

O turismo militar e a ativação turística do património: Conceitos, perspetivas e tendências

JOÃO PINTO COELHO * [joao.pinto.coelho@ipt.pt]

LUÍS MOTA FIGUEIRA ** [lmota@ipt.pt]

CARLOS COSTA *** [ccosta@ua.pt]

Resumo | Tem-se verificado publicamente no panorama internacional, tanto ao nível académico como no setor empresarial, assim como nas agendas governamentais de diferentes países, a atribuição de uma maior notoriedade a questões relacionadas com a possível articulação entre o turismo e o património. Este fenómeno revela, de forma aparente, o interesse em aprofundar e validar transversalmente as possibilidades e limites desta relação, potenciando-a, de forma sustentável, económica e social eficiente, para benefício das comunidades, das organizações e dos territórios. Assim, verifica-se como pertinente compreender e classificar o nível desta relação, quer pelo lado do setor do turismo, quer pelo lado do setor do património. Neste estudo, discute-se a emergência e a afirmação de novos produtos turísticos desenvolvidos e operacionalizados com base na aplicação do património material e imaterial, destacando, como estudo de caso, o turismo militar. Para tal, serão teoricamente aprofundadas questões relativas ao tema proposto, com enfoque no caso da ativação turística do património, e quais as suas implicações na estratégia turística nacional.

Palavras-chave | Turismo militar, Turismo cultural, Património, Ativação turística, Estratégia turística.

Abstract | There has been publicly verified in the international sphere both at the academic level as in the business sector, and well as in Governmental agendas of several countries, the allocation of a greater notoriety to issues related to the possible relationship between tourism and heritage. This phenomenon appears to reveal a growing interest in studying and validating at different levels the possibilities and limitations of this bond. Thus, this bond can be boosted in sustainable and efficient ways, both at economic and social levels, for the benefit of the communities, associations, organizations and regions. In this way it is shown the pertinence of understanding and classifying this relationship both from the tourism's and the heritage's point of view. This study discusses the emergence and affirmation of new tourism products, developed and operationalized on the basis of the application of material and immaterial heritage. By conducting a case study, emphasis has been specifically put on the military tourism. For this reason, issues related to the proposed theme will be theoretically and in-depth analysed, focusing on the touristic activation of heritage and on the effects that may arise from this activation to the national tourism strategy.

Keywords | Military tourism, Cultural tourism, Heritage, Touristic activation, Tourism strategy.

* **Doutorando em Turismo** na Universidade de Aveiro. **Técnico Superior** do Instituto Politécnico de Tomar.

** **Doutor em História da Arte** pela Universidade de Coimbra. **Professor Coordenador** da Escola Superior de Gestão de Tomar do Inst. Politécnico de Tomar.

*** **Doutor em Turismo** pela Universidade de Surrey. **Professor Catedrático** da Universidade de Aveiro e Membro da GOVCOPP.

1. Introdução

Verificando que a cultura é um dos recursos de maior expressão e atratividade na atualidade do panorama turístico europeu (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, 2009), reconhece-se que o consumo turístico de bens patrimoniais, quer materiais quer imateriais, é, antes de todas as inúmeras possibilidades de definição e caracterização, uma forma específica de turismo (McKercher & Du Cros, 2002). Assim, importa ter presente que, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003), existem inúmeros condicionantes que afetam diretamente a motivação do turista em realizar uma atividade turística, assim como uma diversidade de atrativos que incita e justifica a existência de diferentes tipos de turismo.

Decompondo a articulação entre o turismo e o património, entende-se que a operacionalização deste binómio é dinâmica, no que concerne aos efeitos da procura e da oferta, sobre as suas envolventes diretas e indiretas. Nomeadamente, em sentido lato, quer pelo vasto espólio de bens patrimoniais, com características singulares, existente em diferentes territórios, como pelas forte expressão de novas tendências no universo dos consumidores, importa clarificar o posicionamento desta relação. Consta-se, assim, que o futuro encarregar-se-á, certamente, de exigir uma alteração à natureza dos atuais produtos turísticos (Goeldner & Ritchie, 2006) e, em sentido mais restrito, no que concerne às tendências dos novos consumidores, existe um novo conjunto de produtos turísticos a assumirem-se enquanto tendências emergentes na indústria turística, nomeadamente o turismo patrimonial e cultural (Buhalis & Costa, 2006). Desta forma, assume-se como inequívoco que existe uma relação entre o turismo, a cultura e o património (Costa, 2005), cuja correta articulação reúne condições aparentes para potenciar o sucesso da atividade turística em todas as suas dimensões.

