

Contributo dos Caminhos de Santiago para o desenvolvimento sustentável do Turismo, em Barcelos

Contribution of **Caminos de Santiago** to the **sustainable development** of Tourism, in Barcelos

FRANCISCO JOAQUIM BARBOSA GONÇALVES * [fjgoncalves@ipca.pt]

CARLOS COSTA ** [ccosta@ua.pt]

Resumo | Este artigo visa analisar o contributo do Caminho de Santiago para o desenvolvimento sustentável do turismo criativo, em Barcelos, um território que se assume como a capital do artesanato nacional e integra a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular. Argumenta-se que os Caminhos de Santiago contribuem para o desenvolvimento sustentável da indústria turística, designadamente o aumento da oferta hoteleira e de outras atividades turísticas, no território do Galo de Barcelos. A metodologia de investigação científica passa por métodos qualitativos e quantitativos, designadamente inquéritos por questionário aos visitantes e empresários da indústria turística local, para além de uma revisão da literatura e uma análise a documentos relevantes para este estudo. Os resultados deste estudo permitem concluir que o Caminho de Santiago emerge como a principal motivação para visitar Barcelos, seguido pelo património histórico e cultural e pelo Galo de Barcelos. Argumenta-se que a Câmara Municipal de Barcelos (CMB) deveria reconsiderar o seu plano de *marketing* turístico e a agenda de atividades culturais para potenciar em termos turísticos o facto de integrar a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO.

Palavra-chave | Caminho de Santiago, Desenvolvimento sustentável, Turismo, Património

Abstract | This article aims at analyzing the contribution of the Camino de Santiago to the sustainable development of creative tourism in Barcelos, a territory that assumes itself as the capital of national handicraft and belongs to UNESCO World Network of Creative Cities, in the category of Crafts and Popular art. It is argued that the Camino de Santiago contribute to the sustainable development of the tourism industry, namely the hotel supply growth and other tourist activities in the *Galo de Barcelos* territory. The methodology of scientific research uses qualitative and quantitative methods, namely

* **Doutor em Turismo** pela Universidade de Aveiro e **Professor-adjunto** na ESHT-IPCA

** **Doutorado em Turismo** pela Universidade Surrey (Reino Unido), **Diretor** do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo, **Professor Catedrático** na Universidade de Aveiro, **Investigador** no Centro de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP).

surveys by questionnaire to visitors and local entrepreneurs of the tourism industry, as well as a literature review and an analysis of relevant documents for this study. Accordingly, to the results of this study, it might be concluded that the Camino de Santiago emerges as the main motivation for visiting Barcelos, followed by the historical and cultural heritage and the *Galo de Barcelos*. It is argued that Barcelos City Council (CMB) should reconsider its tourism marketing plan and its cultural activities agenda in order to benefit from having been included in UNESCO's worldwide network of Creative Cities.

Keywords | Camino de Santiago, Sustainable development, Tourism, Heritage

1. Introdução

O tema deste artigo aborda o contributo dos peregrinos dos Caminhos de Santiago para o desenvolvimento sustentável do turismo, em Barcelos, que se apresenta como um ponto de passagem histórico nos Caminhos de Santiago medievais (Gonçalves, 2012). Aliás, no interior do Museu Arqueológico de Barcelos, encontra-se o Cruzeiro evocativo da lenda jacobea do milagre do galo de Barcelos, cujas gravuras “contam” o milagre de um peregrino salvo da forca atribuído ao Apóstolo São Tiago Maior (primo de Jesus Cristo, Deus feito Homem para os crentes cristãos). Este tipo de milagre é bastante frequente nos Caminhos de Santiago, mas Barcelos terá sido a única localidade em Portugal onde terá acontecido semelhante milagre (Pires de Lima, 1965).

Na década de 1960, o turismo associou esta lenda jacobea à peça de artesanato conhecida por Galo de Barcelos, surgindo, desta forma, uma tradição resultante de dois costumes ancestrais deste território, nomeadamente o fabrico de galos e a lenda jacobea. Assim, esta tradição e o património que lhe está associado, nomeadamente o Caminho de Santiago, o artesanato (galo e figurado de Barcelos), a gastronomia e o vinho verde (galo assado da lenda jacobea), a festa das Cruzes e a tradicional feira semanal apresentam-se, na atualidade, como as principais atrações turísticas de Barcelos, um território que se assume como a capital do artesanato nacional e integra a rede mundial

de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular (Costa & Gonçalves, 2016).

De acordo com a Carta Internacional do Turismo Cultural (ICOMOS, 1999, p. 2), o património cultural e natural, as diversidades e as culturas vivas dos territórios são as grandes atrações turísticas, na atualidade. Nesse sentido, com este estudo espera-se apresentar resultados que evidenciem o contributo dos Caminhos de Santiago para o desenvolvimento sustentável da indústria turística, designadamente o aumento da oferta hoteleira e de outras atividades turísticas no território do Galo de Barcelos. Aliás, este artigo tem como objetivo principal analisar o contributo do Caminho de Santiago para o desenvolvimento sustentável do turismo criativo, em Barcelos. Pretende-se, deste modo, responder à seguinte questão de investigação: qual é o contributo do Caminho de Santiago para o desenvolvimento sustentável do turismo criativo, em Barcelos?

Após definir a questão de investigação e o objetivo principal deste estudo, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: apresentar uma reflexão conceptual sobre os Caminhos de Santiago e o turismo criativo no âmbito do desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos; compreender as principais motivações dos visitantes que visitam Barcelos; descobrir se estão a fazer o Caminho de Santiago por motivação religiosa ou outra; descobrir como gostariam de aprender a lenda jacobea do milagre galo de Barcelos; descobrir como os vi-

sitantes gostariam de experienciar o Galo de Barcelos; descobrir quais são as atividades de animação turística que os visitantes gostariam de fazer, em Barcelos; descobrir como os visitantes e os empresários inquiridos caracterizam Barcelos; descobrir o que pensam os empresários locais da situação atual da indústria turística, em Barcelos, incluindo os impactos de consumo, nomeadamente o alojamento, a duração da estadia, os gastos em alojamento e outras despesas; finalmente, apresentar uma análise dos resultados e conclusões perante os dados obtidos através das respostas dos visitantes e dos empresários locais inquiridos.

Para responder aos objetivos deste estudo, a metodologia de investigação científica passa por métodos qualitativos e quantitativos, designadamente por inquéritos por questionário aos seus visitantes e aos empresários da indústria turística local, para além de uma revisão da literatura e uma análise a documentos relevantes para este estudo.

