e as palestras, sendo que as peças teatrais, na maioria dos casos, retratam de forma fiel a história do tráfico de escravo no país. Mesmo estando no presente, a história e os artefactos do Museu Nacional da Escravatura oferecem uma autêntica viagem ao passado. Um outro aspeto bastante relevante é a conexão entre o Museu Nacional da Escravatura e a praça do artesanato na localidade do Bairro Partido.

Tanto a história como as peças emblemáticas deste importante património têm encantado todos os que visitam o local, contudo os artefactos do museu não podem ser removidos por ninguém. O visitante tem a possibilidade de adquirir uma réplica dos artefactos na praça do artesanato, por isso ela (atual praça do artesanato) se encontra situada num local estratégico nas proximidades do Museu da Escravatura. Dadas a importância e a atração deste património cultural, anualmente, o Museu da Escravatura recebe muitos visitantes estrangeiros e nacionais, com grande fluxo de estudantes de várias escolas do país, e outras pessoas singulares. Alguns por puro lazer, outros pela necessidade de informação, o visitante encanta-se ao conhecer a história da escravatura que durou, aproximadamente, 5 séculos no território angolano.

No âmbito da efetivação do papel social dos museus na preservação, valorização e divulgação da história, cultura, bem como a democratização do acesso às informações, o Museu Nacional da Escravatura aposta na cooperação, de modo a tornar as exposições mais atrativas. A cooperação consiste na recolha, conservação e divulgação dos artefactos e documentos com um elevado valor histórico sobre o tráfico de escravos, como forma de tornar cada vez mais atrativas as exposições do museu. Fruto das novas atividades e exposições permanentes, o Museu Nacional da Escravatura regista dois mil e trezentos visitantes por mês, com um aumento de 700 visitantes, comparativamente aos mil e seiscentos visitantes mensais registados anteriormente (MNE, 2023).

O Museu Nacional da Escravatura é sem sombra de dúvidas um dos lugares que deve visitar na RCB, pois, além da magnífica viagem proporcionada pela rica história que durou quase 5 séculos, há nas proximidades o mar e uma variedade de bons restaurantes, hotéis, e a sempre encantadora praça do artesanato.

Benefícios da Rota Cultural de Benfica

A complexidade da RCB exigiu uma análise não apenas como um tipo de negócio, mas como um complexo cenário cultural, moldado por representações de lugares e cultura. No entanto, a RCB apresenta-se como uma atividade promissora para a dinamização e o desenvolvimento do Distrito Urbano de Benfica, na qual o seu desempenho está diretamente ligado à criação de empregos, melhorias na infraestrutura, na distribuição de renda e na melhoria da qualidade de vida das populações.

Porém, para que o turismo possa dar um retorno para a comunidade e para os serviços turísticos complementares (hotelaria, bares e restaurantes), é necessário que o mesmo seja bem elaborado e planejado. Assim, os roteiros turísticos auxiliam na organização e na expansão de produtos turísticos, uma vez que devem ser elaborados pensando na logística do espaço físico, do tempo e da comodidade dos turistas (Bahl, 2004).

Diante deste contexto, a RCB propõe-se ser o maior atrativo cultural da localidade, através dos seus pontos (6) turísticos que compõem a sua rota. A atividade pesqueira, embora não faça parte do roteiro turístico, mas por ser uma das principais atividades económicas de Benfica, também pode suscitar interesse turístico para alguns visitantes mais interessados em saber um pouco mais sobre a localidade.

Para o desenvolvimento deste roteiro, o envolvimento da Administração do Distrito Urbano de Benfica, do Governo Provincial de Luanda, do Ministério do Turismo, do Ministério dos Transportes, dos locais, dos *stakeholders* e agentes turísticos, é de extrema importância para fomentar a identidade cultural do território e o crescimento económico, através da divulgação em meios de comunicação e incentivando os moradores locais a difundir a sua cultura, a gastronomia, música e artesanato, ao longo da RCB.

De acordo com as necessidades de atendimento dos desejos e expectativas dos turistas, os quais não buscam apenas obter um serviço ou produto, mas sim novas experiências e sensações oriundas dos serviços e/ou produtos que integram a RCB, emerge a questão: empreendedores dos meios de hospedagem e turistas perceberam que a RCB irá contribuir para o fortalecimento da identidade cultural da população local de Benfica?

Desta forma, o estudo desenvolvido sobre a RCB é importante para aferir se as ações propostas a serem desenvolvidas irão valorizar a população local, a cultura e os costumes.

É importante salientar que a enorme capacidade da atividade turística para agitar a economia local e revitalizar o território em estudo pode acarretar efeitos colaterais nefastos na cidade e nas pessoas, a médio e longo prazo, se não forem devidamente acautelados, através de um planeamento endógeno inclusivo e comprometido, e medidas que satisfaçam todos os atores locais. O desenvolvimento da localidade, que muitas vezes se apregoa, acaba por agravar, na maioria dos casos, principalmente nos países em via de desenvolvimento, a situação económica, social e ambiental da cidade, tornando os locais mais pobres material e espiritualmente.

Os responsáveis públicos devem estar conscientes de que converter as cidades históricas num mero “produto turístico”, mesmo quando esta função seja muito importante na economia da cidade, implica assumir graves riscos, porque um dos grandes desafios económicos e sociais que essas cidades enfrentam é o turismo cultural de massas, pela fruição cada vez maior do património cultural. As limitações desse património são, naturalmente, uma variável fundamental a ter em conta para estabelecer a capacidade de acolhimento ou de carga dos destinos turísticos culturais (Troitiño Vinuesa, 1998).

O trabalho realizado conduziu ao reconhecimento de que a RCB incentiva a participação da comunidade em atividades culturais e consciencializa para o património cultural comum. Enraizada em princípios culturais e sociais, a RCB representa um recurso de inovação, criatividade e criação de pequenas empresas que permitem o desenvolvimento de produtos e serviços de turismo cultural.

Metodologia

Na elaboração desta dissertação, foram recolhidos dados primários e secundários. No que diz respeito à obtenção de dados secundários, foi efetuada uma extensa revisão bibliográfica que permitiu definir alguns conceitos-chave, reconhecer formas metodológicas e de análise de dados, para além da identificação dos critérios de constituição da Rota Cultural de Benfica.

Para obter dados primários, que permitissem determinar os benefícios e obstáculos na constituição da RCB, foram realizadas visitas ao património cultural e entrevistas

semiestruturadas. Estas entrevistas foram feitas a todos/as os/as responsáveis pela cultura e turismo do distrito (ou a alguém por eles delegado), *stakeholders* (Soba Grande do Distrito, comissões de moradores, na figura do seu presidente, responsáveis de agências de viagens, restaurantes, hotéis e bares) entre 16 de maio e 16 de junho de 2023, de forma direta e pessoal. As questões foram colocadas antes ou depois das visitas ao património cultural, de acordo com a disponibilidade de cada entrevistado, e a duração média de cada entrevista foi de 10 minutos, com exceção do Soba Grande do Distrito, que muito falou, num tom nostálgico e de tristeza, sobre a história do distrito e um semblante mais alegre em relação às vantagens da RCB para o território. Antes de cada entrevista, foi sempre explicado qual é o objetivo do trabalho, qual o intuito do uso da informação recolhida, qual a rota a desenvolver e se pensaria incluir cada ponto especificamente. O guião de entrevista era composto pelas seguintes cinco questões: 1. Nome, formação e responsabilidade do entrevistado; 2. Gostaria de ver o património cultural a integrar uma rota cultural? 3. Que benefícios pensa que uma rota cultural na região de Benfica pode trazer para o território? 4. Que dificuldades/obstáculos pode imaginar na implementação e uso prático de uma rota cultural? 5. Qual o interesse do património cultural estar interligado dentro da sua rota?

Segundo Pardal e Correia (1995) *in* Correia (2006, p. 119), não há ciência sem observação, nem estudo científico sem um observador. Deste modo, foi também utilizada, nesta investigação, a técnica da observação, que auxiliou a posterior análise das entrevistas, pois só deste modo foi possível obterem-se dados e informações adicionais.

Foi, ainda, utilizada a análise de conteúdo, o que pressupõe uma análise ativa e crítica da linguagem, uma vez que assenta em comparações contextuais multivariadas, que envolvem a interação entre entrevistador e entrevistado (Franco, 2008). Esta relação entre os sujeitos possui a vantagem de recolher a espontaneidade individual e inclui sempre o contexto social mais lato em que [eles] se encontram (...) (Maia, 2010, p. 104).

6.3. O Turismo Criativo como diferencial competitivo

“A criatividade é apontada como um elemento estratégico para a competitividade e criação de valor das empresas e regiões e como alternativa para a reprodução em série de modelos de desenvolvimento turístico-culturais” (Filipe, 2013: 180). O turismo criativo é um conceito que

deriva da combinação entre Turismo e Indústrias Criativas e que, de acordo com Richards citado por Gonçalves (2008), se define como “(...) um tipo de turismo que oferece aos turistas/visitantes a oportunidade de estes desenvolverem o seu potencial, criativo através da sua participação em cursos e experiências de aprendizagem que são típicas dos destinos onde estes se encontram de férias”. “(...) *The rise of skilled consumptions, the importance of identity formations and the acquisition of cultural capital in (post)modern society point towards the use of creativity as an alternative to conventional cultural tourism*”(...) *Creative tourism is a more recent and smaller nicht that has emerged both as a development of cultural tourism, and in opposition to the emergence of ‘mass cultural tourism’* (Richards, 2005, p. 1209).

Os turistas/viajantes, como afirmado, já não compram as viagens em pacote sem nenhum tipo de participação nos itinerários, rotas e produtos turísticos que desejam visitar. Para Morgan (2006, p. 306) citado por Mason e Paggiaro (2012, p. 1329), “(...) *the main value driver is the experience lived by the tourist although little research has been carried out into the nature of the experience from the consumers' perspective.*” E a realidade confirma que a criatividade, na sua ligação à cultura e ao modo como é ‘consumida/experimentada’ atualmente, tem uma influência cada vez maior na área do turismo, contribuindo para o surgimento de um novo paradigma ao nível da oferta dos destinos, com implicações na sua imagem e marca. Este tipo de turista está mais vocacionado para visitar cidades no chamado *city-trip* ou *city-break*, onde o turismo cultural é o mais popular.

De acordo com Pine e Gilmore (2009), a economia baseada na produção de bens e serviços foi substituída por uma economia especializada na produção de experiências. É nessa especialização “experiências” que a RCB, pretende ser competitiva em relação aos outros lugares de interesse turístico em Luanda, para tal, criou-se experiências (Quadro 2), para cada lugar da rota, onde os turistas serão convidados a embarcarem numa viagem cultural indelével.

Quadro 2: Experiências culturais

Ações/ Locais	Experiências
Boas-vindas	Aos turistas do sexo feminino, serão amarrados turbantes com estampas africanas ao longo da cabeça. Aos turistas do sexo masculino, será colocado um colar com os vários tipos de madeiras de origem angolana, como por exemplo, o pau preto⁶¹. A seguir, todos os turistas serão convidados para dançar um estilo musical da terra com um grupo de dança local.
Kufikissa	Ao visitarem a placa em homenagem ao primeiro nome do Distrito Urbano de Benfica “Kufikissa”, os turistas serão ensinados a pronunciar a palavra no dialeto Kimbundo (origem do termo) e saberão o significado.
Memorial Ruínas de Cabo-Lombo	Ao visitarem o memorial, os turistas terão a possibilidade de fazer uso de instrumentos que eram usados na altura da escravatura, podendo, assim, terem a sensação de como era a vivência dos escravos naquela época.

⁶¹ Pau preto, de nome original **Mpingo**, é uma angiosperma da família Fabaceae, nativa de regiões sazonalmente secas do continente africano, como é o caso de Angola.

Marginal de Benfica (Praia da Nicha)	Ao visitarem a Marginal de Benfica, os turistas terão oportunidade de conhecer parte da costa angolana e sentir a temperatura da água do mar, sem falar do passeio ao longo do calçadão.
Praça do Artesanato	Os turistas, ao visitarem o maior espaço de artesanato de Angola, terão a oportunidade de pintar um quadro de uma imagem local e montarem o seu próprio colar, com madeiras de origem angolana.
Jango Cultural	Os turistas, ao visitarem o local emblemático para transmissão do conhecimento, histórias etc., por via oral, terão a oportunidade de fazer parte de uma das sessões de passagem de testemunho do Soba, para as novas gerações.
Museu Nacional da Escravatura	Os turistas, além de manterem contacto com toda a história sobre os quase 5 séculos de escravatura que viveram os angolanos, terão a oportunidade de fazer o percurso percorrido pelos antepassados até aos navios negreiros e, a seguir, visitar um réplica dos navios usados para transportação dos escravos.