Nesta lógica, pretende-se com este artigo analisar a relação entre o turismo e o património,

evidenciando, através de enunciados teóricos, quais as possibilidades e limites desta interação, assim como contextualizar o processo de ativação turística aplicado ao turismo militar.

2. Metodologia

O presente estudo foi desenvolvido com base em evidências empíricas, resultantes da verificação de inúmeros desenvolvimentos políticos, económicos, sociais e culturais, nacionais e internacionais, ocorridos ao longo dos últimos cinco anos, aquando do desenvolvimento de temáticas e de projetos técnico-científicos, intrinsecamente associados à temática 'turismo militar' e aos seus autores. Tais factos, quando integrados na atual conjuntura nacional e internacional, são observados enquanto indicadores favoráveis para a realização de uma verdadeira aposta estratégica no desenvolvimento de relações e condições (Moreira, 2011) que privilegiem e efetivamente despoletem uma conexão entre o turismo, património e cultura, no espaço lusófono (Lopes, 2011).

Neste sentido, considerando que a ativação do património que serve o turismo, nomeadamente enquanto elemento de afirmação e dinamização, solicita metodologias de abordagem holística aceitáveis e com efeitos em ciclos longos, o presente estudo opta por se centrar nos tópicos teóricos que, numa proposta desta natureza, podem ser entendidos como pertinentes para a investigação.

Nessa ótica de investigação e considerando-se que o objeto de estudo é compósito, na medida em que se trata da articulação entre o turismo e o património, com enfoque no turismo militar, considera-se a eventualidade de se ter que adotar esquemas metodológicos, comprovadamente utilizados anteriormente, e o acervo de conhecimento científico apurado, quer em autores clássicos quer em autores emergentes, assim como através de documentos orientadores e normativos, que se entendem como

referências obrigatórias. Pretende-se, assim, contribuir teoricamente com a problemática em questão, assumindo na circunstância a não utilização de dados empíricos, que certamente contribuiriam para a validação quantitativa do presente conteúdo, assim como a não apresentação de marcas turísticas ou de projetos territoriais associados ao tema, pelo facto deste enunciado prender-se a uma fase exploratória e teórica do estudo.

Investigar neste domínio, atendendo ao facto de existir produção editorial no domínio militar, que aborda com deficiência a componente turística, e do lado do turismo existir pouca produção bibliográfica sobre a componente militar na organização de produtos turísticos, significa, portanto, responder não apenas à necessidade de produtos e de redes, mas também, à necessidade de gerar novo conhecimento necessário a essas mesmas operacionalizações. A revisão da literatura é, sobre esta matéria, conclusiva.

3. A relação entre o turismo e o património

Ao iniciar-se uma análise da relação entre o turismo e o património, na ótica de desenvolvimento de produtos e atividades turísticas, considera-se que o processo operacional resulta no 'turismo patrimonial'. Buhalis e Costa (2006) sinalizam o turismo patrimonial como uma das principais tendências da procura, associadas ao universo dos novos e emergentes consumidores.

No entanto, para analisar-se o binómio em estudo há que compreender que o turismo patrimonial assume-se como uma oportunidade de figurar o passado no tempo presente (Chhabra, Healy & Sils, 2003; Ho & Mc Kercher, 2004; Nuryanti, 1996).

Constata-se, assim, que o património é uma das componentes do turismo onde se verifica um crescimento acelerado, assim como o desenvolvimento de investigações realizadas sobre a sua própria indústria – indústria patrimonial (Poria,

Butler & Alrey, 2003), se tem intensificado. Poria et al. (2003) adiantam também que a literatura global apresenta referências e dados sobre o fornecimento, sobre a exploração e sobre a gestão do património, no âmbito do turismo patrimonial, e que não tem sido atribuído relevância à componente da procura patrimonial, ou do turismo patrimonial.

