Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

IPER

TIC para promover o património cultural

Relatório de síntese sobre a situação real da promoção do património cultural através de ferramentas digitais e de acordo com os princípios do turismo acessível

Índice

ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL DA UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS PARA PROMOVER O PATRIMÓNIO CULTURAL NOS PAÍSES ENVOLVIDOS E A NÍVEL EUROPEU . 5
Introdução 5
Análise 6
"Crowddreaming", o futuro do património cultural digital 7
DIGINV (DIGigitalINVasions para a Promoção do Património Cultural) 7
Estratégia do património cultural europeu para o século XXI 11
Recomendações 13
Tornar o património mais acessível 13
Proteger, restaurar e melhorar o património, recorrendo mais às novas tecnologias 14
Utilizar técnicas inovadoras para apresentar o património cultural ao público, preservando sua integridade 15
Conclusões 16
PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E DA ACESSIBILIDADE EM ITÁLIA 17
Introdução 17
Análise 19
Fundo de Turismo Acessível 19
Museus italianos 21
Enquadramento Jurídico 22
Exemplos de boas práticas italianas 24
Outros exemplos importantes de turismo acessível 26
Algumas experiências promovidas pelo Ministério do Património e Atividades Culturais do Turismo 27
Conclusões 28
PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL EM ESPANHA 29
Introdução 29
Patrimônio Cultural e Programas de Promoção em Espanha 31
TIC na Promoção do Património Cultural 38

Conclusões 41

ANÁLISE DO ESTADO ATUAL DA ACESSIBILIDADE À PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL A NÍVEL DA UE E EM ESPANHA 43

Introdução 43

Análise 46

Páginas web de destinos turísticos, museus ou património histórico 46

Redes sociais 46

Podcast 47

Aplicativo móvel 47

Código QR 48

Realidade virtual, realidade aumentada e mapeamento de vídeo 49

Audioguias e guias de sinal 49

Guias multimídia 49

PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E DA ACESSIBILIDADE EM HUNGRIA 50

Introdução 50

Análise 51

O papel do turismo cultural em Hungria 51

Desenvolvimento do turismo até hoje 51

Atrações culturais em Hungria 52

Organizações Turísticas Importantes 53

Outras organizações importantes para a preservação do valor cultural 54

Dados turísticos 54

O principal resultado do turismo doméstico 54

Os principais resultados do turismo recetivo 54

Promoção do turismo 56

Ferramentas para a promoção do turismo interno 56

Ferramentas para a promoção internacional do turismo 56

Estratégia Nacional de Desenvolvimento do Turismo2030 57

Turismo acessível 59

Experimentos para o turismo acessível 59

Boas práticas 59

O papel das ferramentas digitais no turismo 61

Resumo 62

PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E ACESSIBILIDADE EM PORTUGAL 63

Introdução 63

Análise 64

Inovação TIC para o turismo 64

Uma ampla perspetiva sobre a acessibilidade do turismo 65

Acessibilidade aos serviços, NRP e orçamento participativo de Portugal 65

Plano Nacional de Leitura 66

Orçamento participativo de Portugal 67

Acessibilidade dos custos e iniciativas relacionadas 67

Acessibilidade para pessoas com incapacidades 68

Conclusões 71

Conclusões finais 72

Referências 75

ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL DA UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS PARA PROMOVER O PATRIMÓNIO CULTURAL NOS PAÍSES ENVOLVIDOS E A NÍVEL EUROPEU

Introdução

O património cultural pode ser um bem econômico, uma atração turística e um fator de identidade, além de contribuir para a coesão social. Ao longo de 2018, declarado Ano Europeu do Património Cultural, todos os Estados-Membros e instituições da UE organizaram eventos, conferências e reuniões e atribuíram fundos para preservar e promover todas as formas de património cultural.

Entre 2007 e 2013, a participação cultural se contraiu em todos os países europeus, onde o "baixo" nível de participação subiu de 30% para 34%. O património cultural representa um recurso extraordinário de crescimento: tanto do ponto de vista da coesão e da inclusão social, quanto como um bem econômico e produtivo.

O objetivo deste relatório é analisar o estado atual da utilização de ferramentas digitais para promover o património cultural nos países envolvidos e a nível europeu, de acordo com o princípio acessível.

Nós baseámos o estudo nos seguintes sites:

- https://all-digital.org/projects/digital-invasions/
- https://all-digital.org/crowddreaming-supporting-the-future-of-digital-cultural-heritage/
- http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/noticias/strategy21.pdf
- https://europa.eu/cultural-heritage/about

Análise

O património cultural tem um valor universal para nós como indivíduos, comunidades e sociedades. É importante preservar e transmitir às gerações futuras. Você pode pensar na herança como sendo "do passado" ou estática, mas na verdade evolui através do nosso envolvimento com ela. Além disso, a nossa herança tem um grande papel a desempenhar na construção do futuro da Europa. Essa é uma das razões pelas quais queremos chegar aos jovens em particular durante o Ano Europeu.

O património cultural vem em várias formas e formas.

• **tangível** – por exemplo edifícios, monumentos, artefactos, roupas, obras de arte, livros, máquinas, cidades históricas, sítios arqueológicos.

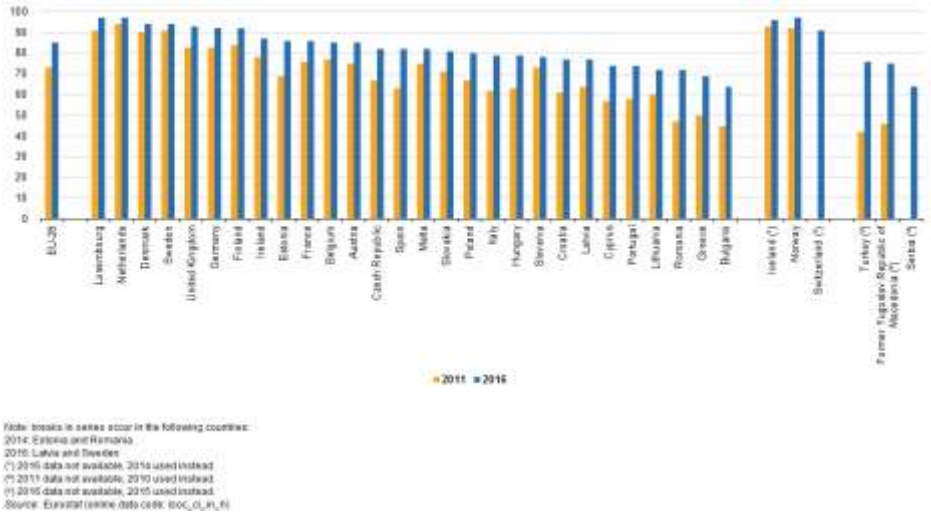
• **intangível** – práticas, representações, expressões, conhecimentos, habilidades - e os instrumentos associados, objetos e espaços culturais - que as pessoas valorizam. Isso inclui tradições linguísticas e orais, artes cênicas, práticas sociais e artesanato tradicional.

• **natural** – paisagens, flora e fauna.

• **digital** – recursos digitais que foram criados em formato digital (por exemplo, arte digital ou animação) ou que foram digitalizados como forma de preservá-los (incluindo texto, imagens, vídeo, registros).

Através da valorização de nossa herança cultural, podemos descobrir nossa diversidade e iniciar uma conversa intercultural sobre o que temos em comum. Então, que melhor maneira de enriquecer nossas vidas do que interagindo com algo tão central para quem somos?

Figura 1: Uso de ITC para fins culturais.



Note: breaks in series occur in the following countries:
2014: Estonia and Romania
2015: Latvia and Sweden
(*) 2016: data not available, 2015 used instead.
(*) 2011: data not available, 2010 used instead.
(*) 2016: data not available, 2015 used instead.
Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_in_h)

O património cultural não deve ser deixado para decadência, deterioração ou destruição. É por isso que, em 2018, procuramos formas de celebrá-lo e preservá-lo.

A **ALL DIGITAL Network** está a colaborar em alguns projetos relacionados ao património cultural digital, incluindo "Crowddreaming: Youth co-create digital culture" e DigInv: Digital Invasions for the promotion of Cultural Heritage. É importante que, como ferramentas digitais são usadas para registrar e documentar nossa herança cultural, a valorização de documentos e monumentos relacionados ao patrimônio cultural continue a ser acessível a todos os cidadãos.

O discurso dominante sobre o património cultural digital busca utilizar a digitalização como ferramenta para conservar, registrar e documentar o património cultural. Leva o tangível e garante que seja documentado para as gerações vindouras através de um meio intangível.

No **#DigitalDay2019** - 9 de Abril, 23 países europeus assinaram a **declaração para a cooperação sobre o avanço da digitalização do Patrimônio Cultural**. É um dos desenvolvimentos mais recentes na política do patrimônio cultural digital. A declaração é um apelo para acelerar as ações de acordo com três pilares:

1. Uma iniciativa pan-europeia para a digitalização 3D de artefactos do património cultural

2. Reutilização de recursos culturais digitalizados para fomentar o compromisso do cidadão

3. Reforçar a cooperação intersectorial e transfronteiriça e desenvolvimento de capacidades no sector do património cultural digital.

Crowddreaming, apoiando o futuro do património cultural digital

O projeto "Crowddreaming: Youth co-create digital culture" project" não olha para o passado e história coletiva de como o património cultural existe, mas convida os utilizadores experimentais a criar um monumento intangível, a reinventar e compreender o património cultural através dos desafios combinados de velocidade, forma e persistência. O "crowddreaming" convida os jovens a considerar qual será o monumento da sua cultura digital emergente e a trabalhar para criá-la.

Os projetos Crowddreaming e Digital Invasions em andamento, com o apoio de muitos membros da rede ALL DIGITAL, mostram que há muito a dizer sobre o patrimônio cultural digital. Crowddreaming orienta os jovens para a importante questão de serem líderes na sua herança cultural digital. O projeto Digital Invasions incentiva os operadores culturais a orientar os utilizadores a se envolverem com o património cultural usando ferramentas digitais.

DIGINV (DIGigitalINVasions para a Promoção do Património Cultural)

O conceito do projeto DIGINV (DIGigitalINVasions para a Promoção do Património Cultural) é valorizar o interesse e as práticas culturais, ao envolver cidadãos e instituições culturais, e ao utilizar a tecnologia como um catalisador. No final, os cidadãos se envolvem e experimentam a cultura de uma nova maneira.

O projeto amplia a metodologia da Digital Invasion, que foi desenvolvida em Itália. A metodologia

melhora as habilidades digitais e de comunicação dos operadores culturais, ajudando-os a se tornarem promotores na valorização do património cultural. O projeto também visa melhorar as habilidades digitais dos cidadãos envolvidos (dos mais jovens aos mais velhos), utilizando novas tecnologias para promover e valorizar um ponto de interesse cultural.

Por um lado, as próprias invasões digitais permitirão que os participantes aprendam os conceitos fundamentais no campo da comunicação digital, reduzindo a falta de habilidades digitais entre os participantes. As invasões digitais aplicarão os princípios da digitalização dos sistemas de produção, narração digital e web marketing, para promover o património cultural, tornando-o mais acessível e competitivo a nível local e internacional, valorizando o próprio património cultural tangível e intangível e o desenvolvimento dos participantes de uma forma completamente nova. As invasões digitais são detentoras das boas práticas e do know-how estratégico necessário para sua transferência para operadores e no estrangeiro.

E, por outro lado, os operadores e organizações parceiras terão novas ferramentas para o envolvimento da comunidade na melhoria do património cultural, bem como a consolidação do diálogo com as autoridades locais. Este diálogo reforçará uma linha de acção comum a nível europeu que será identificada para o envolvimento dos cidadãos na promoção do património cultural.

O projeto inclui vários resultados finais do projeto:

• Vídeo tutorial que irá coletar as experiências de treinamento e experimentação de invasões digitais. O tutorial em vídeo será disponibilizado para todas as organizações potencialmente interessadas em experimentar a metodologia em seu território.

• Relatórios baseados nas *blended mobilities* sobre como *aplicar as boas práticas no envolvimento da sociedade civil na promoção e valorização do património cultural em cada país envolvido*. Os relatórios não serão puramente descritivos: pelo contrário, fornecerão insights sobre a implementação prática das atividades, a fim de ter a experiência em diferentes contextos facilmente acessíveis e replicáveis.

O projeto tem dois grupos-alvo principais:

"**Operadores culturais**" que estarão envolvidos no treinamento e organização de invasões digitais:

1. Operadores do sistema turístico (funcionários do município e os principais locais de interesse cultural, guias turísticos, etc.)

2. Educadores

3. Facilitadores digitais

4. Todos aqueles que desempenham uma função educacional dentro de uma empresa e que podem

Realizar atividades com o público.

Novos atores proativos / públicos na disseminação do patrimônio cultural:

• Jovens e adultos desfavorecidos

• idosos

• Cidadãos dos lugares de invasões

Figura 2: Uso da Internet para fins culturais, por características socioeconômicas, UE-28, 2016

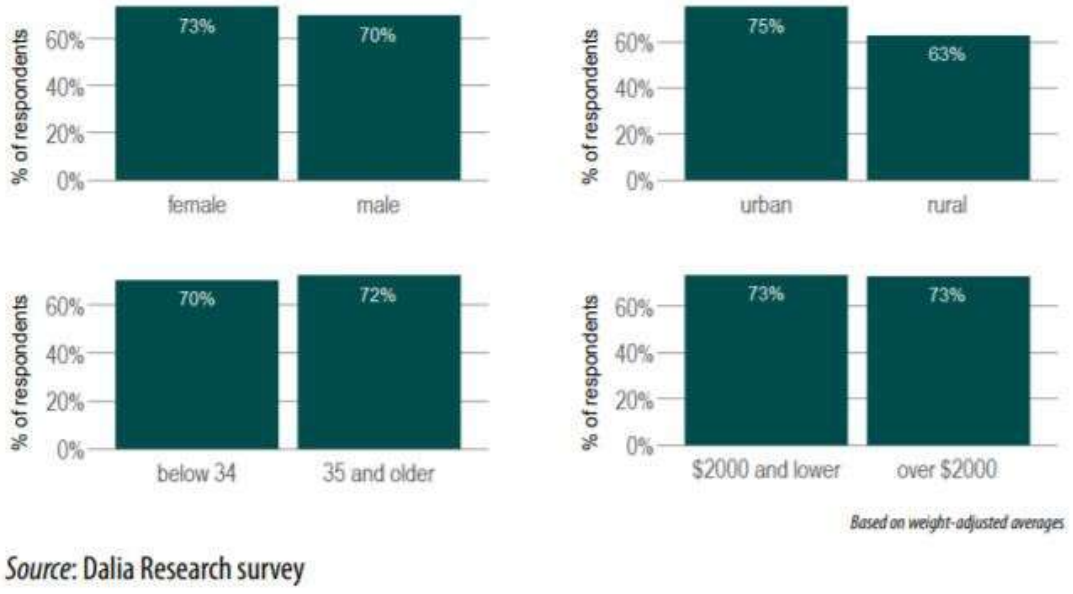
Use of internet for cultural purposes, by socio-economic characteristics, EU-28, 2016
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

Socio-economic characteristics		Reading online news sites/newspapers/news magazines	Watching internet streamed TV or videos	Listening to music (e.g. web radio	Playing or downloading games	Consulting wikis (*)	Creating websites or blogs
All individuals		70	68	50	34	56	6
Age	16 to 24	68	86	80	57	69	9
	25 to 54	72	71	52	34	57	6
	55 to 74	66	48	26	21	47	3
Sex	Men	72	70	53	37	58	7
	Women	68	65	47	32	55	5
Educational attainment level	Low	55	65	49	42	45	4
	Medium	69	65	48	34	53	5
	High	83	75	55	30	69	9
Country of birth	Foreign-born	66	71	53	31	52	6
	Native-born	71	67	50	35	57	6
Income quartile of household	1st quartile	65	64	48	35	51	5
	2nd quartile	68	63	45	33	49	4
	3rd quartile	71	65	48	35	54	5
	4th quartile	78	71	53	35	62	7
Degree of urbanisation (*)	Sparsely populated area	68	63	47	31	49	5
	Intermediate urbanized area	71	70	50	35	58	6
	Densly populated area	71	69	52	36	60	6
Working status	Students	73	87	82	57	76	9
	Employed (*)	73	70	51	32	57	6
	Unemployed	64	70	51	38	50	5
	Inactive population (*)	62	50	30	27	44	3

