

O turismo industrial e a representação da identidade: Conceptualizações em torno do envolvimento comunitário

Industrial tourism and identity representation: Conceptualizations around community involvement

Turismo industrial y representación de la identidad: conceptualizaciones en torno a la participación comunitaria.

Tânia Ferreira Guerra ¹

Maria Pilar Moreno ²

António Sérgio Araújo de Almeida ³

Resumo: O presente artigo tem como objetivo principal identificar e explorar a possível relação entre os recursos identitários industriais e o turismo industrial. Pretende analisar, através de uma revisão da literatura e de uma pesquisa documental, a forma como o património industrial, assente na identidade material ou imaterial, tem sido abordado, contribuindo, deste modo, para o desenvolvimento regional e propagação de saberes tradicionais tendencialmente esquecidos mercê da revolução tecnológica. O estado da arte em termos internacionais evidenciou-nos o cariz emergente em Portugal, concluindo-se que há recursos identitários passíveis de desenvolver o Turismo Industrial neste país.

Palavras-Chave: Património industrial, identidade, envolvimento comunitário, turismo industrial.

Abstract: This paper aims to identify and explore the possible relationship between industrial identity resources and industrial tourism. It aims to analyze, through a literature review and documentary research, how industrial heritage, based on material or immaterial identity, has been approached, thus contributing to the regional development and propagation of traditional knowledge that has been largely forgotten. of the technological revolution. The state of the art in international terms has shown us the emerging nature in Portugal, concluding that there are identity resources that can develop Industrial Tourism in this country.

Key words: Industrial heritage, identity, community involvement, industrial tourism.

Resumen: Este documento tiene como objetivo identificar y explorar la posible relación entre los recursos de identidad y el turismo industriales. Su objetivo es analizar, a través de una revisión de la literatura y la investigación documental, cómo se ha abordado el patrimonio industrial, basado en la identidad material o inmaterial, contribuyendo así al desarrollo regional y la propagación de los conocimientos tradicionales que se han olvidado en gran medida. de la revolución tecnológica. El estado del arte en términos internacionales nos ha mostrado la naturaleza emergente en Portugal, concluyendo que existen recursos de identidad que pueden desarrollar el turismo industrial en este país.

Palabras clave: Patrimonio industrial, identidad, participación comunitaria, turismo industrial.

¹ Doutoranda na Universidad de Sevilla, Docente na ESTM – IPEleiria - Membro colaborador do CiTUR - ESTM/IPEleiria. Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar - Politécnico de Leiria - CITUR - Centre for Tourism Research, Development and Innovation. E-mail: tania.guerra@ipleiria.pt.

² Professora Doutora. Economia. Universidade de Sevilha, Espanha. E-mail: pilarmoreno@us.es.

³ Professor Adjunto, Subdiretor da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar (ESTM), Politécnico de Leiria, Portugal. Doutor em Ciências do Turismo. Membro integrado no CiTUR. <https://orcid.org/0000-0002-3758-7656> E-mail: antonio.s.almeida@ipleiria.pt.

1 Introdução

O património compreende aquilo que as gerações anteriores deixam às gerações atuais e futuras e inclui riqueza material, intelectual e cultural (Richards, 1996). No património cultural incluem-se as paisagens culturais, obras de arte, monumentos industriais, locais, monumentos, complexos urbanos e edifícios (Polyxeni et al 2009). Como observado por Kalogri et al. (1986), o património cultural vai muito para além de objetos, este faz-se presente também através de rotas históricas assentes em sistemas de valores sólidos, ou seja, o património imaterial.

Tal como em muitos outros países da União Europeia, Portugal também passou por uma grave crise económica que afetou particularmente a indústria. Após esta desindustrialização o património industrial, como matéria valorizável, emergiu em Portugal por volta da década de 1980, sendo, frequentemente, denominado de arqueologia industrial, ou seja, os vestígios (maquinaria e edifícios) deixados pela indústria, vestígios esses que aproximam a comunidade à indústria e testemunham a sua identidade.

Considerando que um elemento importante do património cultural, que também é um tópico relevante no que respeita o desenvolvimento sustentável, é o património industrial deve dar-se a devida importância à identidade subjacente a esta tipologia de património, tantas vezes descurada e abandonada, mas não menos importante para a revitalização e reconhecimento positivo de um território.