No âmbito da procura do turismo patrimonial, Chhabra et al. (2003) considera que ele responde ao desejo de inúmeros turistas de experimentarem e consumirem paisagens, artes, gastronomia, artesanato e atividades participativas, não só representativas do passado, mas também com a possibilidade de serem consideradas atuais. Os mesmos autores (2003) referem ainda que do ponto de vista da oferta, o turismo patrimonial pode ser interpretado com uma ferramenta para o desenvolvimento económico local, promovido por ações governamentais ou privadas.

Conforme refere Hampton (2005), a existência de atrações patrimoniais num determinado local gera, de igual forma, benefícios e custos. Segundo o mesmo autor, é determinante ter em consideração as comunidades locais residentes na área de uma atração turística patrimonial ou as comunidades mais próximas de uma atração turística com a mesma natureza. A Carta Internacional do Turismo Cultural (*International Council of Monuments and Sites* (ICOMOS), 1999), aliás, apresenta uma vasta observação sobre o fenómeno de 'turistificação' dos lugares, definindo princípios para a sua implementação ao nível mundial.

O recurso ao património, no âmbito do desenvolvimento de produtos de turismo patrimonial, quando composto por objetivos associados ao desenvolvido económico, carece de uma articulação ao nível do planeamento com a política económica local, e com os supra-planos já existentes de cariz nacional, regional ou local (Hampton, 2005).

Ao assumir-se que o turismo patrimonial – ou seja, a ativação da relação existente entre o turismo e património – resulta na reinterpretção do passado (Nuryanti, 1996), torna-se evidente a

necessidade de compreensão e de verificação de qual o posicionamento desta realidade no âmbito do desenvolvimento económico de destinos. Contudo, ao constatar-se que o desenvolvimento de produtos turísticos de índole patrimonial reúne condições para despoletar um aumento de tempo de permanência dos turistas num determinado local (Snowball & Courtney, 2010), verifica-se que a relação entre o turismo patrimonial e o desenvolvimento económico de destinos pode ser interpretada como um objeto de estudo pertinente e determinante para o futuro, no âmbito do desenvolvimento sustentável da atividade turística.

4. A ativação turística do património

Conforme refere Nuryanti (1996), o turismo patrimonial proporciona a possibilidade de se experimentar o passado através de inúmeras formas de interpretação, independentemente do espaço e do tempo presente. Assim, Kausar e Nishikawa (2010) complementam que é possível constatar que os monumentos com maior significado cultural são verdadeiros atrativos turísticos, no âmbito do turismo patrimonial.

Ho e McKercher (2004) identificam os recursos turísticos patrimoniais como mais complexos do que a maioria dos bens ou serviços existentes na atividade turística. Estes autores contribuem, igualmente, com a contextualização e afirmação da necessidade da gestão da exploração dos bens patrimoniais.

Ao observar-se que “os recursos em sua forma original não são mais que a matéria-prima dos futuros atractivos” (OMT, 2003, p. 121), torna-se perceptível o grau de funcionalidade e de aplicação destes no fenómeno do turismo, mais propriamente na realidade da atividade do sistema turístico. Assim, ao entender-se recursos turísticos como meios, de natureza material ou imaterial, utilizados num processo de “transformação para a obtenção de bens ou serviços destinados à satisfação de necessidades

humanas” (Cunha 2008, p. 24), considera-se que a interpretação assume uma componente essencial ao processo de transformação de recursos em atrativos turísticos.

Para Jafari (2000), as atrações são mais do que um mero espaço ou um evento e só obtêm essa condição quando o sistema turístico em que se inserem assim o determinar. Esta afirmação permite compreender que recursos e atrativos não possuem o mesmo posicionamento no sector da atividade turística. É necessário realizar um processo de trabalho sobre o recurso turístico, de forma a este ser transformado em atrativo turístico. Desta forma, sublinha-se que é necessário não confundir recursos com atrativos (OMT, 2003) pois os recursos revelam-se como a base para o desenvolvimento da atração e, por sua vez, os atrativos como um componente de elevada importância para o sistema turístico.