Este artigo está organizado em 5 secções: introdução, contextualização teórica, metodologia de investigação científica, resultados do estudo de caso e análise de resultados e as conclusões finais. Assim, nesta primeira secção, apresenta-se os objetivos deste estudo; na secção 2, apresenta-se a contextualização teórica; na secção 3, apresenta-se a metodologia de investigação científica; na secção 4, apresenta-se os resultados do estudo de caso; e na secção 5, apresenta-se a análise de resultados e respetivas conclusões finais, incluindo algumas recomendações, designadamente no âmbito da governança deste destino turístico.

2. Contextualização teórica

O Decreto-Lei n.º 51/2019 de 17 de abril tem por objeto a salvaguarda, valorização e promoção do Caminho de Santiago, através da certificação dos seus itinerários. De acordo com este Decreto-Lei, após a descoberta do túmulo do Apóstolo São

Tiago Maior, no século IX, foram-se afirmando, ao longo do tempo, diferentes itinerários de peregrinação a Santiago de Compostela, amplamente reconhecidos como umas das vias de comunicação mais importantes da Europa. Os caminhos de peregrinação a Santiago de Compostela (Caminhos de Santiago) representam uma expressão histórica da cultura europeia e constituem um verdadeiro pilar da identidade coletiva europeia. Ainda de acordo com este Decreto-Lei, o significado cultural dos Caminhos de Santiago ultrapassou as fronteiras da Europa com o seu reconhecimento como itinerário cultural europeu pelo Conselho da Europa e como património universal da humanidade pela UNESCO.

O Apóstolo São Tiago Maior, segundo as tradições escritas dos primeiros séculos e as narrações orais de muitos lugares da Galiza, após evangelizar a Península Ibérica desde a Andaluzia até à céltica Galiza, terá regressado à Palestina onde terá sido decapitado por ordem de Herodes Agripa, no ano 44 d.C. Os discípulos Atanásio e Teodoro, que guiados por um Anjo, terão trazido seu corpo numa barca de pedra até Iria Flávia (atual cidade de Padrón), para enterrar o seu corpo na floresta de "*Liberum Donum*". No entanto, o túmulo do Apóstolo terá caído em esquecimento durante séculos devido à perseguição ao cristianismo feita pelos imperadores romanos (Almeida & Cardoso, 2005). Mas, no século IX, um eremita e pastor de nome Pelayo começou a ver umas misteriosas estrelas sobre um campo conhecido por *Campus Stellae* (Compostela). Assim, uma noite, o Apóstolo São Tiago Maior ter-lhe-á aparecido em sonhos e pedido para escavar para que o seu sepulcro voltasse à luz. De imediato, Pelayo informou o Bispo Teodomiro de Iria Flávia, que deu ordem para escavar e assim descobrir o túmulo do Apóstolo São Tiago Maior, em Compostela, na Galiza. Desta descoberta, informou Afonso II, rei do pequeno reino cristão que ainda restava da Península Ibérica devido à invasão muçulmana, no ano de 711 d.C., que, por sua vez, informou o Papa Leão III e o Im-

perador Carlos Magno. De seguida, o rei Afonso II mandou construir uma igreja no local do sepulcro, à volta do qual cresceu um burgo medieval, para onde foi transferida a sede episcopal de Iria Flávia, surgindo, deste modo, as peregrinações a Santiago de Compostela e os vários Caminhos de peregrinação. O Caminho Primitivo foi assim chamado por ter sido ser percorrido pelo rei Afonso II, o primeiro peregrino dos Caminhos de Santiago. Mas foi o Caminho Francês a tornar-se o mais popular por ser o mais percorrido e ter sido descrito no século XII por Aymeric Picaud no *Codice Calixtino*. Por sua vez, os Caminhos Portugueses, que entram na Galiza pelo Sul, foram importantes no âmbito do processo histórico conhecido por Reconquista Cristã, porque à medida que os povos ibéricos se libertavam do domínio muçulmano, peregrinavam até Santiago de Compostela para darem graças a Deus e ao Apóstolo São Tiago Maior (Ramirez, 2010).

Os Caminhos de Santiago moldaram a História de Barcelos, revisitada no seu património monumental e espelhada no seu artesanato e na cultura do seu povo. Barcelos surge como um importante eixo de passagem de peregrinos nos Caminhos de Santiago, que passaram e continuam a passar neste território... assim, no período anterior à estruturação do burgo barcelense e à construção da única ponte medieval sobre o rio Cávado, nos princípios do século XIV, a transposição deste rio fazia-se em frente à gafaria da Fonte de Baixo, por onde passava uma via romana secundária, a estrada do Porto, que cruzava este burgo em direção a Ponte de Lima (Gonçalves, 2012). Na década de 1960, o turismo associou dois costumes ancestrais deste território, designadamente a lenda jacobea do milagre do galo e a peça de artesanato conhecida por Galo de Barcelos. Assim, esta tradição e o património que lhe está associado, nomeadamente o Caminho de Santiago, o artesanato (com destaque para o figurado e galo de Barcelos), a gastronomia e o vinho verde (com destaque para o galo assado da lenda jacobea), a festa das cruzes e a

tradicional feira semanal apresentam-se, na atualidade, como as principais atrações turísticas de um território que se assume como a capital do artesanato nacional e integra a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular (Costa & Gonçalves, 2016).

No interior do Museu Arqueológico de Barcelos, encontra-se o Cruzeiro evocativo da lenda jacobea do milagre do galo, em Barcelos. As gravuras deste Cruzeiro “contam” a lenda de um milagre atribuído ao Apóstolo São Tiago Maior, um milagre bastante frequente nos vários Caminhos de Santiago, mas que em Portugal, Barcelos surge como a única localidade onde terá acontecido semelhante milagre nos Caminhos de Santiago. Trata-se de um monumento granítico, que foi encontrado na berma do Caminho de Santiago (a via romana secundária - estrada do Porto), no local onde outrora funcionara a forca, em Barcelos. A face do Cruzeiro que estava virada para a forca apresenta a lenda lavrada em relevo, designadamente a figura de um peregrino pendente de uma corda amarrada ao seu pescoço, tendo por baixo a figura do Apóstolo São Tiago Maior com a cabeça e a mão esquerda numa atitude de quem está a suster os pés do peregrino, e segurando um bordão e uma cabaça na mão direita. Na face oposta, apresenta a figura do sol num canto e a figura da lua no outro e uma figura de Nossa Senhora. Por baixo desta, apresenta a figura de São Bento. O Cruzeiro remata em cruz com a imagem de Jesus Cristo crucificado e esculpida em ambos os lados, mostrando a sua peanha. Por cima da cabeça do peregrino apresenta um galo e no lado oposto apresenta um dragão tosco. São figurações tradicionais do Sol e da Lua ao lado de Jesus Cristo mas também a figura do dragão (símbolo do demónio vencido) ao pé da Cruz de Cristo (Almeida, 1990; Almeida & Matos, 1992; Pires de Lima, 1965). Esta lenda conta-se desde tempos remotos em variadas versões. Segundo Gonçalves (2018), os documentos mais antigos sobre esta lenda datam do século XIX, nomeadamente um artigo de Amaral