Fonte: Elaboração própria

As experiências vividas ao longo da RCB pretendem ser o seu maior fundamento nas deslocações e viagens dos turistas que escalam Luanda, sem falar do grande incentivo que o turismo cultural traz para a salvaguarda e a valorização do património cultural e dos lugares históricos, bem como, a criação de emprego. O emprego é um dos argumentos mais utilizados para estimular o desenvolvimento do turismo no seu todo, uma vez que pode facilitar uma distribuição mais equitativa do rendimento e constituir uma forma de transferência de capital dos países mais ricos para os países mais pobres. Tal como o rendimento, o emprego é, talvez, um dos mais importantes benefícios económicos que a RCB poderá gerar ao Distrito. Segundo Krippendorf (1984, p. 47-48), “além das divisas, o benefício mais notável do turismo é o seu efeito sobre o emprego e o rendimento”. Williams e Shaw (1988) consideram a criação de emprego um dos mais importantes efeitos económicos do turismo, quer seja de forma direta ou indireta.

6.4. O *City Marketing* como estratégia de comunicação

O estudo realizado traz a problemática de como transformar a imagem do Distrito Urbano de Benfica para que as pessoas se identifiquem com o mesmo. O conceito de *branding* para as marcas também pode ser aplicado para as cidades, através da utilização da imagem do território, recorrendo a uma estratégia de inovação económica, comercial, social, cultural e política. Uma eficiente estratégia de *city marketing* pode ser bastante positiva para a Rota Cultural de Benfica. O marketing preocupa-se em colocar os clientes no centro de sua estratégia competitiva. Nos dias de hoje, verifica-se a adaptação das cidades para o mercado internacional e, cada vez mais, a marca aparece como uma poderosa ferramenta que as ajudam a aumentar o turismo e os negócios, a atrair investimentos e a aumentar a sua presença cultural e política. Ter a proeza de associar uma marca a uma cidade é uma tarefa mais complicada do que fazer o mesmo com um produto ou serviço convencional. Os princípios são os mesmos. De acordo com SÁNCHEZ (1999, p. 115): “os planos estratégicos propõem atuações integradas a longo prazo, dirigidas à execução de grandes projetos que combinam objetivos de crescimento económico e desenvolvimento urbano, com um sistema de tomada de decisões que comporta riscos, com a identificação de curso de ação específica, formulação de indicadores de seguimento e envolvimento de agentes sociais e económicos ao longo do processo”.

Assim, por influência do capitalismo, as políticas públicas concentraram-se de forma intensa no desenvolvimento local, surgindo uma política estratégica de valorização das características mais relevantes das cidades, o chamado *city marketing*. Essa ferramenta estratégica, no intuito de transformar um lugar mais atraente para investimentos, passa a ser utilizada por inúmeros municípios. Com o seu uso ocorre uma valorização do espaço da cidade, criando um espaço que seja consumido pela própria população, turistas e investidores.

O *marketing* é considerado importante na gestão da grande parte das empresas, contudo foi identificada uma oportunidade para utilizar o *marketing* para outros fins que não sejam negócios puros, como neste caso, para as cidades.

As cidades estão a posicionar-se umas contra as outras para atrair empresas, investimentos e visitantes. É neste ambiente de globalização, que o *marketing* nas cidades é incorporado. O *city marketing* é a planificação e implementação de processos sociais e de gestão para a satisfazer as necessidades e desejos dos seus públicos.

Segundo Sánchez, “colocar as cidades no mapa do mundo” passou a ser uma meta recorrente dos governos locais, um objetivo ordenador das ações estratégicas que concentram na cidade-mercadoria a possibilidade de transcender as crises produzidas pela reestruturação económica e construir um futuro de progresso e recuperação económica sintonizado com as exigências da nova ordem mundial, de modo a viabilizar o crescimento económico em novos parâmetros.

City marketing é promoção de uma cidade com o objetivo de estimular determinadas atividades que possam surgir no local, no caso, a Rota Cultural de Benfica. A ferramenta será utilizada para alterar as perceções externas do Distrito Urbano de Benfica, com o objetivo de incentivar o turismo cultural, atrair a migração interna dos moradores e permitir o investimento empresarial. Segundo Sánchez (2003, p. 98), a política de *city marketing* é uma ferramenta poderosa de difusão de discurso. O marketing urbano permite identificar as profundas conexões entre os campos de cultura, da comunicação e da política, que nela atuam para tornar hegemónicas determinadas leituras do espaço. Essa reunião é operada pelos meios de comunicação e informação. Sendo veículos de construção ideológica, os meios atuam como aceleradores culturais, definem e revelam traços do espírito da época.

As cidades percebem cada vez mais a marca cultural como uma poderosa ferramenta que as ajudam a aumentar o turismo e os negócios, atrair investimentos e aumentar a sua presença cultural e política. Criar a Rota Cultural de Benfica oferece uma série de vantagens, especialmente quando se trata da imagem externa de Benfica. Tendo o cidadão como peça importante para perceber a cidade, Sánchez (2003, p. 114) conclui que, se “ler a cidade” significa ter uma representação de cidade, construir uma imagem de cidade significa também compreender e interpretar e, sobretudo, sintetizar, dada a complexidade do fenómeno observado. Porém, “leituras”, no plural, implica que a cidade pode ser representada, ou melhor, imaginada, a partir de diversos olhares. Não há uma única leitura possível. O que se vê depende do lugar de onde se olha e para onde se olha (Ribeiro, 1999, *apud* Sánchez, 2003). A análise deve, também, identificar de quem são esses olhares ou quem realiza essas leituras.

Contudo, quando uma cidade quer ser percebida como altamente funcional, é importante desenvolver atributos físicos, tais como: infraestruturas, monumentos, locais de interesse, etc. Perceber o que a cidade quer transmitir é fundamental já que a cidade não é interessante apenas pela sua história, cultura ou paisagem. O distrito, para representar a Rota Cultural de Benfica, deve melhorar a qualidade de vida, a economia, o turismo, entre outras atividades em seu cotidiano. A representatividade de uma cidade é alcançada pelas ações ou decisões tomadas. É muito importante para uma cidade definir claramente a sua imagem para atrair potenciais residentes ou visitantes.

Ao conceptualizar a cidade como um produto, ela deve satisfazer as expectativas dos seus clientes: as partes interessadas da cidade (cidadãos, turistas e investidores). Ignorar o que o cliente quer, não saber as suas necessidades e demandas, representa um problema para a empresa ou, neste caso para a cidade. Isto é o que Levitt (1960) chamou, miopia em *marketing*. Ela ocorre quando as preferências dos consumidores são desconhecidas, podendo resultar em estratégias erradas. Promover algo que pensamos que os consumidores possam aceitar pode não conduzir à estratégia correta para a imagem da cidade. Devemos ter a certeza do que eles querem. É por isso que, no *city marketing* de Benfica, saber quem é o seu cliente potencial e o que ele quer devem ser as primeiras perguntas a que o responsável de *marketing* precisa responder.

É preciso enfatizar que a dimensão mínima do *city marketing* é o cidadão. Ele é o centro, o meio e o fim desta ferramenta estratégica. Pode-se afirmar que, à semelhança das empresas, as cidades também devem definir estratégias que envolvam todas as pessoas de forma a potencializar os locais de acordo com a sua identidade. Trata-se de um compromisso entre sustentabilidade, desenvolvimento e qualidade de vida que a diferenciam e a tornam atrativa.

Conclui-se, ao criar a Rota Cultural de Benfica, que ela pode ser benéfica para o território, principalmente para acelerar obras de mobilidade urbana. Porém, esta é uma parte de uma grande mudança a ser enfrentada pela cidade, pois, para melhorar a percepção das pessoas, criar uma identidade, há um processo muito maior e fundamental para o seu desenvolvimento. O Distrito Urbano de Benfica precisa criar um novo plano estratégico para se tornar numa cidade que se preocupa com o cidadão, cultura, turismo e refletir esta imagem para o mundo.

6.5. Obstáculos ao Sucesso da Rota Cultural: infraestruturas

Como é evidente, o desenvolvimento da Rota Cultural de Benfica requer a criação de infraestruturas, principalmente (estradas, portos, aeroportos, sistemas de abastecimento de água e de energia, esgotos, recolha de resíduos sólidos, etc.). Cabe ao poder público adotar políticas que visa fazer face a essas necessidades. As infraestruturas representam todas as formas de construção sobre ou debaixo da terra (Cooper, 1993). A criação de infraestruturas de suporte adequada é necessária e indispensável ao desenvolvimento da RCB. Para além das atrações, as infraestruturas de acolhimento (hotéis, resorts, restaurantes), e de transportes, bem como outras facilidades e serviços são fundamentais para se atingir os objetivos desejados para a RCB.

Para David W. Howell (1989, p. 170), “as infraestruturas ou instalações básicas referem-se a estradas, sistema de água e de esgotos, eletricidade e outros serviços. As superestruturas são todas as construções e outras estruturas que são necessárias nas áreas de destino. Incluem, hotéis, restaurantes, centros de congressos, facilidades de recreação, lojas e outras facilidades de visitas”.

O turismo, segundo Williams (1998), por definição, centra-se em viagens e implica estar longe de casa e a previsão de transportes e alojamento são elementos integrantes de qualquer

programa de viagem. Assim, no desenvolvimento dos transportes da RCB, é preciso ter em conta a necessidade das ligações externas (portos, aeroportos, terminais internacionais, etc.).

Em função das entrevistas efetuadas, constatou-se que, numa fase inicial de implementação da RCB, o território irá precisar de muitas infraestruturas. As infraestruturas normalmente cobrem áreas significativas de terreno, levam tempo considerável para criar e envolvem avultados investimentos. Na maioria dos casos, em função dos avultados investimentos, a implementação das infraestruturas é da responsabilidade do setor público, no caso da RCB, não será diferente. Por isso, cabe habitualmente aos governos centrais ou locais tomarem a iniciativa de as criar. Estas podem beneficiar tanto aos turistas como a população local. Geralmente, as infraestruturas turísticas representam todas as formas de construção necessárias ao desenvolvimento desta atividade. Segundo Foster (1985), para atrair os turistas e lhes proporcionar uma experiência satisfatória é necessário a construção de alojamentos, restaurantes e terminais de transporte de passageiros adequados nas estâncias adequadas.

Conclui-se que, no desenvolvimento das infraestruturas para a RCB, devem-se considerar as necessidades dos residentes, porque estas envolvem somas elevadas. Para Macintosh, Goeldner e Ritchie (1995), o hotel e as outras estruturas de alojamento estão entre as partes mais importantes da infraestrutura turística. Com a implementação da RCB, os hotéis existentes no Benfica (Hotel Beú Mar, Hotel Lukweku, Complexo Turístico Beja e Hotel Por do Sol) não serão capazes de atender a demanda.

7. Conclusões

7.1. Conclusões Gerais

A proposta para esta investigação é analisar o turismo cultural como fator de desenvolvimento territorial: o distrito urbano de Benfica (Angola). Pretende-se, ainda, perceber, por um lado, o peso que o Turismo Cultural representa para a balança de pagamentos, analisando também o papel que o Turismo Cultural tem na Província de Luanda, no que se refere ao desenvolvimento local. Por outro lado, analisar a oferta existente, relacionada com as infraestruturas considerando a expressividade que o Turismo Cultural tem no território em estudo.

Ao longo dos tempos, não só se assistiu a uma valorização dos tempos livres, dos espaços e práticas de lazer, como também se verificou o mesmo no que se refere ao trabalho. É assim que estes conceitos (trabalho, tempo livre e lazer), ao longo deste tempo, se foram moldando quer na sua forma, quer na valorização social. As economias foram-se desenvolvendo e com ela o fenómeno da globalização que impulsionou as viagens relacionadas com a cultura, originando de certa forma o fenómeno que hoje se entende como Turismo Cultural que é um segmento turístico com um enorme potencial de desenvolvimento.

O Turismo Cultural é hoje um dos produtos turísticos mais atrativos, devido aos fatores que contribuem para o seu desenvolvimento, constituindo-se como uma das mais importantes vertentes de segmentação do mercado turístico, dinamizando variados sectores que englobam desde património cultural e infraestruturas específicas, tais como, estradas, portos, aeroportos, sistemas de abastecimento de água e de energia, esgotos, recolha de resíduos sólidos, hotéis, resorts e restaurantes.

Assim, com a presente investigação, foram exploradas as questões relacionadas com o desenvolvimento do Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica e a contribuição da cultura no setor do turismo. Portanto, considerando as potencialidades que o território em estudo evidencia, os objetivos deste trabalho de investigação consistia em estudar como o Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica pode constituir a principal fonte de receita para o território; verificar se o Turismo Cultural em Benfica, através da “Rota Cultural de Benfica”, é encarado como produto chave e dinamizador de outros produtos turísticos; avaliar em que medida o desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural é fundamental para o desenvolvimento socioeconómico, redução da pobreza e a proteção da biodiversidade; e, finalmente, avaliar em que medida o desenvolvimento sustentável do território beneficia a qualidade de vida, o bem-estar e a redução da pobreza das populações, assim como a proteção da diversidade ambiental de Benfica.

Neste contexto, foram estruturadas hipóteses teóricas, sendo duas gerais e seis específicas que aqui explicamos e que passamos a apresentar.