Obedecendo ao primado escolástico, segundo o qual, é o desenvolvimento que proporciona o Turismo sustentável, este trabalho pretende proporcionar um entendimento do estado da arte do Turismo Industrial no pressuposto de que o envolvimento e o desenvolvimento local assentem nos respetivos recursos identitários e sistemas de valores, são condições essenciais à sua implementação enquanto produto.

2 Referencial teórico

2.1 Turismo e património industriais

Nos termos definidos pela Organização Mundial do Turismo (OMT) o conceito de turismo industrial está considerado na esfera do turismo cultural e encara as construções fabris como fundamentais no âmbito da cultura de um destino. Podemos dividir a tipologia de turismo industrial em duas principais classificações, de um lado Otgaar et al (2010) propõe uma definição

de turismo industrial baseado na visita a fábricas que se encontram no ativo onde a principal motivação do visitante é a de presenciar ou experienciar as diferentes etapas associadas ao processo de produção fabril, sendo considerada uma experiência autêntica e memorável. Por outro lado, Frew (2000), além de referir também o turismo industrial assente em empresas no ativo, considera uma segunda tipologia, o turismo de património industrial. A diferenciação consiste no facto de este último se caracterizar por locais ou edifícios industriais operacionais, mas que já não estão em funcionamento, muitas vezes essas mesmas instalações foram reabilitadas e transformadas em museus as quais o visitante/turista, motivado pelo valor histórico e cultural, tem interesse em conhecer.

A segunda metade do século XX viu antigas cidades industriais, em muitos países desenvolvidos, enfrentar um enorme declínio económico devido à desindustrialização (Liu, Zhao & Yang, 2018). Isto, de acordo com Baines (2012), levou ao declínio e ruptura cultural e social e, após o encerramento de indústrias, permaneceram apenas os restos desse património o que acarretou incertezas em relação ao futuro desses espaços desprezados. Esta desindustrialização, bem como a mudança da indústria para espaços periféricos, conduziu ao aparecimento de espaços industriais abandonados (Benito Del Pozo, 2002). No entanto, segundo Pardo (2004), o processo de industrialização foi muito seletivo e não afetou os diferentes territórios de igual forma. Este incidiu mais na herança patrimonial identificada como símbolo da região. Ainda assim o encerramento de muitas fábricas em zonas industriais tradicionais obrigou a multiplicar as estratégias públicas para ajudar a reconstruir os territórios deprimidos económica e demograficamente (Benito Del Pozo, 2002).

Com esta reconversão surge então o património industrial reaproveitado para uso cultural. Muito embora o turismo e a cultura, na sua vertente de património, estejam relacionados de uma forma nem sempre consensual, a cultura é um dos condutores, a par com o turismo, de desenvolvimento local e territorial e assim o conceito de turismo industrial ganhou expressão.

Segundo Cordeiro, J. (2012), apesar de já haver registo anterior do reaproveitamento do património industrial, foi em 1987, no âmbito do turismo cultural, que emergiu o conceito de turismo industrial na união europeia.

Desde então é notório um crescente interesse pelo tema de turismo industrial e de património industrial (Xie, 2015) e, atualmente, o conceito de turismo industrial está estendido a

muitos locais industriais recuperados que servem agora de atrações turísticas e culturais que procuram fortalecer a identidade local (Hospers, 2002; Pardo, 2004; Pozo & Gonzalez, 2012 Vargas-Sánchez, 2010).

Jackson (1984) sublinha que os locais pós-industriais, que fazem parte do património cultural, são importantes e devem ser protegidos, uma vez que eles dão uma visão sobre como as pessoas e paisagem têm coexistido ao longo do tempo. Tais locais, de acordo com Alanen e Melnick (2000), também dão identidade e exclusividade a um lugar e à comunidade onde estão inseridos, protegendo a sua origem e a memória. Acompanhando o resto do mundo, e em particular a Europa, também Portugal tem dado provas de que a oferta industrial, ainda que em menor número, tem potencial para se manifestar enquanto produto turístico histórico-cultural.

De acordo com Cordeiro, J. (2012) vários países da Europa, com destaque para a Grã-Bretanha, a França e a Espanha, têm vindo a implementar programas de turismo industrial que já eram postos em prática, essencialmente, por grupos escolares, mesmo não sendo, na época, reconhecidos como turismo industrial como se reconhece atualmente. No entanto, só a partir da década de 1980 a realidade do turismo industrial, como forma de turismo cultural que pretende divulgar o património industrial antigo e atual, ganhou expressão.

