



Cita bibliográfica: N. Enriques, C.H. (2025). Turismo cultural como vetor de sustentabilidade nas cidades. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 9 (1), pp.193-218. <https://doi.org/10.21071/riturem.v9i1.18482>

Turismo cultural como vetor de sustentabilidade nas cidades ***Turismo cultural como factor de sustentabilidad en los destinos urbanos***

Cláudia Helena N. Henriques¹

Resumo

A cultura tem vindo a ganhar um papel de importância crescente no fomento ao desenvolvimento sustentável. Muitas cidades, enquanto espaços de potencial cultural e criativo, tendem a afirmar o seu respetivo valor com o objetivo de desenvolvimento turístico. Neste contexto, o presente artigo visa refletir sobre a importância da cultura nas cidades, enquanto propiciadora de desenvolvimento turístico, pondo em destaque a forma de a medir através de indicadores-chave. Em termos metodológicos procede-se à análise de conteúdo categorial de um conjunto de indexes, destacando exploratoriamente os respetivos domínios ou áreas privilegiadas de avaliação, métodos e indicadores-chave. Adicionalmente existe a preocupação em considerar as interconexões que se estabelecem entre as indústrias culturais e criativas e a indústria do turismo.

Palavras-Chave: Turismo; Cultura; Turismo Cultural; Cidades; Sustentabilidade; Indústrias Culturais e Criativas; Competitividade

Resumen

La cultura ha desempeñado un papel cada vez más importante en el fomento del desarrollo sostenible. Muchas ciudades, como espacios de potencial cultural y creativo, tienden a reivindicar su valor para el desarrollo turístico. En este contexto, este artículo pretende reflexionar sobre la importancia de la cultura en las ciudades como motor del desarrollo turístico, destacando cómo medirla mediante indicadores clave. Metodológicamente, realizamos un análisis de contenido categórico de un conjunto de índices, destacando exploratoriamente sus respectivos dominios o áreas privilegiadas de evaluación, métodos e indicadores clave. Además, consideramos las interconexiones establecidas entre las industrias culturales y creativas y la industria turística.

Palabras clave: Turismo; Cultura; Turismo Cultural; Ciudades; Sostenibilidad; Industrias Culturales y Creativas; Competitividad.

Abstract

Culture has become increasingly important in promoting sustainable development. Many cities with cultural and creative potential, tend to put in evidence their respective value in order to promote tourism development. In this context, this article aims to consider the importance of culture in cities, as a propitiator of tourism development, highlighting how to measure it through

¹ Universidade do Algarve. Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo. Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-Estar, Portugal. Email: henri@ualg.pt Id.Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0862-2552>



key indicators. Methodologically, the analysis of the categorical content of a set of indexes is carried out, showing the respective domains or privileged areas of assessment, methods and key indicators. In addition, there is a consideration of the interconnections between the cultural and creative industries and the tourism industry.

Keywords: Tourism; Culture; Cultural Tourism; Cities; Sustainability; Cultural and Creative Industries; Competitiveness

1. Introdução

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre a importância da cultura para o desenvolvimento turístico das cidades.

Num primeiro momento preocupa-se em estabelecer três vetores de análise e sua interconexão, nomeadamente o da cultura, economia (turismo) e cidade, em contexto de desenvolvimento sustentável. No respeitante à cultura, apresenta-se um conjunto de definições afeto ao setor cultural e criativo e respetivas indústrias culturais e criativas. No âmbito do vetor economia, destaca-se o setor do turismo na sua interconexão com o setor cultural e criativo. No último vetor destaca-se o turismo como um setor determinante no desenvolvimento socioeconómico urbano, com ênfase no turismo cultural e criativo.

Adicionalmente, e tendo em conta a importância do desenvolvimento sustentável do turismo avança-se com uma abordagem às dimensões de sustentabilidade urbana com destaque para o papel da cultura.

Segue-se a identificação de um conjunto de indexes/indicadores com valências na medição da importância do papel da cultura e criatividade como promotoras de desenvolvimento das cidades, tendo em conta as tendências atuais de globalização, disseminação de novas tecnologias e redes (*networks*). Em termos metodológicos procede-se a uma análise de conteúdo categorial de um conjunto de indexes/indicadores com vista a determinar exploratoriamente os elementos tidos como fundamentais na avaliação da relevância no desenvolvimento do turismo cultural em espaço urbano, dando ênfase à monitorização de indexes como *Cultural and Creative Cities Monitor*, *Creative City Index*, *Arcadis Sustainable Cities Index*.

Por fim apresentam-se as principais conclusões.

2. O papel da cultura no desenvolvimento sustentável do turismo em espaço urbano

A cultura enquanto conceito complexo, dinâmico e em evolução, capta uma multiplicidade de definições. Destacamos a da UNESCO (2001) e a da EU (2014) que a entendem respetivamente como “um conjunto de características emocionais, intelectuais e espirituais distintivas ou grupo social que envolva arte e literatura, estilos de vida, modos de vivencia, sistemas de valores, tradições e crenças” (UNESCO, 2001) e como “arte”, “conjunto de atitudes, crenças, costumes, valores e práticas partilhadas por um grupo” ou ainda como “ferramenta para qualificar o setor cultural” (EU, 2014).

Em termos evolutórios, cultura tem vindo a tornar-se conceitualmente mais abrangente, à medida que integra não só “património tangível”, mas igualmente “paisagens” (culturais) e “património intangível”. Em concordância, para além de

originalmente estar associada a “high culture”, integra também a cultura “popular” e do “dia a dia” (*everyday culture*) (Ashworth et al., 2007), percepcionando-se uma gradual passagem de uma vocação mais passiva para uma mais ativa.

A cultura tem valor. Como destacam alguns autores, detém valor intrínseco, institucional e instrumental, bem como de uso e não uso (Menon Economics, 2017), assim como cognitivo, simbólico, educacional, semiológico, artístico, económico (Navrud e Read, 2002; O’Brien, 2015). O valor que lhe é atribuído conduz ao reconhecimento crescente da sua importância no desenvolvimento sustentável, uma vez que “património cultural” pode ser considerado como um elemento de junção (“glue”) (Throsby, 2008) entre as diferentes dimensões do desenvolvimento sustentável, apoiado no “princípio da interconectividade” (Throsby, 2008), segundo o qual os sistemas económico, social, cultural e ambiental não estão isolados, mas sim em interconexão.

Cultura assume-se simultaneamente como “meio” e “fim” desse desenvolvimento (UNESCO, 2001). Como “meio” porque enquanto capital de conhecimento e setor de atividade se constitui como elemento favorecedor da sustentabilidade, promove o desenvolvimento inclusivo, social e económico, a sustentabilidade ambiental, harmonia, paz e segurança. Como “fim”, na medida em que é detentora de significado e vitalidade, criatividade e inovação, posicionando-se privilegiadamente como recurso para atingir desafios e soluções.

A cultura associa-se a um conjunto de atividades ditas “culturais”, as quais segundo Throsby (2008), detêm três grandes características identitárias, nomeadamente: - envolverem alguma forma de criatividade na sua produção; preocuparem-se com a criação e comunicação de meios simbólicos; o seu *output* enquadrar potencialmente alguma forma de propriedade intelectual. Estas atividades inscrevem-se num conjunto de domínios culturais, que a UNDP/UNESCO (2013) identifica como: património natural e cultural, *performances* e celebrações, artes visuais e artesanato, livros e imprensa, audiovisual e media interativo, *design* e serviços criativos, domínios relacionados, património cultural intangível.

As atividades referidas associam-se ao setor cultural e criativo e respetivas indústrias culturais e criativas (ICC), o qual inclui “artes visuais e performativas, património cultural, filmes, televisão e rádio, música, imprensa, *video games*, *media*, arquitectura, *design*, moda e publicidade” (OECD, 2014). Quanto às ICC assentam em atividades criativas que ligam produtores, consumidores e lugares através do uso da tecnologia, talento e competências, para criar produtos culturais intangíveis, conteúdos criativos e experiências (Pine e Guilmore, 1999). Os bens e serviços culturais detêm um elemento diferenciador afeto a “valores artísticos, estéticos, simbólicos e espirituais” (UNESCO, 2014: 13), ao mesmo tempo que embuídos de “criatividade” no contexto da ascensão da economia criativa (Howkins, 2001), criação de redes criativas (*networking*) e economia das experiências. Esta última conduz a que a economia se tenha vindo a transformar de “fábrica gigante” (*giant factory*) em “grande teatro” (*grand theatre*) (Riftin, 2000), ou segundo a aceção de Pine e Guilmore (2008) tenha evoluído dos estádios agrário, industrial e serviços para atingir os estádios das experiências e transformações, onde o potencial económico da criatividade e cultura é valorizado

(UNESCO, 1986; Throsby, 2001; Florida, 2005; Korez-Vide, 2013; OECD, 2014; WEF, 2016; UNCTAD, 2017; EC, 2017).

