

DAR COR AO PATRIMÓNIO: PROMOÇÃO DA IDENTIDADE E MEMÓRIA ATRAVÉS DAS ESTÓRIAS

Elsa Ramos¹

Rita Saraiva²

Adriano Costa³

Resumo:

A experiência da visita é cada vez mais procurada, como uma “experiência viva”, onde o turista possa usufruir, construir e sobretudo aprender. O artigo tem como objetivo apresentar a experiência turística e cultural baseada na recriação de histórias de uma obra literária, onde focamos a experiência do *storytelling* nas narrativas do lugar.

A capacidade de reconstrução da visita-guiada, permite oferecer várias perspetivas, quer a nível cronológico quer tipológico, que possibilita a criação de ferramentas interpretativas (personagens encenadas, fotografias de época, objetos, entre outros) que, quando dadas ao participante, lhe permite desenvolver o seu imaginário.

A metodologia utilizada é fundamentada na experiência empírica, na análise bibliográfica dos recursos, do tema, na observação direta da visita e na recolha da informação junto dos visitantes obtida através da realização de um questionário. A informação obtida constituirá um ponto de partida, na implementação de novas ferramentas estratégicas de atração, contribuindo para a promoção e divulgação do lugar e conseqüentemente de um território.

Palavras-chave: História, Estórias, Memória, *Storytelling*, Turismo Cultural, Visitas-Guiadas

¹ CITUR, UDI, Instituto Politécnico da Guarda – ESTH, elsaramos@ipg.pt

² Centro Interpretativo de Seia e seu Centro Histórico – Misericórdia de Seia, museu@misericordiadeseia.pt

³ CITUR, UDI, Instituto Politécnico da Guarda – ESTH, a.costa@ipg.pt

GIVING COLOUR TO HERITAGE: PROMOTING IDENTITY AND MEMORY THROUGH STORIES

Abstract:

The experience of the visit is increasingly sought as a "living experience", where the tourist can enjoy, build and above all learn. In this article we aim to present the tourist a cultural experience based on the recreation of stories from a literary work, where we focus the storytelling experience on the narratives of the place.

The ability to reconstruct the guided tour, allows offering various perspectives, both chronologically and typologically, which allows the creation of interpretative tools (staged characters, period photographs, objects, among others), when given to the participant, he/she will develop his/her imaginary.

The methodology used is based on empirical experience, bibliographic analysis of the resources, the theme, direct observation of the visit and in the collection of information from visitors obtained by conducting a quiz. The information obtained will constitute a starting point, in the implementation of new strategic tools of attraction, contributing to the promotion and dissemination of the place and consequently of a territory.

Keywords: History, Stories, Memory, Storytelling, Cultural Tourism, Guided Tours

Introdução

O turismo cultural é na atualidade, quando devidamente planeado um fator de desenvolvimento sustentável de territórios e tem vindo, a ser eleito como alavanca essencial à investigação de novas dinâmicas de progresso nos espaços de acolhimento.

Baseado em Clara Sarmiento, os estudos culturais, como os literários, são hoje definidos como um espaço em que a pesquisa crítica, teórica e interdisciplinar se organiza em redor da análise cultural das sociedades modernas e industrializadas mas, também nas tradições culturais silenciadas, marginalizadas e desvalorizadas, que muitas vezes dentro delas subsistem territórios sociais e culturais pouco conhecidos.

Os atos culturais são muito importantes para a atração e divulgação destes territórios e a valorização da sua cultura.

Este projeto consiste na implementação de uma visita encenada ao Centro Histórico de Seia, tendo por base um autor senense do início do Séc. XX, sendo criado um circuito literário utilizando a técnica do storytelling, com o intuito de analisar a reação do visitante, manter viva a memória e o património cultural e imaterial da localidade.

Storytelling

A técnica do *storytelling* baseia-se no uso do relato de histórias para identificar o gap entre a estratégia pretendida e a estratégia realizada. Esta abordagem tem sido analisada como uma técnica alternativa para identificar estratégias organizacionais vivenciadas. A técnica tem vindo a ser utilizada para pesquisas organizacionais em diversos objetivos, entre eles: compreensão da cultura, comunicação, modelo de gestão ou transferência de conhecimento, por meio de diferentes formas de aplicação, conforme a intenção de pesquisa ou a necessidade de compreensão das iniciativas da organização.