Cordeiro, J. (2012) refere também que Espanha tem vindo a expandir inúmeras rotas de turismo industrial o que conduziu, em Maio de 2012, à criação da Rede Espanhola de Turismo Industrial (RETI) para promover os valores e a cultura deste segmento de mercado em território nacional. Já Portugal, apesar de em menor número, também tem vindo a desenvolver trabalho neste sentido ao implementar rotas na variante do turismo industrial por todo o território, com realce para os circuitos de património industrial em São João da Madeira, o roteiro de turismo industrial de visitas a fábricas de vidro, plásticos e moldes, promovidos pelo município da Marinha Grande, a Rota do Trabalho e da Industria, implementada pela Câmara Municipal do Seixal, a Rota da Cortiça, em São Brás de Alportel, Algarve e ainda, na região do Alentejo, a Rota do Mármore que também se destaca como uma oferta cultural categorizada na esfera do turismo industrial. Paralelamente existem em Portugal diversos museus industriais, que não estando integrados em rotas ou circuitos de turismo industrial, estão associados à indústria passada ou presente da região que os acolhe e são dinamizados enquanto oferta turística para promover a cultura e identidade local.

Há uma relação estreita entre cultura e turismo, na medida em que quem visita um lugar novo procura, muitas vezes, ter conhecimento da cultura local (Polyxeni et al., 2009). As tendências no mercado de turismo indicam que o desenvolvimento de novos produtos fundamentados no património cultural pode ser uma associação lucrativa (Jansen-Verbeke, 1997). Com efeito, de acordo com Alfrey e Putman, (1992), em muitos lugares, a conservação do património cultural tem sido impulsionada pelo turismo ou interesses importantes para a indústria do turismo. Estão em jogo diversos fatores para determinar se um local de património industrial pode converter-se em produto de turismo. Alguns destes fatores incluem a necessidade económica para desenvolver novos produtos e serviços e a necessidade política de identificação cultural do lugar (Polyxeni et al., 2009).

Acompanhando esta ideia Cordeiro, J. (2012) salienta a atribuição, por parte da União Europeia, em 2011, do tema do Dia Europeu do Turismo (27 de setembro) ao património industrial onde se discutiu a preservação do património industrial Europeu como veículo para diversificar a oferta turística proporcionando um desenvolvimento sustentável ao contribuir para a criação de emprego e proteção de um elemento marcante da história Europeia.

Através destas ações verifica-se o reconhecimento da importância e das potencialidades deste segmento de mercado. A par deste reconhecimento surge a necessidade do território português se afirmar, nomeadamente, em regiões marcadamente industriais, enquanto destino de uma oferta turística diversificada não esquecendo igualmente que,

uma das vantagens deste tipo de turismo que envolve a visita a fábricas e outras instalações industriais resulta do facto de poder ser oferecido em permanência, ultrapassando um dos problemas associados a outros segmentos turísticos, que são exclusivos de determinadas estações, uma vez que se evita a sazonalidade e se garantem receitas mais ou menos regulares durante todo o ano. (Cordeiro, J., 2012. p-13)

Cada vez mais a cultura é vista como uma potencial solução para uma série de problemas urbanos (Richards, 2012), sendo que uma das estratégias mais utilizadas foi o desenvolvimento do turismo cultural, que, além de ajudar a reconverter os territórios em queda, serviu também para que outros destinos com um turismo mais consolidado pudessem oferecer novos produtos turísticos e complementares aos já existentes (Jansen-Verbeke et al., 2008; Prat y Cànoves, 2012).

Presentemente várias entidades regionais e nacionais envolvem-se em projetos para que

o património ou a arqueologia mais relacionada com a cultura e a história da indústria passe a ser integrada como atração turística cultural e que da união da indústria com o turismo nasça a reinvenção de um produto e a revitalização do território tendo como missão a participação da comunidade na concretização do produto turístico.

Prat (2014) adiciona ainda que, atualmente, e perante a crescente competitividade dos destinos, o turismo cultural emerge como produto distintivo pelo aproveitamento que se faz, sendo uma das ramificações assente no turismo industrial. Este acrescenta valor turístico ao território e ao seu património industrial. O conceito une a cultura local, a criatividade e a indústria e torna-se cada vez mais relevante ao destacar ligações importantes entre a cultura, a novidade e a autenticidade a par com experiências industriais.