Ribeiro (1867) publicado na *Notícia Descritiva de Barcellos* e um livro escrito por Domingos Joaquim Pereira (Abade do Louro) intitulado *Memoria Histórica da Villa de Barcellos, Barcellinhos e Villa Nova de Famelicão* (Pereira, 1867). O capítulo XI deste livro aborda a estória da forca de Barcelos e do Cruzeiro alusivo esta lenda. No entanto, o autor refere que a sua única fonte é o artigo de Amaral Ribeiro, atrás referido, por conseguinte, o Cruzeiro encontrado junto à forca na berma do Caminho de Santiago emerge como a principal fonte das várias interpretações desta lenda jacobea.

De acordo com o etnógrafo Rocha Peixoto (1966) a importância mitológica, religiosa e popular do galo perde-se no tempo. Neste território, o costume de fabricar galos e outros animais domésticos remonta a tempos longínquos. Na década de 1960, o turismo associou dois costumes ancestrais deste território, nomeadamente esta lenda jacobea e a peça de olaria conhecida por Galo de Barcelos. Esta tradição e o património associado, nomeadamente o Caminho de Santiago, o artesanato (galo e figurado de Barcelos), a gastronomia e o vinho verde (galo assado da lenda jacobea), a festa das Cruzes e a tradicional feira semanal apresentam-se, na atualidade, como as principais atrações turísticas de Barcelos, um território que se assume como a capital do artesanato nacional e integra a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular (Costa & Gonçalves, 2016).

De acordo com a Carta Internacional do Turismo Cultural (ICOMOS, 1999, p. 2), o património cultural e natural, as diversidades e as culturas vivas dos territórios são as grandes atrações turísticas, na atualidade. Nesse sentido, com este estudo, espera-se apresentar resultados que evidenciem o contributo dos peregrinos dos Caminhos de Santiago para o desenvolvimento sustentável da indústria turística, no território do Galo de Barcelos, designadamente o aumento da oferta hoteleira e de outras atividades turísticas.

Segundo Costa (2014), evolução histórica do

turismo passou por três fases de desenvolvimento, nomeadamente uma primeira fase até aos anos 1960, em que o turismo não tinha uma dimensão industrial, limitava-se a atividades de lazer, recreio e negócios. Depois, entre as décadas de 1960 e 1990, entra-se na fase do turismo de massas, em que o lazer e o recreio floresceram e as deslocações de pessoas passaram a estar presentes no seu quotidiano. Assim, de uma atividade de pequena escala e focada no lazer, o turismo evoluiu para uma dimensão comercial e industrial de grande amplitude geográfica e económica. E chegou-se à fase atual, em que o turismo emerge como um instrumento de desenvolvimento sustentável dos territórios. Em suma, após a fase do turismo de massas (sol e praia) das décadas de 1960 a 1990, evoluiu-se para o turismo cultural em finais do século XX, atingindo-se, na atualidade, uma nova fase, a geração do turismo criativo. Esta fase surge no âmbito da emergência de novos fenómenos, nomeadamente a economia de experiências, a economia da partilha, a globalização, o conceito de património cultural imaterial e o paradigma emergente do turismo enquanto instrumento de desenvolvimento sustentável dos territórios. Nesse sentido, foi trazido para o centro do debate a necessidade de se valorizar a criatividade e a inovação enquanto fatores críticos de desenvolvimento e distinção dos destinos turísticos (Ferreira, 2014).

O turismo enquanto instrumento de desenvolvimento sustentável dos territórios trouxe para o centro do debate vários conceitos, designadamente a sustentabilidade, a acessibilidade e a necessidade de se valorizar a criatividade e a inovação enquanto fatores críticos de desenvolvimento e distinção dos destinos turísticos. Nesse sentido, de acordo com Butler (1999), a temática do turismo sustentável surgiu como resultado das discussões do relatório *Our Common Future* apresentado pela comissão *Brundtland* da ONU. No âmbito deste relatório, define-se o conceito de desenvolvimento sustentável como sendo aquele que atende às necessidades das gerações atuais sem comprometer a capaci-

dade de as gerações futuras satisfazerem as suas necessidades e aspirações. No entanto, segundo Hall (2011), a definição do conceito de turismo sustentável é um paradoxo porque pode ser percebido como uma das maiores histórias de sucesso da investigação turística e da transferência de conhecimento, mas pode ser igualmente percebido como um fracasso dado o crescente impacto negativo do crescimento turístico, principalmente na esfera ambiental. Contudo, o turismo sustentável assenta numa estratégia aberta e flexível, adaptada às singularidades territoriais e económicas dos destinos turísticos, e visa o desenvolvimento e planeamento das atividades turísticas que respeitem e preservem a longo prazo os recursos naturais, culturais e sociais, contribuindo de forma positiva e equitativa para o desenvolvimento económico e para o conforto das comunidades receptoras (Caretto & Lima, 2006).

Por sua vez, a temática da acessibilidade dos destinos turísticos emerge também como um dos fatores críticos do desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, o turismo acessível deve ser conceptualizado como aquele que tem em conta a necessidade e a premência de dar resposta a pessoas com incapacidades físicas, sensitivas, intelectuais, ou outras que em determinado contexto se encontram em condições peculiares de saúde, idade ou situação familiar, que sejam requerentes de cuidados especiais temporários ou permanentes (Kastholz, Carvalho, Pinho & Azevedo, 2009). Nesse sentido, sendo o turismo um sector diversificado, não se poderá esperar que os visitantes escolham um determinado destino de forma aleatória, tendo assim de se considerar o produto integrado que um destino pode oferecer, tornando-se por conseguinte fundamental a formação de todos os *stakeholders*, para construir e delimitar destinos acessíveis, segundo uma visão sistémica, assentes no Design Universal, e tendo em conta o cenário que enfrentam, a sustentabilidade das decisões que tomam, os interesses convergentes e a responsabilidade social (Soares & Breda, 2014). Por con-

seguinte, argumenta-se que os destinos turísticos acessíveis são fatores de desenvolvimento sustentável tanto do ponto de vista económico, social como ambiental.