3. O contributo da cultura para o desenvolvimento sustentável do turismo

Embora no passado, cultura tenha sido considerada uma “barreira” ao desenvolvimento, na atualidade, ela é genericamente percecionada como detendo interconexões positivas com o desenvolvimento sustentável, tornando-se parte integrante do discurso global e considerada como um dos elementos da sustentabilidade (Stylianou-Lambert et al., 2015; UNESCO, 2015; UNESCO, 2017).

Como sublinha a UNESCO (2014a: 81), as ICC e suas atividades dão um importante contributo para o crescimento económico, nomeadamente devido ao seu peso no PIB, emprego cultural e gastos das famílias em cultura. Adicionalmente a sua importância para o desenvolvimento é também reconhecida identificando-se que as ICC contribuem direta e indiretamente para a competitividade, mais e melhores empregos, desenvolvimento sustentável, inovação, coesão e desenvolvimento local. Por exemplo, a nível europeu, um estudo da European Commission (EC, 2011: 8) evidenciou que as regiões detentoras níveis de prosperidade mais elevados eram aquelas em que as ICC detinham maior peso na estrutura produtiva. Segundo a UNCTAD (2017a), em 2015 o *trade* em produtos criativos ascendeu a 510 biliões de dólares.

No contexto de reposicionamento face à “culturalização da vida económica” e à “mercantilização (economização) da vida cultural”, a cultura tornou-se um elemento determinante na delimitação de uma estratégia de desenvolvimento, enquanto “parte” de uma mais vasta e dinâmica esfera da atividade económica, “com ligações às economias da informação e conhecimento, propiciadora de criatividade, abraçando as novas tecnologias e estimulando a inovação” (Throsby, 2008: 228-229).

A prossecução do desenvolvimento sustentável é um desafio a atingir, entendido como “visão” e “processo” que visa atingir a melhorias a nível ambiental, económico e social, local e global², assente em cinco grandes princípios, nomeadamente: conservação/preservação, equidade, longo prazo, capacidade de carga parcerias (Henriques, 2003).

Em 2001, inicia-se o processo de inclusão da cultura como a “quarta dimensão com a Declaração Universal da UNESCO em diversidade Cultural (UNESCO, 2001), continuado com o Rio+20 (UN, 2012)³. Quanto à associação entre cultura e desenvolvimento sustentável, cabe salientar que segundo Stylianou-Lambert et al. (2015), ela pode deter três grandes papéis, segundo 3 modelos. No modelo “Cultura no DS” (*Culture in sustainable development*), a cultura assume-se como um novo pilar, tornando-se o quarto (para além do económico, ambiental e social). No modelo “Cultura para o desenvolvimento Sustentável” (*Culture for sustainable development*) a cultura assume-

² De acordo com o Relatório Brundtland – 1987/World Commission on Environment and Development: “Our Common Future”.

³ A “cultura” nomeada, por Hawkes, em 2001, como o “quarto pilar” da sustentabilidade, contextualiza-se numa interconetividade entre 4 dimensões, nomeadamente: responsabilidade ambiental, saúde económica, equidade social, vitalidade cultural.

se como mediadora entre os 3 pilares pré existentes. No modelo 3, “Cultura como desenvolvimento sustentável” (*Culture as sustainable development*), a cultura torna-se a base e alicerce do DS, numa dinâmica em mutação.

Sustentabilidade cultural é entendida como “a mudança que ocorre de forma a respeitar os valores culturais”, pondo a tónica na necessidade de compreensão da cultura e do próprio lugar onde ela ocorre, de modo a que a comunidade e o contexto geográfico não sejam esquecidos (CCNC, 2007: 2). De acordo com a CCNC (2007: 7) a sustentabilidade cultural pressupõe considerar dez temas-chave: 1. cultura da sustentabilidade (*the culture of sustainability*) 2. globalização, 3. conservação do património, 4. sentido do lugar, 5. práticas e saberes tradicionais locais, 6. desenvolvimento cultural comunitário, 7. artes, educação e juventude, 8. *design* sustentável, 9. planeamento, 10. política cultural e governo local.

Na atualidade, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável e suas 17 metas com vista a “acabar” com a pobreza, lutar contra a desigualdade e injustiça, e prevenir as mudanças climáticas até 2030 (UNESCO, 2015)⁴, representa um substancial avanço para se atingir o desenvolvimento sustentável em vários domínios e em particular o da cultura (UNESCO, 2017). Pela primeira vez, uma agenda de desenvolvimento internacional reporta-se às metas de desenvolvimento sustentável associadas à educação, cidades sustentáveis, segurança alimentar, ambiente, crescimento económico e desenvolvimento económico-social, consumo e produção sustentável, sociedades pacíficas e inclusivas. No caso das cidades sustentáveis a meta é o fortalecimento da ligação entre as comunidades e o seu ambiente construído sustentado em vida cultural vibrante e ambientes urbanos de qualidade (UNESCO; 2017: 16). Cultura detém o papel de motor e propulsor (*driver* e *enabler*) de desenvolvimento sustentável com forte apoio na participação dos *stakeholders* a nível nacional e local (UNESCO, 2017: 16).

No âmbito das 17 metas de desenvolvimento sustentável, o programa cultural da UNESCO contribui diretamente para a implementação da meta 11 associada à “proteção e promoção do património mundial natural e cultural que torna as cidades sustentáveis, inclusivas, seguras e resilientes”. Ou seja, visa tornar as cidades sustentáveis, tendo-se em conta o *Target 11.4* que preconiza o desenvolvimento de mais “esforços para proteção e salvaguarda do património natural e cultural”, que podem ser avaliados através de indicadores de desenvolvimento.⁵ Paralelamente, a cultura também constitui suporte para outras metas tais como a 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16 e 17⁶. A salvaguarda do património cultural e o encorajamento da criatividade é essencial para as comunidades de modo a que sejam ativamente envolvidas na prossecução destas metas.

⁴ 17 metas assentes em 169 alvos contemplando 3 dimensões do desenvolvimento sustentável. Substitui as *Millennium Development Goals* (MDGs) aprovadas pelas Nações Unidas em 2000 e com término em 2015.

⁵ Vide Creative Cities Network (UNESCO (2017).

⁶ Destaca-se : Meta 2: diversidade cultural e conhecimento tradicional; Meta 4: Cultura estimula o acesso à educação (...); Metas 6, 14, 15: As convenções da UNESCO possibilitam a proteção do ambiente, áreas costeiras e marítimas (...) para promover o turismo responsável; Metas 12, 13: Promove a ligação entre a diversidade cultural e a biodiversidade para gerar mais sustentabilidade; Metas - 8, 1, 10: As ICC, o turismo cultural e a salvaguarda do património são poderosos motores na redução da pobreza, crescimento e desenvolvimento económico, inovação e emprego (UNESCO, 2017).

Outras iniciativas e programas tais como “Culture and Sustainable Urban Development Initiative”, “the World Heritage Education Programme”, “the UNESCO Heritage Routes projects”, “the World Heritage Sustainable Tourism” e “Marine Programmes”, providenciam um enquadramento e importantes recomendações que podem apoiar os estados membros a integrar a cultura em estratégias e políticas com vista à implementação das 17 metas referidas (UNESCO, 2017).

Na Europa, por exemplo, o Work Plan for Culture 2015-2018, distingue 5 áreas prioritárias de ações. São elas: - cultura acessível e inclusiva (digitalização do património textual e literário); - património cultural; - setor cultural e criativo: economia criativa e inovação (manual de boas práticas e recomendações às autoridades públicas); - promoção da diversidade cultural e - prioridade intersectorial (*cross-sectorial*) (prioridade: estatísticas culturais) (EC, 2017: 6).

3.1. Interconexão entre cultura, turismo e sustentabilidade

A interconexão entre cultura e turismo, e nomeadamente entre as ICC e o turismo, tem vindo a ser reconhecida como propiciadora de desenvolvimento e competitividade (vide UNWTO, 2016: 24). O facto ganha maior importância se pensarmos no crescimento do turismo nas últimas décadas (UNWTO, 2017), enquanto um dos setores mais geradores de PIB, emprego e investimento (WTTC, 2017).