(*) 2015 data.
(*) Sparsely populated area (less than 100 inhabitants/Km²). Intermediate urbanized area (between 100 and 499 inhabitants/Km²). Densely-populated area (at least 500 inhabitants/Km²).
(*) Employees, self-employed, family workers.
(*) Retired and other inactive.
Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_i)

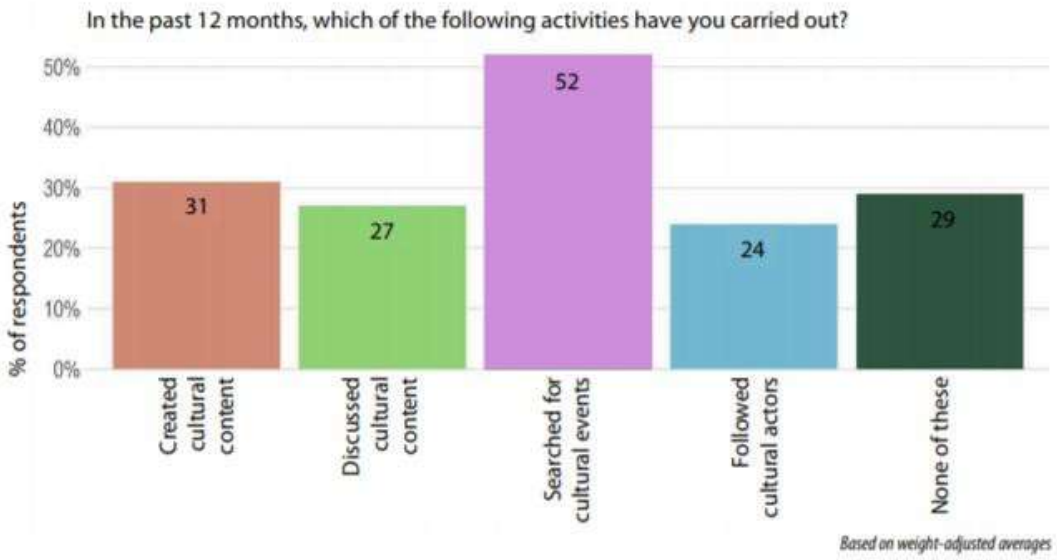
eurostat

Figura 3: Diferenças na atividade cultural online de utilizadores da internet, 2017, UE-28



Source: Dalia Research survey

Figura 4: Participação cultural online e criatividade dos internautas, 2017, UE-28



Source: Dalia Research survey

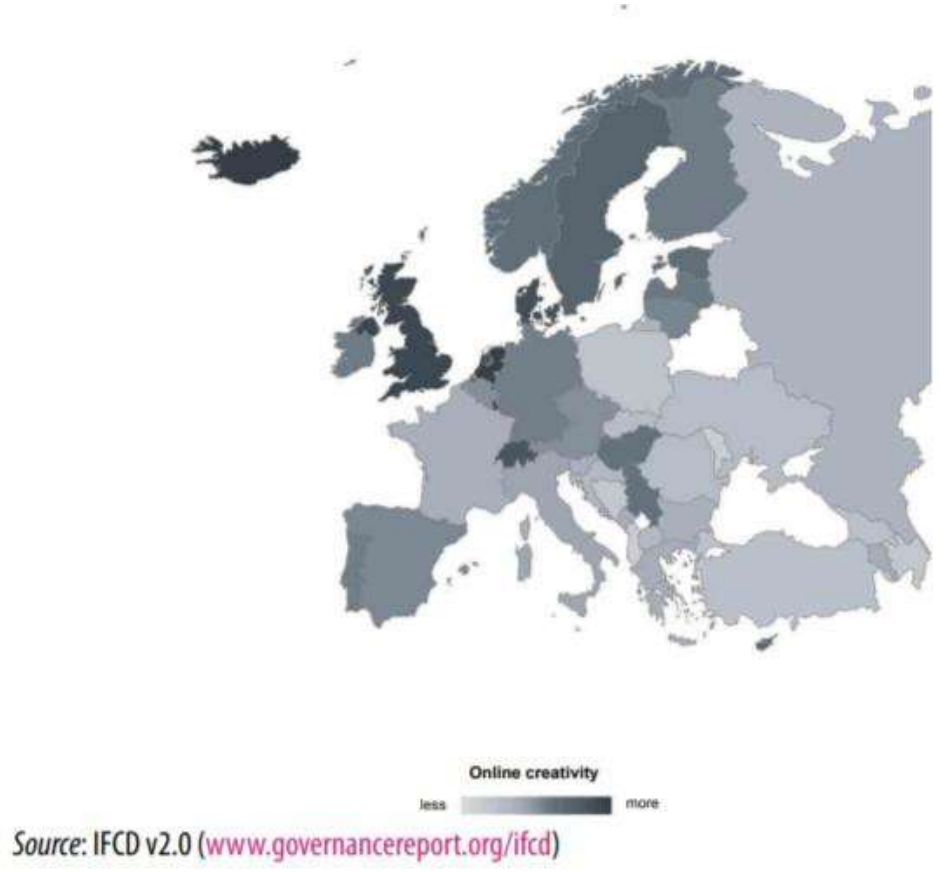
Estratégia do Património Cultural Europeu para o século XXI

O Comité de Ministros do Conselho da Europa, nos termos do artigo 15.b do Estatuto do Conselho da Europa.

Considerando que o objetivo do Conselho da Europa é conseguir uma unidade mais estreita entre os seus membros e que este objetivo deve ser prosseguido, em particular, através de uma ação comum no domínio da cultura e do património cultural;

Tendo em conta o trabalho pioneiro do Conselho da Europa no domínio do património cultural e, em particular, o Ano do Património Arquitetónico Europeu, organizado em 1975 e concluído com a Carta Europeia do Património Arquitetónico (Carta de Amesterdão), que levou a uma crescente conscientização, a nível europeu, da importância do patrimônio e da adoção de políticas integradas de patrimônio em todos os Estados membros;

Figura 5: Criatividade online em estados membros do Conselho da Europa (N = 43)



Considerando o contributo insubstituível de especialistas em património que se reflete em muitas convenções, cuja implementação e acompanhamento são da responsabilidade dos Estados membros

do Conselho da Europa, em cooperação com as partes interessadas, nomeadamente:

– a Convenção Cultural Europeia (ETS N. 18), assinada em Paris em 19 de Dezembro de 1954;

– a Convenção para a Proteção do Património Arquitetónico da Europa (ETS N. 121), assinada em Granada em 3 de Outubro de 1985;

– a Convenção Europeia para a Proteção do Património Arqueológico (revista) (STE N. 143), assinada em Valeta em 16 de Janeiro de 1992;

– a Convenção Europeia sobre a Paisagem (STE N. 176), assinada em Florença em 20 de Outubro de 2000;

– a Convenção-Quadro do Conselho da Europa sobre o Valor do Patrimônio Cultural para a Sociedade (CETS N. 199), assinada em Faro em 27 de Outubro de 2005;

Uma das principais características da Estratégia é a partilha de práticas e experiências concretas entre os Estados membros, permitindo-lhes inspirar-se mutuamente para facilitar a implementação da estratégia,

1. Recomenda que os governos dos Estados membros:

i. abraçarem e implementarem a estratégia anexada a esta recomendação, aos níveis de governança apropriados, em conformidade com suas disposições legais e práticas nacionais aplicáveis;

ii. distribuírem amplamente a estratégia entre os intervenientes governamentais e não governamentais, as autoridades regionais e locais, os profissionais, as associações locais e a sociedade civil e incentivá-los a participar ativamente na promoção da implementação efetiva da estratégia e da realização dos seus objetivos;

iii. recorrerem, se for caso disso, aos exemplos de boas práticas registados e atualizados no sistema HEREIN;

iv. assegurarem o acompanhamento do processo de avaliação, que é um componente integral da estratégia e sua implementação;

2. Convida os Estados Partes que não são membros do Conselho da Europa na Convenção Cultural Europeia, para tomarem a Estratégia como documento de referência e dar-lhe seguimento, em conformidade com o seu próprio sistema e prática jurídicos;

3. Acolhe a iniciativa da Comissão Europeia de tornar 2018 o Ano Europeu do Património Cultural e incentiva sinergias com a implementação desta estratégia.

A estratégia é baseada em três componentes:

1. O componente “social” aproveita os bens do património para promover a diversidade, o empoderamento das comunidades patrimoniais e a governança participativa.

2. O componente “desenvolvimento territorial e econômico” busca fortalecer a contribuição do

património para o desenvolvimento sustentável, com base em recursos locais, turismo e emprego.

3. O componente “conhecimento e educação” centra-se, através do patrimônio, em questões de educação, investigação e formação, através da criação de centros de conhecimento do patrimônio e centros de formação em profissões e intercâmbios ligados ao patrimônio, através de programas adequados de ensino, formação e investigação. Esses “componentes” interagem em quatro áreas de convergência: entre o componente social e o componente de desenvolvimento territorial e econômico; entre o componente de desenvolvimento territorial e econômico e o componente de conhecimento e educação, entre o componente de conhecimento e educação e o componente social e, por fim, entre todos os três componentes.

Recomendações

Tornar o património mais acessível

A acessibilidade ao património, no remoto ou no local, tem um valor acrescentado e um propósito para o nosso património, que é um bem comum. Em suas várias formas, tangíveis e virtuais, físicas e cognitivas, o património pode ser utilizado para atrair uma gama de perceções humanas. Essa missão anda de mãos dadas com o respeito pela diversidade das pessoas e suas interpretações das propostas que lhes são apresentadas. Deve basear-se no conhecimento aprofundado dos potenciais grupos-alvo e nas suas necessidades e mostrar rigor e criatividade, a fim de atrair e alargar o público e envolvê-lo ativamente. Um amplo espectro de métodos e técnicas está disponível para o desenvolvimento da experiência do património, e os mecanismos envolvem a participação humana e a realidade aumentada. Redes e ferramentas digitais – em particular a internet – oferecem possibilidades inéditas de novos caminhos de acesso, incentivando a interatividade. O patrimônio, que ilustra o gênio criativo da humanidade através dos tempos, também é uma fonte de criatividade. A abertura do património torna o acesso mais fácil e a meta é alcançada quando um grupo de pessoas desenvolve uma relação de familiaridade com uma herança compartilhada.

Figuras 6 e 7: Uso da Internet para fins culturais, por idade, 2016

Use of internet for cultural purposes, by age, 2016 (Part I)
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

	Reading online news sites/newspapers/news magazines			Consulting wikis (*)			Creating websites or blogs		
	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74
EU 28	72	68	66	36	69	47	9	9	5
Belgium	65	67	61	51	83	30	7	11	3
Bulgaria	68	55	73	42	55	31	6	9	2
Czech Republic	82	83	78	46	70	35	5	10	2
Denmark	72	68	67	63	86	40	10	14	7
Germany	72	67	66	75	85	66	6	8	3
Estonia	88	84	84	62	83	44	8	16	2
Ireland	48	42	43	33	36	24	4	6	1
Greece	65	78	69	60	63	41	6	6	3
Spain	78	81	74	67	84	55	6	11	3
France	66	69	61	32	55	22	3	6	2
Croatia	81	88	80	65	89	49	6	10	2
Italy	69	66	61	56	79	60	5	6	3
Cyprus	73	83	77	62	76	49	6	9	3
Latvia	84	79	84	39	65	12	4	7	2
Lithuania	83	88	84	46	85	34	7	10	2
Luxembourg	69	69	67	82	86	79	8	13	7
Hungary	68	81	80	60	73	46	8	12	4
Malta	78	71	77	61	73	49	8	8	5
Netherlands	75	73	71	61	77	49	8	11	4
Austria	68	78	65	68	80	50	7	10	4
Poland	78	78	78	44	62	32	3	6	1
Portugal	78	88	73	63	81	42	6	10	3
Romania	63	55	68	31	39	21	6	9	2
Slovenia	69	83	74	61	76	39	6	12	1
Slovakia	74	73	75	45	57	40	6	12	2
Finland	85	88	76	77	91	56	7	7	3
Sweden	87	89	82	87	85	48	7	8	4
United Kingdom	68	65	63	56	56	53	8	10	5
Norway	84	87	88	75	83	60	9	3	5
Former Yugoslav Republic of Macedonia	65	61	65	38	45	33	7	12	3
Turkey	73	64	73	47	54	32	3	4	2

(*) 2016 data not available, 2015 used instead.
Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_i)

eurostat

Use of internet for cultural purposes, by age, 2016 (Part II)
(% of individuals who used internet in the last 3 months)

	Watching internet streamed TV or videos			Listening to music (e.g. via web radio, music streaming)			Playing or downloading games		
	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74	All	16-24	55-74
EU 28	68	68	38	69	80	39	34	62	21
Belgium	59	73	34	45	67	22	41	62	28
Bulgaria	46	63	26	41	68	13	33	63	10
Czech Republic	61	67	40	47	62	29	28	60	11
Denmark	89	98	65	82	96	32	47	71	32
Germany	69	82	45	47	63	21	38	61	19
Estonia	76	94	55	84	96	40	27	52	14
Ireland	63	82	37	49	79	25	28	53	9
Greece	64	83	40	47	65	29	32	53	19
Spain	79	95	59	65	86	33	32	64	17
France	61	87	41	48	80	24	38	59	24
Croatia	82	98	55	58	87	19	33	62	17
Italy	72	88	52	49	76	26	31	61	17
Cyprus	91	95	60	48	58	30	42	66	22
Latvia	66	89	46	49	82	26	30	49	20
Lithuania	69	89	45	51	83	19	33	60	14
Luxembourg	85	96	71	58	73	40	35	60	24
Hungary	70	89	46	51	84	30	48	68	20
Malta	82	96	64	65	88	40	38	61	29
Netherlands	84	97	66	41	68	22	45	62	35
Austria	71	94	48	48	79	24	28	48	16
Poland	53	74	31	49	80	21	29	52	15
Portugal	77	87	54	48	77	26	32	54	21
Romania	36	44	22	48	73	19	48	66	18
Slovenia	70	92	47	48	69	27	24	41	14
Slovakia	51	73	32	48	82	22	38	48	17
Finland	87	96	69	69	96	37	34	57	25
Sweden	89	93	77	69	88	42	39	57	23
United Kingdom	69	84	50	56	85	31	37	53	24
Norway	88	98	87	88	97	37	34	63	12
Former Yugoslav Republic of Macedonia	55	63	49	54	72	31	38	55	17
Turkey	77	87	61	64	78	36	41	59	22

Source: Eurostat (online data code: isoc_ci_ac_i)

eurostat

Cursos de ação

- Realizar melhorias para melhorar a segurança do local e permitir, na medida do possível, o acesso de visitantes com incapacidades físicas ou sensoriais
- Realizar análises e, à luz destas, melhorar a sinalização
- Conceber textos de apresentação e métodos numa perspetiva ética para responder à diversidade dos públicos-alvo e às suas interpretações do património
- Introduzir incentivos para grupos específicos (jovens, utilizadores não frequentes, etc.)
- Realizar campanhas de conscientização (imprensa, imprensa infantil, jogos/competições, etc.)
- Produzir uma apresentação multilingue e material de interpretação
- Conceber métodos de apresentação interativos, divertidos e criativos
- Introduzir visitantes a diferentes maneiras de perceber o patrimônio
- Desenvolver experiências patrimoniais que combinem diferentes formas de expressão cultural (dança, música, habilidades tradicionais ou novas, gastronomia, etc.) e apelar para os diferentes lados da natureza humana (sentidos, sentimentos, conhecimento).
- Produzir programas audiovisuais
- Incentivar a descoberta virtual remota do património utilizando as mais recentes tecnologias e redes sociais
- Coletar e mostrar as contas dos cidadãos sobre herança
- Promover uma abordagem interdisciplinar do património

<u>Proteger, restaurar e melhorar o património, recorrendo mais às novas tecnologias</u>

Proteger, restaurar e valorizar o patrimônio significa ter que encontrar constantemente novas soluções

num contexto em mutação, realizando pesquisas multidisciplinares e interdisciplinares, seguindo novos modelos e novos métodos e promovendo o uso racional das novas tecnologias.

Cursos de ação

- Informar os agentes do patrimônio, em cooperação com especialistas, sobre as novas tecnologias, incluindo seu potencial e seus limites.
- Realizar estudos de trabalho de pré-restauração utilizando tecnologias não invasivas (digitalização, realidade aumentada, scanners 3D, modelagem, drones, LiDAR, etc.)
- Utilizar técnicas de exploração não invasivas para estudar áreas inacessíveis ou frágeis
- Desenvolver representações do patrimônio por meio das novas tecnologias (modelagem, impressão 3D)

Utilizar técnicas inovadoras para apresentar o património cultural ao público, preservando sua integridade

Técnicas e abordagens inovadoras devem ser utilizadas ao máximo em operações de demonstração, mas devem ser usadas com critério para atender ao duplo desafio de preservar a integridade do património cultural e torná-lo acessível ao público tão amplo quanto possível.

