

Papel das Rotas Culturais Imateriais para a Sustentabilidade Turística – Uma Proposta de Rota Imaterial para o Funchal ¹

Role of Immaterial Cultural Routes for Tourism Sustainability – A Proposal for an Intangible Route to Funchal

Arturo Sousa

arturo.sousa@staff.uma.pt

Resumo

As rotas culturais tangíveis e/ou intangíveis são uma oferta turística adicional e são capazes de proporcionar o desenvolvimento local. Estas integram cada vez mais os princípios da sustentabilidade do turismo, pois, para que sejam bem-sucedidas nos destinos turísticos, estas devem promover um conjunto de requisitos, como a preservação e a divulgação do património. Este estudo tem como objetivos principais: (i) identificar as rotas culturais como produtos da valorização do património e da sustentabilidade turística dos destinos; (ii) caracterizar o concelho do Funchal a nível turístico e patrimonial; (iii) propor uma rota cultural imaterial para o concelho do Funchal. Este estudo compreende um caso de estudo que é o Funchal, na ilha da Madeira, sendo que são utilizados dados secundários de instituições e autores nacionais e internacionais sobre a temática identificada, bem como são analisadas as considerações da Câmara Municipal do Funchal, na sequência da elaboração de um questionário realizado por este estudo. O principal contributo deste estudo é a proposta de uma rota cultural imaterial no Funchal.

Palavras-chave: Rotas culturais imateriais; Património cultural; Desenvolvimento local; Sustentabilidade turística; Funchal.

Código JEL: Z30; Z32; R58; M39.

Abstract

Tangible and/or intangible cultural routes are an additional tourist offer and are capable of promoting local development. These increasingly integrate the principles of sustainability of tourism, since, in order to be successful in tourist destinations, they must promote a set of requirements, such as the preservation and dissemination of heritage. The main objectives of this study are: (i) to identify cultural routes as products of heritage enhancement and tourism sustainability of destinations; (ii) to characterize the municipality of Funchal in terms of tourism and heritage; (iii) propose an immaterial cultural route to the municipality of Funchal. This study comprises a case study that is Funchal, on the island of Madeira, using secondary data from national and international institutions and authors on the identified theme, as well as analysing the considerations of the Municipality of Funchal, following the elaboration of a questionnaire carried

¹ Esta investigação foi apoiada pela Bolsa de Doutoramento SFRH/BD/151158/2021 financiada pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), e com fundos do Orçamento de Estado (OE), no âmbito do Programa MIT Portugal.

out by this study. The main contribution of this study is the proposal of an immaterial cultural route in Funchal.

Keywords: Intangible cultural routes; Cultural heritage; Local development; Tourist sustainability; Funchal.

Código JEL: Z30; Z32; R58; M39.

1. INTRODUÇÃO

O património cultural tangível e/ou intangível promovido em rotas culturais é uma área de interesse nos territórios por promover a preservação de patrimónios variados, assim como por constituir uma oferta turística e de lazer que pode ser utilizada e consumida por vários *stakeholders* turísticos, como os turistas, as comunidades locais e as empresas turísticas (Durusoy, 2014). As rotas culturais podem promover o desenvolvimento local dos territórios, tal como podem promover a sustentabilidade turística tanto da oferta como da procura turística dos territórios (Dayoub, Yang, Dayoub, Omran & Li, 2020).

As rotas culturais, embora consideradas de práticas antigas, segundo autores como Durusoy (2014) e ICOMOS (*International Council on Monuments and Sites*, 2008), começaram a ser amplamente estudadas a partir da década de 60 do século XX. Estas integram cada vez mais diretamente os princípios da sustentabilidade do turismo, pois, para que tenham sucesso nos destinos turísticos, as rotas culturais devem promover um conjunto de requisitos, como a preservação e a divulgação do património (Halder & Sarda, 2021).

Para existir a sustentabilidade de uma rota cultural, é necessária uma colaboração entre os vários *stakeholders* que constituem a rota. Sejam os gestores públicos e/ou privados da rota, tal como a comunidade local e os turistas, todos devem estabelecer relações de confiança que permitirão preservar e divulgar os lugares e as características da rota (Szromek & Naramski, 2019). Essa mesma colaboração necessária, permitirá potencializar a sustentabilidade económica, social e ambiental de todas as componentes da rota (Durusoy, 2014).

Esta investigação tem como objetivos principais: (i) identificar as rotas culturais como produtos da valorização do património e da sustentabilidade turística dos destinos; (ii) caracterizar o concelho do Funchal a nível turístico e patrimonial; (iii) propor uma rota cultural imaterial para o concelho do Funchal, como uma oferta turística sustentável e um lazer organizado para diversos públicos. Para cumprir estes objetivos, esta investigação integra 4 componentes estruturais, sendo elas as seguintes: (i) revisão da literatura sobre as rotas culturais e a sustentabilidade turística; (ii) metodologia praticada neste estudo; (iii) caracterização do estudo de caso do Funchal e (iv) proposta de uma rota cultural imaterial para o Funchal.

2. REVISÃO DA LITERATURA: ROTAS CULTURAIS E SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA

2.1. Rotas culturais como património e produto turístico

As rotas, os itinerários ou os roteiros constituem opções de interesse, singularidade e visibilidade, bem como constituem práticas incentivadoras do exercício da cidadania (Carvalho, 2003; 2011; Maia & Baptista, 2011; Smith, 2016).

As rotas culturais são um caminho ou itinerário detentor de pelo menos um património cultural, sendo este último considerado como:

“um acordo social (entre os diferentes agentes sociais, entre instituições e indivíduos ...), sobre aqueles aspetos da nossa cultura que, por um lado, consideramos representativos da nossa produção (que nos ‘representam’ e que, portanto, fazem parte da nossa identidade

coletiva) e que, pelas mesmas razões, são passíveis de serem preservadas e legadas às próximas gerações” (Medina, 2017, p. 106).

O património cultural, sendo um dos principais recursos dos territórios para o turismo, para Prus, Król, Gawroński, Sankowski e Hernik (2020, p. 255) “a definição comum de património cultural inclui o legado de artefactos físicos e atributos intangíveis de um grupo ou sociedade, que são herdados de gerações anteriores, mantida no presente e muitas vezes destinada a estar disponível para o benefício das gerações futuras.”