2.2 Património industrial e identidade

Dependendo da área de conhecimento a aplicar o conceito de identidade pode ser descrito de várias formas o que acaba por se consagrar num dos grandes desafios de uma revisão da literatura. Por um lado Castells (1999, citado por Almeida 2018) aborda identidade como a experiência e o significado provenientes de um povo, já Bauman (2005, citado por Almeida 2018), aponta para a construção contínua da identidade fruto da evolução da sociedade. Liu & Cheng (2016) abordam também o conceito de identidade focando a relação como as pessoas se integram num espaço social e como estas, num determinado espaço, tentam destacar-se como únicas. Não podemos, no entanto, esquecer que o encontro de todos estes conceitos é o que define um lugar e que qualquer território tem elementos ou características específicos que os identificam e distinguem dos demais, não obstante essas características não serão fixas, pelo que, Almeida (2018) destaca que tendencialmente existe facilidade de integração de novas ideias e valores, de aprendizagem e também a inclusão de novos símbolos. De igual modo o património industrial está fortemente ligado à relação que existe entre a identidade cultural, a própria pessoa e a comunidade envolvente e assume-se como um veículo de partilha de conhecimento através do turismo apoiado no processo de globalização.

O património industrial é parte integrante da cultura que, por sua vez, é uma das bases do turismo. Richards, (2011), relaciona a criatividade ao turismo cultural destacando que a tendência

sugere que as pessoas utilizem o seu tempo de lazer para experienciar a cultura de um local. O mesmo autor (2007) destaca ainda que o turismo cultural está, cada vez mais, a afirmar-se como um produto da experiência na qual a visita é apreciada não só pelo seu valor, mas também em função das características do lugar. Sendo que o património industrial está intimamente relacionado à história de vida, às memórias e histórias dos locais e a mudanças sociais (Ticcih, 2012, p. 5 – citado por Várgas-Sanchez, 2015 p. 227), a experiência cultural e patrimonial nunca estará dissociada da identidade local. Posto isto, o uso da identidade de forma criativa trará uma participação ativa e interação na experiência tornando-a mais autêntica. Afinal, para que uma experiência seja memorável há que viver as histórias, são as histórias das comunidades locais, as suas tradições culturais e as histórias contadas pelos locais que são representativas de um lugar.

Na perspectiva produtivista, a ideia de "espaço" substituiu a ideia de "lugar" através da dissolução dos elementos que constituem a complexidade territorial e a identidade (Choay, 2007). Com base nessa ideia, Liu, Zhao e Yang (2018, p. 210), definem o património industrial como compreendendo "o ciclo contínuo de espaço multi nível que carrega a memória da época industrial, incluindo tecnologia, elaboração, criação, locais, fábricas, e processos relacionados com a indústria". Desta feita é relevante notar que a herança industrial incorpora quer o património intangível quer o tangível (Liu, Zhao & Yang, 2018; Polyxeni et al., 2009).

Vários artigos, estudos de caso e estudos de territórios têm demonstrado que o turismo industrial é um agente de mudança cultural e social (Vargas-Sánchez, 2015; Xie, 2006) sendo propiciador de regeneração do património industrial dissoluto. Na Catalunha, Espanha, por exemplo, antigas instalações de indústria de comida e bebida abandonadas tornaram-se um recurso turístico, em parte devido a sua estrutura arquitetônica (Forga & Valiente, 2017).

Apesar de todos os elementos que constituem um território e uma comunidade serem distintivos desse lugar é a identidade que faz com que estes lugares se diferenciem dos demais. É neste âmbito que surgem outros conceitos fundamentais: a autenticidade e assunção identitária. (Malheiros, Lourenço & Almeida, 2016, p. 72)

Cabe então discutir a noção de autenticidade, Wang (1999) aborda o conceito de autenticidade da experiência pela esfera do turismo identificando o que considera ser as tipologias de autenticidade: a autenticidade objetiva, construtiva e existencial. A primeira refere-se à autenticidade dos originais tais como artefatos expostos em museu e reconhecidos pelos

visitantes como autênticos e genuínos. A segunda noção de autenticidade foca mais o turista e menos o objeto, sendo esta o resultado da construção social, o que MacCannel (1997 citado por Wang 1999) define como autenticidade “encenada” ou representada. O turista assume como autêntico o que é construído para tal. Em comparação com as primeiras duas a autenticidade existencial está relacionada com a percepção que o próprio turista tem da autenticidade e que apela aos sentimentos e emoções pessoais do turista por meio de envolvimento nas experiências, esta não existe nos objetos, mas no próprio turista, então, “importará investigar atributos identitários que são resgatados pelo turista em contextos de experiência global do destino”. (Almeida, 2018, p. 415)