A cultura, nas suas diferentes formas, constitui a motivação de mais de 1,2 biliões de turistas, anualmente (UNESCO, 2017). Como tal, distingue-se como importante meio de diferenciação e heterogeneização de destinos turísticos ao promover o diálogo intercultural, a criação de oportunidades de emprego, a diminuição da migração rural, e possibilitar um sentido de orgulho entre as comunidades hóspedes. No entanto, gerida de forma deficiente pode também ser prejudicial ao património cultural, onde assenta o turismo. Neste contexto, o planeamento e gestão turísticos são fundamentais, nomeadamente ao potenciarem os impactos positivos e em precavarem os impactos negativos. Dai a necessidade de observatórios (vide por exemplo o *Virtual Tourism Observatory* (VTO) da Comissão Europeia) e outras ferramentas de apoio à gestão pública e negócios, com vista a tornar mais competitivo o setor turístico.

O desenvolvimento do turismo sustentável, ou seja, um turismo que apele ao equilíbrio entre os domínios ambiental, económico, sócio cultural (UNEP e UNWTO, 2005), compatível com a manutenção de um elevado nível de satisfação turística de modo a assegurar um “experiência” turística com significado (*meaningful experience*) (Korez-Vide, 2013).

Uma vez que nenhum desenvolvimento sustentável pode excluir a cultura (UNWTO/UNESCO, 2015), o desenvolvimento do turismo cultural assente na relação entre turismo e cultura, que se pretende simbiótica (Scott, 2000), é visto como dando um significativo contributo para o desenvolvimento sócio económico e *empowerment* das comunidades locais (UNWTO, 2015).

A interconexão entre turismo e ICC é, em consequência, potencializadora de benefícios que se orientam de forma biunívoca: - as ICC podem dar um contributo para

que o turismo atinja maior diversificação de produtos turísticos e experiências (turismo criativo), revitalização de produtos turísticos existentes, utilização de tecnologia no desenvolvimento e envolvimento de experiências turísticas, adição de atmosfera e *buzz* aos locais, ultrapassagem de limitações dos modelos de turismo cultural tradicionais para novas formas de turismo (assentes na cultura intangível e criatividade contemporânea), estímulo da qualificação e atratividade dos lugares; - o turismo, por sua vez, também pode beneficiar as ICC, nomeadamente através do potencial de valorização de ativos culturais e criativos, expansão de audiências para produtos criativos, possibilidade de uma base para a inovação, melhoria da imagem de países e regiões, abertura de mercados para exportação, fomento e manutenção de *networks* profissionais e desenvolvimento de conhecimento.

O turismo cultural, é uma forma de turismo em que as atrações culturais são o principal motivo de visita e permanência em determinado destino. Nos dias de hoje, face à ênfase na criatividade, na autenticidade do destino, seus recursos e valores como elementos determinantes de uma experiência turística, a assumpção é de que para além da visita a ícones de património cultural, existe a motivação de imersão mais profunda na cultura do destino (Korez-Vide, 2013). Sendo a criatividade um processo o turismo criativo utiliza recursos turísticos que na sua essência são processos (e.g. dançar, cantar, artesanato, culinária, pintar, festivais) (Prentice e Andersen, 2003) oferecendo aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através de uma participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são características do destino para onde vão (Richards e Raymond, 2006). Segundo Richards e Wilson (2006) o turismo criativo é uma forma emergente de turismo cultural que satisfaz um nível mais elevado de foco no desenvolvimento de competências pessoais e está em consonância com a ascensão da economia das experiências (Richards e Wilson, 2006) e da co-produção (o turista é não só consumidor, mas também é co-produtor da sua experiência) (Richards e Wilson, 2006).

Como sublinha a UNESCO (2013), turismo criativo orienta-se mais para um maior envolvimento com experiências autênticas com uma participação ativa de aprendizagem em artes, património, ou características únicas do lugar e criadora de uma conexão aos residentes e sua cultura, consentânea com a ascensão de um novo perfil de turista mais preocupado com o seu desenvolvimento individual enquadrado em novos estilos de vida.

Neste contexto, a OECD (2014) sublinha que a inclusão de conteúdos criativos nas experiências turísticas pode adicionar valor ao atingir determinados grupos alvo, melhorando a imagem e competitividade do destino, e dando suporte ao crescimento das ICC e exportações criativas.

3.2. Cultura e desenvolvimento turístico das cidades

Na era da globalização, as cidades “são os novos estados” (GlobalInfluence, 2017). Os fluxos físicos e monetários mundiais estabelecem-se maioritariamente entre cidades, nomeadamente entre 50 cidades que, conjuntamente, possuem mais de um bilião de habitantes e funcionam como grandes motores de desenvolvimento nos seus países. Uma vez que, em 2050, e como assinala o documento “Realizing the Future We Want For All”, (UN, 2012), “70% da população mundial viverá em cidades”. Ora, como assinala a

WTTC (2017a: 4), a verdadeira importância do turismo para uma cidade é mais facilmente perceptível quando é visto o seu peso relativo face às outras atividades económicas. As cidades de Shanghai, Beijing, Paris e Nova Iorque são as 4 maiores cidades em termos de volume do PIB das Viagens & Turismo, embora o setor só represente entre 3.2% e 7.5% do output total destas cidades, o que se compreende de tendo em conta a diversidade setorial.

A “urbanização” constituirá um elemento determinante no crescimento económico mundial (Florida, 2016: 16-17), pelo que não deverá ser descartar uma estratégia de desenvolvimento, em que a “cultura” e a “criatividade” sejam contempladas como prioridades de futuro (Florida, 2016). Elas são forças motoras de desenvolvimento sustentável e de regeneração urbanas e desenvolvimento de recursos endógenos (UNESCO, 2016). Para a UNESCO (2017), cidades criativas constituem-se como “complexos a urbanos onde as atividades culturais são uma componente integral do funcionamento económico, social, por exemplo, através do apoio aos profissionais das áreas culturais e criativas, apoio a investimentos em infraestruturas culturais, em ICC e novas tecnologias da informação e comunicação (TICs). Por exemplo, o *network* de Cidades Criativas (*Creative Cities Network*) é formado por 180 membros de 72 países contemplando 7 domínios criativos: artesanato & folk art, *design*, filmes, gastronomia, literatura, música e *media arts* (UNESCO, 2017).

As ICC, reconhecidas como forças de crescimento económico, estão no “coração” da competitividade “glocal” numa sociedade do conhecimento que configura os territórios e as economias locais de modo inovador e criativo. Em termos de paradigma de gestão urbana, o JoslynInstitute (2017) salienta que de três domínios da sustentabilidade estamos no advento de 5 domínios, ou seja, para além dos domínios, económico, ambiental e sócio-cultural, temos igualmente os domínios tecnologia (*the technology of transportation*) e política pública.

Tendo em consideração a ascensão do turismo cultural e criativo em espaço urbano, cabe destacar alguns documentos estratégicos que têm vindo a contribuir para o reconhecimento da sua importância, tais como: 1) 1972: Convenção da UNESCO 1972 (*Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*); 2001: programa temático nas Cidades de Património Mundial; 3) Recomendação da UNESCO sobre Paisagem (*Recommendation on the Historic Urban Landscape*); 4) 2003: Convenção sobre o Património Cultural Intangível (*The Convention on the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage - 2003*); 5) 2005: Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (*Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*); 6) Rede de Cidades Criativas (*Creative Cities Network*) da UNESCO; 7) 2011: Recomendação sobre as Paisagens Urbanas Históricas (*Historic Urban Landscape*); 8) 2013: Relatório Economia Criativa (*UN Creative Economy report*); 9) 2015: 1^a Relatório de Monitorização da Convenção de 2005 (*first Global Report to Monitor the Convention*); 10) 2018: 2^o Relatório da Unesco de Monitorização da Convenção de 2005 (*2018 Monitoring The 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. the 2nd*).

Este último avança com as seguintes metas: 1: apoiar sistemas sustentáveis de governança para a cultura; 2: atingir um fluxo equilibrado de bens e serviços culturais e aumentar a mobilidade de artistas e profissionais da cultura; 3: integrar a cultura no desenvolvimento sustentável; 4: promover os direitos humanos e liberdades fundamentais UNESCO (2017a).