Mais ainda, segundo Richards (2011), a necessidade de se valorizar a criatividade e a inovação emerge como um dos fatores críticos de desenvolvimento sustentável e distinção dos destinos turísticos. Nesse sentido, a emergência do turismo criativo trouxe para o centro do debate a problemática de vários conceitos, designadamente a cocriação e a valorização da criatividade e da inovação, da cultura e do património cultural imaterial dos territórios. Assim, no âmbito da *Creative Cities Network*, a UNESCO (2006, p. 3) define o conceito de turismo criativo como “uma nova geração de turismo, que requer uma evolução por parte dos gestores, que devem reconhecer a criatividade nas suas cidades como um recurso, de modo a oferecer novas oportunidades para satisfazer as motivações, necessidades e interesses dos visitantes, que estão sempre em evolução. Implica uma viagem voltada para uma experiência comprometida e autêntica, com aprendizagem participativa nas artes, património, ou o carácter especial de um lugar, e fornece uma conexão com aqueles que residem nesse lugar e criam essa cultura viva”.

A essência do turismo criativo encontra-se nas atividades e experiências relacionadas com a autorrealização e a autoexpressão através das quais os visitantes tornam-se cointerpretes e cocriadores no âmbito do desenvolvimento das suas próprias competências criativas. Assim, argumenta-se que o turismo criativo apresenta algumas vantagens em relação ao turismo cultural por se tratar de uma nova abordagem do turismo, que assenta essencialmente em recursos intangíveis e pressupõe uma participação ativa (cocriação) e efetiva por parte dos visitantes nas atividades de aprendizagem, lúdicas, culturais e artísticas, que sejam características dos destinos. Além disso, o turismo criativo pressupõe imersões profundas nas experiências consumidas, prevê uma aproximação ao

modo de vida real das populações locais e desenvolve o capital sociocultural dos visitantes (Carvalho, Ferreira & Figueira, 2011). Por conseguinte, o turismo criativo é percebido como uma forma de turismo cultural, mas diferente, pois enquanto este se baseia em observar, ver e contemplar (visitar museus e galerias de arte) de forma passiva, o turismo criativo baseia-se na experiência, participação, aprendizagem, para satisfazer as necessidades de autorrealização focadas no desenvolvimento de competências baseadas em recursos intangíveis, nomeadamente em processos como dançar, cantar, produzir peças de artesanato, pintar, participar em festivais, mas evitando impactos negativos gerados pelo consumo do espaço construído (Ferreira, 2014).

Em suma, o turismo emerge, na sua fase atual, como um instrumento de desenvolvimento sustentável dos territórios sendo um motor das economias ao agregar princípios base de genuinidade, tradição, cultura e de novas estratégias de gestão e organização do setor. Por conseguinte, o turismo emerge como um dos motores da economia nacional, cujas previsões são de crescimento num país onde a multiculturalidade é um fator determinante e convidativo, e as principais características diferenciadoras são as seguintes: ser um povo hospitaleiro, a sua singularidade, a gastronomia e o seu clima ameno. Assim, em plena era digital é fundamental a adaptação ao desenvolvimento sustentável e sustentável, económica, social e ambientalmente (Ramos & Costa, 2017).

3. Metodologia

No âmbito deste estudo, foram realizados inquéritos por questionário a 390 visitantes de Barcelos e a 10 sujeitos relacionados com a indústria turística local, além de uma revisão da literatura e uma análise a documentos relevantes para este estudo. Estes inquéritos por questionário foram re-

colhidos durante 9 meses, designadamente desde outubro de 2018 até junho de 2019, em vários pontos do concelho de Barcelos, designadamente no Museu de Olaria, no Centro de Interpretação, no *Help point*, no Posto de Turismo e nas várias unidades de alojamento e restauração existentes neste território.

De acordo com Altinay e Paraskevas (2008, p. 89), “a amostragem é o processo pelo qual os investigadores selecionam um subconjunto ou parte representativa da população total que possa ser estudada para o seu tópico, de modo a se poder tirar conclusões sobre toda a população”. Assim, no âmbito deste estudo, a seleção da amostra de visitantes para realizar os inquéritos por questionário passou pelo método de amostragem probabilística, pois segundo Altinay e Paraskevas (2008), a escolha de uma amostra probabilística visa minimizar o erro de amostragem das estimativas das variáveis mais importantes do estudo e, simultaneamente, minimizar o tempo e os custos da sua realização. Além disso, de acordo com estes mesmo autores, existem quatro formas de selecionar uma amostra probabilística, designadamente a amostragem aleatória simples, a amostragem sistemática, a amostragem estratificada e a amostragem em *cluster*. Nesse sentido, no âmbito deste estudo, optou-se pela forma de amostragem aleatória simples pois, deste modo, todos os membros da população, em estudo, têm a mesma probabilidade de serem selecionados. Ora de acordo com o INE (2018) o total de visitantes alojados nas várias unidades de alojamento no concelho de Barcelos foi de 28 457, em 2018. Mais ainda, o tamanho certo da amostra depende do nível de erro de amostragem que se está preparado para tolerar (o grau de precisão que deseja alcançar), e o nível de confiança que o investigador precisa de ter nos dados recolhidos, realmente, representativos da população. Além disso, no mundo real da investigação em turismo, a forma de amostragem não probabilística é muitas vezes bastante difícil de se obter. E relativamente ao tamanho da amostra não existe um padrão aceite

para definir uma percentagem mínima, que possa ser considerada universalmente aceitável em termos de respostas aos inquéritos por questionário, mas a maioria dos investigadores considera aceitável qualquer coisa acima de 15% ou 20%, tendo 10% como o mínimo aceitável (Altinay & Paraskevas, 2008).

No âmbito dos inquéritos por questionário aos sujeitos relacionados com a indústria turística barcelense, a seleção da amostra teve por critério único a relação destes com o fenómeno em estudo. Nesse sentido, o grupo de sujeitos inquiridos é composto por 10 sujeitos da dimensão económica, abrangendo todas as atividades da conta satélite do turismo (UNWTO, 2008), sendo que os sujeitos inquiridos diferem em outras dimensões, mas que não foram tidas em consideração como critério de seleção da amostra.

4. Resultados

Nesta secção, são apresentados os principais resultados da análise aos dados obtidos através dos inquéritos por questionário feitos aos visitantes e aos sujeitos relacionados com a indústria turística, neste território, e da revisão da literatura e análise a documentos relevantes para este estudo.