Para Ignarra (2003) o conceito de atrativos turísticos é complexo, dado que a atratividade de certos elementos varia de turista para turista. No entanto, segundo o mesmo autor, os atrativos podem ser categorizados de forma diversificada e apresenta seis tipos de conjuntos de atrativos turísticos: (i) monumentos; (ii) sítios; (iii) instituições e estabelecimento de pesquisa e lazer; (iv) manifestações, usos e tradições populares; (v) realizações técnicas e científicas contemporâneas; e (vi) acontecimentos programados.

Com base na exposição das componentes detetadas como análogas em atrações de turismo cultural por McKercher e Du Cros (2002), segmento turístico passível de integrar o património em todas as suas expressões, determina-se que todas as atrações turísticas culturais parecem partilhar algumas características comuns. Este panorama permite aos autores deste artigo utilizar aqueles modelos de análise em ordem poderem avançar as suas hipóteses compreensivas, primeiro, e, eventualmente, também a gizarem linhas de construção do seu próprio modelo. Veja-se como a figura 1 expõe o modelo proposto por estes autores. De uma maneira geral, todos os casos de sucesso no domínio das atrações

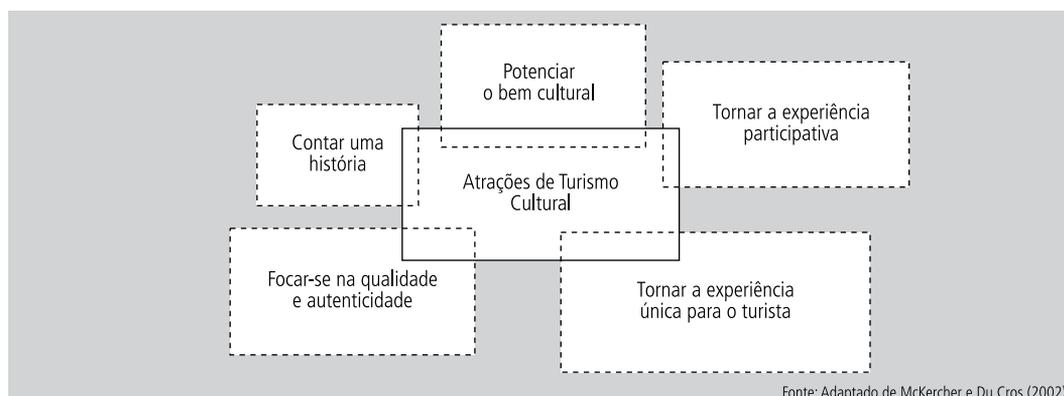


Figura 1 | Atrações de turismo cultural.

no turismo cultural contam uma história, conseguem atribuir uma carga de realidade ao recurso, fazem da ação uma experiência participativa, tendo em atenção que essa experiência tem de ser consumida e interpretada pelo turista como algo relevante e inesquecível e, toda esta ação, é orientada à qualidade e à autenticidade do recurso, do atrativo e de todo o processo.

Perante esta demonstração e admitindo que a interpretação pode ser considerada como uma estratégia de gestão turística, as definições de interpretação partilham três características comuns (Tilden, 1977; Jafari, 2000). Em primeiro lugar, a interpretação deve ser mais que uma mera forma de comunicação; em segundo lugar, deve procurar que os recetores percebam um espaço ou uma cultura sendo contextualizados com os conceitos de conservação, proteção e sustentabilidade e, por último, deve providenciar a informação necessária para encorajar, de um ponto de vista do consumo turístico, comportamentos turísticos mais apropriados e sustentáveis.

Considera-se, assim, que a ativação turística é um processo de transformação de recursos endógenos em atrativos turísticos, através da realização de procedimentos de estruturação da oferta no destino turístico, mediante ações de inventariação com identificação, classificação, apresentação/interpretação e adequação desses mesmos recursos à

fruição turístico-cultural nos seus vários segmentos de procura e orientada aos mercados (Coelho, 2011; Figueira, 2013).

Compreendendo que os atrativos assumem um papel preponderante na equação e funcionamento do sistema turístico (OMT, 2003) e tendo este aspeto como premissa fundamental da atividade turística, o turismo patrimonial, para uma articulada e sustentada aplicação, necessita deste processo de transformação de recurso em atrativo turístico. Então, compreendendo-se os recursos turísticos como elementos de base e indissociáveis de todo este processo, considera-se que a interpretação se pode posicionar como uma componente essencial ao processo de transformação de recursos em atrativos turísticos.