A primeira hipótese, que foi verificada com o trabalho de campo realizado, refere que o desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural é fundamental para o desenvolvimento

socioeconómico do Distrito Urbano de Benfica e, em particular, para a redução da pobreza e melhoria das condições socioeconómicas das populações. No que diz respeito ao Turismo Cultural em Benfica, é visível a sua fraca prática devido a fatores que já foram, de certa forma, identificados, tais como a existência de património cultural material e imaterial, que impulsionam o desenvolvimento da atividade. Nos últimos tempos, já se tem verificado a tendência dos intervenientes da atividade turística (Estado, Administração Local, Operadores Turísticos e outros) para mudar o quadro que antes se impunha, devido ao fator “guerra” que constituiu o principal impedimento para o desenvolvimento do turismo no território em estudo.

O investimento privado, que se verificou no período posterior à assinatura dos acordos que culminou com a paz efetiva, fez com que o país se desenvolvesse, visto que os empresários ganharam confiança e decidiram apostar na construção de empreendimentos com o objetivo de alavancar a atividade turística. É assim que, nos últimos anos, se têm verificado, graças as políticas traçadas pelo Governo, algumas mudanças na forma como a implementação de novas estruturas de alojamento são levadas a cabo e como são reorganizadas algumas das unidades que se encontram em funcionamento há mais tempo (Hotel Beú Mar, Hotel Lukweku, Complexo Turístico Beja e Hotel Por do Sol). Com isso, pretende-se que haja um desenvolvimento socioeconómico do território em estudo através do aumento das receitas do turismo, e por conseguinte, a redução da pobreza e a melhoria das condições socioeconómicas das populações, visto que estes empreendimentos têm como maior força de trabalho a população local.

As mudanças verificadas no alojamento turístico do território em estudo foram impulsionadas pela implementação do PND – Plano Nacional do Desenvolvimento 2013/2017, pelo do PDTA – Plano Diretor do Turismo de Angola 2011/2020, pelo POT – Plano Operativo do Turismo 2016/2017, por um lado, pela disponibilização de apoios ao investimento no sector do turismo e as políticas traçadas para a diversificação da economia que enquadra o setor do turismo e a entrada em vigor da Lei 9/15, de 15 de Junho, Lei do Turismo, por outro lado.

Uma análise mais detalhada permitiu constatar que efetivamente existe uma oferta de património cultural muito diversificada e com elevados níveis de interesse, direcionados para o segmento do Turismo Cultural, por ser essa a tipologia de turismo que mais predomina no território em estudo. Fruto de alguma deficiência na organização de destinos turísticos, na

transformação dos recursos turísticos em produtos turísticos, não obstante já se verificar a intenção dos intervenientes na melhoria destes serviços, sem esquecer a problemática associada às infraestruturas que suportam a atividade turística de uma forma geral.

Assim, em relação ao desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural, verificamos que 96,6% dos inquiridos é de opinião que é fundamental para o desenvolvimento socioeconómico do território em estudo e, como consequência, influencia a redução da pobreza e melhora as condições sociais e económicas da população.

A segunda hipótese refere que o Turismo Cultural é a alternativa mais viável para o desenvolvimento do Distrito Urbano de Benfica, que foi verificada com o trabalho de campo realizado. Efetivamente, o território em estudo mostra de forma evidente o que movimenta o setor turístico, não obstante já existirem políticas que permitem inverter o atual quadro. Com o trabalho de campo realizado, foi possível perceber que já existem outras tipologias de turismo, nomeadamente, o Turismo de Negócios, o Turismo Desportivo, o Turismo de Sol e Mar, o Ecoturismo, o Turismo Religioso, que, na atualidade ainda não é tão visível. Quando nos referimos à alternativa mais viável, não queremos com isso dar a entender que o Turismo Cultural é a panaceia para o desenvolvimento do território em estudo, mas sim, no sentido de ser este o segmento impulsionador para que surjam outros segmentos em associação com a procura dos visitantes que se deslocarem para fins culturais.

É visível, ainda, nas estatísticas apresentadas pelo GEPE – Gabinete de Estudos, Planeamento e Estatística - que o segmento do Turismo Cultural sempre se destacou, não obstante os períodos de instabilidade que o país viveu. Atualmente, fruto da estabilidade política que o país atravessa, existem oportunidades para que a atividade turística se desenvolva. Estas oportunidades, infelizmente, são condicionadas pelos fatores “Covid 19” e “crise económica” que se tornou evidente, a partir de finais de 2014, arrastando-se até ao momento.

Contudo, do trabalho de campo realizado, foi possível perceber que 75,8% dos inquiridos entendem que o Turismo Cultural pode ser utilizado para desenvolver outras tipologias de turismo e em consequência, desenvolver o território em estudo desde que esse desenvolvimento seja de forma sustentável.

A terceira hipótese refere que o potencial turístico do Distrito Urbano de Benfica representa um bem natural valioso que contribuirá para o desenvolvimento do Turismo Cultural e outras tipologias de turismo conexas ao Turismo Cultural, que foi verificada com o trabalho de campo realizado. Efetivamente, ao longo desta investigação tivemos a oportunidade de explorar alguns dos principais recursos turísticos associados ao território em estudo, ainda que de forma não exaustiva, relacionados com o património histórico e cultural, com o património natural e paisagístico, com os principais equipamentos desportivos e de lazer existentes. Existem no território 6 elementos de património cultural, destes, 2 são Património Histórico-cultural nacional, segundo dados do Ministério da Cultura.

No Património cultural material, podemos encontrar memorial, museu e praça do artesanato. Todo este património possui uma componente histórico-cultural muito forte associada a toda a vivência social que representa. No Património Cultural imaterial, podemos encontrar o primeiro nome do território em estudo, o Jango cultural, a música e diversos estilos musicais e dança que distingue diversos géneros, que constitui para o território e não só uma manifestação cultural muito forte que o identifica.

Estes elementos que acabamos de referir integram-se num contexto histórico-cultural influenciado pelas tradições locais e vivências típicas muito presentes no artesanato, nos trajes tradicionais e na festa popular (Carnaval), que tentam transmitir de geração em geração, a identidade cultural da população local, importantes em termos turísticos. Aqui, importa realçar também a importância da gastronomia do território que é conhecida pela sua qualidade e diversidade, representando a preservação de receitas tradicionais associadas aos produtos locais com elevada qualidade, a exemplo do “Mufete”, prato tradicional dos residentes na ilha de Luanda, os chamados “Ilhéus”.

No Património Natural e Paisagístico, encontramos a marginal, as reservas naturais e os parques nacionais que podem ser trabalhados no sentido de se transformarem em produtos turísticos. Nestes, reconhecem-se a qualidade paisagística e ambiental que poderá contribuir para a dinamização de diversos produtos turísticos, como por exemplo o sol e mar, o turismo de natureza, de aventura, náutico/fluvial, atividades que já constituem um facto no território em estudo. Para além de toda a sua costa banhada pelo oceano atlântico, integra o maior rio de

Angola (rio Kwanza), Património natural e paisagístico de excelência, e um vasto conjunto de áreas de paisagem protegida.

A quarta hipótese refere que a criação de estruturas organizativas será muito importante do ponto de vista estratégico para o desenvolvimento do Turismo Cultural em Benfica, através da gestão de oferta turística, da promoção do destino, da captação de eventos e da valorização da experiência turística dos futuros visitantes, que foi verificada com o trabalho de campo realizado. Efetivamente, verificamos que, através do trabalho de campo realizado, as organizações de carácter organizativo são de grande importância na interação e a cooperação com diferentes *stakeholders*, com as comunidades no destino e as influências do meio envolvente, que se considera de grande importância para o desenvolvimento de políticas de planeamento do território.

A quinta hipótese refere que o desenvolvimento sustentável do turismo fomenta a melhoria das infraestruturas, como hotéis, restaurantes, aeroportos, portos, estradas, transportes públicos, telecomunicações, água, eletricidade e outros serviços públicos que servem tanto os residentes como os turistas e a sistematização dos ativos turísticos (inventariação e caracterização), que foi verificada com o trabalho de campo realizado. Efetivamente, a atividade turística não se desenvolve sem infraestruturas e nem redes de transporte funcional. Neste contexto, algumas políticas já foram traçadas no sentido de requalificação do território envolvendo as infraestruturas, nomeadamente o saneamento básico, energia e água, transporte, segurança, uma vez que constituem elementos fulcrais para o desenvolvimento de forma sustentável.

É importante referenciar que, no trabalho de campo realizado, pudemos constatar alguma deficiência de elementos que suportam toda a atividade turística, nomeadamente no que se refere a segurança para os turistas e a rede de transporte existente, pelo que se entende a necessidade urgente na melhoria destas condições oferecidas aos turistas.

Por último, a sexta hipótese refere que o desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural irá proporcionar o desenvolvimento das comunidades, diminuição do desemprego e a proteção do património cultural, que foi verificada com o trabalho de campo realizado. De facto, a sustentabilidade, no geral, e, em particular, na área do setor turístico, não constitui uma

preocupação recente. O desenvolvimento do Turismo Cultural sustentável, de acordo com a salvaguarda das instituições responsáveis pela sua organização e a salvaguarda da vida das comunidades, pode permitir uma alavancagem da melhoria das condições de vida das comunidades, através do aumento do emprego e do nível académico das comunidades, a fim de garantir uma interação com mais qualidade.

É assim que, na Cimeira do Milénio, realizada em setembro de 2000, se adotou a Declaração do Milénio, onde foi assumido pelas lideranças, em nome de suas nações, o compromisso de desenvolver uma nova parceria global, visando a redução da pobreza extrema e a estabelecerem algumas metas a serem alcançadas até 2015, denominadas “Objetivos de Desenvolvimento do Milénio”. Destas metas, realçamos a primeira “erradicar a extrema pobreza e a fome”, a sétima “garantir a sustentabilidade ambiental” e a oitava “estabelecer uma parceria global para o desenvolvimento”, por estarem diretamente relacionadas com a hipótese em análise. Para a OIT (2011), os instrumentos estratégicos constituem a base para o desenvolvimento do turismo sustentável, para a redução da pobreza, para a proteção dos recursos naturais e de modos de vida, bem como para a promoção do desenvolvimento económico.

Entretanto, na Cimeira do Milénio, realizada em setembro de 2015, verificou-se que grande parte dos compromissos assumidos pelas nações não foi cumprida. É neste contexto pluridimensional e abrangente da definição que, na Cimeira das Nações Unidas de Setembro de 2015, em Nova Iorque, surge a Agenda 2030. Esta marca o início de uma nova etapa no desenvolvimento global e surge com o objetivo de elaboração de um conjunto de metas transformadoras, centradas quer a nível do indivíduo quer do planeta Terra. Resulta do esforço e trabalho conjunto de governos e cidadãos de todo o mundo para criar um modelo global que visa acabar com a pobreza, promover a prosperidade, o bem-estar de todos, a proteção do ambiente e o combate às alterações climáticas, a onde foram definidos os dezassete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável até 2030. Destes, destacamos o primeiro objetivo “acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares”, o segundo “Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável”, o décimo primeiro “Tornar as cidades e os povoadamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes

e sustentáveis” e o décimo segundo “Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis”.

Como conclusão geral, importa realçar que o trabalho desenvolvido responde aos objetivos a às hipóteses apresentadas nesta investigação. Salientamos a motivação maior que esteve na base da presente investigação e que assenta, sobretudo, na constatação de que Angola, apesar de ser detentora de grandes atrativos turísticos nas mais variadas vertentes, nomeadamente cultura, sol e mar, natureza e cultura, não explora devidamente, no sentido de potenciar o desenvolvimento do seu território e fazer jus a uma obrigação moral do investigador, face à academia e ao seu contexto de origem.

Podemos, assim, concluir que a questão de partida foi respondida, assim como os objetivos e as hipóteses foram confirmadas.

7.2. Limitações do Trabalho e Pista para Futuras Investigações

7.2.1. Limitações do Trabalho

No decorrer deste trabalho, deparamo-nos com algumas dificuldades. Ressaltamos algumas, como a falta de dados disponíveis nos meios de tecnologias de informação, nas respostas aos inquéritos por parte dos *stakeholders*, entrevistas às autoridades locais e colaboradores da administração local. Dados destorcidos no que se refere a estatísticas apresentadas pelo Ministério da Hotelaria e Turismo. Apesar de tudo, ressaltamos o facto de Angola ser um país que apostou no desenvolvimento do turismo como medida para a saída da crise.

7.2.2. Pista para Futuras Investigações

É imperiosa a organização do Turismo Cultural através de uma gestão de forma ética e sustentável, considerando que é possível alcançar, se o mesmo for constituído como alavanca para o desenvolvimento das sociedades locais, gerando empregos e visando sociedades mais estáveis, para a promoção e proteção do património cultural, da biodiversidade e dos recursos culturais. Na verdade, os resultados desta investigação, conjugados com a reflexão que temos vindo a desenvolver, conduzem-nos a que será fundamental formar e capacitar recursos humanos através de projetos formativos no domínio do turismo e do ambiente, que permitam

unificar as diferentes ações em curso e contribuir de modo sustentado para o desenvolvimento do Turismo Cultural.