Em termos de Cartas e Declarações enquadradoras, destacam-se a Carta Thessalia 2016 e a Declaração de Muscat sobre Turismo e Cultura (*Muscat Declaration on Tourism and Culture: Fostering Sustainable Development*) (UNWTO/UNESCO, 2017). A Carta de Thessalia apela a um conjunto de boas práticas a implementar em destinos promotores de turismo sustentável, nos seguintes domínios: 1. mudanças climáticas; 2. acessibilidade ao património; 3. parcerias efetivas; 4. comunidades hóspedes e turismo responsável; 5. critérios de qualidade; 6. informação aos visitantes; 7. marketing do lugar; 8. rotas culturais; 9. património de caminhos de ferro; 10. produtos locais e gastronomia; 11. competências e comércios tradicionais; 12. turismo de ciclismo. É solicitado trabalho adicional nos seguintes temas, *inter-alia*: 1. Património intangível para turismo sustentável e responsável; 2. Turismo de património industrial; 3. Infraestruturas de interpretação patrimonial; 4. Digitalização & Inovação em Turismo Cultural e Sustentável; 5. Mobilidade Sustentável, Viagem acessível e responsável, no contexto dos destinos e para o acesso/conetividade dos destinos; 6. Indústrias Culturais e Criativas e Sinergias com o Turismo; 7. Mobilização de Voluntários no Turismo Cultural e patrimonial; 8. Turismo Religioso e de Peregrinação; 9. Sinergias da economia das experiências com o turismo cultural; 10. Património marítimo, costeiro, e aquático para o turismo; 11. Turismo criativo; 12. Educação e Formação para o turismo cultural e patrimonial; 13. Turismo senior (*Age – friendly Tourism*), Turismo de prata (*Silver Tourism*), 14. Incentivos aos jovens para o turismo cultural através do património, *Youth Incentives for Cultural Tourism through Heritage*, 15. Enoturismo (*Wine Tourism*), 16. Conservação e seu contributo para o turismo cultural, 17. Partilha de impactos económico no turismo; 18. Estimular a governança para o turismo cultural, incluindo financiamento.

Quanto à Declaração de Muscat (UNWTO/UNESCO, 2017), ela põe em destaque a necessidade de reforçar o compromisso com:

1. Fortalecimento de sinergias entre turismo e cultura e avançar com o contributo do turismo cultural para a Agenda 2030 do Desenvolvimento Sustentável e as 17 metas;
2. Estímulo do papel do turismo e cultura na paz construindo a proteção patrimonial, especialmente em áreas afetadas por conflitos;
3. Promoção do turismo cultural e gestão sustentável responsável;
4. Encorajamento de uma abordagem inovadora e criativa para o desenvolvimento urbano sustentável através do turismo cultural;
4.5 Alinhamento das políticas de turismo urbano e turismo cultural em cidades com a Nova Agenda Urbana (*New Urban Agenda*).
5. Exploração de interconexões entre cultura e natureza no turismo sustentável através do desenvolvimento sustentável.

Habitat III⁷ (conhecido como a Conferência das Nações Unidas sobre Habitação e Desenvolvimento urbano sustentável), com lugar em Quito (Equador), em 2016,

⁷ O Habitat III (Quito em 2016) teve como determinantes a discussão do conceito de sustentabilidade em Vancouver in 1976 (Habitat I), Istanbul em 1996 (Habitat II – the “City Summit.”). O processo Habitat nasceu da necessidade de resolver os problemas provenientes da crescente urbanização. No Habitat II, a cultura passa a ser reconhecida como parte integrante do bem estar das populações. A *Global Taskforce of Local and Regional Governments* (UCLG – United cities and Local Governments) estabelece a necessidade de incluir a cultura no paradigma de sustentabilidade das cidades propondo uma abordagem holística do desenvolvimento. O pressuposto é de que: “sem cultura, não existe futuro para as cidades”. A Agenda 21 para a Cultura desenvolvida pela UCLG evidencia este reconhecimento, tais como o The Indian Historic cities’network ou o Programa das Cidades Europeias da Cultura. Considerar também o Programa UNESCO

representa o mais recente esforço global para identificar e partilhar uma visão para um futuro sustentável das cidades (e outros territórios) com o objetivo de fortalecer o compromisso político (170 países) a nível da definição de estratégias de urbanização global, para as duas próximas décadas, ou seja até 2036. Da Conferência resultou a Nova Agenda Urbana (NAU) (*New Urban Agenda*) que visa constituir-se como um guia de políticas nacionais e locais para o crescimento e desenvolvimento das cidades, apoiado num conjunto vasto de atores (autoridades locais, regionais e nacionais, sociedade civil, fundações, NGOs, académico, agencias das Nações Unidas) (Citiscop, 2016).

NAU reconhece a importância do papel do património cultural (tangível e intangível) num desenvolvimento vibrante, resiliente, inclusivo e sustentável urbano, pelo que considera uma prioridade a inclusão da cultura nas estratégias, planeamento, ordenamento e gestão urbanos. A assumpção é de que cultura/património cultural:

- possibilita a implementação e promoção de modelos de produção e consumo sustentáveis (ponto 10),
- contribui para a humanização das cidades (ponto 26),
- contribui para a reabilitação e revitalização de áreas urbanas bem como o fortalecimento da participação social e o exercício da cidadania (ponto 38),
- constitui uma base de apoio às economias urbanas na progressiva transição para um nível de produtividade mais elevado (pontos 45 e 60).

Neste contexto, delimita-se a matriz das cidades do futuro sensíveis à inclusão da cultura. Os cinco vetores da matriz são: - educação/formação; - migração/movimentos populacionais; - tecnologia; - governança; - espaço.

Entre as estratégias associadas ao setor cultural e criativo temos o apoio a setores específicos, o apoio a infraestruturas artísticas e culturais não lucrativas, negócios/empresa/empresários, networks colaborativos e serviços educacionais, criação de áreas/zonas destinadas a empresas ou comunidades culturais e providenciar subsídios e formação às comunidades. O objetivo é pois (re)humanizar as cidades, promovendo a cultura local, reconhecendo a diversidade cultural, promovendo o pluralismo, acesso à cultura, participação na vida cultural, infraestruturas culturais, conservação do património, criação de um sentimento de pertença e criação de emprego.

Quanto aos motores da ação (*key drivers*), temos:

- promover uma abordagem territorial do desenvolvimento urbano através do planejamento estratégico baseado na cultura,
- aprender com práticas inovadoras em áreas históricas para planejar cidades mais compactas com base no desenvolvimento urbano misto,

WH+ST (2013-2015) sob coordenação e responsabilidade da UNESCO World Heritage Centre (UNESCO, 2013: pg 2) (<http://whc.unesco.org/en/tourism/>). Também, em 2015, no seguimento das conclusões da UNWTO/UNESCO *World Conference on Tourism and Culture: Building a new partnership*, (Siem Reap, Cambodia, 4–6 February 2015) aquando da determinação de resultados sobre as prioridades dos membros para 2016-2017 (estabelecidas pela UNWTO), verifica-se a relevância atribuída à cultura e à compreensão dos requisitos para o desenvolvimento do turismo cultural e das parcerias a estabelecer entre turismo e cultura, e em recolher boas práticas neste domínio.

- estimular a regeneração urbana através de indústrias culturais e criativas, eventos e instituições,
- melhorar a qualidade e o acesso aos espaços públicos através da cultura,
- aumentar a competitividade liderada pela cultura das cidades, através de investimentos em infra-estrutura e indústrias culturais, programas de capacitação e novas tecnologias,
- promover o turismo cultural sustentável em benefício das comunidades locais e dos indivíduos para encorajar a renovação e revitalização do patrimônio cultural,
- percepcionar a cultura como fator de identidade e diálogo entre as comunidades para a educação e a coesão social e na luta contra as desigualdades,
- garantir direitos culturais para todos e respeitar a diversidade cultural para promover cidades inclusivas,
- colocar a cultura no centro das estratégias de resiliência urbana.

4. Metodologia

O artigo visa averiguar os contornos da relação entre cultura, turismo e cidades, no contexto de um desenvolvimento sustentável. Orienta-se, em primeiro lugar, para uma revisão da literatura sobre três domínios de conceitualização – cultura, turismo, cidades, bem como para o estabelecimento das respetivas interconexões.

Em seguida, tendo em conta a importância do turismo cultural e criativo em espaço urbano, parte-se para a determinação do papel que poderá desempenhar no âmbito do desenvolvimento sustentável, a qual apela à necessidade de existência de indicadores credíveis e inclusivos para medir a implementação e fazer a monitorização da cultura e turismo nas cidades. A assumpção é de que a existência de indexes/indicadores pode potenciar uma compreensão e medição qualitativa e quantitativa do lugar da cultura e turismo no desenvolvimento sustentável (Citiscope, 2015), justificada pela crescente necessidade de indicadores comparáveis sistematicamente apurados de modo a analisar os dados das cidades de forma a estabelecer comparações.

De notar que tal como a JLL (2017) salienta, para o espaço urbano existem mais de 300 indexes. Embora, apenas 2.9% remetam para a temática “Cultura e diversidade” (JLL, 2017: 10). Assim sendo, a nossa intenção é refletir exploratoriamente sobre alguns deles que evidenciam a dimensão cultural bem como tendências incontornáveis da sociedade global e em rede.