5. O turismo militar

Reconhecendo que o contacto com o passado é um dos resultados sempre presente nas diversas possibilidades de apresentação ao público do património, atribui-se a memória como um dos elementos indivisíveis de todo o processo de apropriação turística do património, tangível e intangível, e seus respetivos resultados concretos sobre as pessoas e sobre os objetos. É através do vasto e monumental

património material associado à história militar, e do património imaterial articulado ao percurso histórico e seus respetivos domínios sociais e culturais, que o turismo militar assume a memória enquanto parte integrante do seu processo de ação e integração na atividade turística.

Jones (2007), enquadrado no âmbito da evocação memorial, questiona-se como é que o património cultural material consegue evocar a memória. No contexto do património, atendendo às suas especificidades e ao seu estreito relacionamento com a história que evoca para se cumprir, constata-se que os objetos permitem uma revivência do passado (Jones, 2007). Assim, reconhece-se a relação estabelecida entre o objeto, enquanto ponto fixo vista numa perspetiva cronológica, e a pessoa, que através do seu próprio percurso temporal e quando em contacto com ele interage com a memória evocada. É assim que acontece com todos os objetos quando confrontados com a interpretação humana, sejam eles bens móveis ou imóveis. A evocação da memória é, neste sentido, a materialização do desejo de rever o passado.

Numa dimensão de património monumental, Choay (2008) refere, na sua teoria e a título de exemplo de objeto de memória, que a especificidade do monumento prende-se então, precisamente, com o seu modo de ação sobre a memória. A autora proporciona, assim, a afirmação do concreto relacionamento existente entre o património material e a memória. Winter (2011), ao estudar cemitérios de antigos combatentes da I Guerra Mundial (Bélgica e França), descreve o movimento turístico a esses mesmos espaços como um comportamento que perpetua a memória dos respetivos acontecimentos históricos. Admite-se, assim, que a memória, componente fundamental da prática e do desenvolvimento da compreensão do património, representa um papel indissociável da cultura material e é ativada por ela. Os testemunhos, por pouca evidência material que possuam, transportam esta energia mobilizadora.

Em sentido restrito, os princípios básicos do desenvolvimento turístico e do aperfeiçoamento

qualitativo associado à difusão de marcas territoriais acompanham lado a lado o incremento de diferentes formas de afirmação turística. O património afirma o turismo. Assim, recorrendo à História de Portugal e ao máximo de recursos a ela associados, agregando condições enquadradas nos atuais parâmetros de qualidade, explorando vertentes de entretenimento, de animação, entre outras, assim como com recurso à 'imagem militar do país' apresentada em diferentes áreas territoriais, é possível reforçar e criar novos polos de atratividade nacional e internacional.

Desta forma, ao apresentar-se o turismo militar, enquadrado como segmento do turismo cultural, enquanto objeto criado por uma ação organizada sob objetivos turístico-culturais para apropriação de recursos nacionais, nomeadamente de índole histórica e militar (Coelho, 2011), que após um processo de transformação se tornam atrativos turísticos (McKercher & Du Cros, 2002), verifica-se que este processo reúne condições para interagir, ativa e positivamente, com o território, com a comunidade (Goeldner & Ritchie, 2006; McKercher & Du Cros, 2002) e com as organizações (Figueira, 2013).

Numa análise nacional e no domínio da estratégia turística, a apresentação do turismo militar no *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Revisão do plano de desenvolvimento do turismo no horizonte de 2015* (Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2013) onde é identificado como um projeto dinamizador de destinos turísticos, suscita um desenvolvimento teórico e operacional do conceito, que permita, assim, a sua integração estratégica e operacional no reforço da imagem diferenciadora do destino Portugal. Este documento orientador revela que "existem em Portugal diversas instalações militares, ativas ou não, que demonstram um forte potencial de exploração turística, quer pelo seu significado histórico-cultural, quer pela possibilidade de construção na temática, de propostas integradas de experiências turísticas diferenciadas e características" e que estas podem-se traduzir num "fator de diversificação da nossa oferta e de mercado, mas também um fator de qualificação da

imagem do destino Portugal” (Turismo de Portugal, 2013, p. 60).