Para a definição do património cultural imaterial ou intangível, destaca-se a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, adotada pela Conferência Geral das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) a 17 de outubro de 2003. Esta Convenção de 2003 foi aprovada em Portugal, em março de 2008 e foi o Decreto-Lei n.º 139/2009, de 15 de junho, que aprovou o regime jurídico de salvaguarda do património cultural imaterial nacional, bem como apresentou as medidas de inventariação e os domínios abrangidos como definidores de património imaterial. Os domínios designados pela Convenção de 2003 são os seguintes: (i) tradições e expressões orais, incluindo a linguagem; (ii) expressões artísticas e manifestações de carácter performativo; (iii) práticas sociais, rituais e eventos festivos; (iv) conhecimentos e práticas relacionadas com a natureza e o universo; (v) competências no âmbito de processos e técnicas tradicionais.²

Na análise da literatura sobre rotas culturais, é percecionado que as rotas, os percursos ou os itinerários desde cedo desempenharam um papel relevante. Desde rotas de comércio à caminhos de peregrinação e caminhos urbanos, as rotas desempenharam funções simples e/ou complexas de carácter multifacetado, relacionadas com a política, a geografia, a economia e a cultura (Severo, 2017). Bogacz-Wojtanowska, Góral e Bugdol (2019) referem a década de 80 do século XX, como o marco temporal para o aumento da criação e da propagação de rotas culturais especialmente na Europa. Lemmetyinen, Nieminen e Aalto (2021) expõem que a noção de “rota cultural”, surgiu na década de 90 do século XX, por ocasião da avaliação da candidatura para a inscrição na Lista do Património Mundial das “Rotas de Santiago”, cujas particularidades, não integravam nenhuma das categorias patrimoniais existentes (monumentos, conjuntos arquitetónicos ou agrupamentos temáticos). Meneghello e Mingotto (2020) evidenciam que o ano de 1990, foi aquele em que os académicos começaram a estudar as rotas culturais em vários âmbitos, como são exemplos a conservação do património, as rotas como produto turístico, o planeamento e a gestão de destinos, tal como os processos de *networking* e *branding* associados às rotas culturais. Em ICOMOS (2008) é elucidado que as rotas culturais podem ser classificadas, tendo em conta vários critérios, salientando-se os seguintes:

- (i) Segundo o seu âmbito territorial: local, nacional, regional, continental ou intercontinental;
- (ii) Segundo o seu escopo cultural: dentro de uma determinada região cultural ou estendido por diferentes áreas geográficas;
- (iii) Segundo o seu objetivo ou função: social, económica, política ou cultural, porém habitualmente integram um contexto multidimensional;
- (iv) Segundo a sua duração no tempo: rotas que podem estar sempre disponíveis para realização ou rotas que não podem ser realizadas ao longo de todo o ano por motivos culturais, políticos, económicos, entre outros.
- (v) Segundo a sua configuração estrutural: linear, circular, cruciforme, radial ou em rede;
- (vi) Segundo o seu ambiente natural: terrestre, aquático, misto ou outro.

Diversos autores analisados apresentaram definições e características conceptuais sobre rotas culturais. Como é possível visualizar no Quadro I, as rotas culturais congregam espaços delimitados num determinado contexto cultural, histórico e paisagístico que permitem a integração da criatividade e da sustentabilidade dos territórios. As rotas culturais são também consideradas como produtos turísticos importantes para o desenvolvimento sustentável na vertente ambiental, económica e social tanto da oferta como da procura turística dos destinos detentores de rotas culturais.

² Informação obtida através do website: <https://dre.pt/home/-/dre/105322296/details/maximized> (27/05/2021).

Quadro I – Algumas definições e particularidades das rotas culturais

Bogacz-Wojtanowska et al. (2019, p. 4).	As rotas culturais compreendem “uma compilação de elementos dinâmicos de comunicação cultural, os seus valores de património cultural podem ser apreciados na sua real dimensão espacial e histórica, o que permite uma visão abrangente e uma abordagem equilibrada para a preservação de toda a rota”.
Brinia, Economou, Gialos, Panagiotopoulou & Spanidi (2020, p. 279).	As rotas culturais “devem derivar e expressar movimentos interativos de pessoas também como trocas de bens e de valores culturais entre povos e lugares, ao longo de períodos de tempo significativos.”
Cojocariu (2015, p. 960).	As rotas culturais “representam uma rede competitiva de sabedoria”.
Dayoub et al. (2020, p. 866).	“As rotas culturais fornecem uma conexão com ambos os patrimónios intangível e tangível para atrair a presente geração do ‘novo turismo’ (...) não oferecem apenas atividades criativas e aprendizagem do meio, mas também [as rotas culturais] mantêm a sustentabilidade turística.”
Genovese (2016, p. 619).	As rotas culturais são “narrativas chaves insubstituíveis para estabelecer uma relação entre o homem e o património cultural e natural, tangível e intangível.”
Maia & Baptista (2011, p. 673).	As rotas culturais “oferecem ao turista temáticas de interesse ao mesmo tempo que facilitam o acesso a outras atrações ou locais”.
Rodrigues (2018, p. 100).	As rotas culturais são sinónimos de itinerário “em que a saída e a chegada não são coincidentes no mesmo ponto.”

Fonte: Elaboração própria.

As rotas culturais são muitas vezes confundidas com roteiros, embora ambos possam ser bons exemplos de criatividade cultural e turística, pois podem promover patrimónios pouco conhecidos ou negligenciados dos territórios. Para Smith, os roteiros culturais têm como objetivo “fomentar a solidariedade e a tolerância, os intercâmbios entre parceiros (...) e o envolvimento de organizações nacionais e regionais, instituições, particulares, grupos e organizações voluntárias” (2016, p. 67). A rota e o roteiro são importantes elementos que podem dinamizar a atividade turística tanto ao nível da oferta, como ao nível da procura, com o aumento do número de turistas e o aumento do consumo turístico dos produtos e dos serviços das empresas turísticas dos destinos (Carbone, 2006; Figueira, 2013).

Relativamente ao processo de implementação de rotas culturais, Severo (2017) refere que é necessário adotar uma abordagem “ator-rede”, porque a gestão das rotas culturais permite e exige o desenvolvimento de relações entre todos os atores (residentes, turistas, governos locais, assim como atores não humanos, como os processos biológicos, a fauna e a flora dos territórios da rota). Na elaboração de uma rota turística, Paula e Bastos referem que esta compreende quatro etapas: “definir qual a rota a implementar, apresentar quais os pontos turísticos que irão compor a rota, efetuar o levantamento geográfico e de acesso que ligam os pontos turísticos e aplicar um programa que irá traçar a rota” (2002 citados por Maia & Baptista, 2011, p. 674). Estas etapas são cumpridas no estudo de caso desta investigação.

Figueira (2013) apresentou alguns requisitos para que as rotas culturais possam afirmar-se positivamente nos territórios. Esses requisitos demonstram a necessidade de existir um planeamento integrado entre diversos atores e evidenciam a capacidade de estes produtos e ofertas de lazer em gerar e promover o desenvolvimento, assim como a sustentabilidade turística dos locais. Os requisitos a salientar são os seguintes: (i) colaboração e diálogo entre os interessados; (ii) integração dos interesses dos promotores e dos agentes; (iii) programação de conteúdos; (iv) qualidade, inerente na prestação de bens e serviços com procura de altos níveis de autenticidade; (v) proteção dos valores tangíveis e intangíveis dos lugares das rotas; (vi) compaginação entre a tradição e a modernidade, com a devida gestão pró-ativa dos recursos existentes; (vii) avaliação dos resultados alcançados e por alcançar, assim como (viii) a necessária melhoria contínua das rotas culturais.