Mathisen (2013) afirma que as emoções e a cognição são influenciadas pela participação ativa na experiência, mas mais especificamente que este tipo de participação vincula a autenticidade existencial e a percepção de valor pessoal. Em sequência disto destaca-se a autenticidade existencial como um fator determinante das experiências associadas ao património industrial. Xie (2006), dentro da temática de turismo de património industrial, adverte que o desenvolvimento de um turismo bem-sucedido necessita de uma percepção comum da comunidade. Desta feita, o desenvolvimento sustentável de territórios de património industrial poderá também estar assente na autenticidade objetiva perspectivada por Wang (1999).

Vários autores referem a autenticidade como um atributo do património industrial (Cohen, 1988; Leary & Sholes, 2000), essa autenticidade manifesta-se por meio da cultura e identidade das comunidades locais de acolhimento e deve materializar-se na experiência turística, nomeadamente pela sua participação ativa no património histórico-cultural material e imaterial. Xie (2006) refere-nos que as cinco componentes mais importantes do turismo de património industrial englobam: a cultura para se relacionar com o passado; física para apresentar autenticidade; produto para apelar aos turistas; experiência para reviver a história; e sustentabilidade de envolver a participação dos agentes abrangidos. Já Wang (1999) destaca, essencialmente, a crescente importância da “autenticidade existencial”, considerando que a ideia de estar/viver a experiência turística fomenta a criatividade do turista, ao invés do comportamento passivo dos consumidores de “experiências encenadas”. À semelhança, Handler & Saxton (1988, p.243) referem que “para que haja uma experiência autêntica é necessário que os indivíduos se sintam ligados ao mundo real e a si mesmos”.

Prat y Cànoves (2012), aquando do estudo de património industrial no *Ecomuseu de La farinera*, distinguem algumas vantagens da revitalização do património industrial, entre elas, a recuperação da identidade local, a conservação completa dos espaços industriais, tanto exteriores como interiores, a sua utilização quer por turista e visitantes quer por residentes. Da mesma forma, pesquisas recentes mostram que, atualmente, o turismo está assente em características tais como a autenticidade e a experiência que permita o envolvimento emocional do turista, assim, e segundo Almeida (2014), será importante estratificar fatores que possam estar em concordância com as necessidades do turista e que intensifiquem a experiência.

Para Almeida (2010, p.40)

é importante analisar quais os mecanismos que podem ser desencadeados em sistemas turismo para dar origem a novas atitudes coletivas para a Assunção de identidade, que de alguma forma pode resultar em turismo sustentável e ofertas diferenciadas, assim refletindo a diversidade concentrada do território português.

Considerando que o território português tem fortes representações industriais, a reconstrução do passado industrial é um fator sobejamente importante uma vez que proporciona ao visitante um envolvimento mais intenso e autêntico ao mesmo tempo que tem uma experiência objetiva associada à cultura do local.

A aposta no turismo industrial em Portugal tem sido trabalhada para dar a conhecer os processos de produção por detrás de alguns objetos de uso comum na nossa sociedade, entre estes os chapéus, os sapatos ou ainda os lápis. Considerando estes exemplos, e com base em pesquisa documental, verifica-se que em Portugal o município que mais tem trabalhado este segmento turístico é São João da Madeira, um concelho que se constitui de um histórico tecido industrial e que tem apostado fortemente no turismo industrial como forma de dinamizar o município conservando e impulsionando a identidade local ao mesmo tempo que apela ao envolvimento da comunidade local.

Localizado a Norte de Portugal o município de São João da Madeira é reconhecido como pioneiro no país neste tipo de oferta. O turismo industrial tem vindo a ser promovido no município desde 2012 e, mais recentemente, em 2017 apresenta o que denomina de Turismo Industrial Criativo. Este é promovido através de rotas assentes numa participação colaborativa proporcionando ao turista um conjunto de experiências e partilhas que, através do envolvimento

com a comunidade local, oferecem ao turista a oportunidade de vivenciar o dia-a-dia das pessoas de uma região marcadamente industrial. Esta nova variante complementa a oferta inicial de visitas quer ao património local quer à indústria viva.