Como resposta ao desafio proposto pelo Ministério da Economia e do Emprego, através da enunciação do turismo militar na última revisão do Plano Estratégico Nacional do Turismo, destaca-se uma de várias iniciativas e de projetos académicos e empresariais iniciados para o efeito. Neste caso particular, a Carta Nacional do Turismo Militar, enquadrada neste preciso estudo, organizada pelo Instituto Politécnico de Tomar e pela Universidade de Aveiro, juntamente com a Brigada de Reação Rápida (Exército Português) e com a Câmara Municipal de Vila Nova da Barquinha, em parceria com o Ministério da Economia e do Emprego, Secretaria de Estado do Turismo, Secretaria de Estado da Cultura, juntamente com diferentes associações empresariais e associações de desenvolvimento local, surge para providenciar um contributo teórico que permita a fixação concetual do turismo militar e para, numa primeira fase, identificar e estruturar a cadeia de valor nacional para o cumprimento da operacionalização deste ‘projeto dinamizador de destinos turísticos’.

Face aos dados e resultados existentes, entende-se que, havendo vontade política e enquadramento científico e técnico, Portugal pode assegurar, com base nos recursos de índole histórica e militar, a valorização turística do seu território um plano de valorização de ativos memoriais militares, se souber aproveitar a parceria que se percebe como estratégica entre os decisores políticos, a instituição militar e o sector empresarial (Coelho, 2011).

6. Considerações finais

Tendo em consideração o espaço e o tempo em que este estudo é conduzido – num espaço europeu constituído por três prioridades essenciais para o desenvolvimento: crescimento inteligente, crescimento sustentável e crescimento inclusivo (Comissão Europeia, 2010), num tempo em que emerge uma aposta

na globalização positiva (Organização das Nações Unidas, 2000), tal como é encorajado o desenvolvimento do turismo sustentável e o investimento empreendedor no turismo cultural (United Nations, 2012) – admite-se que, tal como declarado na Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável (ENDS), a “cooperação para o desenvolvimento constitui um vetor essencial da política externa do país e a afirmação de Portugal como protagonista ativo no cenário internacional passará pela capacidade de aprofundar o binómio identidade nacional/pertença internacional” (Resolução do Conselho de Ministros n.º 109/2007, p. 5430). O sentido de pertença e o dever de memória são conjugações de uma mesma realidade: identidade cultural específica. Sem ela, a identidade nacional e, por extensão, a pertença universal aos valores da humanidade, é difícil de alcançar. Se a atividade do turismo é entendida como atividade da paz então esta questão da memória militar e sua fruição comportam também esse valor universalizante da conduta humana.

Tais factos e ilações, quando integrados na atual conjuntura nacional e internacional, são observados enquanto indicadores favoráveis para a realização de uma verdadeira aposta estratégica no desenvolvimento de relações e condições (Moreira, 2011) que privilegiem e efetivamente despoletem uma conexão entre o turismo, património e cultura, no espaço lusófono (Lopes, 2011).

Desta forma, constata-se, igualmente, que os museus militares, as recreações históricas, os campos de batalha, entre outros recursos patrimoniais, eventos e ações de animação associados à temática patrimonial, têm determinado que o turismo é um dos meios que a sociedade em geral possui para redescobrir conflitos militares resolvidos (Weaver, 2011). Poder-se-á, assim, dentro do domínio da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa, associar-se aos propósitos dos atuais Governos, exercitando diplomacias, tipificadas a uma soberania em crise as soluções possíveis. A criatividade é umas das variáveis que, nessa lógica, pode servir a paz, como estratégia e mote da mudança (Moreira, 2011).

As conclusões retiradas, até ao momento, deste estudo levam os autores a considerar que o turismo militar requer um processo de ativação patrimonial de natureza intrínseca a este domínio da cultura material e imaterial, dada a reserva do 'objeto' militar e a abordagem de operacionalização turística que ela exige.