Relativamente à procura turística, o perfil dos 390 visitantes que aceitaram responder aos inquéritos por questionário resume-se assim: 54,5% são do género feminino e 45,5% do masculino; 16,6% são portugueses e os restantes 83,4% são estrangeiros (19,7% de alemães, 10% de franceses, 9,7% de espanhóis, 5% de norte-americanos, 5% de brasileiros, entre outros); em termos de nível académico, 76,6% possuem formação superior; em termos profissionais 70,9% estão no ativo e pertencem aos grupos ocupacionais sugeridos nos questionários, designadamente 35,8% são profissionais liberais (advogados e médicos), 18,8% são gestores, 17,6% são técnicos, 14% são administrativos,

9,6% são vendedores e 4,2% são operários; relativamente à faixa etária, a média de idades é de 45,8 anos, o sujeito inquirido mais jovem tem 16 anos e o mais idoso tem 79 anos. Relativamente à amostra de sujeitos inquiridos do lado da oferta, foram selecionados 10 empresários da indústria turística local, cuja seleção teve como critério único a relação destes com o turismo, em Barcelos, de modo a abranger todas as atividades da conta satélite do turismo (UNWTO, 2008).

No âmbito dos resultados da análise aos dados obtidos através dos inquéritos por questionário realizados junto dos visitantes deste território, os sujeitos inquiridos (95%) consideram ser importante ficar a conhecer bem o património e a cultura dos destinos turísticos. Por sua vez, no âmbito da análise de dados obtidos através dos inquéritos por questionário realizados junto de uma amostra de empresários da indústria turística barcelense, 90% dos sujeitos inquiridos são de opinião que o Galo de Barcelos tem potencial para alavancar o desenvolvimento sustentável do turismo criativo, neste território. Além disso, elegem os seguintes fatores como sendo aqueles com mais potencial para contribuir para o seu desenvolvimento sustentável, designadamente ser um ponto de passagem incontornável do Caminho de Santiago medieval (32%), ser a capital do Artesanato nacional (24%), ser o território do Galo de Barcelos (20%). No entanto, estes sujeitos não consideram relevante o facto de Barcelos integrar a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular (0%). Mais ainda, 80% destes sujeitos pensam que o Galo de Barcelos deveria ser a marca de promoção turística de Barcelos, mas para 20% destes empresários barcelenses, a marca deveria ser a tradicional feira semanal.

Tendo em consideração que a motivação dos visitantes (consumidores dos destinos e produtos turísticos) é fundamental para o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos, e que a caracterização dos vários tipos de turismo faz-se ao associar as características do território e a motivação

dos seus visitantes (UNWTO, 2008), estes foram inquiridos sobre o motivo da visita a Barcelos, cu-

jos dados obtidos são apresentados na figura 1, abaixo.

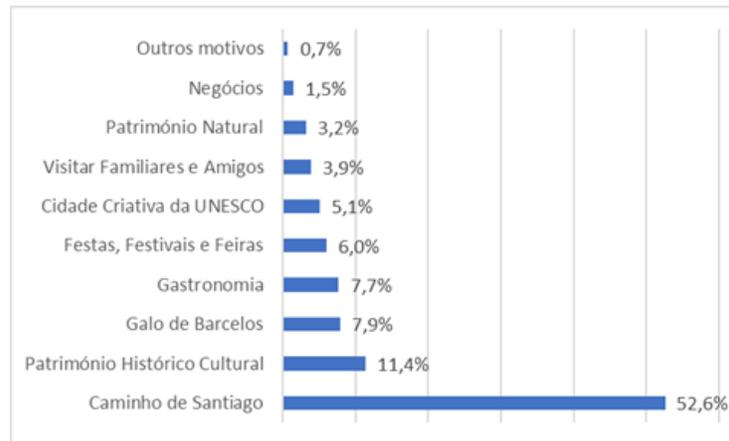


Figura 1 | Gráfico dos motivos para visitar Barcelos
Fonte: Elaboração própria

Ao analisar a figura 1, constata-se que o Caminho de Santiago emerge como sendo a principal motivação para visitar Barcelos; segue-se o património histórico cultural; o Galo de Barcelos, surge em 3º lugar com 7,9% das respostas. Além disso e à semelhança das respostas dos empresários locais, regista-se que o facto de Barcelos integrar a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular desperta o interesse de apenas 5,1% dos visitantes. Perante estes dados, argumenta-se que a Câmara Municipal de Barcelos (CMB) deveria reconsiderar o seu plano de marketing turístico e a agenda de atividades culturais.

Tendo em consideração que um destino turístico necessita do envolvimento de todos os *stakeholders* na sua governança, os empresários foram inquiridos sobre qual seria a forma de gestão desejada para o destino turístico Barcelos. Ora, as respostas apontam duas opções (16% para cada), designadamente a Câmara Municipal e uma entidade de governança que envolva todos os *stakeholders* do turismo, em Barcelos. Nesse sentido, os empresários foram inquiridos sobre o modo como poderia ser desenvolvido o turismo criativo, em Barcelos.

As suas respostas apontam várias opções, designadamente dinamizar o conceito de museu vivo em todo o território barcelense (24%), envolver todos os *stakeholders* na governança deste destino (20%), e construir um Centro Interpretativo para facilitar o envolvimento dos visitantes com os artesãos locais (16%). Além disso, foram pedidas sugestões para envolver as pessoas em experiências criativas, tendo os empresários apontado várias opções, designadamente a organização de eventos por parte da entidade de governança local (28%) e facilitar a entrada no mercado de empresas privadas de animação turística e interpretação do património (20%).

Tendo em consideração que o Caminho de Santiago é na sua origem uma importante peregrinação religiosa (católica), foi perguntado aos visitantes que visitam Barcelos devido ao Caminho de Santiago, se a motivação para a visita era de carácter religioso ou outra. Ora as respostas indicam que apenas 31% dos sujeitos inquiridos fazem o Caminho de Santiago por motivação religiosa; 50% afirmam fazê-lo por motivação cultural e os restantes apontam outras motivações em que se destaca a espiritual. Argumenta-se que estes da-

dos apontam no sentido de o Caminho de Santiago não ser apenas turismo religioso (peregrinação católica).

Tendo em consideração a ligação umbilical entre o burgo barcelense, a peregrinação medieval a Santiago de Compostela e a lenda jacobea do

milagre do galo de Barcelos emergir como património cultural imaterial deste território, os visitantes e os empresários locais foram inquiridos sobre o meio de aprendizagem desta lenda. As respostas são apresentadas no quadro 1, abaixo.

Quadro 1 | meio de aprendizagem da lenda do galo

Respostas	visitantes	empresários locais
Guias turísticos	32,2%	16,7%
Peças de teatro	20,4%	22,2%
Ilustrações	20%	16,7%
Centro de interpretação	15,3%	22,2%
Meios eletrónicos	12,1%	22,2%

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar o quadro 1, constata-se que o meio favorito de aprendizagem desta lenda jacobea por parte dos visitantes seria através de guias turísticos, enquanto que os sujeitos inquiridos do lado da oferta sugerem meios mais criativos, designadamente peças de teatro, centro interpretativo e meios eletrónicos.