O CIIC, Comité Internacional de Rotas Culturais, um organismo científico da ICOMOS, encarrega-se de identificar, estudar e proteger rotas culturais diversas. Este organismo tem como referência a Carta Internacional sobre Rotas Culturais, criada em 2008, porque este documento revela o potencial patrimonial, turístico e económico das rotas culturais (Bogacz-Wojtanowska et al., 2019; Campolo, Bombino & Meduri, 2016; Genovese, 2016; Oikonomopoulou, Delegou, Sayas & Moropoulou 2017; Severo, 2007).

Como percecionado na análise da literatura, não foram encontradas definições específicas de rotas culturais imateriais, pelo que, por ser relevante para este estudo, define-se rota cultural imaterial, tendo em conta o que foi elucidado anteriormente, como um produto patrimonial, de lazer e de turismo, bem como um itinerário com um ponto de partida e um ponto de fim, sendo composto com pelo menos um património com valor imaterial. Uma rota cultural imaterial envolverá sempre a existência de lugares físicos com componente simbólica e evocação de imaterialidades significantes integradas no conceito de património cultural imaterial.

2.2. Promoção da sustentabilidade turística através de rotas culturais

A atividade turística, tanto pelo lado da sua oferta, como pelo lado da sua procura, pode contribuir para o desenvolvimento sustentável dos territórios (Alexis-Thomas, 2020). Asmelash e Kumar (2019) identificaram que a satisfação turística é dos elementos principais e essenciais para existir a sustentabilidade turística. Garantir que ocorra a satisfação turística de *stakeholders* da procura e da oferta turísticas não é uma tarefa fácil (Wang, 2016). O turista poderá ficar satisfeito de múltiplas maneiras, salientando-se elementos de satisfação ou de insatisfação relacionados com a hospitalidade dos residentes, o tratamento dos membros de *staff* das organizações ou empresas, a qualidade das informações turísticas disponíveis, a segurança do destino, as acessibilidades, o alojamento, entre outros. Os residentes e as empresas dos destinos turísticos também deverão estar satisfeitos com os fluxos turísticos para que exista a sustentabilidade turística, tal como deverão colaborar ativamente em redes formais e/ou informais de relacionamento (Bogacz-Wojtanowska, et al., 2019; Dayoub et al., 2020). A sustentabilidade do turismo exige um planeamento a curto, médio e longo prazo, sendo que este paradigma orienta-se e é criado através de diversos aspetos, salientando-se os aspetos sócio-culturais que dizem respeito a promoção da satisfação dos diversos atores ou agentes dos destinos; os aspetos económicos, como são exemplos a capacidade que o turismo deverá ter para gerar e manter empregos, bem como promover consumos de diversas áreas, beneficiando, em primeiro lugar, as comunidades recetoras; os aspetos ambientais, nos quais é essencial o respeito, a integridade, a diversidade e a eficiência biológica dos recursos, bem como o uso adequado e equilibrado desses recursos por parte de todos os *stakeholders* turísticos; os aspetos políticos, os quais retratam formas de gestão, estratégias e políticas onde as áreas como a legislação, a formação, a conservação e o restauro de bens patrimoniais deverão ser uma constante (Alvarez-Sousa, 2018; Asmelash & Kumar, 2019; Halder & Sarda, 2021).

Em Dayoub et al. (2020) são apresentados os indicadores socioeconómicos e ambientais para a sustentabilidade das rotas culturais, destacando-se os seguintes: (i) gestão do local; (ii) intensidade de utilização; (iii) impacto social; (iv) controlo de desenvolvimento; (v) gestão de resíduos; (vi) planeamento; (vii) ecossistemas frágeis; (viii) satisfação do consumidor; (ix) satisfação dos habitantes; (x) lucros da economia local; (xi) capacidade de carga; (xii) perturbação do local; (xiii) interesse; (xiv) satisfação do cliente. Para cada um de estes indicadores, existem instrumentos específicos de medição como são exemplos a frequência de turistas; o nível de satisfação turística e de satisfação dos residentes, bem como a proporção de turistas e residentes. Bogacz-Wojtanowska et al. confirmam que “atualmente, a forma mais comum de gestão do património cultural de forma sustentável assume a forma de rotas culturais” (2019, p. 1). As rotas culturais são assumidamente uma prática que pode promover o turismo sustentável, porque além de os turistas serem estimulados para serem atores ativos no consumo turístico da rota (cocriação), as comunidades locais e as empresas locais podem beneficiar do consumo turístico da rota por parte de turistas e visitantes (Lemmetynen et al., 2021; Meneghello & Mingotto, 2020).

As rotas culturais podem ser criadas, promovidas e estudadas consoante duas visões que cada vez mais são apontadas e valorizadas nas investigações sobre este tema. Essas duas visões são o turismo lento e o turismo criativo. Nos estudos de Campolo et al. (2016), tal como Dayoub et al.

(2020), as rotas culturais como produtos turísticos, integram-se na visão estratégica do turismo lento, em inglês, *slow tourism*. As rotas culturais permitem que os turistas possam vivenciar e consumir os destinos com maior calma, sendo que a visão do *slow tourism* deve ser configurada nas rotas culturais porque contempla 6 objetivos para Campolo et al. (2016, p. 579): “as interações com a comunidade anfitriã (contaminação), a valorização da especificidade dos lugares (autenticidade), a minimização do impacto no meio ambiente (sustentabilidade), a melhoria da qualidade de vida (tempo), uma preferência por lugares não frenéticos (lentos), envolvendo na experiência multissensorial (sensação).” Além de cada vez mais as rotas culturais promoverem a produção e o consumo criativos, estas podem colmatar a pressão das cidades, através da delimitação e integração em rotas, de espaços menos conhecidos ou menos promovidos dos territórios (Richards & Wilson, 2006). A criatividade turística “está relacionada com o turismo cultural e com o turismo de artes, mas é mais do que apenas tirar fotos de uma atração ou simplesmente passear. Esse tipo de turismo é mais profundo e incentiva os turistas a aprenderem com suas atividades” (Somnuxpong, 2020, p. 114).

Roigé, Arrieta-Urtizberea e Seguí (2021), sobre a sustentabilidade do património intangível em período pandémico, recomendam a necessidade de repensar as práticas do património imaterial. As rotas ou os roteiros culturais, que antes da pandemia conseguiam formatar ou reconfigurar os lugares que eram muito pressionados pela atividade turística, durante e até depois da pandemia da Covid-19, poderão continuar a ter esse papel de dinamização, de desenvolvimento territorial e de promoção da sustentabilidade turística.