Assim, entendemos ser importante em futuras investigações saber da importância da capacitação de Recursos Humanos para o desenvolvimento do Turismo Cultural no Distrito Urbano de Benfica; saber dos resultados do contributo do desenvolvimento sustentável do Turismo Cultural no Benfica e, finalmente, que benefícios trará ao turismo a criação de um Observatório Turístico.

8. Referências Bibliográficas

Administração do Distrito Urbano de Benfica (2019). *Divisão Política Administrativa de Benfica*.

Altuna, R. (2014). *Cultura Tradicional Bantu*. Paulinas.

Bahl, M. (2004). *Viagens E Roteiros Turísticos*. Curitiba: Prottexto.

Batista, C. (2005). *Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural*. Caderno Virtual de Turismo, 5(3).

Beni, M. (2001). Dimensão e Dinâmica de Clusters no Desenvolvimento Sustentável do Turismo. *Revista Turismo : Dimensões e Perspectivas*, 1 n. 1, 9-17. Recuperado de <https://www.eca.usp.br/acervo/acervo-local/producao-academica/001243835.pdf>

Borges, M., & Marujo, N., & Serra, J. (2013). Turismo Cultural em Cidades Históricas: A cidade de Évora e as Motivações do Turista Cultural. *TURyDES – Revista de Turismo y Desarrollo*, 6 (14), 1-10.

Brandão, M. (2014). *Influência de Angola é vista em vários traços culturais do brasileiro*. Portal Geledés. Consultado a 27 de Março de 2023. <https://www.geledes.org.br/influencia-de-angola-e-vista-em-varios-tracos-culturais-brasileiro/>

Brito, S.P. (2010). *Sustentabilidade, ordenamento do território e ambiente*. Príncipe Editora.

Cañizares, S., & Guzmán, T. (2008). *La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas*. PASSOS – Revista de Turismo e Património Cultural, 6(2), 159-171.

Clavé, S. (2012). *10 Lessons on tourism. The challenge of reinventing destinations*. Editorial Planeta.

Clavé, S., & Reverté, F.G. (2011). *Planificación territorial del turismo* . Editorial UOC.

Cooper, C., Fletcher, J., & Gilbert, D., & Wanhill, S., (1993), *Tourism Principles and Practice*. Financial Times Management.

Costa, C. (2014). *Turismo nos Países Lusófonos: Conhecimento, Estratégia e Território*. (pp. 19-41). Escolar Editora.

Costa, P. T., Jr, Zonderman, A. B., McCrae, R. R., & Cornoni-Huntley, J., Locke, B. Z., & Barbano, H. E. (1987). Longitudinal analyses of psychological well-being in a national sample: stability of mean levels. *Journal of gerontology*, 42(1), 50–55.
<https://doi.org/10.1093/geronj/42.1.50>

Cuche, D. (2002). *A noção de cultura nas ciências sociais*. (2ª ed.). EDUSC.

Cunha, L. (2008). *Avaliação do Potencial Turístico*. Cogitur - Journal Of Tourism Studies, 1,1, 21-39.

Decreto-Lei n.º 49/79, de 6 de junho. Diário da República, 1.ª série — N.º 130.

DGOTDU (1998). *Carta Europeia do Ordenamento do Território*. Reedição da Carta Europeia do Ordenamento do Território aprovada em 1984 pelo Conselho da Europa. Direcção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano.

DIVAGIS (2021). *Free, simple & effective*. Spatial Data Download.

Domingos, Z. (2013). *A educação patrimonial e a construção da identidade nacional angolana*. in Revista Mulemba, Estado, nação, nacionalismo e identidade nacional nos países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP), 3(6), 265-282.

Duarte, Z. (2021). *A Tradição oral na África*. Estudos de Sociologia. Rev. do Progr. de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE, 15(2), 181-189.

Duxbury, N., & Richards, G. (2019). *A Research Agenda for Creative Tourism*. Elgar Research Agendas.

Figueira, L. (2013). *Manual para Elaboração de Roteiros de Turismo Cultural*. Instituto Politécnico de Tomar.
http://www.cda.ipt.pt/download/ebooks/Manual_Roteiros_CESPOGA2013-compactado.pdf

Figueiredo, A. (2005). *A Função Turística do Patrimônio: questionamentos sobre a idéia de sustentabilidade do turismo cultural*. Caderno Virtual de Turismo, 5(4).

Filipe, C. (2013). Experiências criativas e co-criação em espaço rural: o caso do festival internacional de danças populares «Andanças». *Paisagens, Patrimónios e Turismo cultural*. Âncora, (24), 180-196.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.

Foster, D. (1985). *Travel and Tourism Management* (1ª ed.). Palgrave Macmillan.

Franco, M. (2008) *Análise de conteúdo* (3ª ed.). Líber Livro.

Gilmore, A. (2009). *Using on-line corpora to develop students' writing skills*. English Language Teaching Journal, 63(4), 363-372. <https://doi.org/10.1093/elt/ccn056>

Goeldner C. R., Ritchie J. R. B. (2012). *Tourism : principles practices philosophies* (7ª ed.). Wiley.

Gonçalves, A. R. (2008). *As Comunidades Criativas, o Turismo e a Cultura*. A Multidisciplinary e-Journal, 17, 10 - 16.

Governo Provincial de Luanda (2014). *Divisão Política Administrativa de Luanda*.

Guerra, L. D., & Silva, J.B. (2012). *Cultura e desenvolvimento: uma visão crítica dos termos do debate*. Turismo, cultura e desenvolvimento. EDUEPB, 195-233. <https://doi.org/10.7476/9788578791940>

Howell, D.G. (1989). *Tectonics of Suspect Terranes - Mountain Building and Continental Growth*. Chapman & Hall. <https://doi.org/10.1017/S0016756800015107>

Hughes, C. (2002). *Executive functions and development: Emerging themes*. Infant and Child Development, 11(2), 201–209. <https://doi.org/10.1002/icd.297>

Ilari, R. (2014) *Gramática do Português culto falado no Brasil – Palavras de Classe Aberta*. Editora Contexto.

INE (2015). Atividade turística. Novembro 2014. <https://www.ine.gov.ao/>

INE (2016). Censo Geral de Habitação 2014, Publicação dos resultados definitivos, Angola. Consultado a 28 de novembro de 2022. <https://www.ine.gov.ao/>

INE (2018). Estatísticas do Turismo 2017. <https://www.ine.gov.ao/>

Kajibanga, V. (2010) *Culturas étnicas e cultura nacional: uma reflexão sociológica sobre o caso angolano*. RAS - Revista angolana de sociologia: Cultura e tradição, 5 (6), 97-105.

Kastenholz, E., & Carneiro, M.J. (2005). The impact of socio-demographics on tourist behavior – analyzing segments of cultural tourists visiting Coimbra.

Keita, B. (2009). *História da África Negra*. Texto Editores.

Krippendorf, J. (1984). The Holiday Makers. *Understanding the impact of leisure and travel* (1ª ed.). Routledge. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90039-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90039-4).

Levitt, T. (1960). *Marketing myopia*. Harvard Business Review, 38, 45-56.

Lin, S. (2021). Jamie Peck, 2005: Struggling with the Creative Class. *Open Journal of Social Sciences*, 9, 365-371. <https://doi.org/10.4236/jss.2021.93023>

Maia, S. (2010). *Rotas Museológicas na Região de Aveiro – Um Estudo Empírico, Gestão e Planeamento em Turismo*. Universidade de Aveiro, DEGEI, Mestrado, 155.

Marques, J. (2013). Understanding the strength of gentleness: Soft-skilled leadership on the rise. *Journal of Business Ethics*, 116(1), 163–171. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1471-7>

Marques, W. (1964). *Problemas do desenvolvimento económico de Angola*. Junta do Desenvolvimento Industrial.

Marujo, N. (2014). A Cultura, o Turismo e o Turista: que relação?. *TURyDES – Revista de Turismo y Desarrollo*, 7(16), 1-12.

Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33(6), 1329–1336. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.016>

McIntosh, R.W., & Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R.B. (1995). *Pleasure Travel Motivation* (7ª ed.). Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 167-190.

McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management*. New York, Haworth Hospitality Press.

MNE (2023). *Cooperação para preservação, valorização e divulgação da história, cultura bem como, a democratização do acesso as informações*.

Moniz, A. I. (2006). A sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: o caso dos Açores. *Universidade dos Açores*. Consultado a 18 de setembro de 2022. https://repositorio.uac.pt/bitstream/10400.3/208/1/DEG_Doutor_Ana_Isabel_Moniz.pdf

Morgado, A. C. (2015). As múltiplas concepções da cultura. *Múltiplos Olhares Em Ciência Da Informação*, 4(1). Recuperado de <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/16983>

Morgan, G. (2006). Images of organization. *Thousand Oaks*. SAGE Publications.

Mosaiko (2021). *Dia mundial da alfabetização*.

Mota, M., & Remoaldo, P.C., & Cadima, R. J. (2012). A evolução do turismo cultural e os desafios que se colocam aos pequenos núcleos urbanos: o caso de Ponte de Lima. / *Congresso Internacional de Turismo da ESG/IPCA – Produtos e Destinos Turísticos de Excelência*, 22.

Mousavi, S.S., Doratli, N, Mousavi, S.N. & Moradiahari, F. (2016). Defining Cultural Tourism. *Internacional Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (CASD-2016)*, 1-2. <https://iicbe.org/upload/8607DIR1216411.pdf>

O Código Mundial de Ética do Turismo. *Organização Mundial do Turismo*. <https://world-tourism.org/>

OIT (2011), *Convenção sobre o Trabalho Decente para as Trabalhadoras e os Trabalhadores Domésticos*.

ONU (1963). *Conferência sobre o Turismo e as viagens internacionais*.

ONU (1992). *Abordagem integrada do planeamento e do gerenciamento dos recursos terrestres*. Conferência das Nações Unidas sobre o meio ambiente e desenvolvimento. Agenda 21 Rio 92, 10. Consultado a 29 de janeiro de 2022. www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/cap10.pdf

ONU (1992). Integração entre meio ambiente e desenvolvimento na tomada de decisões. *Conferência das Nações Unidas sobre o meio ambiente e desenvolvimento*. Agenda 21 Rio 92, 8. Consultado a 29 de janeiro de 2023. www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/cap8.pdf

ONU (2003). Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial. *Decreto n.º 28/2008 de 26 de Março*. Diário da República n.º 60, 1685-1704. <http://dre.pt/pdf1s/2008/03/06000/0168501704.pdf>.

ONU (2015). Desenvolvimento Sustentável. *Agenda 2030*.

Organização Mundial do Turismo (1980). *Physical Planning and Area Development for Tourism in the Six WTO Regions 1980*. World Trade Organization.

Organização Mundial do Turismo (1985). *The State's Role in Encouraging the Development of New Destinations and Ensuring Balanced Distribution of Tourism Flows*. World Trade Organization.

Organização Mundial do Turismo (1993). *Sustainable tourism development: guide for local planners*. World Trade Organization.

Organização Mundial do Turismo (2001). *Etapas de Procedimento de Investigação*.

Organização Mundial do Turismo (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*.

Organização Mundial do Turismo (2015). *UNWTO Tourism Highlights*. Consultado a 26 de julho de 2023. <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights>

Organização Mundial do Turismo (2018). *2017 Annual Report UNWTO*. Consultado a 15 de setembro de 2023. <http://www2.unwto.org/annual-reports>

Ortiz, R. (2008). Cultura e Desenvolvimento. *Políticas Culturais Em Revista*, 1(1). <https://doi.org/10.9771/1983-3717pcr.v1i1.3194>

Pardal, L. & Correia, E. (1995). *Métodos e técnicas de investigação social*. Areal Editores. 190-193.

Pereira, Nereu (2003). *Contributo Açoriano para a construção do Mosaico Cultural Catarinense*. PAPA-LIVRO Editora.

Petroman, I. (2013). Types of Cultural Tourism. *Animal Science and Biotechnologies*, 46 (1), 385-388.

Prentice, R. (2001). Experiential Cultural Tourism: Museums & the Marketing of the New Romanticism of Evoked Authenticity. *Museum Management and Curatorship*, 19(1), 5-26. <https://doi.org/10.1080/09647770100201901>

Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. CAB International.

Richards, G. & Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development*. Routledge.

Richards, G. W., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.

Ross, D., Saxena, G., Correia, F., & Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 39. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.001>

Ruschman, D. & Widmer, G. (2000). Planejamento turístico. *Como aprender e como ensinar turismo*. Editora Senac, 2, 65-86.

Sánchez, A. G., & García, F. J. A. (2003). El Turismo Cultural y el de sol y playa: ¿Sustitutivos o complementarios?. *Cuadernos de Turismo*, (11), 97–106. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/19581>

Sánchez, F. (1999). *Políticas urbanas em renovação: uma leitura dos modelos emergentes*. Revista brasileira de estudos Urbanos e Regionais, Campinas. <https://doi.org/10.22296/2317-1529.1999n1p115>

Sánchez, F. (2003). *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Argos - Editora da Unochapecó.

Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites. *Tourism Management*, 16 (5), 361–365.

Silva, E. P. (2000). Patrimônio e identidade. *Os desafios do Turismo cultural. Antropológicas*, 4.

Smith, M. (2003). *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203402825>

Soja, E. W. (2005). Rethinking the geographies of tourism. *Reinventar el destino: Reflexiones sobre el espacio turístico contemporáneo*. Especiales de Urbanismo, 3, 71-90.

SRTM (2021). Declives de Luanda e representatividade das várias classes.

SRTM (2021). Exposição de Vertentes de Luanda.

SRTM e DIVAGIS (2021). Mapa de Ocupação do Solo de Luanda

SRTM e DIVAGIS (2021). Mapa Geológico de Luanda.

SRTM e DIVAGIS (2021). Mapa Hipsométrico de Luanda.

Tabales, A. (2004). Turismo y ordenación del territorio. *Quaderns de Política Econòmica*. Revista electrònica. 2ª época, 7, 36-47. Consultado a 25 de fevereiro de 2023.
<https://www.uv.es/qpe/revista/num7/fernandez7.pdf>

Tan, S. K., Luh, D. B., & Kung, S. F. (2014). *A taxonomy of creative tourists in creative tourism*. *Tourism Management*, 42, 248-259.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.008>

Vieira, J. M. (2010). Planeamento e Ordenamento Turístico. *Sem reservas nem tabus. 13 personalidades falam de Artes, Literatura, Política, Sociedade e Turismo*. Ésquilo Edições, 21-28.

Vinuesa, M. A. T. (1998). Patrimonio arquitectónico, cultura y patrimonio. *Ciudades*, (04), 95–104. <https://doi.org/10.24197/ciudades.04.1998.95-104>

Williams, A. M. & Shaw, G. (1988). *Tourism and Economic Development: Western European Experiences* (1ª ed.). Belhaven Press.

Wood, R. (1984). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 27, 42-56. <https://doi.org/10.5465/255956>

9. Anexos

QUESTIONÁRIO

TEMA DA DISSERTAÇÃO

O TURISMO CULTURAL COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: O DISTRITO URBANO DE BENFICA (ANGOLA)

ENTREVISTADO

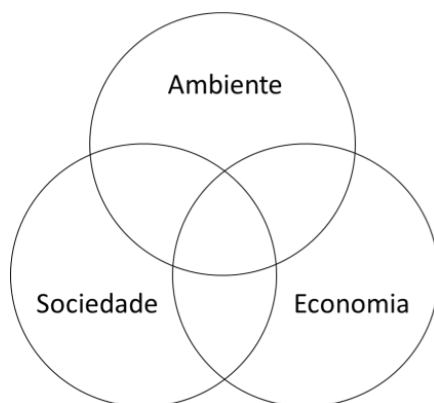
1. Nome (primeiro e último) _____
Formação e responsabilidade _____
2. Gostaria de ver o património cultural de Benfica a integrar a uma rota cultural?
Sim _____ Não _____
3. Que benefícios pensa que uma rota cultural na região de Benfica, pode trazer para o território? _____

4. 4. Que dificuldade/obstáculo pode imaginar na implementação e uso prático de uma rota cultural? _____

5. Qual o interesse do património cultural estar interligado dentro da sua rota? _____

O Entrevistador

Figura 1 – Relação entre os três eixos do DS



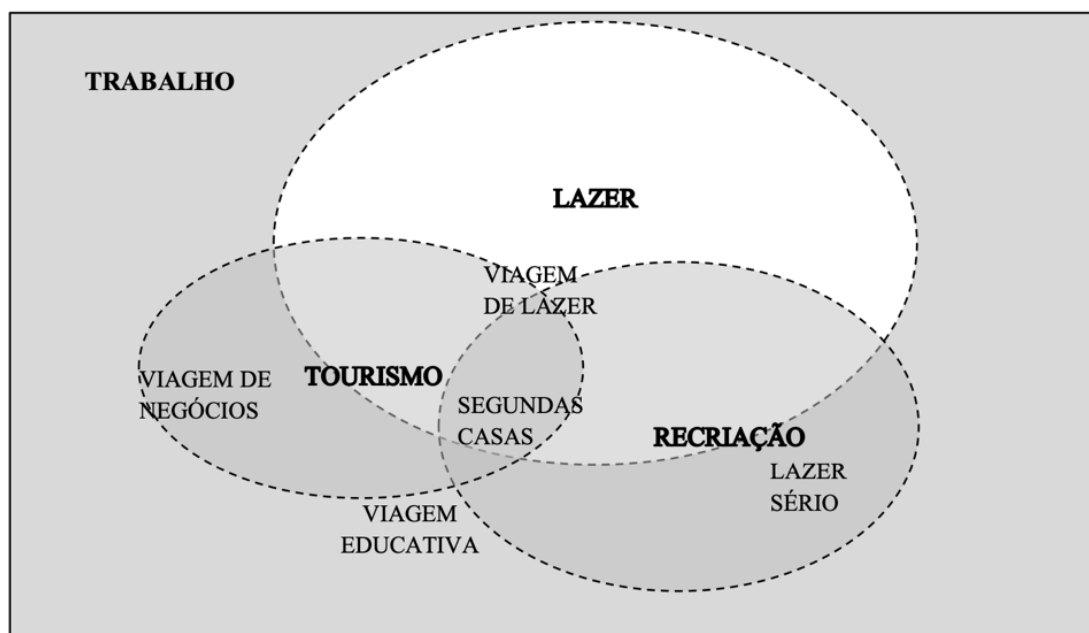
Fonte: Hopwood, et al.,(2005).

Figura 2 – Imagem representativa dos turistas pelo mundo



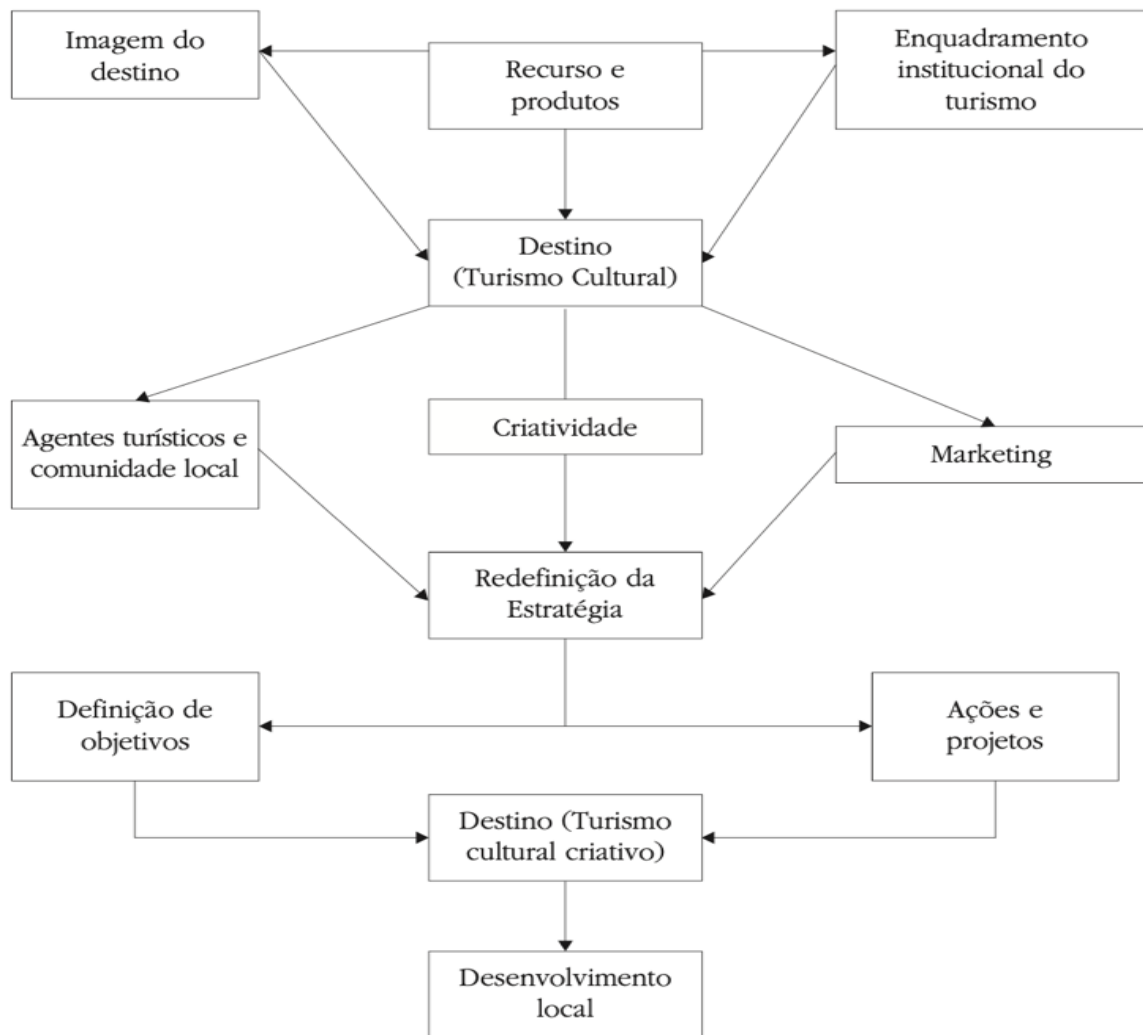
Fonte: istockphoto.com (2016).

Figura 3 - Relação entre lazer, recreação e turismo



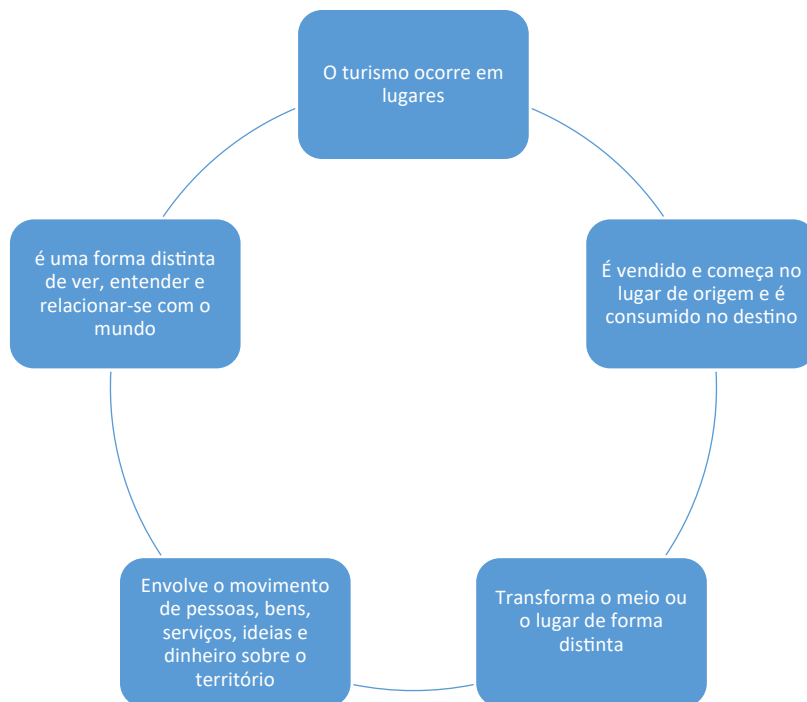
Fonte: Adaptado de Lew et al., 2004 (After Hall 2003).

Figura 4 – Destino turístico e fatores de evolução do turismo cultural PARA O turismo criativo



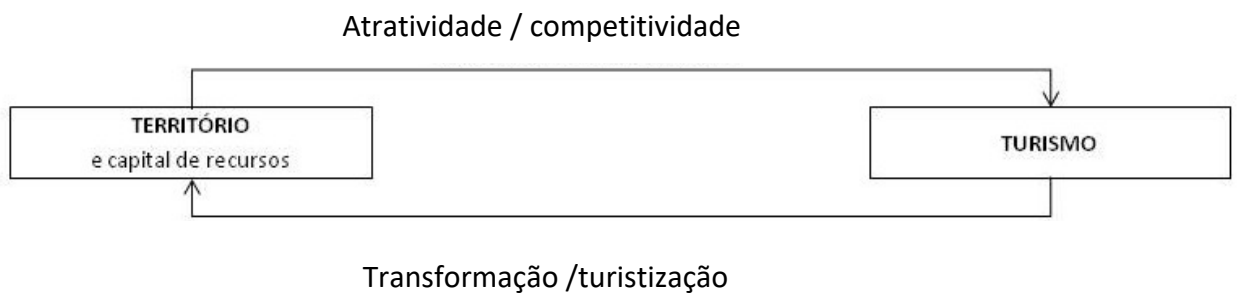
Fonte: Mota *et al.* (2012).

Figura 5 – Aspectos que vinculam o turismo ao território



Fonte: Adaptado de Soja (2005).