No âmbito do desenvolvimento sustentável de

um destino turístico é fundamental apresentar uma vasta oferta de atividades de animação turística de modo a aumentar os dias de estadia dos visitantes e conseguir a sua fidelização dos visitantes (RCM n.o134/2017). Nesse sentido, os sujeitos inquiridos (visitantes e empresários locais) foram questionados sobre este assunto, cujas respostas são apresentadas na figura 2, abaixo.

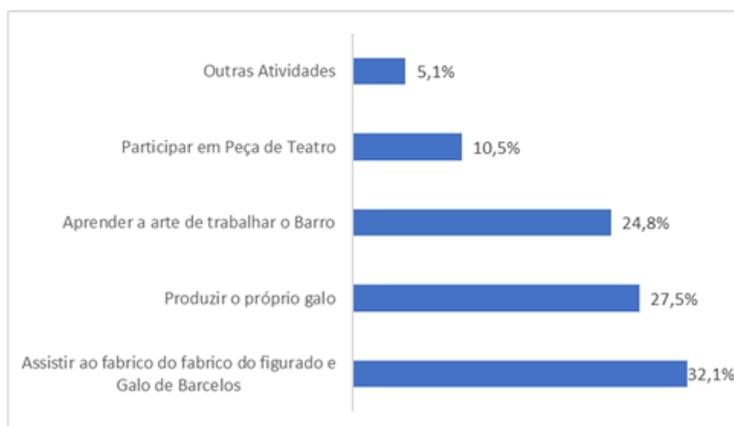


Figura 2 | Atividades de animação turística sugeridas pelos visitantes
Fonte: Elaboração própria

Ao analisar os dados apresentados na figura 2, constata-se que 32,1% dos visitantes inquiridos

gostariam de assistir ao fabrico do figurado e do galo de Barcelos, enquanto que 27,5% gostariam

de produzir o seu próprio galo, 24,8% gostariam de aprender a arte de trabalhar o barro (fabrico de figurado e galos). Ora, estes dados apontam no sentido de os visitantes desejarem desfrutar de atividades criativas na Cidade Criativa da UNESCO (Barcelos).

Mas porque também é importante saber onde estas atividades criativas devem ser realizadas, os visitantes quando questionados sobre o local onde gostariam de experienciar o fabrico do Galo de Barcelos, responderam que desejariam fazê-lo, em primeiro lugar, nas olarias dos artesãos (44,4%), seguindo-se no Museu de Olaria (32,7%) e no Centro de Interpretação (15,5%).

Foi perguntado aos empresários barcelenses se consideram que há oferta suficiente de atividades de animação turística, em Barcelos. Foram unânimes ao responderem não (100%). Mais ainda, afirmam que deveriam ser desenvolvidas mais atividades de natureza cultural e patrimonial (32%) e deveriam ser organizados mais eventos (20%). Sugerem mesmo o desenvolvimento e implementação de várias atividades de animação turística, designadamente assistir ao fabrico do figurado e do galo de Barcelos (28%), participar em *workshops* gastronómicos relativos ao galo assado (24%), aprender a arte de trabalhar o barro (20%), participar numa peça de teatro sobre a lenda jacobea do galo (16%), produzir o seu próprio galo (16%). Mais ainda, as respostas dos visitantes são coincidentes com as dos empresários locais pois ambas as partes (procura e oferta) apontam em primeiro lugar a atividade de assistir ao fabrico do figurado e do galo de Barcelos. Além disso, consideram que as empresas que mais beneficiariam da interpretação da tradição do Galo de Barcelos seriam as seguintes: artesanato (32%), empresas de animação turística e eventos (28%), empresas de alojamento (28%) e as de restauração (28%).

Quando inquiridos sobre os consumos no âmbito da visita a Barcelos, os visitantes responderam que tencionam ficar alojados nesta cidade (76,8%), maioritariamente em albergues (59,5%), mas so-

mente por uma noite (81,7%), enquadrando-se no perfil do peregrino do Caminho de Santiago, que é um visitante que está de passagem. Mais ainda, quando inquiridos sobre quanto tencionam gastar por dia, em Barcelos, 16,5% dos sujeitos afirmam gastar 5,00 EUR, 15,4% afirmam gastar 10,00 EUR, 6,9% afirmam gastar 20,00 EUR, 6,2% afirmam gastar 50,00 EUR. Tendo por base estas respostas, constata-se que os montantes revelados pelos visitantes inquiridos são relativamente baixos em termos de consumo turístico. No entanto, os empresários inquiridos afirmam que o Caminho de Santiago proporcionou benefícios ao turismo barcelense, na última década, designadamente o aumento da oferta de alojamento (32%), o aumento do número de restaurantes (20%), a melhoria da economia local (24%), a criação de empregos (24%), e o facto de fazer de Barcelos um destino turístico (24%). Além disso, 70% destes empresários acham que Barcelos não tem oferta de alojamento suficiente, mas acham que a oferta de restaurantes é suficiente. Mais ainda, afirmam que a sua própria atividade turística cresceu, na última década, graças aos peregrinos do Caminho de Santiago na ordem de 0% até 25%, por conseguinte, trata-se de um crescimento moderado.

Finalmente, os empresários locais inquiridos caracterizam o espaço urbano de Barcelos (praças, jardins e ruas) como muito bom (20%), razoável (70%) e mau (10%). No mesmo sentido, foi solicitado aos sujeitos inquiridos (procura e oferta) para indicarem 3 palavras para caracterizar Barcelos: os visitantes elegeram linda (12,0%), acolhedora (8,3%) e “galo” (7,0%); por sua vez, os empresários locais elegeram linda, acolhedora e histórica. Constata-se a coincidência dos dois adjetivos vencedores: linda e acolhedora.

5. Conclusão

Nesta secção, apresenta-se a discussão de resultados e as conclusões deste estudo, cujo obje-

tivo principal visa analisar o contributo dos Caminhos de Santiago para o desenvolvimento sustentável do turismo criativo, em Barcelos. Nesse sentido, fez-se uma reflexão conceptual sobre os Caminhos de Santiago e o turismo criativo no âmbito do desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos.

No âmbito da revisão da literatura, conclui-se que o destino em estudo, Barcelos, está historicamente ligado aos Caminhos de Santiago através de vários vestígios das peregrinações medievais a Santiago de Compostela, incluindo a existência de um Cruzeiro evocativo da lenda jacobea do milagre do galo de Barcelos. Além disso, na década de 1960, esta lenda jacobea foi associada pelo turismo à peça de olaria tradicional conhecida por Galo de Barcelos, emergindo como um dos principais símbolos do turismo nacional e um potencial fator de desenvolvimento sustentável do turismo criativo, neste território. Conclui-se, por conseguinte, que o Caminho de Santiago, a lenda jacobea, o Galo de Barcelos e todo o património associado, nomeadamente o artesanato (o figurado e o galo de Barcelos), a gastronomia e o vinho verde (galo assado da lenda jacobea), a tradicional festa das Cruzes e a tradicional feira semanal surgem, na atualidade, como as principais atrações turísticas de um território que se assume como a capital do artesanato nacional e integra a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular (Costa & Gonçalves, 2016).