Cursos de ação

- Definir o acesso ideal ou condições de visita e encontrar soluções para alcançá-los
- Apresentar um espaço ou objeto que desapareceu, é inacessível, vulnerável ou desconectado de seu contexto
- Reconstituir ou criar artefactos
- Organizar uma visita numa área sensível

Envolver as partes interessadas locais e os residentes no estabelecimento de instalações inovadoras.

Conclusões

O Ano Europeu do Património Cultural de 2018 marcou um ponto de viragem para o movimento crescente da Europa para o património cultural e confirmou também a possibilidade de utilizar o património cultural para promover uma Europa mais pacífica, próspera, inclusiva e sustentável.

Tendo reconhecido o profundo, generalizado e sistémico impacto que a mudança digital tem nos setores culturais e criativos em toda a Europa, a União Europeia deve considerar:

- A priorização continua do desenvolvimento de audiências e da criação de capacidades com foco em abordagens inovadoras dentro dos programas de financiamento da UE, em particular na “Creative Europe” e no financiamento oferecido a instituições e empresas criativas e culturais através de outros programas e ferramentas de financiamento
- A criação de diretrizes voluntárias em toda a Europa para coletar e reutilizar dados sobre produtos, conteúdos, programas, serviços digitais e públicos culturais e criativos
- Aumentar a acessibilidade das oportunidades relacionadas com modelos de financiamento inovadores para os setores culturais e criativos na UE (por exemplo, reunindo diferentes fontes de informação em conjunto)

PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E ACESSIBILIDADE EM ITÁLIA

Introdução

A disponibilidade e acessibilidade do patrimônio cultural é um fator importante para enriquecer a personalidade e aumentar o conhecimento. O ISTAT 2018 Report on Knowledge afirma que menos de 30% dos adultos italianos visitaram pelo menos uma vez um local de interesse histórico e cultural durante o ano. Esta informação é extremamente interessante, já que na Itália há cerca de 75% do patrimônio artístico existente no mundo que, em particular, inclui quase 5.000 museus, monumentos e sítios arqueológicos.

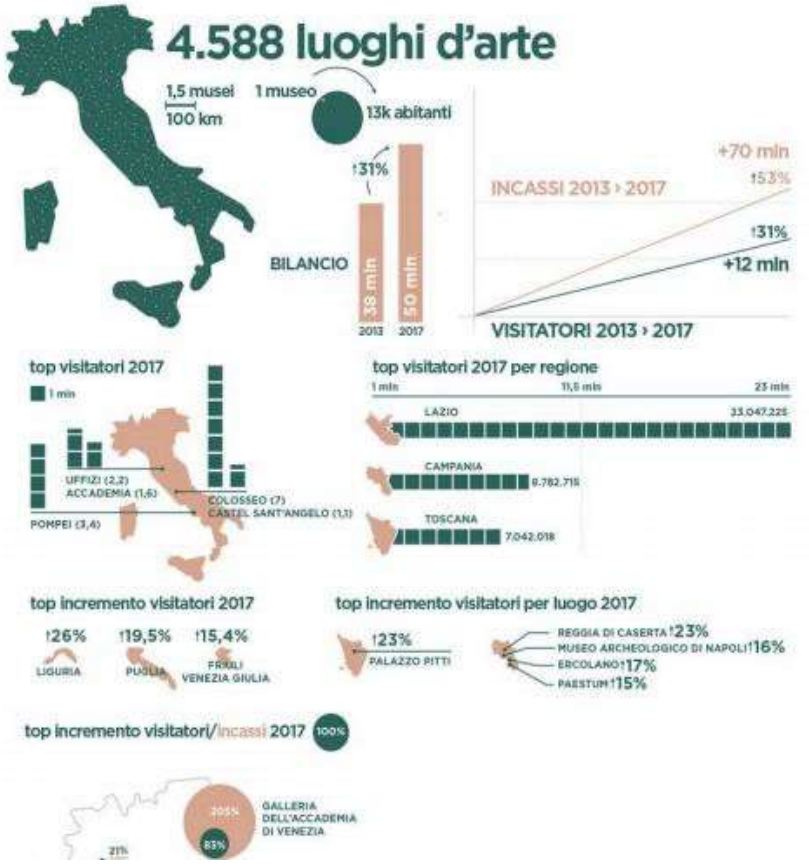


Figura1 Fonte: Artribune Magazine – 2018. Museus Italianos em 2017.

Em 2017, o turismo cultural representou 51,7% das chegadas, 52,3% das dormidas e 59,6% das despesas. O destino mais escolhido para este tipo de férias continua a ser a cidade de Roma, que em média recebe mais de um quinto do fluxo de turistas que visitam a Itália cada ano para umas férias culturais.

A atratividade de Florença também cresceu recentemente, o que representa mais de um décimo das dormidas; toda a área do Centro continua a receber quase metade dos fluxos.

O noroeste e o sul da Itália, embora crescendo (especialmente em grandes cidades como Milão, Turim e Palermo), ainda representam as áreas com menor participação de fluxos para feriados culturais.

A distribuição territorial das despesas para o turismo cultural é crucialmente afetada pela localização das principais cidades artísticas. Durante 2016-2017, as três primeiras províncias (Roma, Florença e Veneza) concentraram mais da metade das dormidas e mais de 60% das despesas.[1]

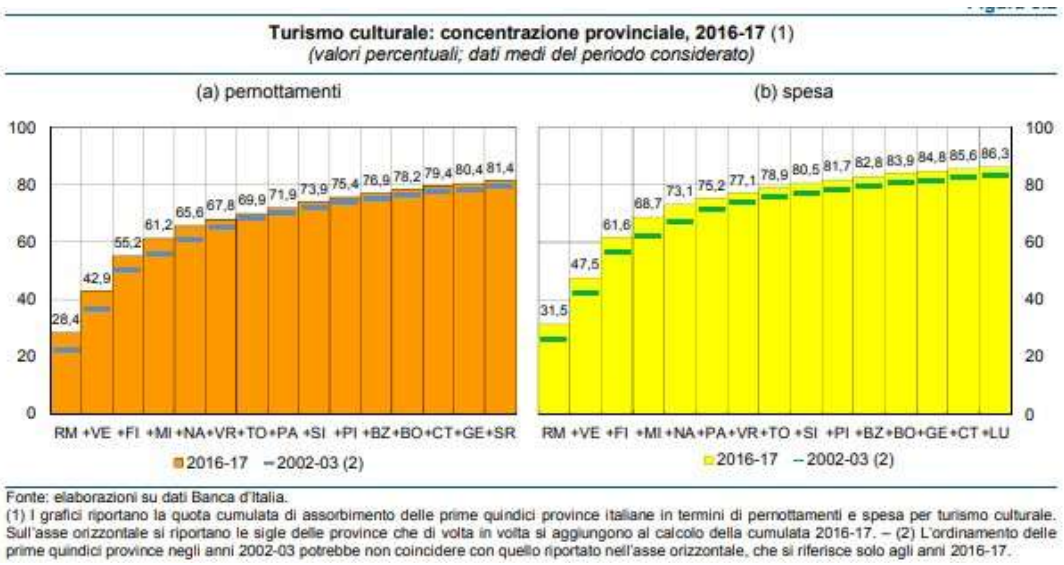


Figura2 Fonte: Banca d'Italia. Os gráficos mostram a taxa de absorção acumulada dàs primeiras 15 províncias italianas em termos de dormidas e despesas com turismo cultural

[1] Relatório Turismo final 2018. Banca d'Italia

Análise

Fundo de Turismo Acessível

No que diz respeito à procura de Turismo Acessível em Itália, o estudo principal e mais aprofundado data de 1999: “STARe Studio Project on the Accessible Tourism Application in Italy”, pela ENEA e ITER. Este estudo ainda é usado nas publicações mais recentes, como em “Accessible is Better: First White Paper on Tourism for All in Italy 2013”.
Este estudo levou em consideração o máximo de dados possível a partir de fontes de oficiais nacionais e internacionais, adquirindo dados diferentes de acordo com os diferentes temas.
Em particular, esforços foram feitos para trabalhar numa definição mais ampla de demanda por turismo acessível.
De fato, não apenas os deficientes, mas também todos aqueles que sentiam subjetivamente que tinham problemas de acessibilidade, foram levados em consideração. Também foi realizado um inquérito por amostragem da população italiana para obter aspetos quantitativos e qualitativos sobre a demanda por turismo acessível.
A pesquisa levou a destacar que uma estimativa confiável da percentagem de turistas na população italiana foi de 54,6%, com uma despesa média per capita entre 103 e 114 mil liras por dia. Dos cerca de 31 milhões e 200 mil pessoas que viajam pela Itália (correspondendo a 54,6% acima citados), estimou-se que a demanda por turismo acessível é composta de:

- 889.330 pessoas com necessidades especiais (cerca de 3% dos turistas italianos).
- 2.140.785 idosos (acima de 64 anos), que representam o 7% da população italiana.
- 488.599 italianos que declararam não viajar, mas que viajariam se as condições de acessibilidade melhorassem.

Em 2010, o Observatório TTG Italia realizou uma investigação com 600 operadores turísticos estrangeiros para perceber como a Itália era considerada do ponto de vista da acessibilidade. Resulta que em 77% dos casos é considerado um destino acessível mas ao mesmo tempo são destacadas algumas lacunas, por exemplo, no caso das estações ferroviárias, o percentual de acessibilidade cai para 54%, para hotéis a 46% e para restaurantes a 38%. Aeroportos, museus e portos estão entre os melhores em termos de acessibilidade; centros comerciais e abrigos de montanha são os piores. Deve também melhorar a atividade do pessoal e os cuidados de saúde, em particular os casos de insuficiência renal, diabetes e doenças oncológicas.

Outra importante investigação foi realizada pela Deloitte Touche (empresa de serviços de consultoria e auditoria, a primeira do mundo em facturamento e número de profissionais, com sede em Nova York). No seu estudo "Turismo para Todos na Europa" (datado de 1993), estima-se que 70% das pessoas com incapacidades na Europa (89,3 milhões) têm a possibilidade económica e física de viajar. Foi também calculado um efeito multiplicador mínimo de 0,5 e máximo de 2 para ter em conta que muitos turistas viajam acompanhados, o que significa que cada pessoa com necessidades especiais de acessibilidade viaja com pelo menos uma pessoa de cada vez e no máximo 4. Com base nestes dados o escopo do aplicativo para o mercado do Turismo Acessível varia de 134 milhões a 267,9 milhões de pessoas. Também foi previsto que, considerando um custo médio de 620 euros, o valor de mercado varia entre 83 bilhões e 166 bilhões de euros.

O 2018 foi nomeado "Ano Europeu do Património Cultural"[2] pelo Parlamento e pelo Conselho da EU. É um momento de grande importância que deriva de um longo caminho de paz evocado pelo aniversário dos cem anos desde o fim do primeiro conflito mundial (1918-2018). O objetivo da iniciativa é celebrar a diversidade humana, o diálogo intercultural e a coesão social para uma unidade cada vez maior do continente europeu, expressa pela riqueza do patrimônio cultural comunitário.

Simultaneamente, este evento pretendia também sensibilizar os cidadãos da União Europeia para a importância da história e dos valores partilhados, para reforçar o sentido de identidade comum e para chamar a atenção para o enorme valor do património cultural e para as inúmeras oportunidades oferecidas para todos os seus cidadãos e para as gerações futuras.

Desde 2008 e de acordo com os princípios fundadores da União, a Itália pretendeu abordar a questão do fortalecimento do patrimônio cultural e, por isso, o Ministério do Patrimônio Cultural e Atividades estabeleceu uma Comissão Ministerial para definir as diretrizes para superar as barreiras arquitetónicas em locais de interesse cultural.

Para integrar o conteúdo destas Diretrizes, a Direção Geral de Museus criou um Grupo de Trabalho para a formulação de medidas relativas à superação de barreiras culturais, cognitivas e psicossensoriais nos lugares de cultura sob a responsabilidade do Ministério do Património Cultural.e Atividades (Decreto Executivo de 27 de junho de 2017).

As Diretrizes – publicadas em julho de 2018 – dirigem-se aos diretores de locais de cultura e museus para que o Plano de Eliminação de Barreiras Arquitetónicas (PEBA) seja uma ferramenta útil e funcional para o planeamento, projeto e implementação das melhores condições de acessibilidade para os diferentes tipos de utilizadores (como: turistas, pesquisadores, estudiosos ou simplesmente aqueles que amam a beleza).

O documento fornece indicações, não apenas para as ações a serem tomadas "dentro" do espaço do museu, mas também "fora". Por este motivo, é essencial criar sinergias com as administrações municipais e os órgãos competentes nas áreas onde os locais estão localizados, bem como com as próprias comunidades locais.

Nos últimos anos, um grande número de projetos foram alcançados pelo MiBACT. Estes visavam, antes de tudo, a remoção das barreiras arquitetónicas e, portanto, também as barreiras sensoriais e, posteriormente, na era da “sociedade tecno-líquida e digital”, pretendiam realizar esquemas-piloto para uma “Acessibilidade Universal”. Também foi lançado o A.D. Arte Project, com o objetivo de remover as barreiras derivadas da falta de informação, através da criação de um programa online, atualmente disponível no site institucional da Direção Geral de Museus. O programa visa fornecer informações preventivas sobre o nível real de acessibilidade dos locais de interesse cultural aos “utilizadores” do património cultural, a fim de atender às necessidades e expectativas de todos. Esse programa definiu quais informações fornecer aos utilizadores com necessidades especiais e, por meio de treinamento para operadores de museus e áreas arqueológicas, possibilitou o uso de

[2] Decisão (UE) 2017/864 do Parlamento Europeu e do Conselho do 17 maggio 2017

um método unívoco de coleta de dados sobre as condições de acessibilidade. As informações coletadas estão disponíveis no portal do projeto, ao ir diretamente para o local de interesse do site institucional ministerial. Todos os indicadores adotados são os mesmos para cada local cultural, independentemente da tipologia, tamanho e características do local. Atualmente, o A.D. Arte aponta 74 locais culturais acessíveis em todo o território. A criação de um gestor de acessibilidade para locais de património cultural, escolhidos entre os funcionários da Administração e especificamente treinados por meio de um curso online de e-learning (disponível no site institucional), destaca o interesse da Administração de atender sistematicamente as necessidades do público diversificado do património cultural.[3]

Museus italianos

A partir de 2014, seguiu-se uma série de medidas legislativas com o objetivo de alterar a estrutura de gestão dos museus, concedendo maiores margens de autonomia aos gestores dos sítios e atribuindo-lhes uma responsabilidade correspondente sobre os resultados obtidos. Estas medidas são colocadas num processo de reorganização administrativa global que tem preocupado as estruturas ministeriais responsáveis pela conservação e valorização do património artístico e cultural.

No início de 2018, foi iniciado um processo de construção do sistema nacional de museus. Este sistema é composto por todos os museus e locais de cultura – públicos e privados – presentes no território nacional. Seu estabelecimento criou um sistema de acreditação que pode ser acessado por todos os museus que respeitam certos níveis de qualidade uniforme, estabelecidos por decreto ministerial. Esses níveis uniformes são articulados em torno de três eixos principais: elementos organizacionais e estruturais, gestão e cuidado das coleções, relações com o público e com o território. O processo de reforma também incluiu acessibilidade.

Em 2018, a Banca d'Italia realizou um estudo sobre a gestão e valorização do património artístico e cultural com uma amostra de 40 museus. A amostra é composta por 20 museus abrangidos pela primeira fase da reforma e 10 museus que não possuem qualquer autonomia especial, identificados através de procedimentos de seleção estatística como um grupo de controlo. Para obter uma avaliação comparativa adicional do desempenho de museus autônomos, um grupo de 10 museus que adquiriram autonomia na segunda fase da reforma também foi incluído na amostra. Segundo este estudo – no setor da acessibilidade – os museus autônomos, comparados ao grupo de controlo, realizaram um maior número de intervenções para reorganizar o calendário de visitas (horários e / ou dias de abertura) e para introduzir novas formas de compra de passagens ou serviços auxiliares (principalmente via web). Eles também intervêm na organização do trabalho, incluindo pessoal externo. Os museus do grupo de controlo mostraram ações relativamente mais frequentes para melhorar o acesso direto à estrutura, por exemplo, criando caminhos para visitantes com incapacidades.