Figura 6 – Definição da relação de interdependência entre turismo e território



Fonte: Elaboração própria.

Figura 7 – Localização da área de estudo



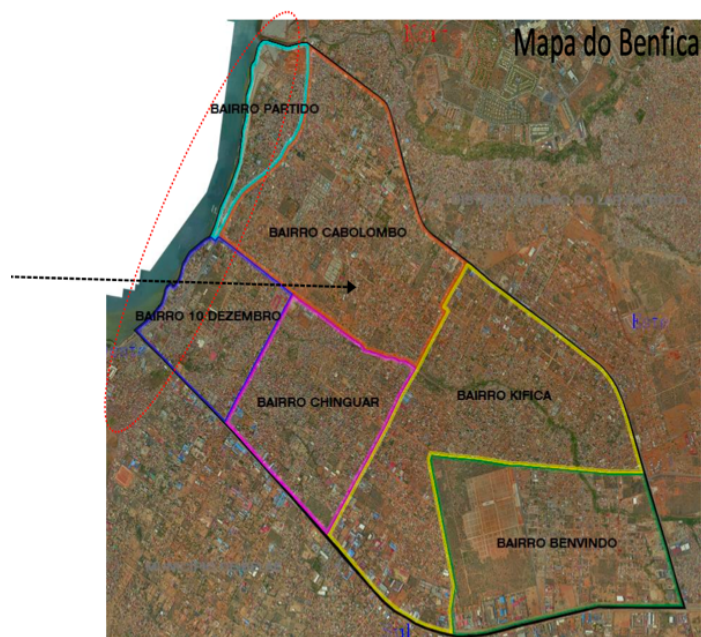
Fonte: DIVAGIS, 2021.

Figura 8 — Localização da área de estudo



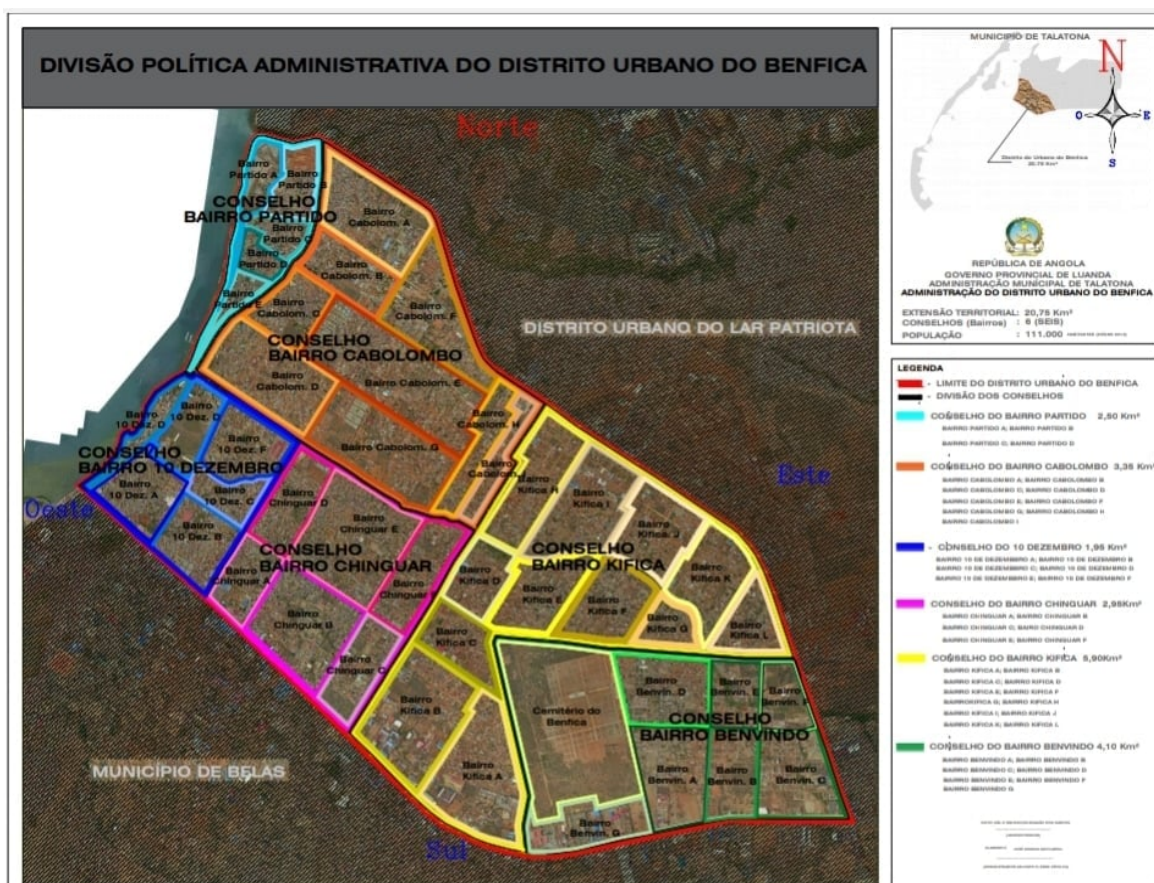
Fonte: DIVAGIS, 2021.

Figura 9 – Localização da área de estudo



Fonte: DIVAGIS, 2021.

Figura 10 — Localização da área de estudo



Fonte: Administração de Benfica.

Extensão territorial: 20,75 Km²

Conselhos (Bairros): 6 (Seis)

Legenda descritiva:

Linha de cor vermelha: Representa Limite de Fronteira do Distrito Urbano do Benfica com outros Territórios Distritais e Municipais;

Linha de cor preta: Representa Divisão administrativa entre os Conselhos do Distrito;

Concelho do Bairro Partido: Extensão Territorial 2,50 Km² repartidos por quatro bairros: Bairro Partido A; Bairro Partido B; Bairro Partido C; Bairro Partido D.

Concelho do Bairro Cabolombo: Extensão Territorial 3,35 Km² distribuídos por 9 bairros: Bairro Cabolombo A; Bairro Cabolombo B; Bairro Cabolombo C; Bairro Cabolombo D; Bairro Cabolombo E; Bairro Cabolombo F; Bairro Cabolombo G; Bairro Cabolombo H; Bairro Cabolombo I.

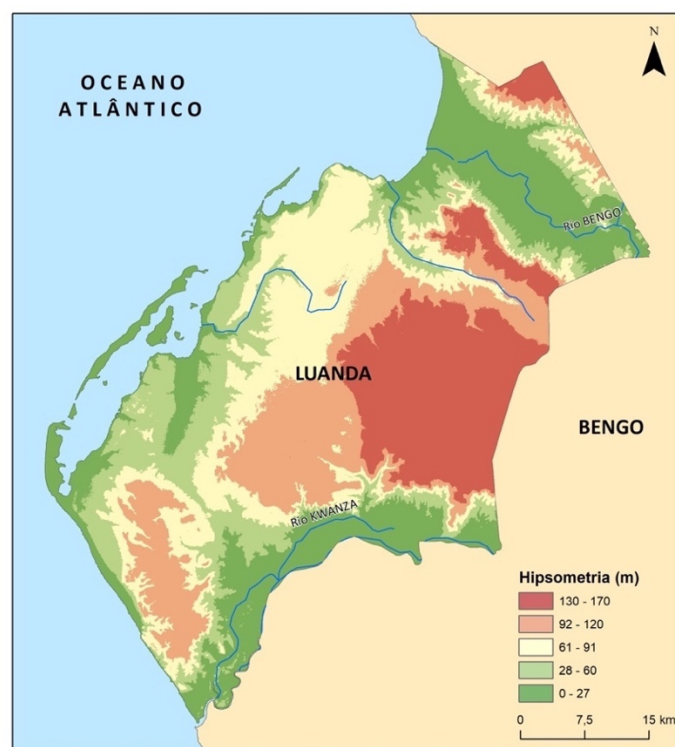
Concelho do Bairro 10 de Dezembro: Extensão Territorial 1,95 Km² dividida por 6 bairros: Bairro 10 de Dezembro A; Bairro 10 de Dezembro B; Bairro 10 de Dezembro C; Bairro 10 de Dezembro D; Bairro 10 de Dezembro E; Bairro 10 de Dezembro F.

Concelho do Bairro Chinguar: Extensão Territorial 2,95 Km² repartidos por 6 bairros: Bairro Chinguar A; Bairro Chinguar B; Bairro Chinguar C; Bairro Chinguar D; Bairro Chinguar E; Bairro Chinguar F.

Concelho do Bairro Kifika: Extensão Territorial 5,90 Km² divididos por 11 bairros: Bairro Kifika A; Bairro Kifika B; Bairro Kifika C; Bairro Kifika D; Bairro Kifika E; Bairro Kifika F; Bairro Kifika G; Bairro Kifika H; Bairro Kifika I; Bairro Kifika J; Bairro Kifika K; Bairro Kifika L.

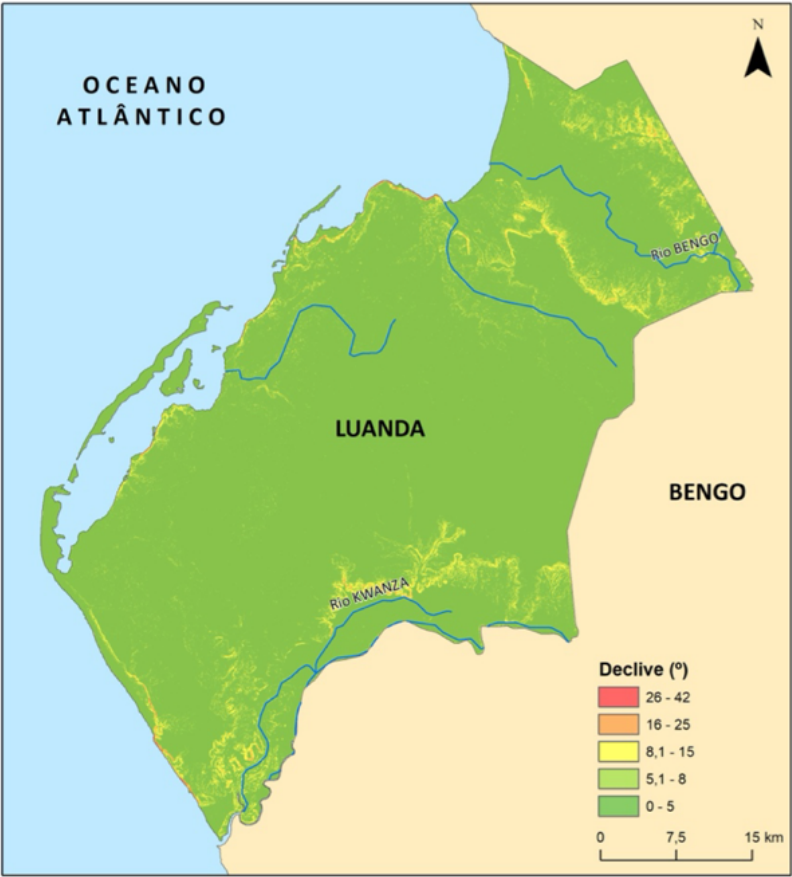
Concelho do Bairro Benvindo: Extensão Territorial 4,10 Km² distribuídos por 7 bairros: Bairro Benvindo A; Bairro Benvindo B; Bairro Benvindo C; Bairro Benvindo D; Bairro Benvindo E; Bairro Benvindo F; Bairro Benvindo G.

Figura 11 – Mapa Hipsométrico de Luanda



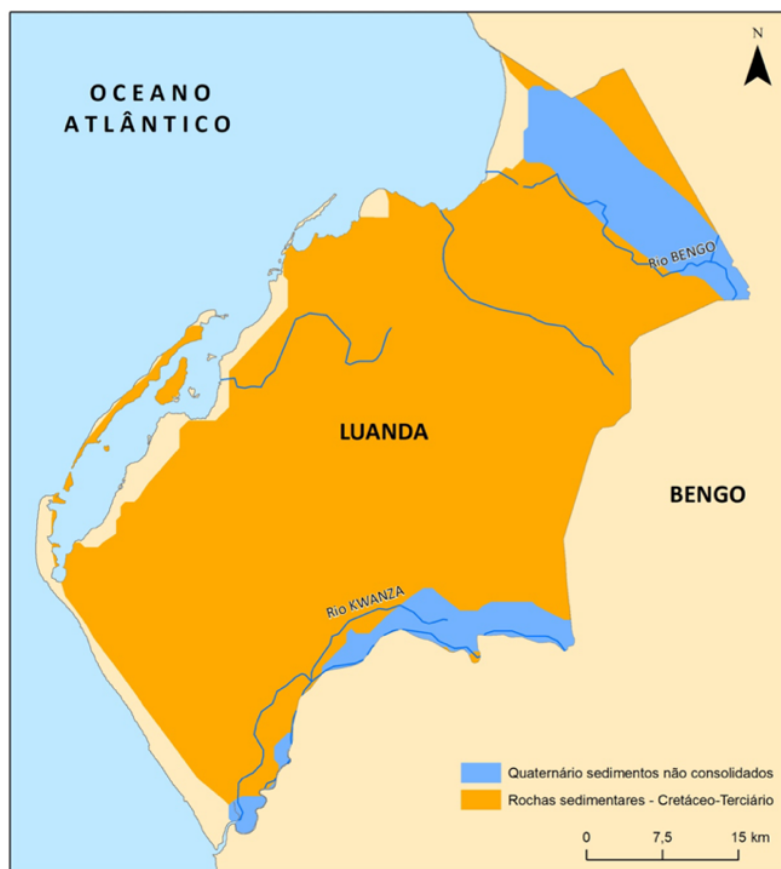
Fonte: SRTM, 2021 & DIVAGIS, 2021.