Os dados obtidos no âmbito dos inquéritos por questionário feitos aos visitantes permitem concluir que as principais motivações para visitar Barcelos são as seguintes: o Caminho de Santiago emerge como a principal motivação para visitar Barcelos com 52,6% de respostas, seguido pelo património histórico e cultural com 11,4%, em 3º lugar surge o Galo de Barcelos com 7,9%. Estes dados são corroborados pela revisão da literatura realizada, pois a Carta Internacional do Turismo Cultural (ICOMOS, 1999, p. 2) aponta o património cultural e natural, as diversidades e as culturas

vivas dos territórios são as grandes atrações turísticas, na atualidade. No entanto, argumenta-se que a Câmara Municipal de Barcelos (CMB) deveria reconsiderar o seu plano de marketing turístico e a agenda de atividades culturais de modo a potenciar em termos turísticos o facto de Barcelos integrar a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular, porque este recurso turístico desperta o interesse de apenas 5,1% dos visitantes. Mais ainda, no âmbito da análise de dados obtidos através dos inquéritos por questionário realizados junto de uma amostra de empresários da indústria turística barcelense, conclui-se que os sujeitos inquiridos não consideram este recurso de relevante interesse.

Conclui-se que os visitantes inquiridos (95%) consideram ser importante ficar a conhecer bem o património e a cultura dos destinos turísticos, e que 90% dos empresários inquiridos são de opinião que o Galo de Barcelos tem potencial para alavancar o desenvolvimento sustentável do turismo criativo, neste território. Nesse sentido, estes empresários elegem os seguintes fatores com maior potencial para contribuir para o seu desenvolvimento sustentável: ser um ponto de passagem incontornável do Caminho de Santiago medieval (32%), ser a capital do Artesanato em Portugal (24%), ser o território do Galo de Barcelos (20%). E em termos de marketing turístico, 80% destes sujeitos acham que o Galo de Barcelos deveria ser a primeira marca de promoção turística de Barcelos, mas para 20%, a tradicional feira semanal deveria ser marca de Barcelos.

Argumenta-se que o Caminho de Santiago é na sua origem uma importante peregrinação religiosa (católica) e conclui-se que apenas 31% daqueles que visitam Barcelos devido ao Caminho de Santiago, o fazem por motivação religiosa, por conseguinte, não se trata de turismo religioso, simplesmente, mas de visitantes à procura de experiências autênticas e criativas. Nesse sentido, constata-se na revisão da literatura que após a fase do turismo de massas (sol e praia), nas décadas de 1960 a

1990, evoluiu-se para o turismo cultural, em finais do século XX, atingindo-se, na atualidade, uma nova fase, a geração do turismo criativo, com a emergência de novos fenómenos, nomeadamente a economia de experiências, a economia da partilha, a globalização e a glocalização, o turismo criativo e o património cultural imaterial, e o paradigma emergente do turismo enquanto instrumento de desenvolvimento sustentável dos territórios (Brandão & Costa, 2014; Costa, 2014; Costa & Gonçalves, 2016).

No âmbito do desenvolvimento sustentável de um destino turístico é fundamental apresentar uma vasta oferta de atividades de animação turística de modo a aumentar os dias de estadia e a fidelização dos visitantes (RCM n.º134/2017), por conseguinte, conclui-se que os visitantes desejam desfrutar de atividades criativas em Barcelos, designadamente assistir ao fabrico do figurado e do galo de Barcelos (32,1%), produzir o seu próprio galo (27,5%) e aprender a arte de trabalhar o barro (fabrico de figurado e galos) (24,8%). Mais ainda, conclui-se que os locais favoritos dos visitantes para desfrutarem destas atividades são as olarias dos artesãos (44,4%), o Museu de Olaria (32,7%) e o Centro de Interpretação (15,5%).

Por sua vez, os empresários inquiridos consideram que não há oferta suficiente de atividades de animação turística, e sugerem o desenvolvimento de atividades de natureza cultural e patrimonial (32%) e organização de mais eventos (20%), mais especificamente, atividades tais como assistir ao fabrico do figurado e do galo de Barcelos (28%), participar em *workshops* gastronómicos do galo assado (24%), aprender a arte de trabalhar o barro (20%), participar numa peça de teatro sobre a lenda do galo (16%), produzir o seu próprio galo (16%). E argumentam que as empresas que mais beneficiariam da interpretação da tradição do Galo de Barcelos seriam as seguintes: artesanato (32%), animação turística e eventos (28%), alojamento (28%) e restauração (28%).

Conclui-se que as opiniões dos visitantes e em-

presários inquiridos são coincidentes, pois ambas as partes (procura e oferta) apontam a necessidade de desenvolver e implementar mais oferta de atividades de animação turística, em Barcelos, emergindo como atividade primeira assistir ao fabrico do figurado e do galo de Barcelos. No entanto, relativamente à aprendizagem da lenda jacobea do milagre do galo de Barcelos, os visitantes inquiridos apontam os guias turísticos como o meio favorito de aprendizagem, enquanto os empresários inquiridos sugerem meios criativos, designadamente peças de teatro, centro interpretativo e meios eletrónicos.

Tendo em conta que um dos objetivos específicos deste estudo passa por descobrir como os visitantes e os empresários inquiridos caracterizam Barcelos, conclui-se que os empresários inquiridos caracterizam o espaço urbano de Barcelos (praças, jardins e ruas) como razoável (70%), muito bom (20%) e mau (10%), e adjetivam a cidade de linda, acolhedora e histórica; enquanto os visitantes caracterizam Barcelos como linda (12,0%), acolhedora (8,3%) e “galo” (7,0%). Sublinha-se a coincidência nos 2 adjetivos vencedores: linda e acolhedora.