A investigação da diferença entre a estratégia pretendida e a estratégia praticada torna-se um processo complexo, na medida em que a estratégia praticada é da ordem do comportamento passado, a qual possui uma importância crítica para análise e possibilidade de aprendizagem organizacional, como forma de sustentação à viabilidade de um sistema de objetivos futuros (Mintzberg, 1978; Eden; Ackermann, 1998; Mintzberg; Ahlstrand; Lampel, 2006)⁴.

Neste processo tem-se em conta a dimensão cultural da dramaturgia, realizada a partir das memórias recolhidas, a sua relação com símbolos culturais locais, a ideia de representação do real e a dupla existência dos intérpretes, enquanto atores e membros da comunidade. A teatralidade de cada espetáculo é analisada segundo as técnicas desenvolvidas e segundo a relação estabelecida com as especificidades locais, constatando-se a interpenetração das várias instâncias, numa influência mútua. As dimensões individual, coletiva e ritualística são igualmente colocadas em evidência, bem como os vários tempos do processo criativo, passado presente e futuro.

As contribuições teóricas das áreas do teatro, performance, filosofia, crítica de arte, sociologia, antropologia e literatura, possibilitam uma análise alargada do encontro entre práticas artísticas e comunidade, numa ação que não é exclusivamente artística ou social, mas que se apresenta em relação.

Visitas Encenadas

A realização de uma visita a um Museu ou Monumento assume, dependendo das intenções ou motivações dos indivíduos, uma experiência diferente. Nas diversas modalidades de visita: a Visita Guiada/Orientada, a Visita Encenada, o Circuito/Visita Temática, a Visita de Autor e o Circuito Literário; assinalamos a forma como os participantes utilizam o espaço, a informação, e como reagem perante a apresentação. (Semedo, Ganga e Oliveira, 2018)

A visita guiada/orientada é a modalidade mais utilizada pelos usuários de museus, palácios e espaços ao ar livre, e monumentos. Geralmente os espaços têm técnicos especializados, que realizam a descrição dos espaços e elementos, assim como a orientação dos públicos pelo circuito de visita.

⁴ Cited in Gonçalves, C.R; Borges, M.L; Cassol, A.; Moré, R. (2013) Storytelling para a identificação de uma estratégia como prática. Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE, São Paulo, v.12, n. 1, pp.131-153.

O circuito ou visita temática tem sempre subjacente uma temática, cujo circuito ou roteiro irá incidir. Este tipo de visita é muito utilizado quando uma época cronológica, efeméride ou um tema em específico se quer abordar para com o visitante/observador.

As visitas de autor ou os circuitos literários são modalidades que ajudam à criação de um roteiro, tendo como base uma obra literária ou a atividade de um autor ou personalidade. No caso do roteiro criado, tendo como matéria um livro, um conto ou uma história, sua escrita tem passagens sobre personagens ou a ação destas no espaço, onde o visitante se encontra a realizar a visita. No caso das visitas de autor, uma personalidade ou o autor cria o circuito. Este tipo de visita é muito utilizado quando o espólio ou obra, está disperso pela cidade ou território, e existe a necessidade de assinalar apenas o legado do autor objeto da visita.

As visitas Encenadas ao Centro Histórico de Seia decorreram numa ação dinamizada pela Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela, por intermédio do Município de Seia. O projeto *ReViver o Passado*, desenvolveu-se a 3 anos, e consistiu na dinamização da História e Património Cultural Local, através da recolha e estudo de *estórias* e vivências, para a concretização de um circuito urbano contemplativo. Este conceito de visita é realizado habitualmente, pelo Centro Interpretativo de Seia e seu Centro Histórico, organismo tutelado pela Misericórdia de Seia atares da sua valência religiosa e cultural (Espaço Museológico).



Figura 1. Capa do livro *Senalonga*

No primeiro ano a visita compreendeu a simples visita guiada/orientada, com um guia especialista em Património Cultural. Esta experiência de *storytelling*, foi intensificada nos últimos 2 anos, com a recolha e tratamento dos contos da obra literária *Senalonga* de Avelino Cunhal (Cunhal, 1965), e dinamização em ambiente noturno, cujo misticismo e envolvimento intensificam a experiência de visita.