Como se poderá observar pelos autores compilados e pela reflexão realizada, é importante considerar-se como síntese que este subsector do turismo militar deve ser sustentado numa metodologia de organização e de consumo de produto, que possa compaginar as exigências do turismo com as exigências do exercício militar quotidiano. Esta simples constatação conduz, inevitavelmente, à colocação de novas possibilidades e de limites que após esta revisão bibliográfica se afiguram, certamente, como determinantes.

Tendo em consideração a atual realidade nacional, o desenvolvimento de sinergias neste domínio, não deve ser interpretado como uma questão de mera vontade política, mas sim, entre outras, como uma questão de sobrevivência (Figueira, 2007).

Referências bibliográficas

- Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Chhabra, D., Healy, R., & Sils, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.
- Choay, F. (2008). *Alegoria do património*. Lisboa: Edições 70.
- Coelho, J. P. (2011). *Turismo militar como segmento do turismo cultural: Memória, acervos, expografias e fruição turística*. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Tomar, Tomar.
- Comissão Europeia [CE] (2010). *EUROPA 2020: Estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social*, XL(175), 279-295.
- Cunha, L. (2008). A avaliação do potencial turístico. *COGITUR – Journal of Tourism Studies*, 1(1), 21-40.
- Figueira, L. M. (2007). Património, identidade e turismo cultural: Abordagem ao caso da Golegã. *SUPERAVIT, Revista de Gestão & Ideias*, 1, 8-21.
- Figueira, L. M. (2013). *Manual para elaboração de roteiros de turismo cultural*. Tomar: Centro de Estudos Politécnicos da Golegã/Instituto Politécnico de Tomar.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (10th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hampton, M. K. (2005). Heritage, local communities and economic development. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 735-759.
- Ho, P. S. Y., & Mc Kercher, B. (2004). Managing heritage resources as tourism products. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(3), 255-266.
- Ignarra, L. R. (2003). *Fundamentos do turismo* (2^a ed.). São Paulo: Thomson Learning.
- International Council of Monuments and Sites [ICOMOS] (1999). *Carta Internacional do Turismo Cultural*. Cidade do México: UNESCO/ICOMOS.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge.
- Jones, A. (2007). *Memory and material culture*. UK: Cambridge University Press.
- Kausar, D. R., & Nishikawa, Y. (2010). Heritage tourism in rural areas: Challenges for improving socio-economic impacts. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(2), 195-213.
- Lopes, E. R. (2011). *Lusofonia: Uma questão estratégica fundamental para Portugal*. SAER, Edição Jornal Sol.
- Mc Kercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: Routledge.
- Moreira, A. (2011). *Da utopia à fronteira da pobreza*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S. A.
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 249-260.
- Organização das Nações Unidas [ONU] (2000). *Declaração do Milénio das Nações Unidas*. Lisboa: United Nations Information Centre.
- Organização Mundial do Turismo [OMT] (2003). *Turismo internacional: Uma perspectiva global*. (2^a ed.). Brasil: Bookman.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico [OECD] (2009). *The impact of culture in tourism*. France: OECD Publishing.
- Poria, Y., Butler, R., & Alrey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 109/2007 de 20 de agosto. Diário da República, 1.ª série, N.º 159. *Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável (ENDS) 2015*. Presidência do Conselho de Ministros.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2013 de 16 de abril. Diário da República, 1.ª série, N.º 74. Presidência do Conselho de Ministros.
- Snowball, J. D., & Courtney, S. (2010). Cultural heritage routes in South Africa: Effective tools for heritage conservation and local economic development?. *Development Southern Africa*, 27(4), 563-576.
- Tilden, F. (1977). *Interpreting our heritage* (3rd ed.). Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Turismo de Portugal, I. P. (2013). *Plano Estratégico Nacional do Turismo, Revisão e Objetivos 2013-2015*. Lisboa: Turismo de Portugal, I. P./Ministério da Economia e do Emprego.
- United Nations (2012). *Resolution no. 66/288: The future we want. 11 September 2012*. United Nations General Assembly.
- Weaver, A. (2011). Tourism and the military: Pleasure and the war economy. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 672-689.
- Winter, C. (2011). First World War cemeteries: Insights from visitor books. *Tourism Geographies*, 13(3), 462-479.