No estudo de Brinia et al. (2020), sobre a cidade de Orcómeno, na Grécia, os autores afirmam que as rotas culturais podem promover a sustentabilidade cultural e podem ser dinamizadoras de economias de experiências, através da área da educação.

Já no estudo de Bogacz-Wojtanowska et al. (2019) sobre rotas culturais da Polónia, os autores identificaram que todas as rotas estudadas promovem a sustentabilidade do território de múltiplas maneiras, como por exemplo permitir que os habitantes descubram e compreendam as suas raízes, incentivam direta e indiretamente atividades sociais, culturais e atividades empresárias com o desenvolvimento de atividades económicas de várias áreas como são exemplos a restauração e a hotelaria.

3. METODOLOGIA

A metodologia desta investigação compreende a utilização de várias fontes de informação que integram duas componentes: (i) revisão de literatura sobre as rotas culturais e a sua ligação com a sustentabilidade turística; (ii) estudo de caso do Funchal. O método do estudo de caso é descrito em Beeton (2005) como uma pertinente ferramenta metodológica na pesquisa em turismo. Alguns aspetos que evidenciam as especificidades dos estudos de caso apresentados por Beeton (2005) são os seguintes: (i) podem justificar porque uma inovação funcionou ou não funcionou; (ii) têm a vantagem de terem uma visão retrospectiva, mas podem ser relevantes no presente e no futuro; (iii) podem ilustrar as complexidades de uma situação, reconhecendo diversos fatores condicionantes dessa situação; (iv) mostram a influência de personalidades e da política numa questão e (v) podem permitir o uso de informações de fontes diversificadas. O Funchal é o estudo de caso que é apresentado e caracterizado com um carácter exploratório, por meio de um trabalho de campo. Também, foi elaborado um questionário destinado à Câmara Municipal do Funchal para obter dados primários para este estudo. A criação do questionário teve como objetivo a interrogação de alguns aspetos sobre a temática em estudo, sendo que a resposta deste questionário foi objeto de análise, atendendo às considerações expostas pela técnica superior Lisa Drumond (Apêndice 1).

Para divulgar o património cultural imaterial do Funchal e fomentar a sustentabilidade turística local, foi idealizada uma rota cultural imaterial com recurso ao *Google Maps*. Esta rota caracteriza-se por possuir espaços físicos que apresentam patrimónios variados e evocam, através da representação física, patrimónios culturais imateriais da ilha da Madeira e, em específico, do Funchal.

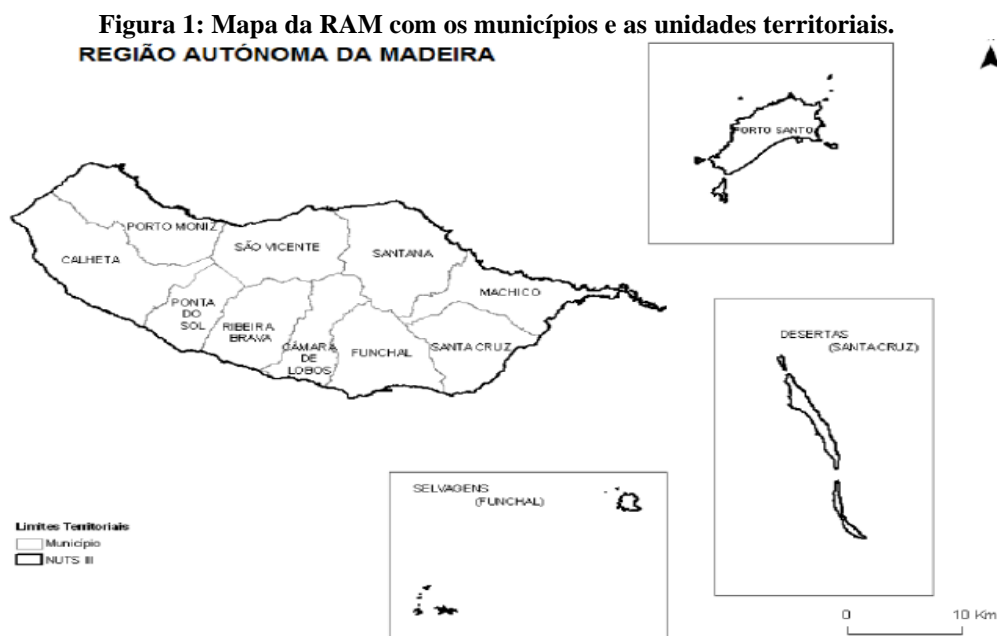
A escolha dos lugares da rota cultural imaterial é fruto de uma pesquisa, de um trabalho de campo e de uma reflexão que permitiram escolher justificadamente cada lugar como exemplares de interesse simbólico patrimonial de carácter imaterial, material e representativo da identidade cultural

do Funchal e, por conseguinte, da ilha da Madeira. Todavia, esta escolha de lugares para a rota cultural suportou-se com a análise dos contextos habituais presentes e criados para as rotas culturais que foram expressos em Durusoy (2014), sendo os seguintes: (i) contexto natural (caraterísticas físicas e naturais do território); (ii) contexto criado pelo homem (caraterísticas da configuração espacial da própria rota); (iii) contexto social e cultural (caraterísticas sociais e da cultura presentes no território, políticas e parcerias estabelecidas); (iv) contexto funcional (definição de funções e papéis de vários atores e lugares); (v) contexto visual e estético (caraterísticas atrativas estéticas dos territórios da rota); (vi) contexto económico (valores e impactos económicos das estruturas, locais e áreas); (vii) contexto administrativo (caraterísticas de gestão e de organização dos espaços).

4. ESTUDO DE CASO DO FUNCHAL

4.1. Caraterização geográfica e turística do Funchal

A cidade do Funchal insere-se no concelho que detém o mesmo nome e está integrada no contexto territorial da Região Autónoma da Madeira (RAM), do qual é capital. A RAM fica situada no oceano Atlântico, “aproximadamente entre as latitudes de 30°01’N e 33°31’N e as longitudes de 15°51’W e 17°30’W do Meridiano de Greenwich” (Sousa, 2014, p. 59). O Funchal tem cerca de 76 km² e 10 freguesias (Figura 1).



Fonte: INE (Instituto Nacional de Estatística, 2020, p. 42).

Mendes expôs uma especificidade que ainda vigora, dado que “na atualidade, o Funchal é o mais importante centro histórico, comercial e cultural da RAM” (2007, p. 10). O Funchal detém elementos naturais e físicos bastante heterogêneos. De origem vulcânica, este concelho apresenta várias realidades desde ao mar, a serra, ao meio rural e ao meio urbano. O Funchal apresenta um clima ameno ao longo do ano e possui diversas paisagens da Floresta Laurissilva que foi considerada Património Mundial da UNESCO em 1996 (Mendes, 2007; Sousa, 2014).