Este livro revelou-se uma fantástica forma de descrever e imaginar a *vila de Ceia* no início do século XX. Desde as pessoas, as vivências, o espaço urbano, as picardias políticas, entre outros; todos os contos ajudam ao leitor à imaginação de uma vila do interior, cujas desigualdades sociais, habitantes da vila e aldeões, são descritas de forma sarcástica e muitas vezes apresentada a condição dos mais desfavorecidos agirem em detrimento dos mais poderosos. A atividade de contar histórias, aliada à divulgação do património, desperta reação e sensação. Esta ajuda também na captação da atenção e ligação com o local.

A visita inicia-se de forma simbólica no Largo da Misericórdia, outrora epicentro social, económico e religioso da vila e o espaço urbano que mais concentra um conjunto de monumentos das diferentes tipologias (religiosa, residencial e civil), onde a receção é

realizada no monumental escadório da Misericórdia pela personagem de *Senalonga, Ritinha Salava*, uma doceira que “(...) *á merce dos azares da vida* (...) ficou viúva, e se vê na condição de fazer doces para fora, como forma de sobrevivência. Esta personagem simula uma vinda à Fonte das 4 Bicas, outrora lugar muito frequentado, pelas gentes da vila onde vinham buscar água para alimentação, higiene, entre outras atividades... pela não existência de água canalizada nas habitações.

A experiência do visitante nesta primeira abordagem é principalmente visual e sensorial, pela presença da personagem vestida à época, realizando a recção e sua autoapresentação com o conto: “Especialidade da Terra”, as *tetinhas de manjar branco* de Ritinha Salava. É *Ritinha Salava* que realiza a visita, e a orienta através da realização do circuito contemplativo apresenta aspetos do património histórico e cultural, apresenta fotografias da *vila de Ceia* entre os anos 90 do século XIX e os anos 80 do Século XX, e efemérides ocorridas no espaço urbano, onde muitas delas protagonizaram a sua alteração de forma significativa.

No ano de 2019, o circuito contava com a presença de uma personagem, onde o início e final eram concretizados com a leitura do conto da obra *Senalonga*. Esta primeira modalidade de visita, foram estudados e trabalhados os contos: “A Especialidade da Terra” e a concretização de um “Grande Melhoramento”, este último, um episódio *sui generis* da inauguração pública de um mictório (urinol público), onde o término da visita é realizado no espaço urbano onde “este melhoramento” foi efetivamente construído.

Os contos da obra *Senalonga* têm o poder de transportar o Leitor/Guia e o Participante/Ouvinte para o meio urbano onde estes se encontram a desenvolver a visita, o que proporciona uma experiência única, desenvolvendo um sentimento de ligação afetiva e cognitiva ao lugar (Schultz,2000). No ano de 2020, ainda que com as medidas restritivas do Covid-19, a experiência de visita ficou mais enriquecida com a alteração do circuito, a introdução de novas personagens e a substituição do conto, pelo “Os Faunos já não têm Coração”, desenvolvido junto à Fonte das 4 Bicas, onde um habitante da vila personifica a abordagem brejeira, das cachopas e criadas de servir, que viam à fonte.

Segundo Schmitt, existem cinco dimensões de experiência, onde cada individuo tem diferentes perspetivas, sentimentos e valores, pelo que a experiência será sempre única (Schmitt,1999). Os Centros Históricos são hoje em dia, locais de enorme importância na área do turismo, pela sua identidade, e cultura da cidade e pelos lugares onde se funde a modernidade com a tradição (Pereira, Silva e Seabra, 2018).

1. METODOLOGIA

Tendo por base a experiência empírica e a revisão bibliográfica efetuada em relação ao tema, procedeu-se à realização de um inquérito por questionário, o qual tinha como principal objetivo a recolha de informação pertinente da temática em estudo, junto dos participantes na visita guiada.

Deste modo, foi solicitado a todos os participantes na visita para responderem a um questionário. Assim, do total dos 302 participantes na visita, apenas obtivemos 37 respostas, sendo eliminado um desses inquéritos dado o elevado número de não respostas

que o mesmo continha. Estas respostas foram obtidas no período de novembro de 2020 a janeiro de 2021.