[3] http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/06/Il-patrimonio-culturale-per-tutti.-Fruibilita%CC%80-riconoscibilita%CC%80-accessibilita%CC%80.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-4.pdf

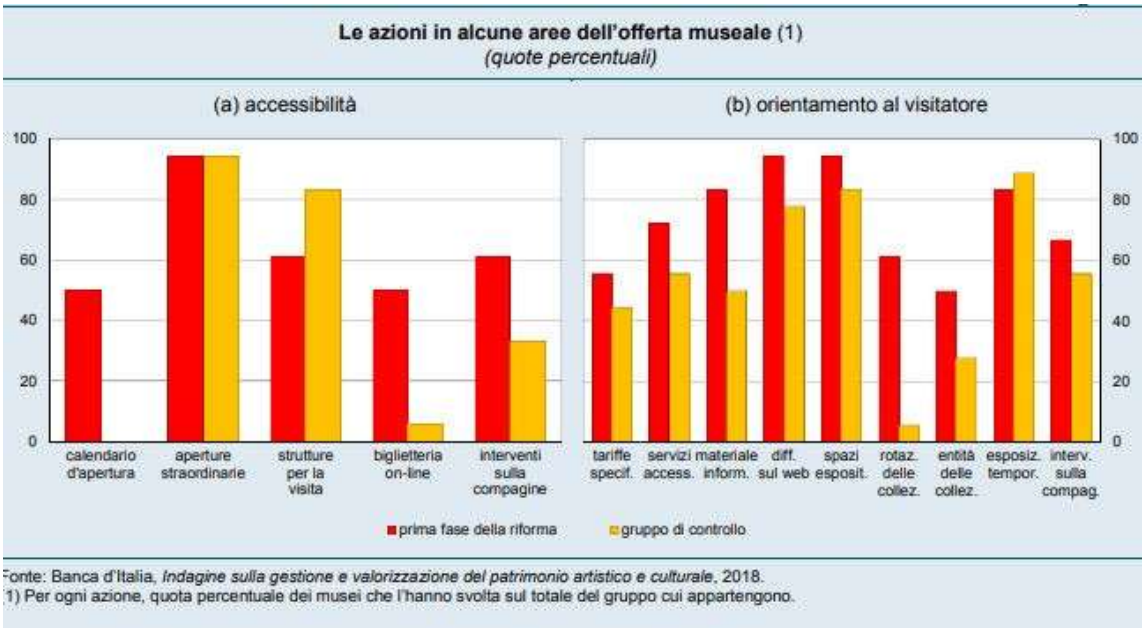


Figura3 Fonte: Banca d'Italia, Indagine sulla gestione e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale, 2018. Para cada ação, percentagem de museus que a realizaram no total do grupo ao qual pertencem.

Enquadramento jurídico

Em 2009, houve a criação no Ministério do Patrimônio Cultural e Atividades e Turismo de uma Diretoria Geral especial[4], que prestou grande atenção aos aspetos de fruição.

Em 2009 nasceu a Comissão para a promoção e apoio ao turismo acessível. Esta é composta por 17 membros líderes do panorama do turismo italiano acessível; seus objetivos estão listados em sua escritura de incorporação:

"A comissão" para a promoção e apoio do Turismo Acessível decorre da necessidade de colocar todas as pessoas com suas necessidades no centro do sistema turístico. O turismo acessível é a expressão máxima deste objetivo da civilização e também representa uma atração indiscutível - moderno e atual - para trazer de volta a imagem do turismo italiano no mundo. A acessibilidade, ou seja, a ausência de barreiras arquitetónicas, culturais e sensoriais, é a condição indispensável para permitir o uso do patrimônio turístico italiano. a acessibilidade deve ser estendida ao sistema geral de transporte, médio-curso, roda, ferrovia, aeronave e sistemas de transporte local. Quando falamos de um destino turístico, portanto, nos referimos ao sistema de turismo local, isto é, a todos os serviços e à oferta: catering, banho, cultura, comida e vinho, etc... mas também à acessibilidade urbana e disponibilidade de informação em diferentes formatos (por exemplo, táctil, braille, etc ...).[5]

Do ponto de vista do empreendimento turístico, para alcançar esses objetivos, é certamente útil e

[4] Com D.P.R. 2 de Julho 2009, n. 91 foi instituída a Direção Geral para a valorização do património cultural, com o objetivo de garantir uma maior inteligibilidade e usabilidade dos bens culturais

[5] Ministério do Turismo, Comissão para a Promoção e Apoio do Turismo Acessível, Ato Constitutivo.

correto examinar a principal legislação italiana sobre o tema acessibilidade e barreiras arquitetónicas.

As leis de referência são a ***D.M. de 14 de Junho de 1989, n.23625 art.2 que dá uma definição de acessibilidade e o Decreto do Presidente da República de 24 de julho de 1996, n. 503 "Regulamentos contendo regras para a eliminação de barreiras arquitetónicas em edifícios, espaços públicos e serviços"***

Muito importante é também a **Lei 4/04 da Stanca** que no Artigo 1 esclarece imediatamente quais são seus objetivos e propósitos, em particular no parágrafo 1 diz que "1. ***A República reconhece e protege o direito de todas as pessoas a acessar todas as fontes de informação e serviços relacionados, incluindo aqueles que são articulados através de TI e ferramentas telemáticas***. No parágrafo 2, lembre-se que a lei acima mencionada opera *"... em conformidade com o princípio da igualdade nos termos do artigo 3 da Constituição".*
Dentro da mesma Lei 4/04 no Artigo 2 "acessibilidade" e "Tecnologias assistivas" funcionais para o tratamento" são definidas "a) **«acessibilidade»**: a capacidade dos sistemas de informática, nas formas e limites permitidos pelo conhecimento tecnológico, fornecer serviços e fornecer informações úteis, sem discriminação, mesmo para aqueles que, devido à incapacidade, precisam de tecnologias assistivas ou configurações específicas; b) **«tecnologia de apoio»**: as ferramentas e as soluções técnicas, hardware e software, que permitem ao deficiente, superar ou reduzir as condições desfavorecidas, acessando informações e serviços prestados pelos sistemas de IT.

Exemplos de boas práticas italianas

Italy

The Travel & Tourism Competitiveness Index

	Rank (out of 141)	Score (1–7)
Travel & Tourism Competitiveness Index	8	4.98
Enabling Environment	55	5.02
Business Environment	127	3.59
Safety and Security	48	5.68
Health and Hygiene	20	6.27
Human Resources and Labour Market	75	4.45
ICT Readiness	35	5.14
T&T Policy and Enabling Conditions	71	4.14
Prioritization of Travel & Tourism	65	4.62
International Openness	24	4.09
Price Competitiveness	133	3.49
Environmental Sustainability	47	4.34
Infrastructure	13	5.19
Air Transport Infrastructure	26	4.26
Ground and Port Infrastructure	32	4.65
Tourist Service Infrastructure	3	6.66
Natural and Cultural Resources	5	5.55
Natural Resources	13	4.60
Cultural Resources and Business Travel	3	6.51

Fonte: World Economic Forum - "Travel & Tourism Competitiveness Report 2015"

Segundo fontes do ISTAT, apenas na Itália, existem cerca de 1.100.000 pessoas com incapacidades físicas, das quais cerca de 60.000 estão em uma cadeira de rodas. Dada a consistência dos números, é importante que as estruturas que atendem a este tipo de turistas criem uma oferta que seja capaz de responder às suas necessidades. Em particular, é necessário garantir espaços maiores equipados com todos os equipamentos básicos para permitir a caminhada em cadeiras de rodas, fornecer uma comunicação mais rápida e detalhada das informações e garantir a presença de dispositivos que assegurem a segurança dos hóspedes.

Os objetivos definidos e prosseguidos pela ***Comissão para a promoção e apoio ao turismo acessível*** foram fundidos em 2014 na Management of Museums[6], cujos objetivos institucionais visam fomentar o desenvolvimento da cultura, apresentando-se como um sujeito ativo no processo de criação de serviços, na capacidade de aumentar o uso do património para todos os cidadãos, na possibilidade de melhorar os circuitos de fidelidade, na proposição de atividades e ferramentas adequadas para alcançar a satisfação do utilizador.

[6] Instituída com D.P.C.M. 29 agosto 2014, n. 171, a Direção Geral Museus absorveu grande parte das competências da ex Direção Geral para a valorização do património cultural in tema di usabilidade e acessibilidade ao património histórico artístico italiano.

Com base nas "Guidelines for overcoming architectural barriers in places of cultural interest" – preparadas pela "Comissão para a análise dos problemas relacionados com a incapacidade no sector específico de bens e atividades culturais", estabelecida com um Decreto Ministerial em 26 de fevereiro de 2007 e adotada com a Portaria Ministerial de 28 de março de 2008 – a atividade da Diretoria Geral visa identificar e testar soluções operacionais para garantir as necessidades dos usuários potenciais, salvaguardando os valores de proteção e conservação dos lugares utilizados. Neste contexto, no que diz respeito ao acesso físico, sensório-percetivo-cognitivo e digital, em apoio a algumas atividades promovidas pelas Superintendências Estaduais, a Direção Geral pretendia participar no financiamento e coordenação de iniciativas importantes, que se mostraram projetos pilotos em matéria de acessibilidade. entre estes últimos, o projeto “A lift for Michelangelo” é de grande importância, realizado pela Superintendência de Arquitetura, Paisagem, História, Arte e Etno-Patrimônio antropológico das Províncias de Florença, Pistoia e Prato, que tratou do tema da superação de barreiras arquitetónicas no Complexo das Capelas Medici em Florença. O santuário da família Medici foi concebido na basílica de San Lorenzo para abrigar os restos mortais dos membros do ramo grão-ducal que foram enterrados aqui, primeiro na Velha Sacristia – executada por Brunelleschi –, logo na Nova Sacristia de Michelangelo e finalmente na “Cappella dei Principi”, desenhada por Cosimo I e realizada, a partir de 1604, por Ferdinando I.

O Museu das Capelas dos Medici está – no circuito dos museus florentinos – em terceiro lugar para número de visitantes, registrando mais de trezentos mil presenças anuais.[7]

O complexo monumental, devido às suas características estruturais intrínsecas, não era acessível a pessoas com incapacidades motoras. Era necessário, portanto, proceder a um cuidadoso planeamento no sítio, chegando, através de intervenções importantes, à realização de um elevador que hoje leva ao nível da Capela dos Príncipes. A partir desse andar, através de uma plataforma de elevação, há um fácil acesso ao nível da Nova Sacristia, permitindo acessibilidade a todos. Como parte dos objetivos inerentes ao propósito de "facilitar a visita", bem como "melhorar a acessibilidade interna de lugares culturais", a elaboração e realização do "Projeto de Acessibilidade na necrópole etrusca de Tarquinia" – site da UNESCO – realizada a pedido e de acordo com a Superintendência para o património arqueológico do sul da Etrúria, visa permitir o uso prolongado da famosa área arqueológica, através da realização de um caminho mais fácil.

Como se sabe, a característica dos túmulos etruscos é a dificuldade de acesso à câmara funerária ligada ao exterior por corredores estreitos e íngremes (dromoi), que na verdade tornam estes monumentos completamente inacessíveis a pessoas com mobilidade reduzida ou com dificuldades de locomoção. A atividade envolveu uma intervenção com vista à acessibilidade do Túmulo da Pulcella, um dos testemunhos mais significativos da necrópole, datado à segunda metade do século 5 a.C., através de um circuito facilitado e uma estação multissensorial com um painel/púlpito que oferece informações sobre o monumento, ajuda para os surdos com tradução na linguagem gestual italiana e suporte de áudio para cegos.
Para pessoas com incapacidades visuais, também foi preparado um caminho que é complementado por um sinal de orientação adequado colocado no corrimão, construído em ambos os lados do

[7] Reconhecimento 2016 Departamento de Estatística MiBACT.

caminho como elemento de apoio, mas também como meio de comunicação de informações, com textos curtos em Braille que indicam a localização e rota a seguir.

A instituição da pessoa responsável pelas questões de acessibilidade nos espaços culturais do Estado, conforme exigido pela circular 80/2016 da Direção-Geral de Museus, confirma o compromisso da Administração para este objetivo, também reiterado no Plano Estratégico de Turismo (PST) 2017-2022.

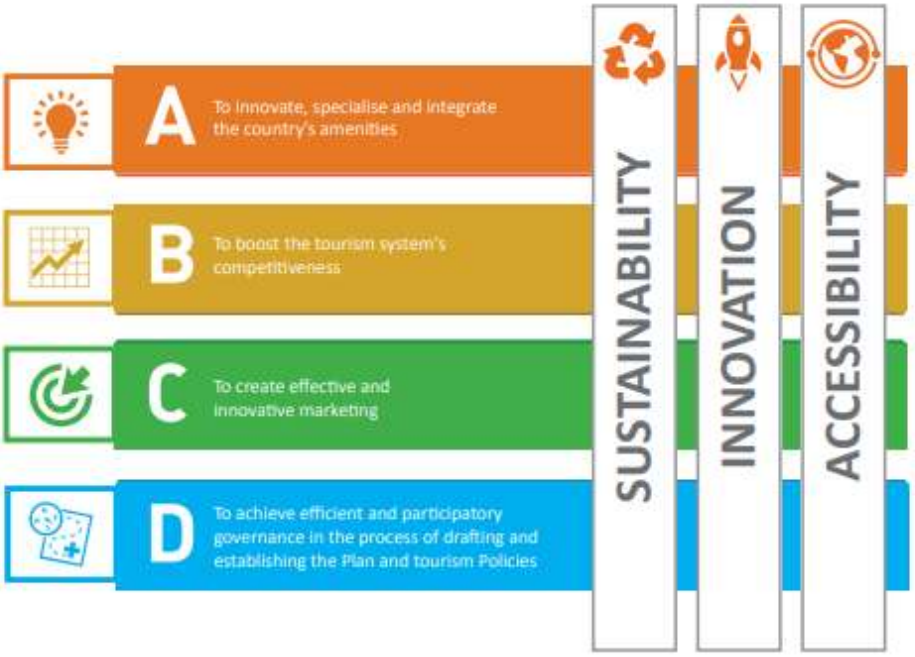


Figura4 Fonte: PST 2017-2022

Um dos princípios transversais utilizados para a implementação do PST 2017-2022 é a acessibilidade / permeabilidade física e cultural. De fato, o SPT promove: "estratégias, intervenções e ações que devem contribuir para o fortalecimento sistemático da acessibilidade física e cultural de lugares e territórios abertos ao desenvolvimento turístico".
Este termo tem significados diferentes, o que diz respeito à acessibilidade ao uso turístico para todas as pessoas sem distinção de idade ou de saúde; acessibilidade de lugares e territórios através de sistemas de mobilidade sustentáveis; a possibilidade dada aos visitantes de compreender e interpretar a história; a complexidade e variedade do patrimônio visitado (permeabilidade cultural)[8].

Outros exemplos importantes de turismo acessível
"Italia VR – Virtual Reality" é o primeiro aplicativo desenvolvido pela "ENIT - National Tourist Board", que permite descobrir as belezas italianas de um ponto de vista único.
Neste aplicativo é possível encontrar arte, história, território, cultura, comida e vinho e um pouco de

[8] !The Strategic Plan for Development of Tourism PST 2017-2022" – Ministério dos Bens e das Atividades Culturais e do Turismo.

"dolce vita", e você terá a chance de viver experiências autênticas, onde quer que esteja.
Italia Virtual Reality é um projeto da ENIT – National Tourist Board para uma promoção inovadora do nosso país, com foco no grande Património da UNESCO em Itália.

O aplicativo oferece 3 experiências imersivas, mas será continuamente atualizado com novos conteúdos e você será informado por notificações push.
Você pode escolher entre dois modos de visualização: 360 ° ou VR (o VR requer o uso de um visualizador de realidade virtual conectado ao seu smartphone).
Instale o aplicativo, escolha um tema e selecione uma experiência para viver.