Dados do INE (2020) registam que o Funchal, em 2019, teve uma estada média de hóspedes de 5,3 noites, contrariamente a média de todo o país (2,6 noites). Em relação ao número total de alojamentos turísticos, em 2019, o Funchal tinha 171 unidades (cerca de 45% da oferta hoteleira de toda a RAM). No número de hóspedes, este concelho registou, no mesmo ano, 941 733 turistas e todo o país teve 27 142 416 turistas (cerca de 64% do número de hóspedes total da RAM e 3% de Portugal). Em termos de dormidas, o Funchal teve 5 022 176 e o restante território português registou 70 158 964 dormidas. Os dados estatísticos de 2020 e de 2021 ainda não estão disponíveis atendendo a atual situação pandémica.

O Funchal é um dos destinos turísticos de Portugal mais competitivos e visitados anualmente (Rodrigues, 2016). Segundo a Secretaria Regional do Turismo da Madeira, tanto no Funchal como em toda a ilha da Madeira, os segmentos de turismo de natureza e de sol e mar têm maior procura nacional e internacional. O turismo cultural surge como um segmento secundário, pelo que é oportuna a valorização de bens patrimoniais, assim como a diversificação da oferta turística cultural através de rotas culturais.³

Como um pouco por todo o mundo, dadas as características e consequências da atual pandemia, o Funchal tem vindo a enfrentar uma crise económica devido ao grande decréscimo que se faz sentir nas diversas áreas turísticas, embora já se esteja a assistir a retoma e recuperação lenta das áreas turísticas como são exemplos o alojamento turístico e as atividades de animação turística.

4.2. Caracterização patrimonial do Funchal

O Funchal possui patrimónios ligados à história da ilha, à influência do mar e às condições de vida e materiais existentes do território. O concelho do Funchal possui diversas instituições museológicas como são exemplos as casas-museus e os museus temáticos com uma maior prevalência na museologia tradicional, embora algumas instituições museológicas já apresentem alguma abertura à nova museologia, por estas centrarem-se mais na comunidade local e possuírem valências museológicas como o serviço educativo, os serviços de relações públicas e os gabinetes de investigação (Sousa, 2008).

Na componente de Cultura e Património, da página *web* da Câmara Municipal do Funchal, estão presentes apenas elementos da cultura material do Funchal, destacando-se museus, monumentos, miradouros, arte pública, igrejas e capelas, ruas, parques e jardins.⁴

Segundo o INE (2020), em 2019, o Funchal era o concelho com maior número de museus (16 museus) da RAM, tal como este concelho apresentou 76 bens imóveis (71 monumentos, 4 conjuntos e 1 sítio), 6 monumentos nacionais, 38 imóveis de interesse público e 32 imóveis de interesse municipal. Nesta fonte de informação, o património considerado é apenas físico o que demonstra uma grande limitação.

Segundo o Turismo da Madeira, subsistem apenas 2 rotas culturais na ilha: Rota da Cana-Sacarina e do Rum da Madeira, bem como a Rota dos Vinhos da Madeira, existindo um maior número de roteiros.⁵

Por ter sido percecionada uma tendência de apenas estarem frisadas componentes patrimoniais de cariz material (museus, monumentos, miradouros, jardins, ruas, capelas e igrejas) na página *web* da CMF, foi questionado o porque desta “posição” por parte desta entidade. A resposta de Lisa Drumond foi de que a CMF está a par “das necessidades de melhoria do atual *site*, que neste momento está a ser alvo de trabalhos profundos, e em breve contará com novos conteúdos e abrangências.” Lisa Drumond, revelou que, de cariz imaterial, a CMF destaca bens de artesanato, sendo que não existem rotas culturais exclusivas do município, mas sim diversos roteiros como o “Percurso Histórico Militar do Funchal”, as “Singularidades Arquitetónicas do Funchal”, o “Percurso da Geodiversidade na Promenade Marítima – Lido-Socorridos”, o “Roteiro Mulheres do Funchal”, o “Funchal Destino Acessível” e o roteiro “Faça férias no Funchal”. Estes roteiros foram criados entre os anos de 2018 e de 2020, sendo o Roteiro das Mulheres o mais recente e é aquele que valoriza de forma mais evidente a imaterialidade do património, por salientar os locais simbólicos de nascimento, tradições e ofícios de mulheres com histórias relevantes no Funchal (mulheres marcantes nas áreas como a música, a gastronomia, a política, entre outras).

4.3. Património cultural imaterial do Funchal

Em 2016, com o Decreto Legislativo Regional n.º 40/2016/M, foi criado o regime jurídico de salvaguarda do património cultural imaterial da RAM. Segundo este decreto, a inventariação do

³ Informação obtida através do website: <http://www.visitmadeira.pt/pt/turismo-cultural.html> (10/05/2021).

⁴ Informação obtida através do website: <http://www.visitfunchal.pt/pt/descobrir/16-cultura-e-patrim%C3%B3nio.html> (10/05/2021).

⁵ Informação obtida através do website: <http://www.visitmadeira.pt/pt-pt/o-que-fazer/cultura> (15/05/2021).

património imaterial “pertence ao Estado, às Regiões Autónomas, às autarquias locais ou a qualquer comunidade, grupo, ou indivíduo ou organização não governamental”.⁶

Recorrendo novamente a resposta fornecida por Lisa Drumond, dois projetos significativos para a promoção da história local, são as “Lojas com História” e as “Placas com QR Codes Ruas com História”, que envolvem a promoção da história de lojas de comércio antigas e a história das ruas, respetivamente.

A atividade turística tem vindo a assumir um papel positivo para a promoção de alguns elementos do património cultural imaterial madeirense, nomeadamente a gastronomia e os arraiais madeirenses (Rodrigues, 2016).

O Funchal quer tornar-se Capital Europeia da Cultura em 2027. A candidatura, só por si, é uma oportunidade para projetar o património do Funchal, material e/ou imaterial. No entanto, com a análise da página *web* oficial desta candidatura, salienta-se que faltam informações e referências relativas ao património cultural imaterial do Funchal, aspeto que deve ser melhorado.⁷ Isto é percecionado e confirmado por Lisa Drumond que refere que “sem dúvida que podemos enriquecer o *site* com questões mais ao encontro de estes domínios, tais como as tradições (missas do parto, arraiais, bordado, floristas, etc).”

4.4. Proposta de rota cultural imaterial

Para Lisa Drumond, as propostas de rotas ou roteiros culturais, podem ser apresentadas ao município, dado que estas “serão objeto de análise e possível aplicação/divulgação no concelho”. As propostas de rotas culturais imateriais são consideradas importantes, embora não sejam apresentados os lugares que poderiam integrar uma rota desta temática.