Assim, para um nível de confiança de 95% e de acordo com os valores inerentes ao caso em estudo o nível de precisão é de +/- 15% (Reis e Moreira, 1993), valor elevado (Hair et al., 2010 e Pestana e Gageiro, 2014), mas que face aos objetivos, aos constrangimentos temporais e financeiros da investigação consideramos como aceitáveis.

De seguida os dados do inquérito foram codificados e foram tratados com o recurso ao programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), versão 27.0. As principais técnicas estatísticas utilizadas estão relacionadas com a análise que se pretendeu efetuar. Deste modo, foram utilizadas técnicas estatísticas de análise univariada, com o emprego de medidas de estatística descritiva.

2. ANÁLISE DOS RESULTADOS

De seguida iremos proceder a uma caracterização socioeconómica da amostra com base no sexo, idade, habilitações literárias e nacionalidade.

Quadro 1. Caracterização socioeconómica da amostra

	Variável	N	%
Sexo	Masculino	17	53
	Feminino	19	47
	Total	36	100
Escala Etário	18-30	11	31
	31-45	12	33
	46-60	12	33
	61-75	1	3
	Total	36	100
Habilitações literárias	Ensino Básico	2	5
	Ensino Secundário	11	31
	Licenciatura	12	33
	Mestrado/Doutoramento	11	31
	Total	36	100
Nacionalidade	Portuguesa	31	86
	Francesa	2	5,5
	Angolana	2	5,5
	Canadiana	1	3
	Total	36	100

Fonte: Inquérito aos participantes da visita

Da análise do quadro podemos concluir que a maioria dos participantes na visita são do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 31 e 60 anos, sendo que cerca de dois terços tem um nível de qualificação superior e na sua grande maioria portugueses.

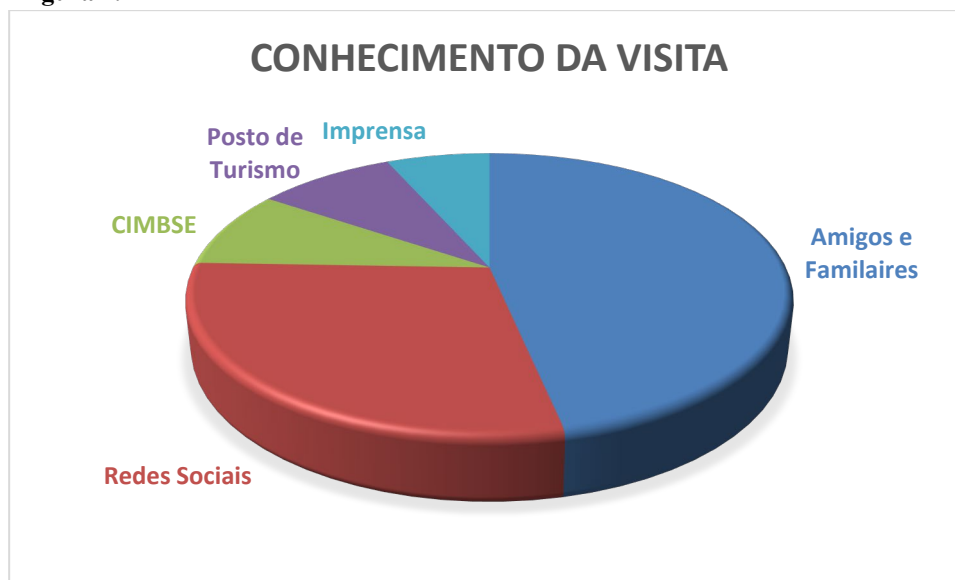
Da análise do grau de satisfação com a visita efetuada podemos concluir que o mesmo é muito elevado. A prova disso é a média obtida que é de 4,83, numa escala de 1 (Nada satisfeito) a 5 (Muito satisfeito). Para além disso constatamos que cerca de 50% já participaram em mais do que uma visita, o que vem reforçar o que anteriormente se disse relativamente ao grau de satisfação.