Em 2013, a Direção Geral para o Turismo – nessa altura o Setor de Turismo do Ministério do Património Cultural e Atividades e Turismo (DPCM 21.10.2013) – lançou um convite para recompensar operadores, públicos ou privados, que se destacaram na realização de experiências ou iniciativas de excelência destinadas a facilitar o acesso a serviços turísticos para pessoas com necessidades especiais.
O prémio foi atribuído ao "Palazzo Massimo in Lingua dei Segni" (Palazzo Massimo em linguagem gestual), da Superintendência Especial para o Património Arqueológico de Roma, com o projeto realizado em conjunto com a Faculdade de Engenharia da Universidade Roma Tre e a Instituição Pública para surdos de Roma: **um aplicativo gratuito para visitantes surdos que garante uma visita guiada ao museu na LIS (Língua Italiana de Sinais) e na ASL (American Sign Language).**

Algumas experiências promovidas pelo Ministério do Patrimônio e Atividades Culturais do Turismo

Arquivo Digital: o sistema de Arquivo Nacional fornece aos utilizadores o Arquivo Digital, uma ferramenta que permite que você pesquise e visualize arquivos inteiros ou documentos individuais digitalizados como imagens, textos, vídeos e ficheiros áudio.
O portal da música italiana: é uma plataforma que permite a escuta online de inestimável património áudio que caracteriza mais de um século de música italiana e nasceu com o objetivo de difundir este importante património cultural do país.
Apps: O Mibact tem sido ativo no design de aplicativos dedicados ao património cultural italiano. No site institucional há um resumo dos aplicativos disponíveis, úteis para a fruição do património museológico, para atividades de combate a crimes contra o patrimônio cultural, para consulta on-line de catálogos de bibliotecas e para o gerenciamento de qualquer emergência no caso de um desastre atingir o site de um arquivo.
Desde 2015, o projeto **MuD** - Museu Digital foi lançado pelo Ministério do Patrimônio Cultural com o objetivo de inovar a promoção e o uso de museus italianos, comparando ideias e projetos capazes de valorizar o patrimônio cultural a nível nacional e internacional.
O MuD também visa interligar os museus em todo o território nacional de uma forma orgânica.

Conclusões

A Itália é extremamente sensível à acessibilidade no setor do turismo. Na verdade, recentemente, houve um desenvolvimento de muitas iniciativas para garantir a acessibilidade e a inclusão cultural.

O Plano Estratégico 2017-2020, adotado pelo Ministério Italiano do Património e Turismo, pretende promover uma nova maneira de desfrutar do turismo no património do nosso país, com base na renovação e ampliação da oferta turística de destinos estratégicos e no aprimoramento de novos destinos e novos produtos, para aumentar o bem-estar econômico, social e sustentável e assim revitalizar a liderança da Itália no mercado internacional de turismo sobre novas bases. Para perseguir esses objetivos, o Plano atua sobre alavancas fundamentais, como a inovação tecnológica e organizacional, a capacidade de adaptação às transformações do mercado, a valorização do património territorial e cultural.

No entanto, as instituições dos museus italianos têm muito espaço para melhorias: apenas 37,5% dos locais têm instalações e assistência para pessoas com incapacidade, e apenas 41,1% têm estacionamento. E, em seguida, uma proporção substancial (37%) de sítios que não podem ser visitados regularmente, mas, em vez disso, exercitam aberturas sazonais ou apenas para eventos específicos. 15 por cento dos museus permaneceram fechados em espaços públicos de exposição por pelo menos três meses, devido a necessidades relacionadas à restauração ou à realização de novas produções, mas muitas vezes também devido à indisponibilidade ou falta de pessoal de vigilância. Pouco mais da metade dos sítios realizou aberturas noturnas, mesmo que ocasionalmente.

O uso da tecnologia para facilitar a visita ainda é limitado, apesar de melhorar. 57,4% dos museus têm um site e 40,5% tem contas de redes sociais. No entanto, em alguns casos, um catálogo está disponível online (13,4 por cento) ou você pode fazer uma visita virtual (12,5 por cento). Não é uma possibilidade muito difundida[9].

O Observatório para a Inovação Digital em Património Cultural e Atividades do Politecnico de Milão destaca uma crescente conscientização sobre a importância do planeamento digital para a gestão de museus e todas as mudanças implementadas pelos museus para expandir a oferta na web[10].

[9] Fonte: Relatório Turismo final 2018. Banca d'Italia

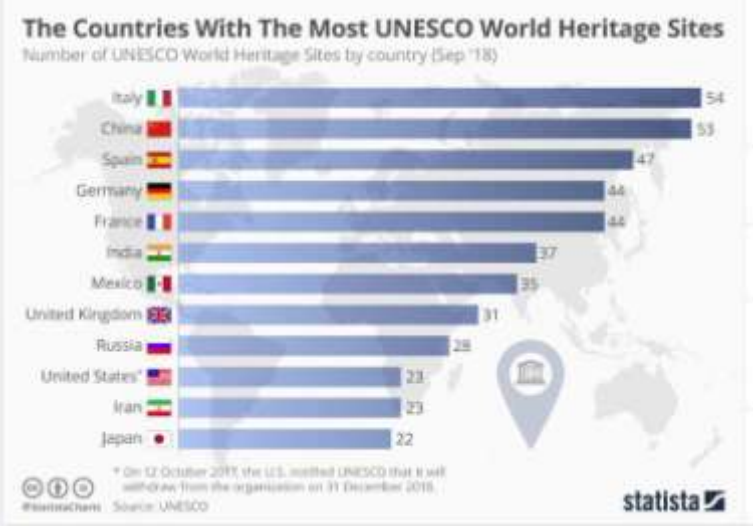
[10] "Innovazione Digitale nei Beni e Attività culturali, Beni e attività culturali: la roadmap per l'innovazione digitale" Ricerca 2017-2018

PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL EM ESPANHA

Introdução

A Espanha é caracterizada por um património cultural rico e heterogêneo. Como resultado, este mosaico de culturas encontra expressão em várias formas artísticas: da literatura à pintura, da música à arquitetura, do teatro às artes sumptuárias. A cultura espanhola é extremamente rica e hoje em dia é reforçada. Por exemplo, o teatro espanhol está prestes a se tornar ponto de referência na Europa, graças a muitos eventos e festivais. Além disso, as universidades espanholas estão a desempenhar um papel importante na promoção da cultura nacional.

O património cultural da Espanha é inestimável por sua história, tradição, diversidade e riqueza. De fato, a Espanha é o terceiro país que reúne mais monumentos incluídos na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO: 47 sítios, incluindo cidades, monumentos, sítios naturais e produtos culturais, dos quais 41 são culturais, 4 são naturais e 2 são mistos[11].



[12]

Em Espanha, existem também 13 recursos de património imaterial, incluindo o flamenco, a dieta mediterrânica, os castelos humanos e o Festival dos Pátios em Córdoba. A Espanha caracteriza-se por uma rede complexa e ampla de entidades, públicas e privadas, que contribuem para gerir o património cultural, bem como apoiar a sua conservação e investigação a nível local, regional e nacional.

Quando se pensa em Espanha e na sua organização governamental, é impossível não levar em consideração a sua complexidade, devido à fragmentação das responsabilidades políticas relacionadas com os governos autónomos regionais da Espanha, correspondentes a diferentes regiões.

[11] Dados do site da UNESCO https://whc.unesco.org/en/statesparties/es
[12] Dados do site do STATISTA https://www.statista.com/chart/15643/the-number-of-unesco-world-heritage-sites-by-country/

A nível nacional, o Ministério da Cultura é responsável pelo Patrimônio Cultural Nacional e possui duas Subdiretorias comprometidas com a conservação do património cultural: a Subdiretoria Geral de Proteção Histórica, responsável pela aplicação do Regulamento sobre a proteção do Património Histórico e o Subdiretor Geral do património cultural em Espanha, responsável pela criação de estratégias de conservação. A nível regional, devido à sua complexidade e fragmentação, muitos Institutos do Património, alguns dos quais são entidades autónomas (como fundações privadas, museus, igrejas ou outros organismos), gerem o património cultural. As Comunidades Autónomas em Espanha têm um controlo total sobre o património cultural, artístico, monumental e científico, museus e bibliotecas e têm a sua própria legislação sobre a proteção do património cultural.

A gestão e a conservação requerem fundos de entidades nacionais e regionais, como Ministérios Nacionais, Governos Regionais, Institutos do Património Nacional e Regional, cidades e entidades privadas (igrejas, bancos, fundações). Enquanto no passado a Espanha tinha priorizado o financiamento em programas de pesquisa de património cultural através do Ministério da Ciência, hoje em dia há uma falta de um programa nacional para a pesquisa do património cultural. No entanto, estimou-se que o orçamento total gasto pelo Setor Público em Espanha na preservação do património cultural é de cerca de 1526,01M €, para além do orçamento despendido pelos organismos privados (221,17M €)[13]. Graças a projetos europeus, surgiram muitas iniciativas para a conservação, promoção e disseminação do património cultural. A parte dos Fundos Estruturais investidos na cultura, no período 2007/2013, corresponde a 346.605.430 € e o valor do património cultural é de 270.919.833 €, o que representa os 78,16% dos fundos para a cultura e 0,78% do total dos fundos estruturais da Espanha[14].

[13] Dados do *Heritage Portal - Research, Connect, Discover* http://www.heritageportal.eu/Resources/EU-Countries/Spain.html

[14] *Culture and the Structural Funds in Spain*, EENC, Rede Europeia de Peritos em Cultura, Jordi Pascual, Junho 2012 https://www.interarts.net/descargas/interarts2553.pdf

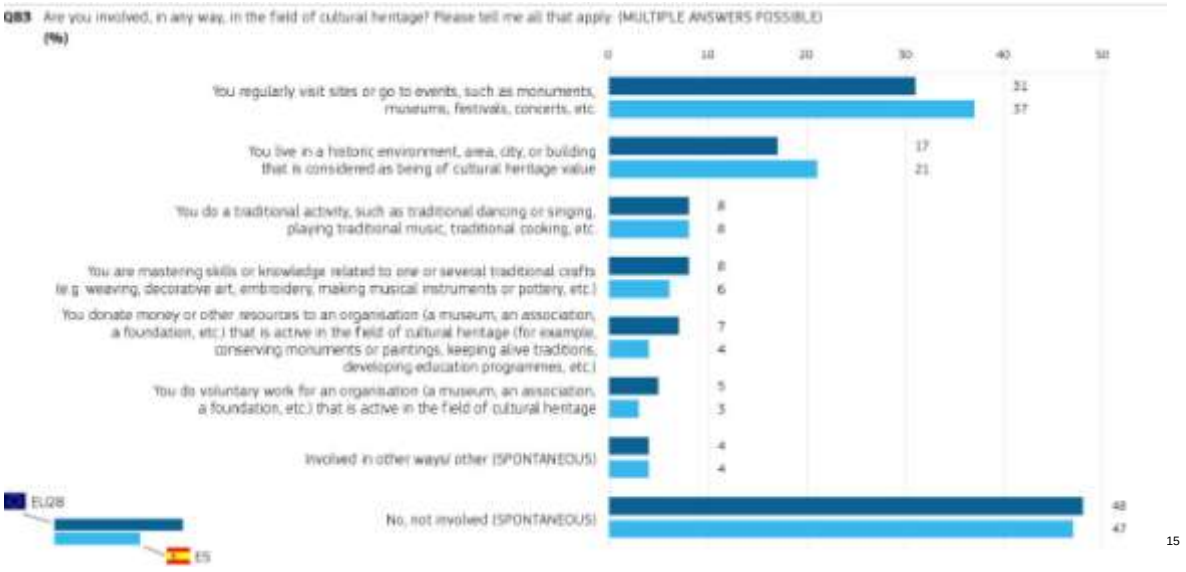
Análise

Património Cultural e Programas de Promoção em Espanha

O património cultural representa a história e a identidade de um país, além de uma ponte entre o passado e o futuro. Mantém a herança de um país e torna a comunidade responsável pela sua conservação e promoção. O património cultural deve ser respeitado, protegido e promovido e, para atingir esses objetivos, uma comunidade precisa aprender como protegê-lo e como administrá-lo. A gestão do patrimônio cultural exige não apenas a tomada de decisões para sua conservação e restauração, mas também a gestão de recursos, para que seja encarada como um negócio real e exija um planeamento de recursos, custos e benefícios.

A relevância do Património Cultural está intimamente ligada ao papel desempenhado pelos cidadãos, em termos de compreensão, participação e envolvimento em atividades e iniciativas relacionadas ao patrimônio.

Relativamente a isto, na ocasião do Ano Europeu do Património Cultural (2018), a Europa publicou um "Eurobarómetro Especial sobre os europeus e o património cultural", um inquérito que avalia as atitudes e opiniões das pessoas na UE sobre o património cultural. De acordo com esta investigação, é interessante notar o grau de envolvimento no campo do património cultural:

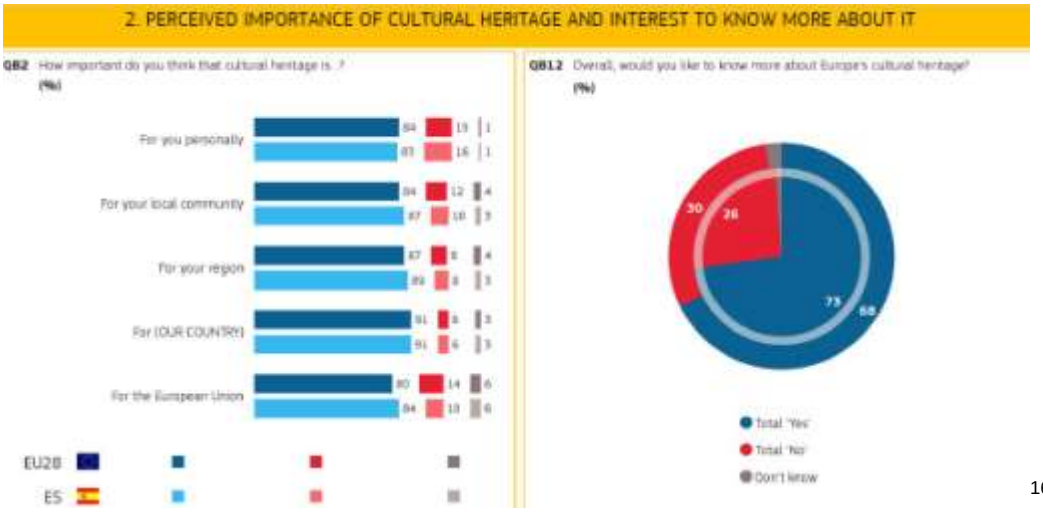


Como mostrado no gráfico, uma alta porcentagem de europeus e espanhóis também declaram que não estão envolvidos no campo do património cultural.

Obviamente, falar em envolvimento também significa entender como a herança cultural é percebida, a fim de compreender melhor os pontos fortes e fracos do campo e aprender a lidar com eles. O

[15] Do *Special Eurobarometer on Europeans and cultural heritage*, https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en

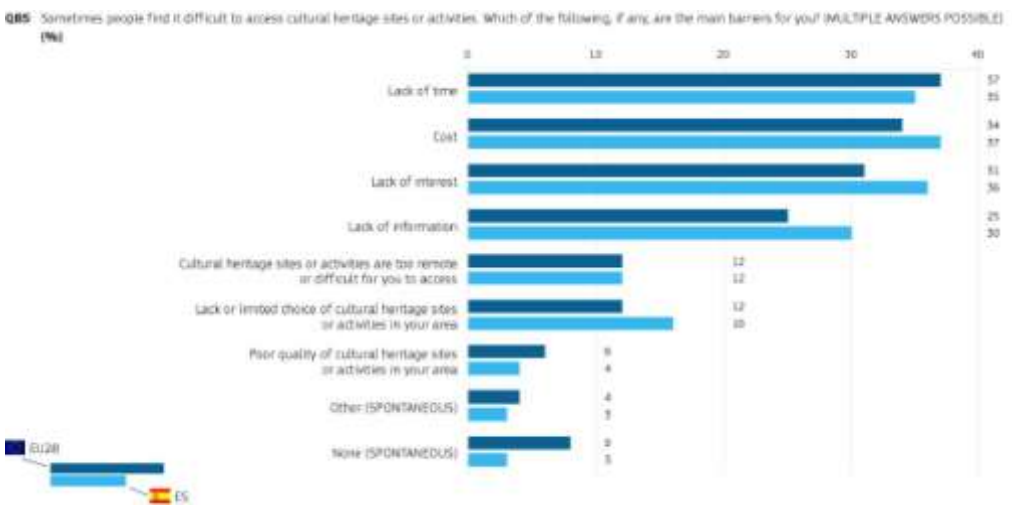
Eurobarómetro demonstra que as pessoas na Europa e, mais significativamente, na Espanha, estão conscientes da importância do património cultural, apesar de emergir a necessidade de saber mais sobre o assunto:



16

Além disso, uma questão fundamental relacionada ao património cultural e ao envolvimento das pessoas é o seu grau de acessibilidade. Dados interessantes emergem da seção do Eurobarômetro sobre barreiras a locais ou atividades do património cultural:

17



No que diz respeito à Espanha, entre as principais dificuldades encontradas pelas pessoas no acesso a sítios e iniciativas do património cultural, algumas merecem uma atenção específica, nomeadamente as relativas ao custo, à falta de interesse e à falta de informação. Todas estas dificuldades também têm a ver com a gestão e podem ser abordadas e resolvidas tratando-as de forma mais apropriada e orientada para as metas, a fim de facilitar uma abordagem mais próxima do

[16] Do *Special Eurobarometer on Europeans and cultural heritage*, https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en

[17] Ibidem.

campo.