Figura 12 – Declives de Luanda e representatividade das várias classes



Fonte: SRTM, 2021.

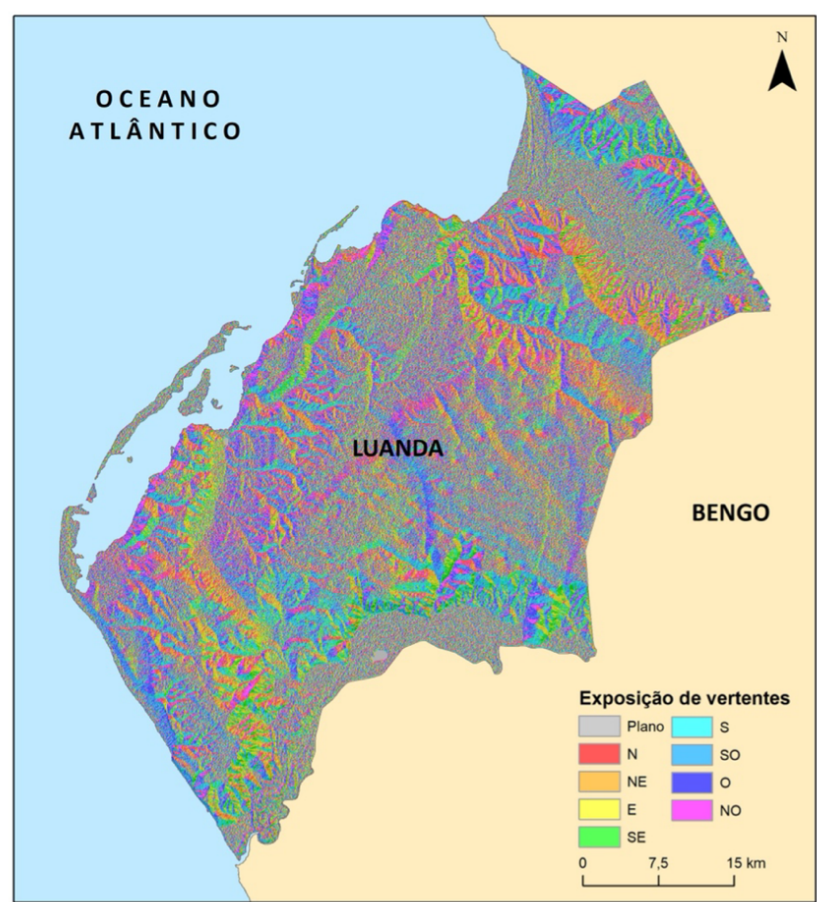
Figura 13 – Mapa Geológico de Luanda



Fonte: SRTM, 2021.⁶²

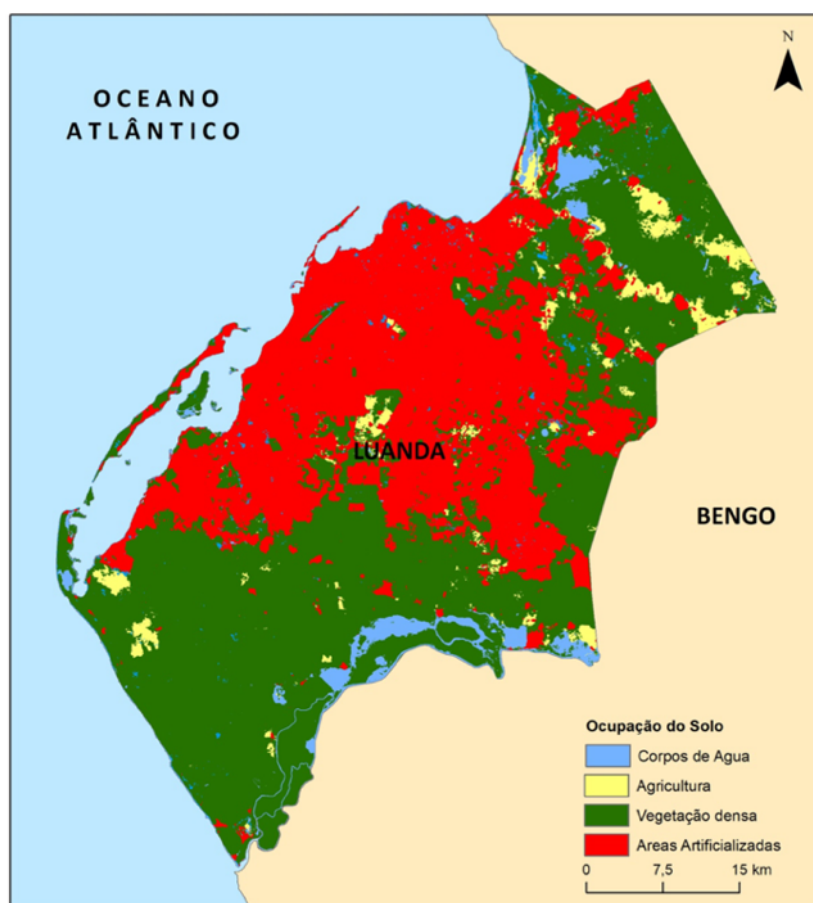
⁶² Dada as diferentes escalas das *layers*, verificam-se níveis de pormenor diferentes, devido aos sistemas de coordenadas, mas as suas respectivas transformações estão corretas.

Figura 14 – Exposição de Vertentes de Luanda



Fonte: SRTM, 2021.

Figura 15 – Mapa de Ocupação do Solo de Luanda



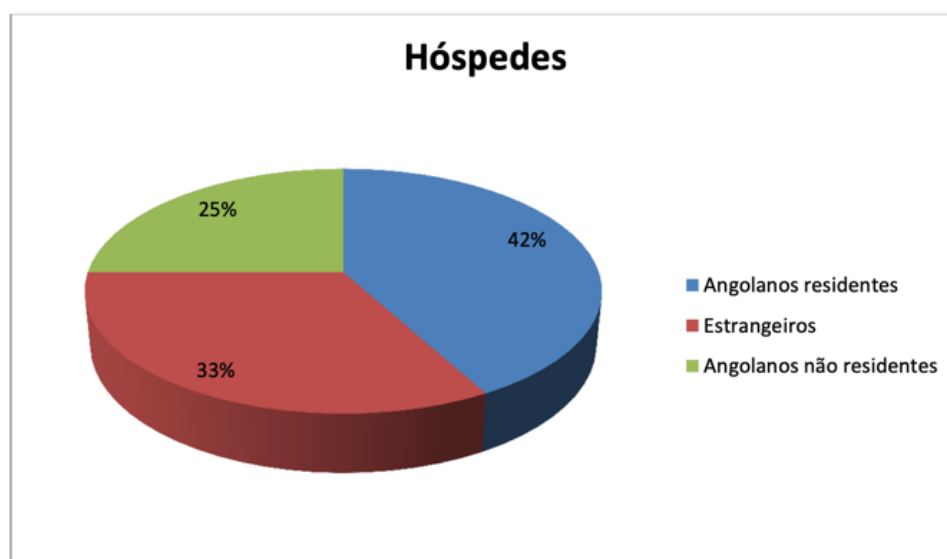
Fonte: SRTM, 2021.

Figura 16 – Adaptação das fases para o desenvolvimento do turismo



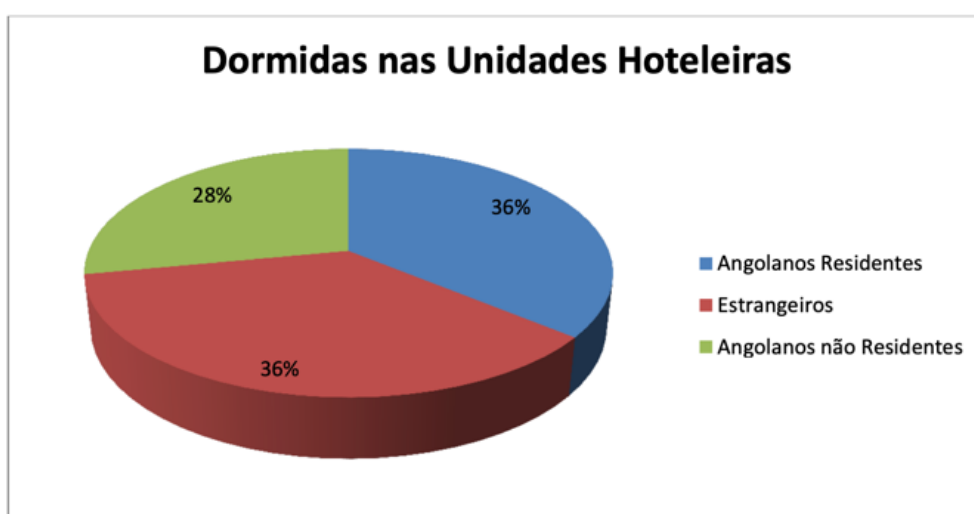
Fonte: PDTA (2011 p. 25).

Figura 17 – Número de Hóspedes nas Unidades Hoteleiras



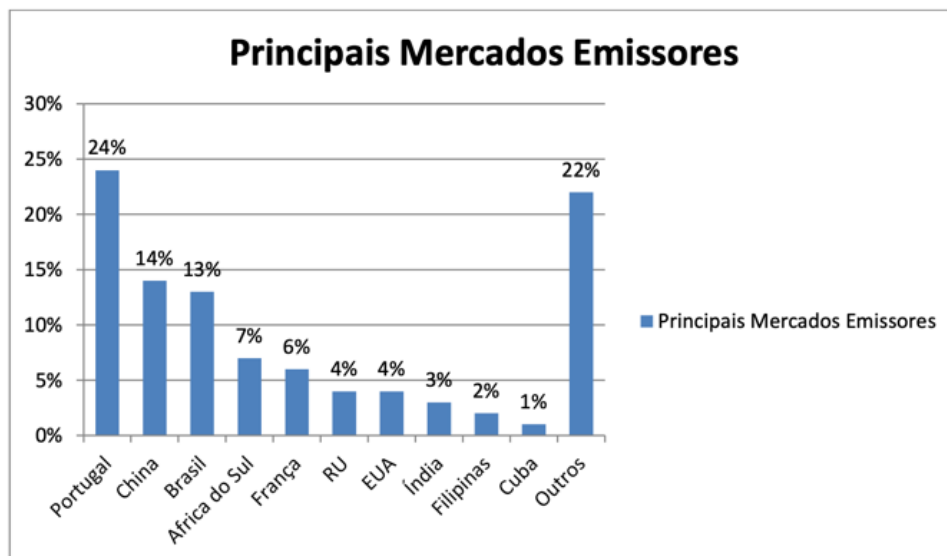
Fonte: PDTA (2011 p. 30).

Figura 18 – Número de dormidas nas unidades Hoteleiras



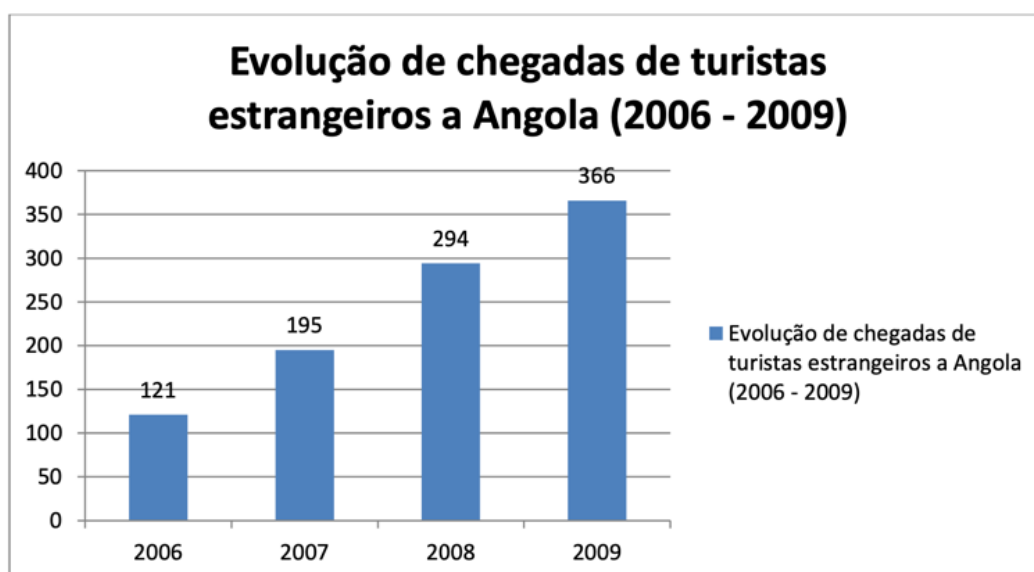
Fonte: PDTA (2011 p. 30).