No que concerne às principais razões da visita estas estão relacionadas com o conhecimento do Património Histórico e Cultural da cidade de Seia, seguidas do facto de estas visitas permitirem um regresso ao passado através do conhecimento e recreação das estórias e também pelo facto de as mesmas serem noturnas, o que leva a que as pessoas tem um feito surpresa e de misticismo.

Para os participantes na visita esta permitiu um regresso ao passado, sendo que o principal foco de sentimento dos participantes se centra na recreação do conto literário, seguido das personagens intervenientes, dos recursos utilizados, nomeadamente o caso do projetor e do guarda-roupa.

Quando questionados sobre a forma de como tiveram conhecimento da visita grande parte dos inquiridos disseram que foi através de amigos e familiares, seguidos de conhecimentos pelas redes sociais.

Figura 2. Conhecimento da visita



Fonte: Inquérito aos participantes da visita

Por último e como sugestões dos participantes na visita estes indicam que se devem efetuar mais recuperações de estórias e contos, pois esta são forma muito importante de manter viva e ao mesmo tempo atualizada a cultura, o património de uma dada região.

Relativamente à presente visita são de opinião de se deve manter a mesma e se possível até o alargamento do circuito com a introdução de novas estórias e contos.

3. DISCUSSÃO

Da análise dos resultados podemos concluir que as visitas encenadas são muito importantes para se manter vivo, atualizado e ao mesmo tempo conhecido o património histórico e cultura de uma região. Não nos podemos esquecer que esta forma de dar a conhecer as estórias e contos, nos locais identificados nas diferentes obras, permite que os participantes possam vivenciar *in loco* as diferentes experiências. É uma forma de

transportar os participantes para a época. Para além disso, dada a interação que existe entre quem efetua a visita e quem nela participa, permite um aprofundamento científico dos conceitos históricos relacionados os momentos vividos.

Relativamente aos meios de comunicação a utilizar e da análise dos resultados estes permitem identificar que os mesmos se encontram de acordo com as tendências atuais, isto é, o passa palavra e as redes sociais.

4. LIMITAÇÕES DO ESTUDO E FUTURAS INVESTIGAÇÕES

A primeira grande limitação do estudo tem a ver com a dimensão da amostra que foi utilizada. Deste modo deve ser alargado o período de recolha da informação.

Assim, de acordo com os resultados obtidos deve-se ponderar alargar este tipo de visitas guiadas para outros autores e outras histórias, com a criação de novos circuitos. Esta é uma forma de manter viva as tradições e costumes locais, pois coloca em cena a população local através das diferentes representações efetuadas e pessoas que podem ou não vir de fora para assistir às visitas encenadas. Esta forma de envolver toda a comunidade na preservação do património histórico e cultural de uma região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Campos, R. (2010). Clara Sarmiento, Cultura popular portuguesa: práticas, discursos e representações, *Etnográfica*, 14 (1), 206-208.
- Cunhal, A. (1965) - *Senalonga: pequenas histórias de uma vila em 1900*. Prelo. Lisboa.
- Gonçalo, C.R., Borges, M.L., Cassol, A. & Moré, R. (2013). Storytelling para a identificação de uma estratégia como prática. *Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE*, 12(1), 131-153.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*, Upper Saddle River; NJ; Pearson;
- Pereira, A., Silva, C. & Seabra, C. (2018). A Experiencia Turística de Storytelling nos Centros Históricos de Portugal. *European Journal of Applied Business Management, Special Issue of ICABM2018*, 145-161.
- Pestana, M e Gageiro, J. (2014). *Análise de Dados para Ciências Sociais – A Complementaridade do SPSS*. 6ª edição, Editora Sílabo, Lisboa;
- Reis, E. e Moreira, R. (1993) *Pesquisa de Mercados*. Edições Sílabo, Lisboa.
- Schultz, P. W. (2000). Empathizing with nature: the effects of perspective taking on concern for environmental issues. *Journal of Social Issues*, 56(3),391 406.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.

Semedo, Alice; Ganga, Rafaela; Oliveira, Célia (2018) – *Visitar Museus e Monumentos: Um estudo piloto de fatores motivacionais*. Ed. CITCEM - Centro de Investigação Transdisciplinar «Cultura, Espaço e Memória»