Com este enquadramento, procede-se à identificação de vários indexes/indicadores associados às cidades, nomeadamente os constantes na tabela 1:

Tabela 1. Indexes associados a cidades

<ul style="list-style-type: none"> • Cultural and Creative Cities Monitor (CCCM/JRC) 	<ul style="list-style-type: none"> • European Commission https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities
<ul style="list-style-type: none"> • Creative Cities Index 	<ul style="list-style-type: none"> • Charles Landry http://charleslandry.com/themes/creative-cities-index/

• Sustainable Cities Index (Arcadis)	• Arcadis https://www.arcadis.com/media/0/6/6/%7B06687980-3179-47AD-89FD-F6AFA76EBB73%7DSustainable%20Cities%20Index.pdf
• Redefining Global Cities	• Brookings JPMORGAN CHASE www.brookings.edu/research/redefining-global-cities/
• Global Cities Talent Competitiveness Index (GCTCI) The Global Talent Competitiveness Index Diversity for Competitiveness	• INSEAD/A/TATA https://gtcistudy.com/wp-content/uploads/2018/01/GTCI-2018-web.r1-1.pdf
• A Global Ranking of Soft Power – Softpower 30	• PORTLAND/USC CENTER ON PUBLIC DIPLOMACY https://toinformistoinfluence.com/2017/07/18/the-soft-power-30-a-global-ranking-of-soft-power-2017/
• Globalization & Cities Index GaWC	• Globalization and world cities research network (Gawc) Competitiveness of Global Cities Departamento de Geografia da Loughborough University http://www.lboro.ac.uk/gawc/index.html
• Global Cities Index - The most connected Cities	• Global Influence - A.T. Kearney Global Cities Index http://www.globalinfluence.world/en/global-city-index-2017-connected-cities/
• The Global Competitiveness Index	• WEF – World Economic Forum https://www.weforum.org/
• Intercultural Cities Index (ICC)	• Conselho da Europa https://www.coe.int/en/web/interculturalcities/about-the-index
• JLL's 2017 City Momentum Index (CMI) - World's Most Dynamic Cities	• JLL http://www.jll.com/cities-research/City-Momentum/ https://toplink.weforum.org/knowledge/insight/a_1Gb0000001RIhBEAW/explore/summary
• Cultural Vitality Index	• Oregon Arts Commission http://www.oregonartscommission.org/impact/publications/creative-vitality-index
• Global City Competitiveness Index (The 2025 City Competitiveness Index)	• The Economist Intelligence Unit Limited http://www.citigroup.com/citi/citiforcities/pdfs/hotspots2025.pdf
• Global Economic Power Index (GPCI) Global Power Inner City Index	• MMF: Institute for Urban Strategies, The Mori Memorial Foundation http://mori-m-foundation.or.jp/english/ius2/gpci2/index.shtml

Fonte: Elaboração própria

Após a identificação de um conjunto de indexes, selecionaram-se seguidamente três para, através da análise de conteúdo categorial (Bardin, 2015), se averiguar os elementos culturais que mais são alvo de consideração, de modo a melhor se compreender

as preocupações subjacentes ao papel da cultura e criatividade no desenvolvimento sustentável do turismo, em espaço urbano. Esses indexes são:

- Cultural and Creative Cities Monitor (JRC) (CCCM/JRC) (EU, 2017a),
- The Creative City Index (CCIn) (Charles Landry, 2017),
- Arcadis Sustainable Cities Index (SCI/A) (Arcadis, 2017).

Na análise categorial (Bardin, 2015), as categorias contempladas foram: - definição do índice (o que é); - objetivo(s); - nº cidades consideradas; - subindex/dimensões de análise; - indicadores associados ao turismo cultural.

Adicionalmente selecionaram-se três indexes, nomeadamente:

- UNESCO Culture for Development Indicators (CDIS) (UNESCO, 2014)
- UNWTO Global Benchmarking for City Tourism Measurement (UNWTO, 2014)
- A Global Ranking of Soft Power - Softpower 30 (Softpower, 2017)

Os critérios subjacentes à sua seleção foi respetivamente contemplarem o setor da cultura (não só restrito às cidades) (CDIS) (UNESCO, 2014), contemplar o setor do turismo (UNWTO, 2014), ter em consideração o *soft power*, enquanto poder em ascensão (Softpower, 2017), em contexto de globalização, compatível com a disseminação do conceito de “cidade-global” (*global city*) (Sassen, 2001; Taylor (2004) e redes de cidade globais.

Como a WEF (2014: 13) sublinha, no *Report of the Global Agenda Council on Competitiveness*, a competitividade das cidades assenta, entre outros aspetos em instituições, políticas, conectividade *hard* e conectividade *soft*. Paralelamente, avança com 6 tendências globais: urbanização, demografia e classe média emergente, aumento da desigualdade, sustentabilidade, mudanças tecnológicas, *clusters* industriais e cadeia de valor global e governança. Também a UNWTO (2014), no respeitante ao turismo urbano e sua relação com a cultura e criatividade chama a atenção para se terem presentes as principais tendências, entre as quais potenciar o uso de novas tecnologias. Pois cada vez é maior o reconhecimento de que o mundo está mais centrado em cidades e seus fluxos do que centrado em estados. As cidades na sua avaliação não deverão então descurar a utilização de um modelo de *network* de conectividade – o qual mede a integração da cidade no *network* mundial de cidades. Destacam-se preocupações com o *network* de transportes, ligações de comunicações eletrónicas, *network* de infraestruturas, mas também o *network* social. Este ultimo entendido enquanto forma de organização onde os “*nodes*” são atores e as ligações (*links*) são relações sociais. A formação do *network* associado às cidades é entendido mais como o resultado de decisões de empresas globais (*global corporate decisions*) do que o trabalho coléctivo dos responsáveis pela política urbana (GaWC, 2017).

5. Indexes enquanto ferramenta de comparação entre cidades

A análise de conteúdo relativa à categoria “definição” evidencia que cada índice se identifica como ferramenta para avaliar cidades. Temos:

O CCCM/JRC é uma ferramenta para avaliar a performance das cidades culturais e criativas na europa em relação às suas congêneres com base em dados qualitativos e quantitativos⁸ (EU, 2017).

O CCIn é uma ferramenta para avaliar as cidades holisticamente em termos das suas competências e potencial, uma precondição para a dinâmica económica e inovação (Charles Landry, 2017).

O SCI/A Arcadis em parceria com Cebr (Centre for Economic and Business Research) assenta em três dimensões de sustentabilidade - pessoas, planeta e lucro - com vista a averiguar o que as cidades têm vindo a fazer (Arcadis, 2017).

No relativo à categoria “nº de cidades” alvo de monitorização, o CCCM/JRC é aquele que mais cidades considera – 168 (30 países europeus, 168 cidades pertencentes a 30 países, das quais 93 cidades europeias da cultura, 22 cidades criativas da UNESCO que hospedaram pelo menos dois festivais culturais internacionais), segue-se o SCI/A com 100 cidades globais e por fim o CCIn com 20 cidades.

No respeitante à categoria “dimensões/domínios” (D), eles estão patentes na seguinte tabela:

Tabela 2. Subindex (SI), Dimensões ou domínios (D)

CCCM/JRC	CCIn	SCI/A
3 SI <ul style="list-style-type: none"> 1. vibração cultural 2. economia criativa 3. estímulo do ambiente envolvente (<i>enabling environment</i>) 	9 D <ul style="list-style-type: none"> 1.1. locais e infraestruturas culturais 1.2. atratividade e participação cultural 2.1. empregos criativos 2.2. inovação e propriedade intelectual 2.3. novos empregos nos setores criativos 3.1. capital humano e educação 3.2. abertura, tolerância e confiança 3.3. conectividade local e internacional 	10 D <ul style="list-style-type: none"> 1. enquadramento público e político 2. distintividade, diversidade vitalidade e expressão 3. abertura, confiança, acessibilidade e participação 4. empreendedorismo, exploração e inovação 5. liderança estratégica, agilidade e visão 6. desenvolvimento de talento e aprendizagem da paisagem 7. comunicação, conectividade e networking

⁸ A componente qualitativa inclui a apresentação de manifestações de ativos culturais e criativos das cidades, para complemento da informação quantitativa. Por exemplo apresentam-se características dos principais locais culturais, instituições artísticas, eventos ao vivo, para que se possam desenvolver estratégias políticas e infraestruturas (e.g. fundos, incentivos, incubadoras criativas, fab labs) que evidenciem o compromisso da cidade com a cultura e criatividade (EU, 2017).