Com o *Google Maps*, foi traçada uma rota que é um conjunto de locais que detêm e/ou evocam patrimónios culturais imateriais e até materiais do Funchal. A rota foi pensada para ser realizada a pé e de carro. Atendendo às particularidades dos lugares que constituem esta rota, recomenda-se que a mesma seja realizada durante um dia inteiro (pelo menos 6 horas seguidas ou interpoladas). Realizada a pé, tem cerca de 1,1 km de distância e de carro tem cerca de 3,1 km (Figuras 2 e 3). Para que a rota possa desenvolver mais facilmente a cidade do Funchal e promover a sustentabilidade turística, a mesma deve ser realizada a pé pelos turistas, até porque, a pé, a experiência de lazer e turística, será mais agradável, diferente e multissensorial. A representação da rota a realizar de carro, deve-se ao facto de poderem existir turistas que possam não ter condições e/ou motivações de várias ordens para realização da rota a pé.

⁶ Informação obtida através do website: <https://dre.pt/home/-/dre/105322296/details/maximized> (27/05/2021).

⁷ Informação obtida através do website: <https://funchal2027.cm-funchal.pt/funchal-2027/> (15/05/2021).

Figuras 2 e 3: Rota cultural imaterial do Funchal, a pé e de carro, respetivamente.



Fonte: Elaboração própria com recurso ao Google Maps

A rota deverá ser feita em dias úteis, de segunda a sexta-feira, e, dos locais que compõem esta rota, apenas o Núcleo Museológico do Bordado Madeira e o Madeira Story Center, apresentam um custo para a visita, de 2 e 5 euros, por pessoa, respetivamente. Turistas, moradores locais ou de áreas circundantes, ou outros agentes, todos podem usufruir desta rota, como um produto patrimonial e de lazer. Todos os lugares da rota são geridos direta e/ou indiretamente pela CMF. De seguida se descrevem os lugares abrangidos da rota:

(i) Núcleo Museológico do Bordado Madeira – este espaço possui peças de Bordado Madeira com mais de 150 anos de existência, as quais foram produzidas entre a década de 60 do séc. XIX e a década de 30 do séc. XX. Este espaço tem toalhas de mesa, peças de vestuário, com vários exemplares do Bordado Madeira que, apesar de ser um elemento de património cultural material, físico, visível, também é imaterial por representar um processo de execução, tradição e singularidade (Figuras 4, 5, 6 e 7).

Figuras 4, 5, 6 e 7: Edifício do Núcleo Museológico do Bordado Madeira com destaque para determinadas peças bordadas e para o processo de produção do Bordado Madeira.



Fonte: <https://bordadomadeira.com/galeria-de-fotos> (30/07/2021).

Madeira Story Center – este é um museu que conta a história da Madeira desde a sua formação vulcânica. Este espaço possui uma loja de artesanato e um restaurante com capacidade para 200 pessoas. Aqui, a gastronomia e as lendas constituem outros exemplares de património cultural imaterial de destaque do Funchal. Os temas deste museu são vários, destacando-se: as origens vulcânicas e as lendas da Descoberta (Figuras 8 e 9).

Figuras 8 e 9: Edifício externo do Madeira Story Center e temas de exploração do museu, respetivamente.



Fonte: <https://www.madeirstorycentre.com/pt/museu> (30/05/2021).

A Rua de Santa Maria – esta é das mais antigas ruas da cidade, sendo atravessada por diversas ruelas que permitem, na sua maioria, a circulação automóvel. Aqui, a pintura de cerca de 200 portas evoca patrimónios materiais e/ou imateriais como a gastronomia, a própria pintura, o Fado e o artesanato. Nesta rua situa-se a fábrica das botas do Bailinho da Madeira (Botas do Vilão), sendo outro ponto de interesse e até de algum desconhecimento por parte de turistas e da própria população local. As bonecas de massa como património material e imaterial gastronómico, surgem aqui evocadas e são uma tradição que se está a perder, porque cada vez mais são poucos os arraiais madeirenses onde estas bonecas são vendidas. Esta rua é amplamente visitada por turistas e até pela população local, bem como existem diversas lojas e instituições que tornam esta rua bastante dinâmica (Figuras 10, 11, 12, 13 e 14).

Figuras 10, 11, 12, 13 e 14: Traços caraterísticos da Rua Santa Maria do Funchal, com destaque para algumas portas pintadas, presença de restaurantes e de turistas.



Fonte: Elaboração própria (maio 2021).

Mercado dos Lavradores – este espaço, inaugurado em 1940, possui três pisos e tem um posto de turismo no segundo piso. Segundo o Turismo da Madeira, “nos dias de hoje, este espaço ainda exerce as funções para as quais foi criado, nele se comercializando produtos de toda a espécie, num ambiente onde se misturam cores, sons, cheiros e gentes diversas”.⁸ Este espaço, além de ser um local agradável e de venda de inúmeros produtos artesanais e comestíveis, é um elemento patrimonial de caráter material e imaterial por representar a população local. Neste espaço, a festa popular do Dia do Mercado acontece todos os anos, no mês de dezembro, e é bastante visitado ao longo do ano por madeirenses e por turistas (Figuras 15, 16 e 17).

⁸ Informação obtida através do website: <http://www.visitmadeira.pt/pt-pt/o-que-fazer/eventos/mercado-dos-lavradores> (27/05/2021).

Figuras 15, 16 e 17: Ilustrações do Mercado dos Lavradores.



Fonte: Elaboração própria (maio 2021).

Desta proposta de rota, a Rua de Santa Maria é o lugar com maior presença e evocação de patrimónios culturais imateriais. Aqui a materialidade e imaterialidade simultâneas de determinados bens patrimoniais são uma constante (pintura, gastronomia, música, artesanato, entre outros). Para esta rota ter aceitação por parte de diversos *stakeholders* (comunidade local, turistas, governo local, empresas e outros), é necessário ir ao encontro dos requisitos definidos por Figueira (2013), já anteriormente explanados, sendo importante a salvaguarda dos valores dos locais apontados e a colaboração, bem como o diálogo, entre os agentes gestores dos sítios da rota (museus e Câmara Municipal do Funchal). Deste modo, o Funchal conseguirá diversificar a sua oferta turística e potencializar a sustentabilidade turística e o desenvolvimento local, tanto a nível económico, como social e ambiental. Esta rota conseguirá ser mais apelativa se for incluída na aplicação *Smart Tech* (*Smart Tech – Self-Monitoring, Analysis, and Reporting Technology*), exposta, em Pascoal (2019). Esta aplicação é gratuita e tem sido validada, tal como utilizada por especialistas em tecnologias informáticas, pelo facto de poder tornar o quotidiano dos utilizadores mais agradável e mais simples. Esta aplicação pode integrar a rota idealizada, com informações e conteúdo pertinentes desde guias de orientação, mapas, características e a história detalhada de cada lugar considerado. Aqui, as novas tecnologias são capazes de promoverem uma sustentabilidade económica dado que as empresas públicas e/ou privadas associadas à rota podem ter os seus produtos ou serviços mais divulgados e, provavelmente, mais consumidos. A CMF poderá funcionar como um centro de interpretação, tal como o posto de turismo situado no Mercado dos Lavradores, pois estes locais conseguiriam reunir todas as informações e características relevantes dos locais desta rota.