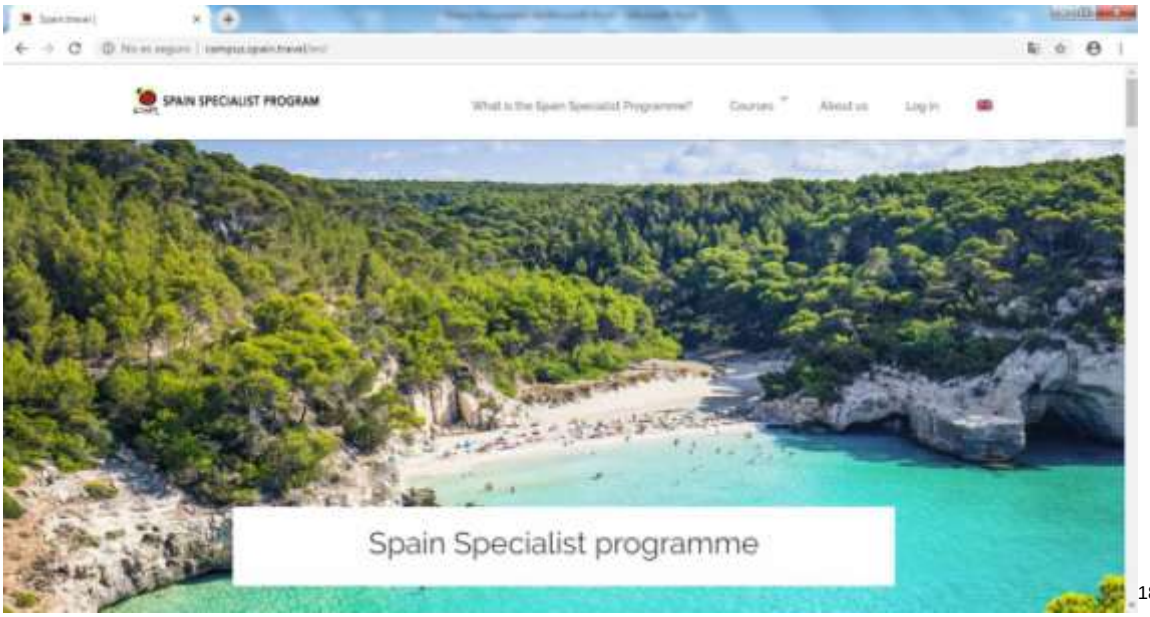
Além disso, não devemos esquecer as dificuldades encontradas pelas pessoas com incapacidade, que constantemente têm de enfrentar problemas no acesso a locais culturais. A este respeito, uma exceção é feita pelo Museu para os Cegos de Madrid, fundado pela Organização Nacional Espanhola de Cegos. Este museu foi criado para dar às pessoas cegas a oportunidade de aproveitar a experiência de visitar um museu sem barreiras devido à incapacidade visual. O principal objetivo deste museu é criar um lugar onde os visitantes possam ver, mas também, e mais significativamente, tocar as obras de arte, um fato que enriquece a experiência e a torna definitivamente mais inclusiva.

Por outro lado, pensar na gestão do Patrimônio Cultural, bem como as possíveis maneiras de aprimorá-lo e reforçá-lo, está a se tornar crucial. Consequentemente, fica clara a necessidade de se implementar uma gestão empreendedora do património cultural que exija uma adequada formação dos profissionais desse setor, a fim de aprender novas habilidades e poder aplicar novas ferramentas de gestão, como os instrumentos tecnológicos.

No que diz respeito à formação, em Espanha existem dois caminhos diferentes para a formação oficial em conservação: um diploma de três anos em conservação numa Escola Oficial de Restauração e um Mestrado de cinco anos em Belas Artes, focado em Restauração e Conservação. Muitas universidades estão agora a introduzir cursos e programas em conservação e começam a promover estudos de pós-graduação sobre o Património Cultural. Segundo a Confederação Europeia das Organizações Conservadoras-Restauradoras, o papel do Conservador é a preservação da herança do património cultural e é fundamental para a sua compreensão e promoção. Este papel foi reconhecido por todos os países europeus na Declaração de Berlim (2015) e ratificado com a Declaração de Nájera (2017), mas ainda não está regulamentado com leis e planos comuns e ainda não tem um reconhecimento social. Para isso, foi recentemente criado um “Manifesto do património cultural” (Maio de 2018).

A Associação de Conservadores-Restauradores da Espanha foi fundada em 2011 e publicou recentemente uma monografia destinada a identificar todas as carreiras ligadas ao património cultural e à sua promoção, enfrentando também os seus desafios e impacto cultural e económico. A Associação desenvolveu um plano para a promoção do património cultural, que inclui campanhas de conscientização, em colaboração com outros órgãos e associações. Quando se trata de formação, deve-se ter em conta também a formação em ferramentas tecnológicas de apoio à difusão e promoção do património cultural. Por esse motivo, muitas associações que promovem o património cultural espanhol estão a implementar planos de treinamento para gestores e operadores de património cultural. Uma das estratégias utilizadas para difundir o conhecimento do património cultural é também realizar campanhas de informação para aproximar as pessoas e dar formação aos organismos públicos sobre o património cultural, a fim de prevenir e evitar ameaças.

O *Spain Specialist Program*, por exemplo, é um curso on-line patrocinado pela Turespaña para difundir o conhecimento do património cultural espanhol entre os operadores turísticos.



[18]

Turespaña é uma agência de turismo do governo envolvida em ações de marketing para promover o turismo espanhol, coordenando atores públicos e privados e que visa a realização de uma estratégia internacional de promoção do turismo. Em relação à promoção do património cultural, em Espanha existem algumas associações comprometidas em proteger e promover o património cultural. Em 1985, foi criado o Instituto do Património Cultural da Espanha, que se dedica a:

- criação e implementação de planos de conservação para o Patrimônio Histórico;
- promoção de programas de pesquisa;
- cooperação com órgãos públicos e privados para desenvolvimento e implementação de programas de conservação;
- análise de estratégias e programas de conservação e restauração;
- formação em conservação e renovação do património cultural.

A Hispania Nostra é uma organização sem fins lucrativos fundada em 1996 para proteger e promover a promoção do património cultural em Espanha, por meio de programas de treinamento, projetos de conscientização e atividades culturais.

Em 1997 também foi criada a Associação Espanhola de Gestão do Património, a AEGPC, uma organização independente e sem fins lucrativos, que visa contribuir para a conservação e promoção do património cultural. A AEGPC está focada nessas atividades:

- promoção da gestão profissional dos recursos do património cultural;

[18] Fonte http://campus.spain.travel/en/ .

- implementação de acordos com universidades e entidades privadas para atividades de preservação e restauração;
- formação de gestores e operadores do património cultural.

Devido à difusão de novas ferramentas para a gestão do património cultural, desde 1998 a Associação tem trabalhado com a promoção de programas de formação para dotar os gestores culturais de novas competências como empreendedorismo, competências tecnológicas, marketing cultural, conceção de projetos, financiamento do património cultural.

Outra associação comprometida com a promoção do património cultural espanhol é o ACE (Acción Cultural Española), uma agência que apoia a promoção da cultura espanhola e fomenta a internacionalização do setor cultural. A agência coopera com muitas instituições públicas e entidades privadas (associações, fundações, empresas). As atividades realizadas pela ACE são:

- gestão de comemorações culturais destinadas a reforçar a influência da Espanha com outros países e regiões;
- implementação de exposições internacionais, feiras, festivais e eventos em diversas áreas da arte;
- atividades culturais, espectáculos, publicações, concertos e outras atividades.

Em 2018 foi criada uma Associação denominada ADIPROPE que realiza as seguintes atividades:

- divulgação e promoção do património cultural espanhol;
- formação para a gestão de gestores culturais;
- financiamento de projetos de conservação do patrimônio cultural;

Outra associação focada na promoção do património espanhol é a Global Spain, uma rede de associações, fundações, profissionais, empresas e outros organismos que promove a imagem da Espanha em todo o mundo, implementando, promovendo e coordenando ações e planos para melhorar o património espanhol.

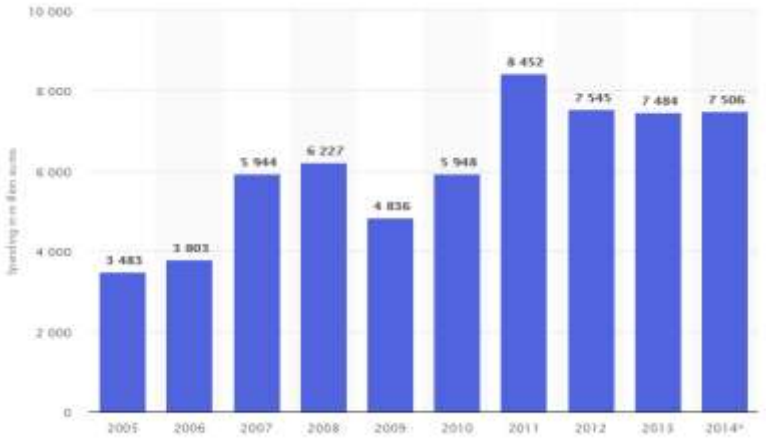
A fim de garantir a proteção e preservação do património cultural, em 1993 foi estabelecido o Grupo Espanhol de Património Mundial, com o objetivo de manter e promover o património histórico e cultural espanhol, implementando projetos e propostas, em nível nacional e internacional. O Grupo é composto pelas seguintes cidades: Alcalá de Henares, Ávila, Baeza, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de la Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona, Toledo e Úbeda. Deste grupo foi recentemente desenvolvido um aplicativo gratuito de smartphones e tablets chamado "CiudadesPatrimonio de España", destinado a promover o património natural e cultural das cidades. Este aplicativo também está disponível em Inglês, a fim de promover um conhecimento internacional do património cultural espanhol e pode ser utilizado por pessoas com incapacidades específicas, como surdos e cegos. O Grupo criou uma coleção de 15 mapas-guia que refletem a riqueza e a diversidade do património das cidades. O Grupo em 2018 organizou uma competição para jovens (16-30 anos) destinados a promover um melhor conhecimento e conscientização das 15 cidades, utilizando TIC e ferramentas tecnológicas. O Grupo de Cidades Património da Humanidade da Espanha também foi promovido no mercado alemão na feira de

turismo em Hamburgo (fevereiro de 2018).

O *ICOMOS*, Conselho Internacional de Monumentos e Sítios, é uma organização governamental internacional associada à UNESCO e focada na promoção, conservação e desenvolvimento do património. ICOMOS é uma rede de arqueólogos, arquitetos, historiadores e outros profissionais que contribui para a preservação do património cultural espanhol e é a única organização internacional e governamental dedicada à promoção, conservação e restauração do património cultural, através de ferramentas tecnológicas.

Devido à complexidade e diversidade do património cultural, e considerando a necessidade de uma gestão adequada, mesmo a nível europeu, foi recentemente implementado um conjunto de ações e planos de coordenação. Em 2018 celebrou-se o ano do património cultural, destinado a reforçar a pertença a um espaço cultural comum. O património cultural deve ser um motor do desenvolvimento e do turismo sustentável e deve ser integrado às práticas de desenvolvimento, a fim de promover um desenvolvimento sustentável capaz de gerar emprego. Hoje em dia, a cultura é um catalisador do turismo e existe um forte vínculo entre património cultural e turismo; o turismo cultural representa 37% do setor turístico e muitos turistas são incentivados a viajar e visitar lugares culturais.

De fato, o gráfico a seguir mostra o crescimento progressivo, embora não completamente estável, em termos de viajantes estrangeiros que decidiram visitar a Espanha principalmente por razões culturais nos anos de 2005 a 2014:



O Instituto do Património Cultural da Espanha possui um plano nacional de conservação que inclui o tema do turismo cultural como ferramenta de coesão social. Um estudo realizado em 2016, denominado Relatório da Juventude em Espanha refere que uma das atividades preferidas pelos jovens é viajar e, claro, a relação entre juventude e património cultural representa uma oportunidade que o governo espanhol tomou desde os anos 80, quando o projeto "Escuelas Taller" foi estabelecido. A Escuela Taller é um projeto destinado a ensinar as pessoas entre 16 e os 25 anos a desenvolver projetos em colaboração com instituições ligadas ao património cultural espanhol[19].

[19] Do site do Governo Espanhol http://www.mitramiss.gob.es/es/Guia/texto/guia_4/contenidos/guia_4_10_6.htm

Quando se pensa em turismo cultural, há que ter em conta também o tema do turismo acessível e todas as iniciativas promovidas para aproximar as pessoas com incapacidade de compreensão do património cultural espanhol. Rotas e instalações adaptadas, serviços especializados e guias acessíveis e outras ações de promoção do património cultural. A promoção do património cultural foi promovida também com convites públicos à apresentação de propostas. O Instituto da Juventude da Espanha, por exemplo, convocou uma competição com esses objetivos:

- promover a modernização do sector cultural utilizando novos instrumentos tecnológicos;
- fomentar planos e ações de formação para gestores e operadores culturais;
- aumento da internacionalização da cultura espanhola, fomentando a cooperação entre Comunidades Autónomas e promovendo a participação da comunidade espanhola no processo cultural, a fim de promover a imagem da Espanha entre outros países.

A promoção da herança cultural também é realizada em muitos eventos patrocinados por os setores público e privado. Em Espanha, desde 1994, em setembro se realiza um evento patrocinado pelo Conselho Europeu e coordenado pelo Instituto do Património Cultural da Espanha, denominado “Dias Europeus do Patrimônio” ou “Arte y Ocio”. Durante este evento, visitas guiadas gratuitas em museus, monumentos, locais históricos e arqueológicos são fornecidas.

Outra iniciativa realizada durante as Jornadas Europeias do Património é a “European Heritage Makers Week 2019”. Este evento é destinado a jovens de 12 a 18 anos, interessados em explorar, observar e contribuir para o desenvolvimento do património das suas cidades.

Em 2018 realizou-se também a primeira edição do “Heritage Night”, um evento simultâneo dedicado à promoção do património cultural espanhol e composto por três partes: uma dedicada às artes, uma dedicada aos espaços culturais e uma dedicada aos planos de promoção.

Durante a celebração da Feira Internacional de Turismo (janeiro de 2019), celebrou-se uma campanha denominada “A Rota das Cidades Património da Humanidade”. O objetivo da campanha é promover as 15 cidades pertencentes à Rota entre o público da feira e a promoção consiste em três prémios diferentes que o vencedor pode obter. Tais prémios consistem em: um voucher com 3 pernoites que podem ser usados durante todo o ano em restaurantes e hotéis das Cidades Patrimoniais, presentes, ingressos para monumentos e visitas guiadas nas 15 cidades e também uma visita especial personalizada à coleção permanente do Museu Nacional Thyssen-Bornemisza, em Madrid.