Tendo em consideração que o objetivo principal deste estudo passa por analisar o contributo do Caminho de Santiago para o desenvolvimento sustentável do turismo criativo, em Barcelos, conclui-se o seguinte: quando inquiridos sobre os gastos no âmbito da visita a Barcelos, 76,8% dos visitantes tencionam ficar aí alojados, mas maioritariamente em albergues (59,5%), e somente por uma noite (81,7%), enquadrando-se, deste modo, no perfil do visitante do Caminho de Santiago, que está de passagem. Mais ainda, quando inquiridos sobre quanto tencionam gastar por dia, em Barcelos, 16,5% dos visitantes inquiridos responderam 5,00 EUR, 15,4% responderam 10,00 EUR, 6,9% responderam 20,00 EUR, e 6,2% responderam 50,00 EUR. Por conseguinte, os montantes revelados pelos visitantes inquiridos são relativamente baixos, mas os empresários inquiridos afir-

mam que o Caminho de Santiago trouxe benefícios para o turismo, em Barcelos, nesta última década. Nesse sentido, os empresários apontam o aumento da oferta de alojamento o aumento do número de restaurantes, a melhoria da economia local, a criação de empregos, e o facto de fazer de Barcelos um destino turístico. No entanto, 70% dos empresários inquiridos consideram que Barcelos não tem oferta de alojamento suficiente, mas que tem restaurantes em número suficiente. Mais ainda, afirmam que a sua própria atividade turística cresceu de 0% a 25% graças ao Caminho de Santiago, na última década.

Em modo de conclusão, os resultados obtidos neste estudo, apontam no sentido de o Caminho de Santiago contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo criativo e religioso, em Barcelos, que emerge como a capital do artesanato nacional, o território do Galo de Barcelos (um dos mais importantes símbolos do turismo nacional), e integra a rede mundial de Cidades Criativas da UNESCO, na categoria do Artesanato e Arte Popular. Conclui-se que o turismo, na sua fase atual, funciona como um instrumento de desenvolvimento sustentável dos territórios, e emerge como um motor das respetivas economias.

Apesar de as conclusões apontarem para resultados relativamente positivos, recomenda-se, no entanto, a continuidade desta investigação, em cooperação com os *stakeholders* do turismo no território do Galo de Barcelos, com o objetivo de fundar uma associação da indústria turística barcelense, que contribua para o desenvolvimento sustentável deste destino turístico.

Referências

- Almeida, C. B. & Matos, S. (1999). *São Tiago nos Caminhos de Barcelos*. Barcelos: Câmara Municipal de Barcelos.
- Almeida, L. & Cardoso, A. (2005). *O Caminho Português de Santiago*. Cascais: Principa Publicações Universitárias e Científicas, Lda.
- Almeida, C. A. F. (1990). *Monografia de Barcelos*. Lisboa: Editorial Presença.
- Altinay, L. & Paraskevas, A. (2008). *Planning Research in Hospitality and Tourism*. Oxford: Elsevier, Ltd.
- Amaral, R. (1867). *Notícia Descritiva de Barcellos*. Barcelos: Editor – E. R. de Sá-Vianna.
- Brandão, F & Costa, C. (2014). Inovação em Turismo: Uma Abordagem Sistémica e Territorial. In Z. Costa, Carlos; Brandão, Filipa; Costa, Rui; e Breda (Ed.), *Produtos e Competitividade do Turismo na Lusofonia* (pp. 69–91). Lisboa: Escolar Editora.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Careto, H. & Lima, S. (2006). *Turismo e Desenvolvimento Sustentável* (1a ed., Vo). GEOTA - Grupo de Estudos de Ordenamento do Território e Ambiente.
- Carvalho, R., & Ferreira, A. M. & Figueira, L. M. (2011). O contributo dos eventos culturais e criativos para a criação de uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro. O caso do festival med de Loulé, Algarve. *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, (1), 1, 457-466.
- Costa, C. & Gonçalves, F. (2016). Galo de Barcelos: Património e destino turístico. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 25, 31–44.
- Costa, C. (Ed.). (2014). Gestão Estratégica do Turismo: Evolução Epistemológica dos Modelos e Paradigmas, e Tendências para o Turismo. In *Turismo nos Países Lusófonos: Conhecimento, Estratégia e Territórios* (pp. 19–40). Lisboa: Escolar Editora.
- Ferreira, A. M. (2014). O Turismo como Fator de Regeneração e Desenvolvimento de Meios Urbanos e Rurais: Do Turismo Urbano ao Turismo Criativo. In Z. Costa, C., Brandão, F., Costa, R., e Breda (Ed.), *Turismo nos Países Lusófonos: Conhecimento, Estratégia e Territórios* (pp. 85–100). Lisboa: Escolar Editora.
- Gonçalves, F. (2012). *Plano de Interpretação dos Caminhos de Santiago no Centro Histórico de Barcelos*. Dissertação de Mestrado em Turismo (não publicada). ESTG - Instituto Politécnico de Viana do Castelo.
- Gonçalves, F. (2018). *A Interpretação do Património como fator de desenvolvimento do Turismo Cultural e Criativo. O caso do Galo de Barcelos*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.

- Hall, C. M. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: from first- and second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 649–671. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.555555>
- ICOMOS. *ICOMOS International Cultural Tourism Charter.* (1999).
- INE. (2018). Anuário Estatístico da Região Norte. Lisboa
- Kastenholz, E., Carvalho, F. Pinho, C. & Azevedo, J. (2009). O projecto MIT – uma iniciativa de colaboração transfronteiriça com preocupações de acessibilidade. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 0(11), 125–137.
- Pereira, D. (1867). *Memória Histórica da Villa de Barcellos, Barcelinhos e Villa Nova de Famalicão.* Vianna: tipografia de André J. Ferreira & Filho.
- Pires de Lima, F. (1965). *A Lenda do Senhor do Galo de Barcelos e o Milagre do Enforcado.* Lisboa: Gabinete de Etnografia da FNAT.
- Presidencia do Conselho de Ministros. *Decreto-Lei n.º 51/2019 de 17 de abril da Presidencia do Conselho de Ministros.* , Pub. L. No. Diário da República, 1.ª série — N.º 76 — 17 de abril. Lisboa, 2172 (2019).
- Ramirez, C. (2010). O Caminho de Santiago. S.A. de *XESTION DO PLAN XACOBEO.*
- Ramos, D. & Costa, C. (2017). Turismo: Tendências De Evolução. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades Do Curso de Ciências Sociais Da UNIFAP*, 10(1), 21. <https://doi.org/10.18468/pracs.2017v10n1.p21-33>
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 134/2017.*, Pub. L. No. Diário da República n.º 187/2017, Série I de 2017-09-27, 5522 (2017).
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Rocha Peixoto. (1966). *As olarias de Prado.* Barcelos: Museu Regional de Cerâmica.
- Soares, A. & Breda, Z. (2014). Destinos Turísticos Acessíveis a Pessoas com Mobilidade Reduzida - Uma Realidade? O Caso da Cidade de Aveiro. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(21/22), 383–396.
- UNESCO. (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008.* Santa Fe - USA.
- UNWTO. (2008). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008.*