Esta rota cultural imaterial idealizada compreende patrimónios culturais imateriais e as ideias que definem a sustentabilidade turística, uma vez que não se pretende apenas fortalecer o património cultural imaterial do Funchal, pretende-se também conectar esta rota às novas tecnologias, reforçar identidades e memórias locais, incentivando os turistas a consumir este produto turístico, bem como divulgar e preservar todos os lugares e patrimónios presentes e evocados da rota. Será exequível que a comunidade local possa participar, usufruir e sentir orgulho dos lugares e dos patrimónios desta rota. A sustentabilidade turística desta rota justifica-se nas três vertentes da sustentabilidade porque preservar o património da rota compreende a sustentabilidade ambiental; o consumo turístico poderá promover a sustentabilidade económica e a satisfação e integração da comunidade local insere-se na sustentabilidade social. A sustentabilidade e o desenvolvimento local, capazes de serem criados e promovidos pela presente rota, justificam-se pelas potencialidades dos bens patrimoniais dos lugares da rota. Alguns bens patrimoniais da rota são pouco divulgados e conhecidos, tanto por turistas, como pelos próprios madeirenses, tendo como exemplos certos pratos da gastronomia madeirense, as bonecas de massa, a música e o artesanato.

O que pode impedir a aceitação da rota, poderá ser a falta de recursos (humanos, técnicos e outros) e o desinteresse das entidades gestoras dos lugares da rota, bem como as prioridades que o governo local do Funchal possui, uma vez que, pelo que se percebeu, há uma maior valorização dada ao património visível, material do que ao património imaterial. Os gestores dos lugares da rota, deverão promover as características apontadas no estudo de Szromek e Naramski (2019), como a eficácia da comunicação com os outros lugares da rota e a escolha de pessoas com competências adequadas para a gestão da relação entre os lugares da rota, para existir cooperação e sucesso no mercado turístico e de lazer criado pela rota.

Por fim, elucida-se que a presente proposta de rota será dada a conhecer junto das entidades gestoras dos lugares da rota, sendo que a CMF assume um papel de maior destaque por ser responsável pela gestão isolada e/ou complementar desses lugares de forma direta e/ou indireta. Esta entidade será importante para a divulgação e o consumo desta rota.

5. CONCLUSÃO

As rotas culturais, sejam tangíveis ou intangíveis, podem promover a sustentabilidade do turismo nas suas várias vertentes (ambiental, económica e social). Estas rotas congregam espaços delimitados num determinado contexto cultural, histórico e paisagístico que permitem a integração da criatividade e da sustentabilidade dos territórios. As rotas culturais são produtos patrimoniais e turísticos importantes para o desenvolvimento sustentável ao nível ambiental, económico e social tanto da oferta como da procura turísticas dos destinos detentores de rotas culturais. As particularidades das rotas culturais imateriais não podem ser negligenciadas e devem ser mais estudadas porque o património cultural não integra apenas elementos tangíveis e materiais, mas, cada vez mais, têm vindo a ser divulgados e valorizados patrimónios imateriais um pouco por todo o mundo, embora os estudos sobre rotas culturais têm investigado mais a dimensão material e tangível do património.

A rota cultural imaterial idealizada para o Funchal foi possível através de pesquisa, de trabalho de campo e de uma reflexão que permitiram escolher justificadamente cada lugar como exemplares patrimoniais carácter imaterial, material e representativo da identidade cultural do Funchal e, por conseguinte, da ilha da Madeira. Esta rota procurou identificar os contextos que justificam a criação de rotas culturais, expressos em Durusoy (2014), sendo eles o contexto natural; o contexto criado pelo homem; contexto social e cultural; contexto funcional; contexto visual e estético; contexto económico e contexto administrativo. A rota idealizada compreende lugares físicos com a presença e a evocação de determinados patrimónios culturais imateriais, bem como esta rota poderá ser uma aposta para a sustentabilidade turística e para o desenvolvimento local do Funchal, porque permitirá reforçar identidades e memórias locais, incentivar os turistas a consumir este produto turístico, divulgar e preservar todos os lugares e patrimónios presentes e evocados dos locais da rota. Com esta rota será exequível que a comunidade local possa participar, usufruir e sentir orgulho dos lugares e dos patrimónios desta rota. As empresas locais poderão ver os seus produtos e/ou serviços mais conhecidos e, por conseguinte, mais consumidos. Apela-se para uma colaboração, integração, valorização e eficácia da comunicação de todos os atores humanos envolvidos na rota de forma a garantir que a mesma possa ser preservada, divulgada e utilizada amplamente.

Algumas limitações desta investigação correspondem a não realização de mais entrevistas e/ou inquéritos para obter mais dados primários sobre rotas culturais e sustentabilidade turística no contexto do estudo de caso, opção essa que poderia ter enriquecido mais esta investigação. Devido ao atual contexto pandémico, não foi possível visitar os museus da rota proposta, tal como não foi possível entrar em contato com estas instituições museológicas para obter outros dados complementares. Outra limitação passou pela realização de apenas um questionário simples por forma a obter resposta em tempo útil da entidade governamental do Funchal.

Futuros estudos poderiam desenvolver metodologias qualitativas e quantitativas com a aplicação de questionários e inquéritos aos agentes interessados de rotas culturais como são exemplos os turistas, a comunidade e as empresas locais. Um futuro estudo que poderá ser feito é a perceção e a avaliação da comunidade local da ilha da Madeira, relativamente a esta proposta de rota, assim como

a opinião e a posição da CMF, do Núcleo Museológico do Bordado Madeira e do Madeira Story Center sobre esta rota cultural imaterial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alexis-Thomas, C. (2020). An examination of issues related to tourism and health and well-being as a sustainable development goal by tourism providers in Tobago. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes Vol. 12 No. 3*, pp. 293-303. <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2020-0006>

Alvarez-Sousa, A. (2018). The problems of tourist sustainability in cultural cities: Socio-political perceptions and interests management. *Sustainability 10*(2), p. 30. <https://doi.org/10.3390/su10020503>

Asmelash, A. G. & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia. *Heliyon, Vol. 5, Issue 3*, p. 31. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01335>

Beeton, S. (2005). The case study in tourism research: A multi-method case study approach. In Ritchie, B., Burns, P. & Palmer, C. (eds). *Tourism research methods: Integrating theory with practice* (pp. 37-48). Cabi, Wellingford, Reino Unido.