Para que isto seja exequível sublinha-se a necessidade, no entender de Almeida (2018, p.410), de “diagnosticar atributos identitários que se consubstanciem em fatores intensificadores da experiência turística” ao mesmo tempo que esta compreensão dos atributos será essencial “no âmbito da exportação de valores a património imaterial”. (Almeida 2018, p.414).

3 Procedimentos metodológicos

Este estudo propõe uma análise de artigos científicos indexados e nesta ótica foram efetuadas pesquisas, durante o mês de abril de 2019, na plataforma “ScienceDirect”, com o intuito de selecionar os artigos a analisar. Para o efeito definiu-se, no campo article title, abstract, keywords, a seguinte combinação das palavras-chave: “Industrial tourism” OR “industrial heritage” AND “Identity”, esta combinação devolveu 82 resultados. Com o intuito de abranger outros conceitos também importantes na revisão da literatura proposta procurou-se ainda combinar “Industrial tourism” OR “industrial heritage” AND “authentic*”, desta pesquisa obtiveram-se apenas 24 resultados. Após verificação das entradas excluíram-se artigos repetidos, e, nesta mesma fase, traz uma análise cuidada dos resumos apresentados, selecionaram-se os artigos que mostraram maior relevância para o estudo em questão, foram excluídos os *conference reviews* por não se apresentarem pertinentes. Foram igualmente excluídos os artigos aos quais não se teve total acesso. Ainda assim, após revisão dos artigos, percebeu-se a necessidade de fazer nova pesquisa a incidir apenas na autenticidade e na identidade no turismo e que não limitasse aos artigos de turismo industrial ou de património industrial. Desta forma procurou-se ter uma melhor percepção e contextualização dos conceitos.

4 Análise e discussões

A indústria e os elementos patrimoniais industriais refletem a identidade cultural e não devem de ser entendidos como isolados, mas como um conjunto de elementos relacionados que

dão “vida” a antigos espaços industriais abandonados.

Não obstante, existe uma lacuna entre os recursos culturais e industriais existentes e produtos turísticos que daí possam advir. Neste sentido, o desafio é o de transformar recursos patrimoniais industriais em produtos turísticos que se centrem numa experiência capaz de passar valor cultural através de atributos chave tal como os elementos identitários. Benito Del Pozo (2012) refere-nos que, atualmente, o património industrial é essencialmente um recurso económico com visibilidade futura, mas descarta a emoção, a criação de novas identidades e a ligações ao passado. Sendo que a transformação destes restos mantém vivo um passado não muito distante e pode converter-se num motor de desenvolvimento económico mediante políticas que incentivem a reutilização cultural, há necessidade de retificações e articulações para melhor integrar a identidade, a emoção e a experiência no produto. Nesta ótica sublinha-se a necessidade de criar sinergias entre os sectores-chave envolvidos: cultura, turismo e empresas, bem como de estimular o envolvimento da comunidade local para possibilitar a oferta turística integrada assente na identidade. A apropriação simbólica da realidade vai para além da competição e assume pretextos de partilha e de convergência de vantagens mútuas entre turistas e comunidades locais visitadas. (Almeida, 2016, p. 280). Ainda assim, de acordo com os artigos analisados, percebeu-se que o turismo industrial contribui para a proteção do património ao mesmo tempo que ajuda a fortalecer a identidade local e regional e traz mais-valias a nível ambiental, económico e social ao conduzir a benefícios para a comunidade. (Otgaar, 2012).

A nível socioeconómico Portugal destaca-se pela sua força industrial o que abre portas ao surgimento de um novo produto turístico, o Turismo Industrial. Se por um lado se começa a observar em regiões desindustrializadas de Portugal uma forte aposta na recuperação do património industrial, essencialmente material, através de museus ou rotas de património industrial, por outro dever-se-á prospectar, como desafio, a utilização de mais fábricas em laboração, que pela sua importância histórica e cultural sejam passíveis de implementação de uma experiência que reflita a identidade com recurso ao património industrial da região, não só material, mas também imaterial. Esta medida acarretaria benefícios quer económicos quer socioculturais ao favorecer o envolvimento da comunidade local e ao promover o produto nacional, garantido, desta feita, a sustentabilidade do território.