Figura 19 — Principais Mercados Emissores



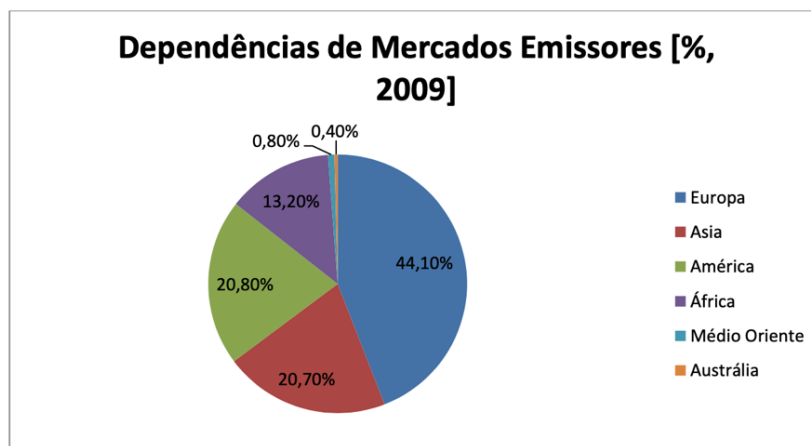
Fonte: PDTA (2011 p. 30).

Figura 20 — Evolução de chegadas de turistas estrangeiros a Angola (2006 – 2009)



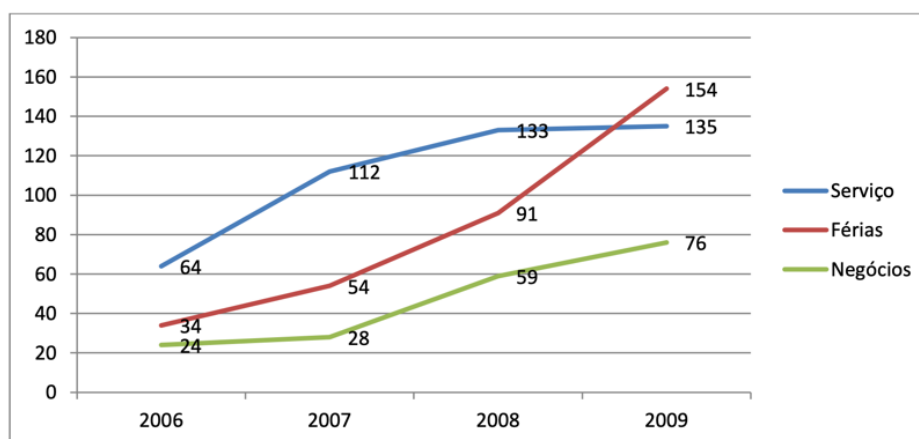
Fonte: PDTA (2011 p. 30).

Figura 21 – Mercados emissores de turistas internacionais



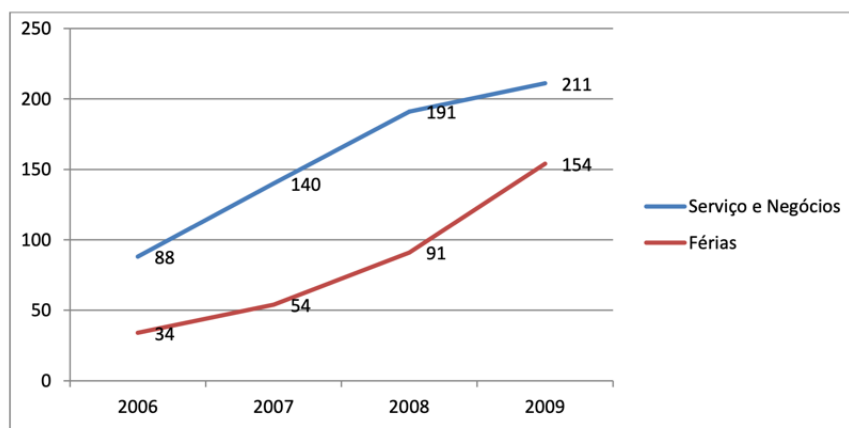
Fonte: PDTA (2011 p. 30).

Figura 22 – Motivos de Viagem ['000; 2006 – 2009]



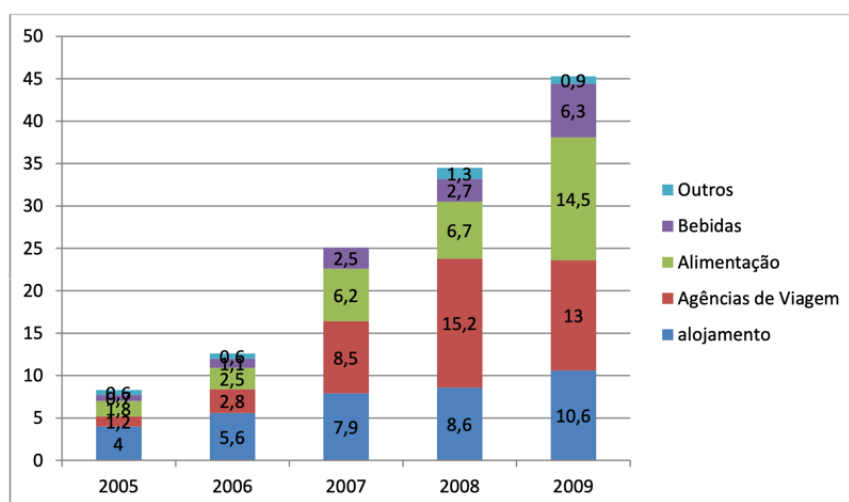
Fonte: PDTA (2011 p. 31).

Figura 23 – Motivo de viagem de férias face aos outros motivos ['000; 2006 – 2009]



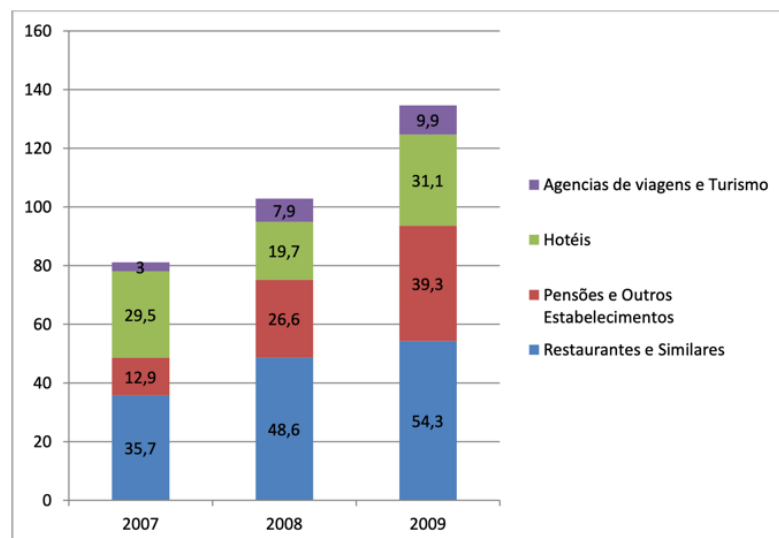
Fonte: PDTA (2011 p. 31).

Figura 24 – Receitas associadas ao Turismo [2005 – 2009; Mil Milhões de AKZ]



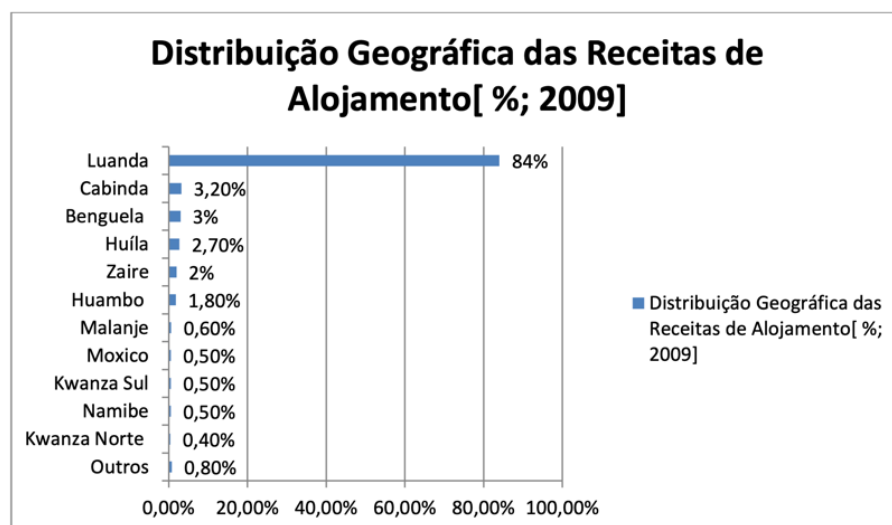
Fonte: PDTA (2011 p. 31).

Figura 25 – Emprego Associado ao Turismo [2005 – 2009; Milhares de Empregos]



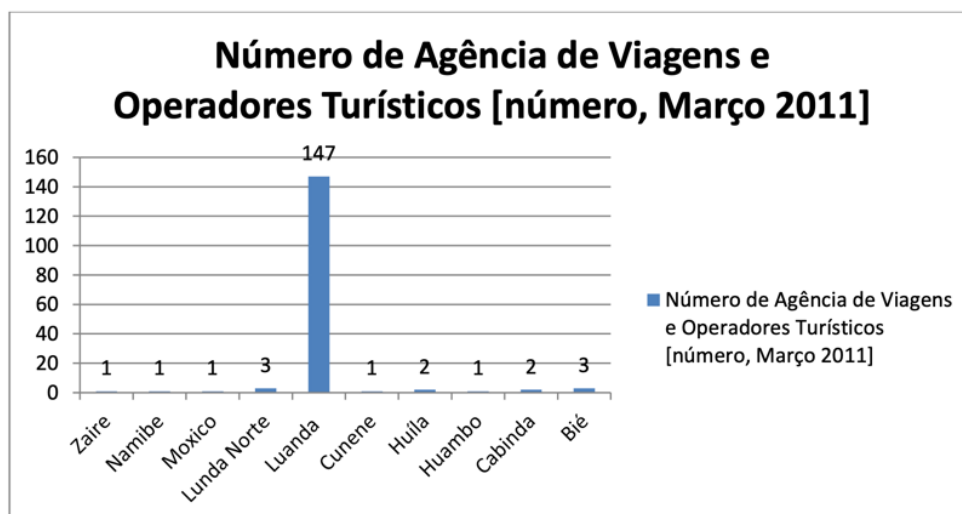
Fonte: PDTA (2011 p. 31).

Figura 26 – Distribuição geográfica das receitas de alojamento



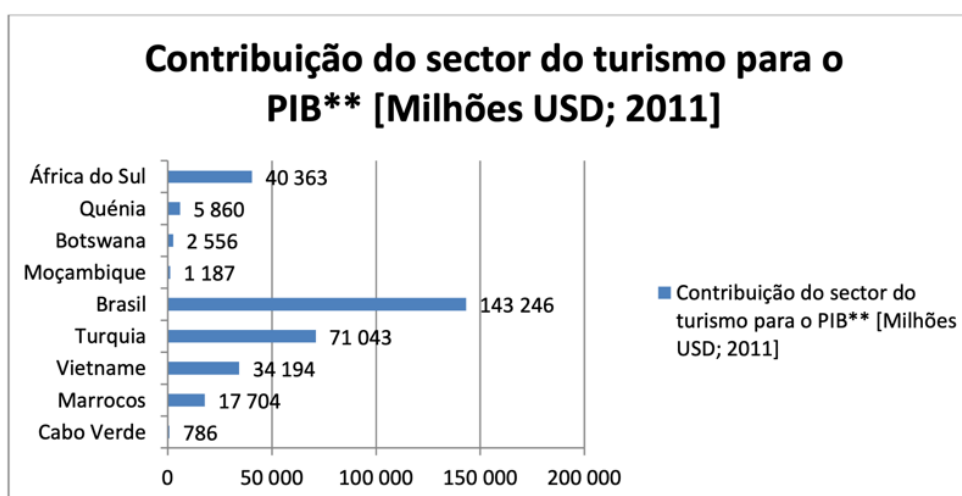
Fonte: PDTA (2011 p. 32).

Figura 27 – Agências de viagens e operadores turísticos



Fonte: PDTA (2011 p. 34).

Figura 28 – Contribuição do setor do turismo para o PIB



** Em paridade de poder de compra

Fonte: PDTA (2011 p. 35).

Figura 29 – Proposta da Rota Cultural de Benfica



Fonte: Elaboração própria

Figura 30 – Área geográfica de implantação da Rota Cultural de Benfica



Fonte: Earth.google.com (2023)