		8. lugar e o place-making 9. vivência e bem-estar 10. profissionalismo e eficácia	
--	--	--	--

Fonte: Elaboração própria com base em EU (2017), Charles Landry (2017), Arcadis (2017)

O C3 Monitor - CCCM/JRC apura a informação quantitativa através de 3 subindexes, 9 dimensões e 29 indicadores. No âmbito de cada SI preocupa-se em medir um conjunto de elementos. O SI 1 - “vibração cultural” mede o “pulsar” da cidade em termos de infraestruturas culturais e participação na cultura. O S2 - “economia criativa” capta de que modo o setor cultural e criativo contribui para a cidade em termos de emprego, criação de novos empregos, e capacidade inovadora. O SI 3 -“estímulo do ambiente” (*enabling environment*) identifica os ativos tangíveis e intangíveis que ajudam as cidades a atrair talento criativo e estimular a envolvente cultural (EU, 2017).

O CCIn investiga sobre o processo urbano e projetos para avaliar o seu pulsar criativo, tendo preocupações de natureza holística, abordando a cidade como um todo integrado. Estuda a cidade quer numa perspetiva *insider* quer *outsider*. Para uma cidade ser considerada criativa ela terá que ter um conjunto de atributos associados à oferta de cultura num contexto imaginativo e abrangente, para além de oferecer boa educação, gastar em investigação e promover incentivos inteligentes. Para o CCIn a criatividade não pertence apenas a um só setor. Dai que os setores avaliados sejam: educação e formação, comércio, indústria e negócios, administração pública e suas infraestruturas, profissionais em comunidades de *designers*, setor de voluntariado, cultura, desporto, gastronomia, hotelaria, turismo, instituições de turismo, media, entre outros. No respeitante aos 10 domínios constantes na tabela, cabe referir que são holísticos e devem ser contemplados em interconexão (Charles Landry, 2017).

Quanto ao SCI/A, ele apoia-se em 3 dimensões de sustentabilidade – pessoas, planeta e lucro, as quais representam a sustentabilidade social, ambiental e económica e tendem a oferecer um quadro indicativo da saúde e riqueza das cidades no presente e futuro (Arcadis, 2017).

Quanto à categoria referente a “indicadores associados ao turismo cultural”, devido à transversalidade setorial presente, a preocupação foi ter em consideração simultaneamente indicadores de cultura, de turismo e de turismo cultural (tabela 3). Por índex, temos:

Tabela 3. Seleção de Indicadores associados ao Turismo Cultural

CCCM/JRC	CCIn	SCI/A
<ul style="list-style-type: none"> - dormidas de turistas - visitas a museus - satisfação com as infraestruturas culturais 	<ul style="list-style-type: none"> - turismo cultural e instituições de lazer: organismos de artes, gastronomia, industria hoteleira - nº de empregos criativos - nº de escolas criativas 	<ul style="list-style-type: none"> - turismo internacional (visitantes internacionais por ano, valores absolutos & <i>per capita</i>) - conetividade

	<p>- nº de empresas de artes performativas</p> <p>- nº de indústrias cinematográficas e de vídeo</p>	
--	--	--

Fonte: elaboração própria com base em EU (2017), Charles Landry (2017) e Arcadis (2017)

O CCCM/JRC assenta em 29 indicadores no total das 3 dimensões. A dimensão “1” apresenta três indicadores associados ao turismo cultural, respetivamente: dormidas de turistas, visitas a museus, satisfação com as infraestruturas culturais (EU, 2017).

O CCIn apresenta um conjunto de 10 domínios que são aqueles onde se definem os indicadores, distribuídos pelos seguintes itens: - educação e sistema de formação (educação primária, básico, secundário, universitário, desenvolvimento profissional, formação); Indústria e negócios (PMEs e outras empresas, clusters, camaras de comércio); administração pública e infraestruturas; setor de voluntariado e comunidade; e, instituições de lazer, turismo e cultura (organismos de arte, gastronomia, indústria hoteleira e desporto. (Charles Landry, 2017).

O SCI/A Cebr considera 32 indicadores, e para cada um estabelece um ranking indicativo de sustentabilidade. Cada uma das 100 cidades contempladas recebe uma classificação em cada um dos três pilares ou dimensões de sustentabilidade. A classificação final de cada cidade é dada pela média das 3 dimensões. Na dimensão pessoas (social), cuja preocupação consiste em medir a *performance* social incluindo a qualidade de vida, destacam-se indicadores tais como esperança de vida e obesidade, literacia, nº de universidades, desigualdade no rendimento, ratio de dependência, crime, custos de habitação, entre outros. Na dimensão ambiental (planeta) destacam-se os fatores “verde” tais como energia, poluição, emissão de gases. Na dimensão económica (lucro) cuja intenção consiste em avaliar o ambiente de negócios e a saúde económica, a análise da performance é deita na perspetiva dos negócios, combinando preocupações em avaliar as infraestruturas de transportes, turismo, PIB *per capita*, networks. Nesta dimensão destacam-se dois indicadores associados ao turismo, respetivamente: visitantes de turismo internacional/ano e conectividade móvel (tabela 3) (Arcadis, 2017).

Adicionalmente este índice contempla três níveis de análise da cidade, nomeadamente: valores e coragem dos decisores políticos; poder de governança e investimento; sistemas de mobilidade, habitação, energia, águas, comida, saúde, educação, qualidade do ar, cultura, urbanismo (Arcadis, 2017).

Tal como avançado na metodologia, foi nossa preocupação avançar com a análise de outros indicadores que muito embora não tivessem sido dimensionados para avaliar o turismo cultural, em espaço urbano, incorporam um conjunto de elementos importantes para a sua compreensão.

Quanto ao UNESCO Culture for Development Indicators (CDIS) (UNESCO, 2014), ele constitui uma investigação pioneira de definição de indicadores orientados para a avaliação do contributo da cultura para o desenvolvimento a nível nacional, ajudando as comunidades a expandir as suas escolhas e a adaptarem-se a mudanças. Distinguem-se as seguintes temáticas:

- grau de participação cultural (tema: social)
- emprego nas indústrias culturais e criativas (tema: economia)
- proteção do ambiente cultural (tema: espaço/ambiente)
- grau de investimento e instrumentos financeiros para financiar as atividades culturais e criativas (tema: economia)
- parcerias e estratégias locais para as atividades culturais (tema: integração) (UNESCO, 2014 a).

O CDIS apresenta 7 dimensões e respetivos indicadores: economia (PIB, emprego, gastos do agregado); educação (educação para todos, educação Multilingual, educação em artes, formação de profissionais); governança e institucionalização (enquadramento standard setting, enquadramento político e institucional, infraestruturas, participação de sociedade civil; participação social; igualdade de género; comunicação (liberdade de expressão, uso de internet, conteúdos de media); Património (proteção ao património) (UNESCO, 2014).

O UNWTO Global Benchmarking for City Tourism Measurement (UNWTO, 2014) inscreve-se no reconhecimento da necessidade crescente em produzir indicadores comparáveis para sistematicamente se coletar e analisar informação sobre o turismo nas cidades. Segundo o Secretário General da Organização Mundial de Turismo Taleb Rifai, poderá ser uma importante ferramenta para avaliar e determinar a *benchmark performance*, abrindo caminho para um melhor desenvolvimento sustentável da cidade turística (UNWTO, 2014). No âmbito da delimitação de produtos, entre os vários aspectos contemplados, existe a referência aos serviços culturais e atividades culturais (ponto 9 nos 12 contemplados) (UNWTO, 2014: 25).

Para cada cidade, a UNWTO (2014: 44) chama a atenção para “indicadores chave” e sua variação temporal, nomeadamente: - população; contribuição económica do turismo para a cidade; contribuição da cidade para o PIB; emprego nas indústrias turísticas da cidade; nº chegadas de visitantes da cidade. Distinguem-se igualmente os “indicadores económicos de turismo”, tais como: chegadas por país de origem; principal motivo da viagem; modo de transporte; dormidas; dormidas por tipo de estabelecimento; gastos; gastos por principal motivo da viagem (turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, etc); estabelecimentos na indústria turística; emprego; demografia dos negócios; sazonalidade. Por fim, destaca ainda os “indicadores de impacto”, tais como: energias renováveis; consumo de água; pressão turística; uso turístico de serviços fundamentais; congestionamento.