5 Considerações finais

Uma vez que o turismo industrial é, na atualidade, reconhecido como um motor de desenvolvimento de um território tentou-se, nesta investigação, contribuir para um melhor entendimento da literatura existente no património industrial, uma tipologia de turismo ainda pouco conhecida e estudada em Portugal e, como tal, com pouca procura da parte do turista. As pesquisas incidiram nos tópicos de estudo do interesse do investigador e permitiram aprofundar o conteúdo e o escopo de artigos, pelo que esta revisão servirá para alavancar uma investigação qualitativa futura. Com a concretização deste estudo espera-se poder contribuir para a elaboração ou reestruturação de produtos que sirvam para fomentar o turismo em regiões industrializadas de Portugal, ao analisar os instrumentos já adotados e ao avaliar os pontos fortes e fracos com vista à sua melhoria.

Josen-Verbeke M. (1999) destaca que as tendências de mercado apontam para produtos baseados no património cultural, pelo que o turismo industrial, na sua forma de património tem um enorme potencial para beneficiar o turismo. O desafio é transformar recursos industriais em produtos turísticos que reflitam a identidade local ao mesmo tempo que permaneçam autênticos consubstanciando-se na autenticidade existencial (Wang 1999). Ainda assim, considerando a clara objetividade de alguns produtos de turismo industrial podemos considerar que a identidade associada ao turismo industrial pode resultar numa experiência autêntica abarcando e correlacionando as várias noções de autenticidade referidas anteriormente, a objetiva, a construtiva e a existencial (Wang, 1999). Partindo deste pressuposto, o turismo industrial deverá ser entendido numa lógica de complementaridade com outros produtos turísticos de participação ativa e interação na experiência.

Importa frisar que se impõem novos desafios aos territórios industrializados com a redefinição do papel da indústria. De acordo com o sítio de internet do turismo industrial do município de São João da Madeira, a cidade tem verificado um aumento considerável de visitantes de turismo industrial e o município tem-se afirmado, quer a nível nacional quer internacional, como um território de referência para um turismo industrial diversificado e inovador. Nesta perspectiva destaca-se a necessidade premente de investigação aplicada em Portugal para que esta oferta turística se alargue a outros territórios seja através de empresas

operacionais ou empresas não operacionais, dando oportunidade ao país de melhorar a imagem industrial e simultaneamente melhorar a qualidade de vida da comunidade onde estão inseridos

Referências

- Alanen, A. & Melnick, R. (2000). *Preserving cultural landscapes in America*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Alfrey, J. & Putnam, T. (1992). *The Industrial Heritage: Managing Resources and Uses*. London: Routledge.
- Almeida, A.S.A. (2018). Decomposição identitária e intensificação da experiência turística – entre a emancipação local e a integração internacional. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 5(2).
- Almeida, A.S.A (2014). A Animação turística e o processo de intensificação da experiência no destino - o papel dos fatores intensificadores da experiência turística. In *Animação sociocultural, turismo património, cultura e desenvolvimento local*. Intervenção - Associação para a promoção e divulgação Cultural – Chaves.
- Almeida, A. S. A. (2010). The inter-community competition as a factor for sustainability and differentiation of tourism product – the case of National Park of Peneda Gerês. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1), 39-50.
- Baines, C. (2012) *The Wild Side of Town in Urban Wildscapes* by Anna Jorgensen and Richard Keenan. Routledge, London.
- Benito del Pozo, P. & González, P. (2012). Industrial Heritage and Place Identity In Spain: From Monuments To Landscapes. *The Geographical Review*, 102(4): 446-464.
- Benito del Pozo, P. (2002). Patrimonio industrial y cultura del territorio. *Boletín de la AGE* (Madrid), 34, 213-227.
- Câmara Municipal de S. João da Madeira. (2019). *S. João da Madeira*. Consultado em 15 de julho 2019 em <http://turismoindustrial.cm-sjm.pt/>.
- Cardoso, V. (2012). Turismo industrial – uma abordagem metodológica para o território. *Revista Turismo & Desenvolvimento / Journal of Tourism and Development*, n.º especial 1, 37-59.
- Cordeiro, J. (2012). Oportunidades e fragilidades do turismo industrial. *Revista Turismo & Desenvolvimento / Journal of Tourism and Development*, n.º especial 1, 9-18.
- Cordeiro, J. (2017). A Norma de Qualidade e os desafios que se colocam ao turismo industrial, *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 30, 6-17.

- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386.
- Direcção Geral do Património de Portugal. (s.d.). *Património Industrial*. consultado em 15 de julho 2019 em <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/itinerarios/industrial/>
- Frew, E. (2000). *Industrial tourism: A conceptual and empirical analysis*. PhD Thesis, Victoria University.
- Forga, J. & Valiente, G. (2017). Cultural change and industrial heritage tourism: material heritage of the industries of food and beverage in Catalonia (Spain), *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(3): 265-
- Hospers, G. J. (2002). Industrial Heritage Tourism and Regional Restructuring in the European Union', *European Planning Studies*, 10(3), 397–404.
- Handler, R., & Saxton, W. (1988). Dyssimulation: Reflexivity, narrative, and the quest for authenticity in “living history.” *Cultural Anthropology*, 3(3), 242–260.
- Jansen-Verbeke, M. (1999). Industrial heritage: A nexus for sustainable tourism development. *Tourism Geographies*, 1(1), 70–85.
- Jansen-Verbeke M.; Priestley, G. y Russo, A.P. (eds.) (2008). *Cultural Resources for Tourism: Patterns, Processes and Policies*. Hauppauge, NJ: Nova Science.
- Kalogri, P., Margariti, F., & Tsokopoulos, V. (1986). The industrial archeology in Greece: A first approach, *Archeologia & Technes*, 18(1986).
- Leary, T., & Sholes, E. (2000). Authenticity of place and voice: Examples of industrial heritage preservation and interpretation in the US and Europe. *The Public Historian*, 22(3), 49–66
- Liu, F., Zhao, Q. & Yang, Y. (2018). An approach to assess the value of industrial heritage based on Dempster–Shafer theory. *Journal of Cultural Heritage*, 32(2018): 210–220.
- Liu, Y. & Cheng, Y. (2016). Place Identity: How Tourism Changes Our Destination. *International Journal of Psychological Studies*, 8(2): 76-85.
- Malheiros, A. P., Lourenço P. C. & Almeida, ASA (2016). Some contributions to the assumptive identity of Portugal’s jewish heritage – the case of Belmonte. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 43, 69-88.
- Mathisen, L. (2013). Staging natural environments: A performance perspective. *Advances in Hospitality and Leisure*, 9, 163–183.
- Otgaar, A.H.J. (2012). Towards a common agenda for the development of industrial tourism. *Tourism Management Perspectives*, 4, 86–91.
- Otgaar, A., Berg, L. van den, Berger, C. & Xiang Feng, R., (2010). *Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise*. Euricur Series, Aldershot: Ashgate

- Pardo Abad, C. J. (2004). La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. *Treballs de La Societat Catalana de Geografia*, 57, 7–32.
- Prat, J. M. y Cànoves, G. (2012). El patrimonio industrial como dinamizador del territorio: El caso del ecomuseo La Farinera, en Castelló d’Empúries (Cataluña). *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 58 (1), 79-100.
- Prat, J. M. y Diaz, S.I (2014). La repetición de visitas en el turismo industrial. Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales en el Bages y el Berguedà. *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 60 (2), 349-368.
- Polyxeni M, Papachristopoulou M, Dimitrios & Spyridon P (2009). Industrial Heritage Tourism as a Special Interest Tourism Form. The case of the Prefecture of Magnesia in Greece, 10th International World Cultural Tourism Conference 2009, 13th – 15th November 2009, Bangkok, Thailand, In Conference proceedings, 479-493
- Handler, R. & Saxton, W. (1988). Dissimulation: Reflexivity, Narrative, and the Quest for Authenticity in "Living History". *Cultural Anthropology*. 3. 242-260
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.
- Richards, G. (2007). *Cultural tourism: global and local perspectives*. Haworth Hospitality Press.
- Richards, G. (1996) *Cultural Tourism in Europe*. Cab international, Wallingford.
- Vargas-Sánchez, A. (2015). Industrial Heritage and Tourism: A Review of the Literature. In E. Waterton & S. Watson (Eds.), *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research* (pp. 219-233). London: Palgrave Macmillan.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2): 349-370.
- Xie, P. (2006). Developing industrial heritage tourism: A case study of the proposed jeep museum in Toledo, Ohio. *Tourism Management*, 27:1321-1330. 10.1016/j.tourman.2005.06.010.
- Xie, P. F. (2015). *Industrial Heritage Tourism*. Bristol: Channel View Publications.

Artigo recebido em: 03/09/2019

Avaliado em: 02/10/2019

Aprovado em: 02/10/2019