Bogacz-Wojtanowska, E., Góral, A. & Bugdol, M. (2019). The role of trust in sustainable heritage management networks. Case study of selected cultural routes in Poland. *Sustainability, 11*, p. 28. <https://doi.org/10.3390/su11102844>

Brinia, V., Economou, G., Gialos, G., Panagiotopoulou, A. R. & Spanidi, M. (2020). An innovative approach to entrepreneurship in higher and secondary education: Cultural routes and economy of experience – A case study. *International Journal of Education Economics and Development, Vol. 11, No. 3*, pp. 277-291. <https://doi.org/10.1504/IJEED.2020.10029583>

Campolo, D., Bombino, G. & Meduri, T. (2016). Cultural landscape and cultural routes: Infrastructure role and indigenous knowledge for a sustainable development of inland areas. *Procedia - Social and Behavioral Sciences 223*, pp. 576-582. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.350>

Carbone, F. (2006). *Turismo, património e sustentabilidade. Modelo de gestão para sítios arqueológicos*. Tese de mestrado da Universidade de Aveiro. Repositório da Universidade de Aveiro. <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/8949/1/2007000091.pdf>

Carvalho, P. (2003). Património cultural e iniciativas de desenvolvimento local no espaço rural. In Caetano, L. (ed). *Território, do global ao local e trajetórias de desenvolvimento* (pp. 199-277). Centro de Estudos Geográficos, Coimbra.

Carvalho, P. (2011). Património e desenvolvimento em ambiente rural: Lugares, rotas e redes. *Cadernos de Geografia Coimbra, FLUC, n.º 30/31*, pp. 3-16.

Cojocariu, S. (2015). The development of cultural routes: A valuable asset for Romania. *Procedia Economics and Finance 32*, pp. 959-967. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01554-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01554-3)

Dayoub, B., Yang, P., Dayoub, A., Omran, S. & Li, H. (2020). The role of cultural routes in sustainable tourism development: A case study of Syria's Spiritual Route. *International Journal of Sustainable Development and Planning, Vol. 15, N. 6*, pp. 865-874. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.150610>

Durusoy, E. (2014). *From an ancient road to a cultural route - Conservation and management of the road between Milas and Labraunda*. Instituto Francês de Estudos da Anatólia, Istambul.

Figueira, L. (2013). *Manual para elaboração de roteiros de turismo cultural*. Instituto Politécnico de Tomar, Tomar.

Halder, S. & Sarda, R. (2021). Promoting intangible cultural heritage (ICH) tourism: Strategy for socioeconomic development of snake charmers (India) through geoeducation, geotourism and geoconservation. *International Journal of Geoheritage and Parks*, p. 21. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2021.02.008>

ICOMOS (2008). Itinéraires culturels/Cultural Routes. ICOMOS, Quebec.

INE (2020). *Anuário estatístico da Região Autónoma da Madeira de 2019*. DREM, Funchal.

Lemmetynen, A., Nieminen, L. & Aalto, J. (2021). A gentler structure to life: Co-creation in branding a cultural route. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17, pp. 268-277. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00215-5>

Maia, S. & Baptista, M. (2011). *As rotas como estratégia turística*. Book of proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve, pp. 672-682.

Medina, X. F. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de Antropología* 51, pp. 106-113. <http://dx.doi.org/10.1016/j.anthro.2017.02.001>

Mendes, S. (2007). *Funchal – Cidade com história*. Gráfica Europam, Funchal.

Meneghello, S. & Mingotto, E. (2020). Local active engagement as an effective tool for sustainable tourism development: First considerations from the European cultural routes case. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, Vol 248, p. 13. <https://doi.org/10.2495/ST200011>

Oikonomopoulou, E., Delegou, E. T., Sayas, J. & Moropoulou, A. (2017). An innovative approach to the protection of cultural heritage: The case of cultural routes in Chios Island, Greece. *Journal of Archaeological Science: Reports* 14, pp. 742-757. <https://doi.org/10.1016/j.jasrep.2016.09.006>

Pascoal, S. (2019). Smart tech para a otimização do turismo literário: O projeto TheRoute. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 35, pp. 57-72. <https://doi.org/10.18089/DAMeJ.2019.35.4>

Prus, B., Król, K., Gawroński, K., Sankowski, E. & Hernik, J. (2020). From Classic (Analogue) to Digital Forms of Cultural Heritage Protection in Poland. In Kremers, H. (ed). *Digital Cultural Heritage* (pp. 255-278). CODATA, Berlin. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-15200-0>

Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management* 27, pp. 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>

Rodrigues, E. (2016). A aliança indissociável entre o turismo cultural e o turismo em espaço rural na Madeira. *Tourism & Management Studies*, 12(2), pp. 70-77. <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12208>

Roigé, X., Arrieta-Urtizbera, I. & Seguí, J. (2021). The sustainability of intangible heritage in the Covid-19 Era: Resilience, reinvention, and challenges in Spain. *Sustainability*, 13(11), p. 25. <https://doi.org/10.3390/su13115796>

Somnuxpong, S. (2020). Chiang Mai: A creative city using creative tourism management. *Journal of Urban Culture Research*, Vol. 20, pp. 112-132. <https://doi.org/10.14456/jucr.2020.8>

Severo, M. (2017). European cultural routes: Building a multi-actor approach. *Museum International*, 69:1-2, pp. 136-145. <https://doi.org/10.1111/muse.12157>

Smith, M. K. (2016). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge, 3rd Edition, London.

Sousa, F. (2008). *Guia dos museus do Funchal*. Neves, LDA, Funchal.

Sousa, A. (2014). *O turismo de natureza no Funchal*. Tese de mestrado da Universidade de Coimbra. Repositório da Universidade de Coimbra. <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/27519>

Szromek, A. R. & Naramski, M. (2019). Measuring trust in business relations between tourist facilities on one thematic touristic route. *Sustainability*, 11(14), p. 18. <https://doi.org/10.3390/su11143935>

Wang, Y. (2016). *More important than ever: Measuring tourist satisfaction*. Griffith Institute for Tourism Research Report Series. Report No 10, Queensland, Austrália.

APÊNDICES

Apêndice 1 - Questionário da Câmara Municipal do Funchal (CMF)

Existem rotas culturais no município? Se sim, por favor, indique quais e a sua descrição.

Porque não são encontradas referências ao património cultural imaterial na página oficial da Câmara Municipal do Funchal (CMF)?

Igualmente, porque é que não aparecem considerações ou componentes de património cultural imaterial na página webgráfica da candidatura do Funchal a Capital Europeia da Cultura?

Consideram importante a proposta de uma rota cultural imaterial para o concelho e cidade do Funchal? Se sim, por favor, indique quais seriam os lugares que mais poderiam estar integrados nessa rota.

A CMF aceita propostas de rotas culturais para serem ofertas turísticas complementares às já existentes? Existe algum procedimento necessário para elaborar propostas de roteiros ou rotas culturais?

Muito obrigado pela vossa colaboração!