O *Global Ranking of Soft Power - Softpower 30* (Softpower, 2017) resulta da revolução digital e está associado à tendência cada vez mais marcante da importância dos recursos deste tipo de poder" que Joseph Nye (in Softpower, 2017) refere pela primeira vez: "power with others can be more effective than power over others". Para avaliar o *soft power*, o *Global Ranking of Soft Power* apoia-se em 6 sub-index, nomeadamente: governo, cultura, *engagement* global, educação, digital e empresa (Softpower, 2017: 30). No respeitante ao subindex cultura, temos os seguintes indicadores: - nº de chegadas de turistas; gasto médio do turista (receitas totais/nº turistas); nº de filmes nos grandes festivais cinematográficos; nº de correspondentes estrangeiros em cada país; nº de *sites*

de património Mundial da UNESCO; nº de visitantes nos 100 maiores museus; dimensão do mercado musical; nº de álbuns de países estrangeiros no top 10; nº medalhas olímpicas; - FIFA ranking; qualidade da carreira aérea nacional; nº de restaurantes com estrelas Michelin; - *Power Language Index (PLI)* (Softppwer, 2017: 35).

6. Conclusão

O artigo reflete sobre três grandes vetores analíticos e sua interconexão - ou seja cultura, turismo e cidade, verificando-se o reconhecimento da importância da cultura, criatividade e ICC nas cidades, enquanto propiciadoras de desenvolvimento turístico sustentável.

A cultura e criatividade são detentoras de valor intrínseco, institucional e instrumental, distinguindo-se a cultura como “motor” e “propulsor” de desenvolvimento sustentável na Agenda 2030 e suas 17 metas. Também a Nova Agenda Urbana reconhece o papel do património cultural (tangível e intangível) na potencialização de um desenvolvimento vibrante, resiliente, inclusivo e sustentável urbano. Esse facto apela ao reforço da inclusão do turismo cultural na estratégia, planeamento, ordenamento e gestão urbanos tendo em conta a crescente tendência de urbanização. A Carta de Thessalia e a Declaração de Muscat evidenciam igualmente a necessidade de reforço do turismo cultural no contexto de um desenvolvimento urbano sustentável.

Este reconhecimento resultou de um processo longo apoiado por um conjunto de documentos que têm vindo a chamar a atenção para a necessidade de avaliação/monitorização das cidades e sua dinâmica cultural e criativa associada à ascensão do turismo cultural e criativo. Esse facto conduziu ao surgimento de uma multiplicidade de indexes, distinguindo-se exploratoriamente neste trabalho seis.

Os três primeiros - *Cultural and Creative Cities Monitor*, *Creative City Index* e o *Arcadis Sustainable Cities Index*, foram alvo de uma análise de conteúdo categorial deixando em evidência a inclusão de um conjunto de dimensões, onde se destaca a preocupação explícita com a “vibração cultural”, “economia criativa”, “locais e infraestruturas culturais”, “atratividade e participação cultural”, “empregos criativos”, “inovação e propriedade intelectual”, “novos empregos nos setores criativos”, entre outros. Em termos de indicadores distinguem-se os associados quer à cultura, setor cultural e ICC, tais como “visitas a museus”, “satisfação com as infraestruturas culturais”, “nº de empregos criativos”, “nº de escolas criativas”, “nº de empresas de artes performativas”, “nº de indústrias cinematográficas e de vídeo”, quer associados ao setor do turismo contemplando quer a procura turística – “dormidas de turistas”, quer a oferta turística – “turismo cultural e instituições de lazer: organismos de artes, gastronomia, indústria hoteleira”.

Adicionalmente foram alvo de análise mais três indexes - *UNESCO Culture for Development Indicators*, *UNWTO Global Benchmarking for City Tourism Measurement* e *Softpower 30*. Cabe assinalar que os indexes consideram indicadores associados à cultura, nomeadamente “património” e sua proteção (“proteção ao património”),

“serviços culturais e atividades culturais”, “nº de filmes nos grandes festivais cinematográficos”, “nº de correspondentes estrangeiros em cada país”, “nº de sites de património Mundial da UNESCO”, “nº de visitantes nos 100 maiores museus”, “dimensão do mercado musical”, “nº de álbuns de países estrangeiros no top 10”, entre outros.

Quanto ao setor do turismo, no respeitante à procura turística distinguem-se os indicadores: “chegadas por país de origem”, “principal motivo da viagem”, “modo de transporte”, “dormidas”, “dormidas por tipo de estabelecimento”, “gastos”, “gasto médio do turista”, “gastos por principal motivo da viagem (turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, etc)”, “sazonalidade”, “pressão turística”, “uso turístico de serviços fundamentais”. Dando ênfase à oferta turística distinguem-se os indicadores: “estabelecimentos na indústria turística”, “emprego nas indústrias turísticas da cidade”, “demografia dos negócios”, “qualidade da carreira aérea nacional”, “nº de restaurantes com estrelas Michelin”.

Como se pode verificar fica patente a preocupação em avaliar a performance de algumas ICC, tais como “artes visuais e performativas”, “património cultural”, “cinema” e “música”. Paralelamente, para além dos indicadores turísticos, verifica-se a consideração de indicadores que tendem a contemplar a especificidade do turismo cultural em que a cultura é principal motivo de visita e permanência em determinado destino, assim como no turismo criativo mais orientado para um maior envolvimento com experiências autênticas com uma participação ativa de aprendizagem em artes, património preocupado com a inclusão de conteúdos criativos nas experiências turísticas tendo em vista a melhoria da imagem e competitividade do destino, e dando suporte ao crescimento das ICC e exportações criativas.

Neste contexto, e tendo em conta a ascensão de “cidades do futuro” globais e em rede sensíveis à inclusão da cultura, urge não só a implementação e desenvolvimento de um planeamento e gestão sustentável urbano mas também a sua monitorização, nomeadamente em setores estratégicos e em crescimento, como o turismo e a cultura. O facto, apela a estudos mais aprofundados sobre os indexes e seus indicadores com vista a conhecer e compreender melhor o papel da cultura no desenvolvimento sustentável do turismo em cidades.

7. Agradecimientos

“Este artigo é financiado por Fundos Nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto UID/SOC/04020/2013”.

“This paper is financed by National Funds provided by FCT- Foundation for Science and Technology through project UID/SOC/04020/2013”.

8. Referências

- Ashworth, G. J., Graham, B. & Tunbridge , J., (2007). *Pluralising pasts: heritage, identity and place in multicultural societies*. London: Pluto Press.
- Axelsson, R., Degerman, E., Teitelbaum, S., Andersson, K., Elbakidze, M. & Drotz, M. (2013). Social and Cultural Sustainability: Criteria, Indicators, Verifier Variables for Measurement and Maps for Visualization to Support Planning. In *AMBIO 2013, Mar. 42(2): 215–228*.
- Arcadis (2016). *Sustainable Cities Index 2016 - Putting people at the heart of city sustainability*. In Web.pdf <https://www.arcadis.com/media/0/6/6/%7B06687980-3179-47AD-89FD-F6AFA76EBB73%7DSustainable%20Cities%20.pdf> (acesso em 17.04.2017).
- Citiscope (2016). *EXPLAINER: What is the New Urban Agenda?*. Citiscope. Global goals. Local solutions. In http://citiscope.org/ (acesso em 17.04.2017).
- CCNC [Creative City Network of Canada] (2007). Exploring the Cultural Dimensions of Sustainability. *Creative City News, special edition 4* . In: https://www.creativecity.ca/database/files/library/Creative_City_News_E.pdf (acesso em 1.04.2017).
- Charles Landry (2017). *Creative Cities Index*. In <http://charleslandry.com/themes/creative-cities-index/> (acesso em 17.05.2017).
- Duxbury, N., Hosagrahar, J., Pascual, J. (2016). *Culture 21 – Agenda 21 for Culture: Why must culture be at the heart of sustainable urban development?*, Agenda 21 for culture - Committee on culture of United Cities and Local Governments (UCLG). In http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/en/culture_sd_cities_web.pdf (acesso em 5.08.2017).
- EU (2014). *Cultural Tourism*. In http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/cultural-routes/index_en.htm (acesso em 17.02.2017).
- EC [European Commission] (2011). *The European Cluster Observatory, Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*. In http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7070 (acesso em 5.08.2017).
- EC, (2017). *Mapping of Cultural Heritage Actions in European Union policies, programmes, activities*. (Latest update: August 2017), European Commission - Culture. In http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/2014-heritage-mapping_en.pdf (acesso em 5.08.2017).
- EU (2017). *The Cultural and Creative Cities Monitor JRC*. In <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/> (acesso em 5.11.2017).
- Florida, R. (2005). *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. New York: HarperBusiness.
- Florida, R. (2015). *The Global Cities That Power the World Economy Now*. The Atlantic's CityLab website.