TIC na Promoção do Património Cultural

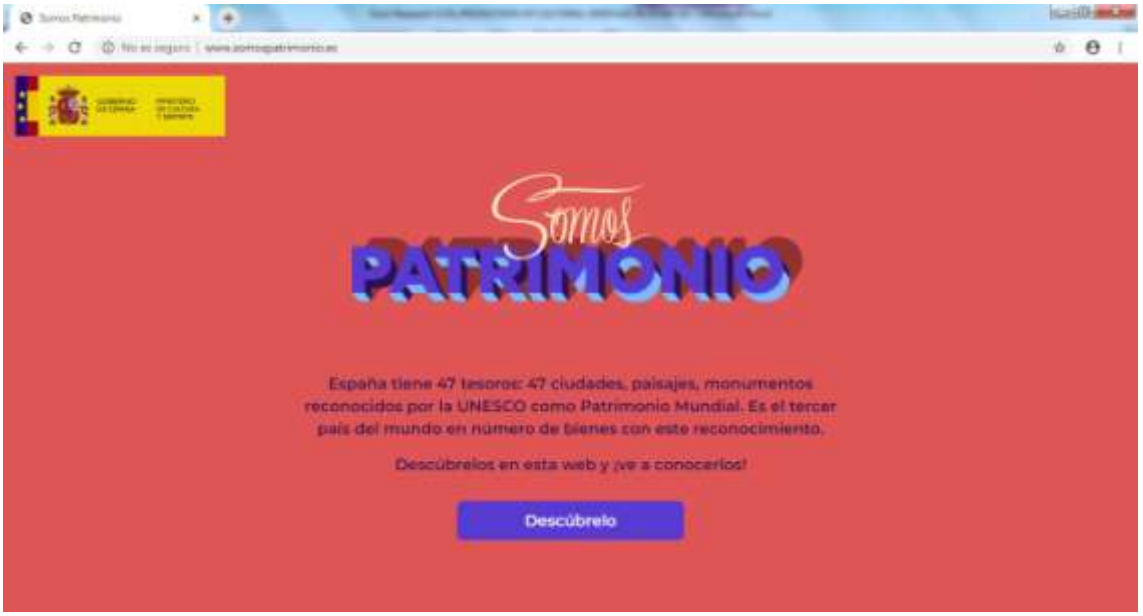
Para além de todas as Associações acima mencionadas, existem muitas plataformas e sites comprometidos com a promoção do património cultural. A Internet e as tecnologias modernas alteraram completamente a promoção do património cultural e, graças às TIC, é mais fácil e simples alcançar toda a comunidade e deixá-la participar no processo de conservação e preservação do património. Os instrumentos mais comuns utilizados para entender, promover e comunicar o património cultural são tecnologia, redes sociais, sites, bem como realidade virtual e aumentada. Graças às TIC, todo o património cultural e a identidade da Espanha foram preservados e, graças a todos estes instrumentos tecnológicos, o património cultural tornou-se mais acessível e compreensível para toda a comunidade, independentemente da distância e do nível cultural; As tecnologias permitem uma melhor integração de um turista e um site e facilitam o processo de co-criação.

As Tecnologias de Informação e Comunicação são hoje fundamentais para proteger e promover o património natural e cultural e para aproximar as pessoas do património cultural, facilitando as visitas em monumentos, museus ou outros locais, especialmente para pessoas com incapacidade. As ferramentas tecnológicas podem romper as barreiras de comunicação e garantir acesso igual à cultura, tornando o conhecimento e a promoção do património cultural uma experiência inestimável e rica.

Uma vantagem adquirida graças à tecnologia é o conhecimento completo do património tangível e intangível e a consciência sobre seu status de preservação. Classificar o património cultural usando ferramentas tecnológicas requer uma análise profunda desse status e dá uma ideia de locais em deterioração e em perigo. Para estar ciente da situação atual do património cultural espanhol e para construir ações e planos para preservá-lo, em 2007 a organização Hispania Nostra criou uma lista vermelha de locais em perigo ou em risco de desaparecimento. Desta lista surgiu que quase 750 sites

estão em risco de desaparecimento. O objetivo da lista não é apenas a criação de um arquivo dos sites expostos ao perigo, mas um apelo à ação para as pessoas, a fim de deixá-las conhecer todos os sites em perigo e sensibilizá-los, para que seja possível criar ações e planos de salvaguarda do património cultural, contribuindo para a sua promoção. Graças a essa lista, estima-se que 14% desses sites foram consolidados. Outras ferramentas que podem ser usadas para sensibilizar as pessoas e dar-lhes consciência sobre o que está acontecendo em seus países são as redes sociais. Além disso, os projetos de financiamento coletivo são um meio útil para a conservação e promoção do património cultural.

Recentemente, o Ministério da Cultura criou uma página chamada “Somos Património” para promover a promoção do património cultural espanhol, onde você pode encontrar todos os 47 locais da UNESCO, de monumentos a cidades e todas as formas de expressão artística, classificadas por imagem e uma pequena descrição.



[20]

A sociedade *SEGITTUR*, vinculada ao Ministério da Indústria, Energia e Turismo e reportando-se ao Departamento Nacional de Turismo, desenvolveu um projeto focado na implementação de projetos de digitalização e focado no fortalecimento de conteúdos digitais nos museus. A SEGITTUR também criou a página www.españescultura.es com o objetivo de promover e difundir o conhecimento do património cultural espanhol, onde você pode encontrar todos os produtos e eventos culturais. Nesta plataforma é possível ter acesso ao património cultural espanhol através de três caminhos diferentes:

- geográfico (busca por comunidades);
- temporal (busca por estilos artísticos);
- temático (busca por produto ou serviço, como monumentos, património natural, museus, monumentos, artistas, percursos culturais, feiras).

Uma das mais recentes tecnologias desenvolvidas é representada pelo *beacon*, um pequeno dispositivo que funciona com smartphones e tablets, projetado para atrair a atenção para um local específico. Os beacons permitem mudar e melhorar a experiência de um turista que pode ter acesso a uma ampla gama de informações em um curto espaço de tempo.

Considerando o desenvolvimento contínuo do mercado, as TIC desempenham um papel fundamental na compreensão e disseminação do património cultural, contribuindo para sua conservação e promoção. A "Patrimonio Paso a Paso" foi criada com o objetivo de construir uma plataforma que apoie a divulgação e promoção das Cidades do património cultural espanhol através das TIC, melhorando o acesso à informação turística para os interessados no património cultural espanhol e fomentando o desenvolvimento de um turismo cultural, moderno e competitivo. A *Patrimonio Paso a Paso* oferece um tour virtual por todos os locais do património cultural,

[20] De http://www.somospatrimonio.es/.

classificados por cidades. Outro site e aplicativo semelhante para smartphones e tablets é o *Senditur*, que fornece uma visão total de todo o património natural e cultural espanhol e onde pode ser realizada uma pesquisa por cidades ou por tipo de site. Através do Senditur é possível ter acesso a informações como uma breve descrição, fotos e vídeos, nível de dificuldade e duração (para sites naturais) e algumas informações sobre os serviços turísticos ao redor.

Em dezembro de 2018, um acordo entre o Grupo das Cidades e o canal de transmissão espanhol possibilitou a produção e o registro de uma série de TV dedicada ao Grupo de Património Mundial da Espanha. Através da série, você pode ter uma visão geral do património cultural e histórico das 15 cidades.

Uma visão geral de todo o património cultural espanhol é fornecida também pelo site *spain.info*, um site que oferece uma visão global de todos os sites e produtos pertencentes ao património cultural espanhol. Nesta plataforma, o património cultural espanhol é dividido em categorias (desportes, locais culturais, gastronomia, rotas culturais, etc.), fato que permite pesquisar por cidade, por tipo de turista (famílias, jovens, adultos, deficientes) e onde folhetos e guias digitais classificados por categoria podem ser descarregados.

O *APPSIDE* é um projeto financiado pelo GVAM - Mobile Guides for All e pela Orange Foundation, que visa desenvolver aplicativos móveis gratuitos para facilitar o acesso ao património cultural espanhol e aproximar as pessoas de sua compreensão e promoção, de forma autônoma e pessoal. O APPSIDE pode ser considerado um projeto inclusivo, levando em conta a prioridade focada em pessoas com incapacidade. Este projeto faz parte de uma iniciativa de 2007 denominada “Monumentos Acessíveis”, destinada a aproximar e compreender a história da cultura e da arte espanhola para pessoas com incapacidade, facilitando as visitas a monumentos e locais espanhóis através de ferramentas tecnológicas. A GVAM é uma equipe nascida em 2008, composta por diversos profissionais de diferentes setores, para aprimorar visitas autônomas a museus e monumentos. A missão do GVAM está a trabalhar para um setor educacional, cultural e turístico que seja mais inovador, mais participativo e mais social.

Em setembro de 2019, Ávila sediará o Segundo Congresso Internacional dedicado à conservação do património cultural que o Conselho Internacional de Monumentos e Locais (ICOMOS) celebra em colaboração com o Comitê de Fotogrametria Arquitetónica (CIPA), organização internacional responsável pela conservação, educação e disseminação do património cultural do ponto de vista tecnológico.

Em outubro de 2019, terá lugar em Granada uma conferência para o turismo cultural na Europa, no âmbito do projeto europeu CHRISTA (Cultura e património para ações de turismo responsável, inovadoras e sustentáveis). A conferência tem como objetivo analisar todos os riscos, oportunidades e desafios ligados ao turismo sustentável e responsável e visa promover ações e planos comuns para o desenvolvimento e promoção de produtos de turismo cultural.

Conclusões

É amplamente reconhecido que as ferramentas tecnológicas trazem muitos aspetos positivos e benefícios, considerando também que com as TIC também as pessoas com incapacidade podem visitar um lugar através de seus smartphones ou tablets e não é necessário enfrentar uma viagem para ver um monumento, um museu ou um produto cultural. No entanto, quando se trata de património cultural, uma questão importante é a existência e a possibilidade de ver um sítio ou produto natural ou cultural em pessoa. A velocidade de acesso à informação e a possibilidade de interação e comunicação rápidas estão totalmente alinhadas com a velocidade de vida nas sociedades modernas. Todas as pessoas de uma comunidade são levadas a fazer parte de um processo de mudança e compreensão do património cultural e é seu dever promover ações para proteger e promover o património cultural em Espanha e em outros países.

Por outro lado, as conexões rápidas, as comunicações e as interações através de instrumentos tecnológicos tiraram a magia e a sensação de magnificência que é possível experimentar pessoalmente. Devido à rápida disseminação das TIC na promoção do património cultural, temos de ter em conta a falta daquela emoção que a visita a um sítio cultural em pessoa implica.

No entanto, hoje em dia associações e organizações envolvidas na conservação e promoção do património cultural estão a crescer mais rapidamente e há muitos eventos dedicados a sensibilizar as pessoas para este assunto. As universidades estão a promover programas de treinamento para gerentes e operadores culturais; várias entidades e órgãos públicos e privados estão aprimorando planos e ações comuns para promover a Espanha em todo o mundo. Também graças aos projetos europeus, a promoção do patrimônio cultural está a adquirir mais importância e a Espanha está a melhorar sua imagem em todo o mundo.

Uma das questões que o património cultural espanhol enfrenta agora é a exploração e a mercantilização, por isso é claro que deve ser necessário um conhecimento preciso da diversidade e complexidade do património cultural e um treinamento específico para sua gestão e promoção.

Em conclusão, quando se pensa na promoção do património cultural em Espanha, muitos intervenientes e fatores podem estar interessados nele, tais como:

-Universidades, entidades públicas e privadas para a promoção de programas de formação para gestores e agentes culturais;

-Organizações, fundações e outras associações para o desenvolvimento de eventos ou projetos ligados à conservação, preservação e promoção do património cultural;

- Organismos públicos e privados para a implementação de programas de financiamento para restauração e promoção do património cultural e para o desenvolvimento de ações em colaboração com empresas ou organizações nacionais e internacionais;

-TIC para divulgar informações e facilitar a comunicação e interação com o património cultural.

No entanto, toda a comunidade de um país, que representa o primeiro utilizador e promotor de sua história e identidade, precisa ser treinada e sensibilizada para desempenhar um papel fundamental no apoio e valorização do património cultural.

ANÁLISE DO ESTADO ACESSÍVEL DE ACESSIBILIDADE NA PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL A NÍVEL DA UE E EM ESPANHA

Introdução

A Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Incapacidade foi ratificada pelos 27 estados membros e pela União Europeia. O objetivo da Convenção é garantir que as pessoas com incapacidade possam usufruir dos seus direitos em termos de igualdade em relação a todos os outros cidadãos e é o primeiro tratado global sobre direitos humanos ratificado por toda a União Europeia. Em seu artigo 30, exorta os Estados a adotarem as medidas necessárias para garantir que as pessoas com incapacidade possam participar da vida cultural.

Tornar a Europa um lugar mais acessível para pessoas com incapacidade é um elemento fundamental da Estratégia Europeia para a Incapacidade 2010-2020. Esta estratégia fornece o quadro geral a nível da UE para a ação no domínio da incapacidade e da acessibilidade, a fim de completar e apoiar as ações dos Estados-Membros. A legislação da UE contém disposições específicas sobre acessibilidade nos domínios da comunicação. Em 8 de novembro de 2018, o Parlamento Europeu e o Conselho chegaram a um acordo provisório sobre a proposta da Comissão de uma Lei Europeia da Acessibilidade, que tornará muitos produtos e serviços de uso diário acessíveis às pessoas com incapacidade.

O Parlamento Europeu e o Conselho da União Europeia aprovaram igualmente, em 17 de maio de 2017, a decisão que estabelece a declaração do Ano Europeu do Património Cultural 2018, com o objetivo de promover o intercâmbio e a valorização do património cultural da Europa enquanto recurso partilhado, aumentar a conscientização sobre a história e valores comuns e reforçar um sentimento de pertença a um espaço europeu comum. Além disso, os objetivos gerais do Ano Europeu consistirão em incentivar e apoiar o trabalho desenvolvido pela União, pelos Estados-Membros e pelas autoridades regionais e locais, em colaboração com o sector do património cultural e com a sociedade civil num sentido lato, para proteger, salvaguardar e promover o património cultural da Europa.

A União Europeia utiliza vários instrumentos para tornar a Europa mais acessível às pessoas com incapacidade e aos idosos. Além da legislação e das políticas, a pesquisa e a padronização servem para otimizar, entre outras coisas, a acessibilidade do ambiente construído, das TIC e do transporte.

Segundo o político Manuel Barreiro, se algo diferencia o setor patrimonial do século XXI do das épocas anteriores, isso é a presença cada vez mais evidente das tecnologias digitais como ferramentas que permitem a difusão e valorização dos ambientes patrimoniais.

Há duas questões que podemos considerar como os pilares sobre os quais este novo tempo que estamos vivendo se baseia: Primeiro, a acessibilidade total ao universo digital, a qualquer hora e lugar e de qualquer tipo de dispositivo. E segundo, a criação de espaços digitais para conversação, troca e interação entre usuários e instituições culturais.

A Europa está imersa numa transformação digital por centros de gestão de património, museus, arquivos, bibliotecas, etc.; que, aproveitando as constantes melhorias na tecnologia e sua ampla introdução no campo do património cultural para fins de conservação, difusão e preservação, significa que as tecnologias são incorporadas como ferramentas para enriquecer e melhorar as experiências dos utilizadores.

Até agora, a UE utilizou instrumentos não vinculativos (resoluções do Conselho e declarações ministeriais) para promover os objetivos de acessibilidade. Embora tenham sido realizados alguns progressos, o nível de acessibilidade das TIC está ainda longe de ser satisfatório, como reconhecido pela Comunicação sobre a inclusão digital, publicada em Novembro de 2007. Contudo, a UE ainda não adotou uma diretiva vinculativa sobre acessibilidade das TIC em geral e acessibilidade da Web em particular, apesar do fato de ter sido solicitado repetidamente pelo Fórum Europeu das Pessoas com Incapacidade.

Na Espanha, a situação é semelhante; a irrupção da internet e a digitalização têm definido um modelo de nova promoção cultural onde a criação, o processamento e a distribuição de informações são parte essencial da atividade. Esse contexto, não apenas cultural, mas sociocultural, requer formas de organização mais proativas, flexíveis e interconectadas, orientadas para o funcionamento em rede (Castells, 2009).

Essas formas de organização que, tanto na Espanha como na Europa, estão sendo criadas de maneira extremamente rápida, exigem sua reflexão sobre a acessibilidade delas.
Neste sentido, a aprovação do Decreto Real Legislativo 1/2013, que aprova o Texto Consolidado da Lei Geral sobre os direitos das pessoas com incapacidade e sua inclusão social.

No prazo de dois anos a partir da entrada em vigor do texto consolidado, ou seja, em 4 de dezembro de 2015, o Governo deveria ter aprovado as condições básicas de acessibilidade e não-discriminação, conforme previsto no art. 29 do referido texto legal consolidado, para acesso e utilizo de bens e serviços disponíveis ao público por pessoas com incapacidade. Neste desenvolvimento regulatório, aspetos relacionados à acessibilidade à cultura através das TIC devem ser levados em consideração.
No setor espanhol de legislação audiovisual, telecomunicações e TIC encontramos as seguintes leis que devem ser observadas no que afeta a garantia do direito efetivo de aceder esses serviços para pessoas com incapacidade:

- Lei 34/2002, de 11 de julho, sobre serviços da sociedade da informação e comércio eletrônico
- Lei 56/2007, de 28 de dezembro, sobre medidas para promover a sociedade da informação.
- Lei 17/2006, de 5 de junho, sobre rádio e televisão estatal.
- Lei 7/2010, de 31 de março, Geral de Comunicação Audiovisual.
- Lei 3/2013, de 4 de junho, sobre a criação da Comissão Nacional de Mercados e Concorrência.
- Lei 9/2014, de 9 de maio, sobre Telecomunicações.