- GaWC (2017). *Index*. In <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb23.html> (acesso em 3.12.2017).
- Global Influence (2017). *Global City Index 2017: The Most Connected Cities*. In <http://www.globalinfluence.world/en/global-city-index-2017-connected-cities/> (acesso em 5.01.2018).
- Henriques, C. (2003). *Turismo, Cidade e Cultura. Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
- JLL (2017). *The Universe of City Indices 2017 - Decoding City Performance - JLL and The Business of Cities*. In <http://www.jll.com/cities-research/Documents/benchmarking-future-world-of-cities/JLL-Decoding-City-Performance-2017.pdf> (acesso em 3.12.2017).
- Joslyninstitute (2017). *Sustainable Communities*. In <http://joslyninstitute.org/initiatives/sustainometrics/> (acesso em 5.08.2017).
- Korez-Vide, R. (2013). Promoting Sustainability of Tourism by Creative Tourism Development: How far is Slovenia?. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, Vol. 6, No. 1. pp. 78-102.
- Menon Economics (2017). *English Summary the Value of Cultural Heritage na Economic Analysis of Cultural Heritage and Cultural Environments*. In <https://www.menon.no/?lang=en> Downloads/Verdien%20av%20kulturarv%20-%20engelsk%20sammendrag.pdf (acesso em 5.08.2017).
- Navrud, S. & R.C. Ready (eds.) (2002). *Valuing Cultural Heritage. Applying Environmental Valuation Techniques to Historical Buildings. Monuments and Artifacts*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing.
- Nocca, F. (2017). The Role of Cultural Heritage in Sustainable Development: Multidimensional Indicators as Decision-Making Tool. BINI 2017, *Sustainability* 2017, 9, 1882; pp. 1-28.
- O'Brien, D. (2015). Cultural value, measurement and policy making, Arts and Humanities in Higher Education. *Vol 14, Issue 1, 2015*. pp. 79-94.
- OECD [Organisation for Economic Cooperation and Development] (2014). *Tourism and the Creative Economy*, OECD Studies.
- Pine, B. J. II & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Richards, G., (2001). *Cultural tourists or a culture of tourism? Developments in the European cultural tourism market*. Innovations in cultural tourism: proceedings of the 5th ATLAS International conference innovative approaches to culture and tourism, 1998, Rethymnon, Crete, (ed. Butcher, J.), ATLAS, Tilburg, 2001.
- Richards, G., (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of tourism research*, Vol. 38, No. 4, pp. 2011, 1237.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS news*, 2000, No. 23. 4

- Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing Creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, Vol.: 27, No.: 6, pp. 1209–1223.
- Rifkin, J. (2000). *The age of access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-for Experience*. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam.
- Sassen, S. (2001). *The Global City*. Princeton: Princeton University Press, 2001.
- Softpower (2017). *A Global Ranking of Soft Power – Softpower 30*. In <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf> (acesso em 9.10.2017).
- Scott, A. (2000). *The Cultural Economy of Cities*. Essays on the Geography of Image-Producing Industries, University of California Los Angeles, USA, Sage Publishing
- Shore, S., (2010). Cultural and heritage tourism – international. *Travel & Tourism Analyst*, No. 8, 2010, 12.
- Stylianou-Lambert, T., Mihailova, M., Spinozzi, P., Cicerchia A., Johannisson, J., Kangas, A., Lapka, M., Sesic, M., Dragicevic, K., Siivonen, K. & Skjerven A. (2015). *Story 2: sustainable development*. In Dessein, J., K. Soini, G. Fairclough and L. G. Horlings (Eds.). (2015, May). Culture in, for and as Sustainable Development: Conclusions from the COST Action IS1007 Investigating Cultural Sustainability. Jyväskylä: University of Jyväskylä. In <http://www.culturalsustainability.eu/conclusions.pdf> 2015 by University of Jyväskylä, pp. 29-33 (acesso em 9.10.2017).
- Taylor, P-J. (2004). *World city network : a global urban analysis*. London : Routledge, 2004
- Throsby, D. (2008). *Culture in sustainable development: Insights for the future implementation of art. 13*. In *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. UNESCO: Sydney, Australia, 2008.
- UN [United Nations] (2012). *Rio +20 - Future We Want - Outcome document – Sustainable Development*. In <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=1298> (acesso em 3.12.2017).
- UNCTAD (2017). *DATA – Creative Economy*. In <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>? (acesso em 9.10.2017).
- UNCTAD (2017a). *The UNCTAD Handbook of Statistics 2017*. United Nations publication issued by the United Nations Conference on Trade and Development. In <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CreativeEconomy/Statistics-on-world-trade-in-creative-products.aspx> (acesso em 9.11.2017).
- UNDP/UNESCO (2013). *Creative Economy Report – Widening Local Development Pathways*. United Nations/UNDP/UNESCO, 2013. In <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf> (acesso em 9.10.2017).

UNEP/WTO (2005). *Making Tourism more Sustainable - A Guide for Policy Makers*. UNEP & WTO. In: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPATourismPolicyEN.pdf> (acesso em 9.10.2017).

-UNESCO (1972). *Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage*. Adopted by the General Conference at its seventeenth session. 16 November 1972 Paris, France. Paris: UNESCO.

-UNESCO (1989). *Draft medium-term plan (1990–1995)*. General Conference Twenty-fifth session, 25 C/4. Paris: UNESCO.

-UNESCO (2001). *UNESCO universal declaration on cultural diversity*. Records of the general conference, 31st session, 15 October–3 November 2001, Paris, France. Annex I, Volume 1 Resolutions. Paris: UNESCO.

-UNESCO (2003). *Cultural landscapes: The challenges of conservation*. Proceedings of the workshop, 11–12 November 2002, Ferrara, Italy. UNESCO World Heritage Papers, no. 7. Paris: UNESCO.

-UNESCO (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism: creative cities network*. Santa Fe, Nwe Mexico, october 25-27,2006. In <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811e.pdf>. (acesso em 9.10.2017).

-UNESCO (2010). *The power of culture for development*. Paris: UNESCO.

-UNESCO (2014). *UNESCO Culture for Development Indicators CDIS– Methodology Manual*. In http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/CDIS%20Methodology%20Manual_0.pdf (acesso em 9.10.2017).

-UNESCO (2014a). *The Culture for Development Indicators (CDIS) - Toolbox*. In <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/cultural-diversity/> (acesso em 9.10.2017).

-UNESCO (2015). *Reshaping Cultural Policies*. UNESCO <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002428/242866e.pdf> (acesso em 3.12.2017).

-UNESCO (2017). *UNESCO moving forward the 2030 Agenda for Sustainable Development*. UNESCO Task Force on the 2030 Agenda for Sustainable Development <http://en.unesco.org/sdgs> (acesso em 9.12.2017).

-UNESCO (2017). *Re|shaping cultural policies: advancing creativity for development - 2018 – Advancing creativity for development*; Unesco, 2017. In <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002605/260592e.pdf>. (acesso em 29.12.2017).

-UNWTO [World Tourism Organization] (2014). AM Reports, Volume ten – Global Benchmarking for City Tourism Measurement. UNWTO, Madrid. (UNWTO). In http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global_benchmarking_hr.pdf (acesso em 9.10.2017).

- UNWTO (2015). *Tourism and Culture Survey 2015*. UNWTO. In www2.unwto.org/webform/tourism-and-culture-survey-2015 (acesso em 9.10.2017).
- UNWTO (2016). *UNWTO Annual Report 2015*. UNWTO, Madrid. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2015_lr.pdf (acesso em 9.10.2017).
- UNWTO (2017). *UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition*. UNWTO.
- UNWTO/UNESCO (2015). *UNWTO/UNESCO World Conference on Tourism and Culture: Building a New Partnership. 2015* - Cambodia, Siem Reap. In <https://en.unesco.org/themes/culture-sustainable-development> (acesso em 3.12.2017).
- UNWTO/UNESCO, (2017) *Declaração de MUSCAT World Conference on Tourism and Culture: Fostering Sustainable Development*, Year of Sustainable Tourism for Development 2017, Muscat , Oman, 11-12 dezembro 2017
- WEF (2014). *The Competitiveness of Cities. A report of the Global Agenda Council on Competitiveness*. In <https://www.weforum.org/reports/competitiveness-cities>¹ <https://www.weforum.org/reports/competitiveness-cities> (acesso em 3.12.2017).
- WEF (2016). *White Paper White Paper - Factors for Enabling the Creative Economy*. In http://www3.weforum.org/docs/WEF_2016_WhitePaper_Enabling_the_Creative_Economy.pdf (acesso em 3.12.2017).
- WTTC [World Travel & Tourism Council] (2017). *Tourism Economic Impact – World*. WTTC. In: <http://www.wttc.com> (acesso em 3.12.2017).
- WTTC (2017 a). *Travel & Tourism - city-travel-and-tourism-impact-2017/Executive Summary*. WTTC. In <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/city-reports/executive-summary---city-travel-and-tourism-impact-2017.pdf> (acesso em 3.12.2017).