Desse conjunto de legislação, que é transversal em termos de incapacidade e acessibilidade aos serviços, como no caso do setor de serviços audiovisuais, telecomunicações e TIC, observa-se uma série de lacunas e incapacidades em termos de acessibilidade, o que implica redução do direito das pessoas com incapacidade, seja sensorial, intelectual ou de qualquer outro tipo, a acedê-las.

O Comitê Espanhol para a Representação de Pessoas com Incapacidade (CERMI) recebeu muitas reclamações de utilizadores com incapacidades devido à falta de acessibilidade dos canais digitais utilizados para a promoção do património:

As principais redes sociais não são projetadas de acordo com critérios de projeto para todas as pessoas, causando exclusões e barreiras no acesso e uso normalizado desses canais. O problema mais comum é a falta de separação entre a apresentação e o conteúdo, o que impede o utilizador de modificar o tamanho do texto, as páginas mantendo sua funcionalidade quando a folha de estilo é desativada ou substituída por uma folha de estilo do utilizador. A falta de acessibilidade de elementos de multimídia também é generalizada (ausência de legendas e conteúdo em linguagem de sinais, áudio descrito, interface de objeto de multimídia não acessível).

Outras violações notáveis são a identificação inadequada dos links, a ausência ou falta de significância dos títulos das páginas, a falta de aviso de abertura de novas janelas, a não rotulação dos controles de formulários, a falta de alternativas textuais às imagens. ou a sua inadequação, a falta de cabeçalhos, a falta de contraste em imagens e texto, a marcação inadequada das tabelas e a perda de funcionalidade quando os scripts são desativados. Essas violações, que afetam usuários com vários perfis de incapacidade (e também, em muitos casos, utilizadores sem incapacidade) são suficientemente importantes, quando ocorrem com certa frequência, para dificultar e até mesmo impossibilitar o acesso às informações contidas na página ou nos canais de transmissão.

Grande parte do público interessado no património cultural europeu começa a pertencer a gerações que não utilizam outras formas de comunicação do que as TIC, o que implica novas formas de abordar a cultura. É um público muito exigente, com diferentes expectativas baseadas em novas experiências e acesso ilimitado a todos os tipos de informação. Esse tipo de consumidor cria novos desafios e novas oportunidades para gerar discursos que captem a atenção do público. Dependendo do tipo de ferramenta, a expectativa e o desafio serão diferentes.

Análise

Páginas Web de destinos turísticos, museus ou património:

A orientação das páginas web tem variado desde o simples conhecimento até a difusão, comercialização e criação do discurso. Conteúdos complementares foram iniciados com a intenção de tornar o conhecimento altamente especializado mais acessível. Existem diferentes categorias de acordo com os objetivos comunicativos e de difusão (Teather, Willhem, 1999):

- Brochuras eletrônicas contendo informações e detalhes para a visita e conhecimento dos locais do património. É muito comum que essas páginas web não estejam acessíveis porque, em muitos casos, elas respondem a imagens sem descrição que os leitores de tela não conseguem ler.
- Museus no mundo virtual: esses tipos de páginas são muito úteis para pessoas com incapacidades que têm limitações para viajar entre aqueles que são altamente dependentes. Como exemplo na Espanha, podemos citar o Museu Nacional de Antropologia[21].
- Páginas web interativas: sua função é facilitar o acesso ao museu ou ao destino do património. Os utilizadores podem criar seu próprio itinerário de acordo com seus interesses de forma interativa e acessível[22].

Redes sociais

Esses tipos de ferramentas começam a exceder as páginas da Web em número de usuários (Monge, 2017). Isso pode ser devido ao fato de as redes sociais oferecerem uma cobertura universal e instantânea que permite interação com usuários e visitantes em tempo real, ao mesmo tempo em que forma uma estrutura social onde os atores envolvidos se interessam por conteúdos e valores culturais propostos pela entidade administradora. Embora esse tipo de relacionamento possa ser direcionado para um objetivo puramente propagandístico, ele também pode ser uma plataforma de mediação (Rusillo, 2014) a partir da qual o potencial que isso representa para pessoas com incapacidade e com necessidades de acessibilidade pode ser inferido.

[21] Museu Virtual - Museo Nacional de Antropología. http://www.mcu.es/visitavirtualmuseos/museo-de-antropologia
[22] Virtual museum - Museo del Prado https://www.museodelprado.es/visita-el-museo

Conta Twitter do Museu Reina Sofia, em Madrid, onde a interação com o público é mostrada no número de respostas (2), "retweets" (41) e "eu gosto" (106).

Podcast

O podcasting é uma das primeiras ferramentas tecnológicas utilizadas pelos museus. Consiste em descarregar arquivos de audiência que são descarregues do site e podem ser ouvidos a qualquer momento. O utilizo de podcasts está a perder sua presença em benefício de outros sistemas audiovisuais que os museus utilizam e que eles usam para fornecer acessibilidade ao guia, como guias ou descrições de áudio. Como exemplo de podcast, podemos encontrar no Museu Thyssen[24].

25

Aplicativo móvel

Essa tecnologia atingiu limites nunca imaginados. A universalização dos smartphones aliada à alta conectividade existente em Espanha tornaram os dispositivos móveis uma ferramenta fundamental e essencial no dia a dia da população. Portanto, devido à acessibilidade que fabricantes já implementaram, estamos diante de uma grande oportunidade de divulgar o Património Cultural de forma acessível.

[23] https://twitter.com/museoreinasofia
[24] http://www.artecompacto.com/munch-mira-de-frente-en-el-museo-thyssen/
[25] http://www.artecompacto.com/munch-mira-de-frente-en-el-museo-thyssen/

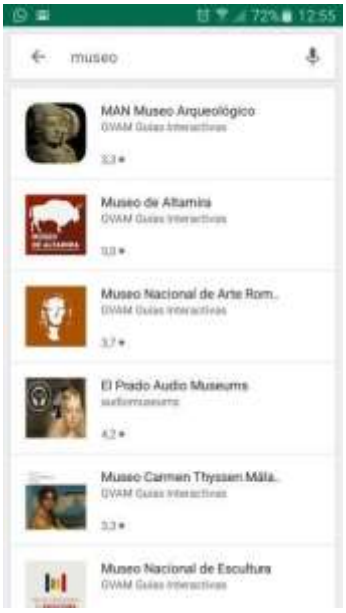


Imagem do Google Play

Além disso, esses dispositivos oferecem mais uma série de recursos que podem ser utilizados por pessoas com necessidades de acessibilidade, como geolocalização, notificações ou atualizações de conteúdo em tempo real.

[26]
Imagem do aplicativo acessível do Museu Altamira

Códigos QR

É uma imagem bidimensional que, quando digitalizada com um smartphone, obtém acesso ao conteúdo armazenado anteriormente. As aplicações para a difusão do património cultural são muitas, pois resultam de uma simples interação com os visitantes e facilitam a integração junto aos elementos patrimoniais devido ao seu reduzido tamanho. Em Espanha, eles são amplamente usados por pessoas cegas.

[26] http://www.culturaydeporte.gob.es/mnaltamira/home.html

Realidade virtual, realidade aumentada e mapeamento de vídeo

Essas três tecnologias permitem a representação visual dos ambientes, em alguns casos reais, mas em outros também fictícios, criando a sensação de estar presente. Estas TIC também representam um grande potencial para a disseminação do património cultural, uma vez que podem configurar ambientes que não são realmente acessíveis, aproximando-os assim de pessoas com mobilidade reduzida.

[27]

Imagem do projeto google arts & culture no Museu de Ciências Naturais de Madrid

Audioguias e guias de sinal

O uso da audiodescrição e dos guias de sinal é um dos métodos mais eficazes pelos quais uma pessoa cega ou com incapacidade visual e uma pessoa com incapacidade auditiva podem aceder informações transmitidas por uma imagem ou por uma frase que ocorre num ambiente cultural. Existem inúmeros museus, postos de turismo e outros recursos culturais em Espanha que oferecem essa possibilidade para que pessoas com incapacidades sensoriais possam desfrutar de visitas guiadas em condições de igualdade.

Guias multimídia

São a evolução dos audioguias que, graças à tecnologia, oferecem um alto nível de interatividade para o utilizador (Mateos, 2010)

[27] https://artsandculture.google.com/partner/museo-nacional-de-ciencias-naturales-mncn-cesic

PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E DA ACESSIBILIDADE EM HUNGRIA

Introdução

O papel deste relatório é a realização de uma análise turística abrangente considerando as heranças culturais e o turismo acessível.

A primeira parte do relatório é sobre as atrações turísticas da Hungria, seguido por oportunidades de desenvolvimento do turismo e turismo desimpedido como um novo produto turístico.
Em Hungria, o turismo tornou-se um fator determinante na economia nacional. De acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo, a contribuição GDP é de 2,4%, mas considerando o efeito multiplicador é mais de 8%
O crescimento do volume de negócios turísticos é constante; em 2018 atingiu um ano recorde em relação ao número de visitantes e noites de hóspedes.

Análise

O papel do turismo cultural em Hungria

Desenvolvimento do turismo até hoje

O turismo da Hungria não foi notável no início dos anos 1900. Naquela época, as pessoas viajavam para Budapeste, o papel do turismo rural ainda era pequeno.

Nos anos seguintes à Primeira Guerra Mundial, o turismo do país diminuiu significativamente. Em 1920, a capital foi visitada por apenas 15.000 estrangeiros, em comparação com 55.000 em 1913. A partir da segunda metade dos anos 1920, reconhecendo o potencial econômico do turismo, o desenvolvimento consciente do turismo já começou. Iniciou-se a construção da infraestrutura e superestrutura turística: foram instalados transportes, hospedagem, serviços e o Conselho Nacional de Turismo. Na segunda metade da década de 1930, a promoção do turismo doméstico (turismo rural e Balaton) recebeu atenção crescente. Entre as duas guerras mundiais em 1937, o turismo húngaro alcançou o ponto mais alto. Naquele ano, o número de estrangeiros chegando ao país foi de 380.000 (a maioria alemães e austríacos) e aprox. 1 milhão de cidadãos húngaros participaram no turismo doméstico.

Após a Segunda Guerra Mundial, o turismo internacional no nosso país diminuiu ao mínimo. Até o início da década de 1960, o turismo internacional, no sentido clássico, limitava-se às viagens oficiais e aos parentes visitantes. O turismo doméstico, no entanto, começou a se desenvolver rapidamente durante esse período, principalmente com a organização de turismo social. Cada vez mais massas viajavam para caminhar ou fazer excursões.

O desenvolvimento do turismo húngaro foi essencialmente extenso até o final dos anos 80, mas também hoje. No entanto, o número de estrangeiros que visitam a Hungria tem aumentado rapidamente, mas a capacidade, a quantidade e a qualidade dos serviços caracterizam-se por insuficiências.

No início dos anos 90, a Hungria tornou-se um dos principais países anfitriões turísticos da Europa. Em 2000, nove regiões turísticas foram criadas para o desenvolvimento do turismo. (Észak-Magyarország, Budapest Közép-Dunavidék, Észak-Alföld, Dél-Alföld, Közép-Dunántúl, Dél-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl, Balaton, lago Tisza). O objetivo é realizar tarefas locais e regionais relacionadas ao turismo, a fim de disponibilizar recursos locais, fortalecer e coordenar a cooperação. (www.ksh.hu, www.mek.oszk.hu)

Atracções culturais em Hungria

Patrimónios Mundiais:

- Hollókő Old Village e seus arredores: as 67 casas de conto de fadas protegidas em Ófalu foram listadas pela UNESCO desde 1987. Foi a primeira vila do mundo a merecer esse título.
- Bancos do Danúbio, bairro de Buda Castel (1987)
- Grutas de Aggtelek Karst e Slovak Karst (1995)
- Milenária Abadia Beneditina de Pannonhalma e seu ambiente natural (1996)
- Parque Nacional de Hortobágy (1999)
- Necrópole Cristã Primitiva de Pécs (2000)
- Paisagem Cultural de Fertő (2001)
- Região do Vinho de Tokaj, Paisagem Cultural Histórica (2002)
- Avenida Andrássy e seu ambiente histórico (2002)

1. Hollókő, a aldeia viva. Fonte: www.holloko.hu

Parques nacionais:

- Parque Nacional Aggtelek (1985)
- Parque Nacional Balaton Uplands (1997)
- Parque Nacional Bükk (1976)
- Parque Nacional Duna-Ipoly (1997)
- Parque Nacional Duna-Dráva (1994)
- Parque Nacional Fertő-Hanság (1991)
- Parque Nacional Hortobágy (1973)
- Parque Nacional Kiskunság (1975)
- Parque Nacional Körös-Maros (1997)
- Parque Nacional Őrség (2002)

Regiões Vitivinícolas:

A cultura da vinha e do vinho da Hungria tem uma história milenar. A Hungria, com seus variados tipos de solo e condições climáticas favoráveis, sempre foi um dos tradicionais países produtores de vinho da Europa.

Hoje, o país possui 22 regiões vinícolas, incluindo Eger (Eger bikavér) e Tokaj (Aszú), que também são altamente reconhecidas internacionalmente. (*www.ksh.hu*)

Castelos e memoriais

Os diferentes estilos de castelos na Hungria são destinos turísticos muito populares. De acordo com o inquérito do Escritório Nacional de Proteção dos Monumentos, existem atualmente de 1.500 a 2.000 na Hungria, incluindo 718 castelos protegidos. Os quase 11.000 monumentos do país refletem fielmente seu passado histórico.

Spas

Atração turística especial do país é o seu mundialmente famoso recurso de água termal (depois da

Islândia, a Hungria tem o maior suprimento de água de superfície do mundo). Fontes de água termal são encontradas em todas as regiões do país e fornecem muitos spas. Budapeste é a única capital do mundo com spas.

Nos últimos 10 anos, ao lado dos spas, foram construídos hotéis de bem-estar, spa e parques aquáticos.
(https://wikitravel.org/)

Lugares sagrados
Famosa principalmente pelo culto de Maria (Terra de Maria), a Hungria tem muitos lugares de peregrinação de Maria. Entre outras, a rota de peregrinação de Maria, a maior peregrinação da Europa Central, também atravessa o país.

Festivais como atração turística
A popularidade dos festivais nas últimas décadas tem sido reconhecida como uma das maiores megatendências do turismo cultural em toda a Europa, assim como na Hungria.
De acordo com o inquérito Eurobarómetro de 2016 da Comissão Europeia, em 2015, 9% dos viajantes europeus consideraram os festivais e outros eventos como sendo a sua principal motivação para as viagens. Os festivais húngaros mais importantes: SZIGET, Balaton Sound, Efott, Volt Festival.

Percursos turísticos temáticos e ativos
Percurso Palóc: percurso temático que compreende dois distritos da Hungria (Nógrád, Heves) e 30 assentamentos. Ao atravessar o Percurso Palóc, a tradição, a arquitetura, o artesanato, a gastronomia, a música folclórica e a dança folclórica ganham vida. *(www.turabazis.hu)*

Wineroutes:

a) Percursos clássicos do vinho: o seu papel é limitado apenas à degustação de vinhos. Villányi-Siklósi, Etyeki, Somlói, Szekszárdi
b) Percursos temáticos do vinho: locais para degustação de vinhos complementados com programas especiais, culturais e naturais ou gastronômicos. (Mohács-Bóly)
c) Percursos do vinho “abertos”: rede dos locais de experimentação de vinhos, incluindo alojamento e restauração numa região turística.

- Percurso Sissi: percurso temático internacional em homenagem a Rainha Elisabeth. Sua estação húngara: Budapeste, Gödöllő, Domonyvölgy e Herend.
- Percurso Maria: peregrinação centro-europeia, sua seção de percurso húngaro de 840 km de extensão passa por Esztergom, Máriacell, Máriapócs e Sümeg.
- Peregrinação húngara: Inclui os lugares sagrados nacionais de Esztergom a Malária.
- EuroVelo: nome da rede internacional de ciclovias. Estrada de bicicleta na Hungria: EV6 (ao longo do Danúbio), EV11 (ao longo do rio Tisza), EV 13 (percurso da cortina de ferro)
- Blue Tour: trail pass europeu ao longo da parte norte da Hungria, de Írottkő em direção de Hollóháza. *(www.leonardoprogram.hu)*

Organizações Turísticas Importantes
Comité Desportivo e Turístico do Parlamento: órgão legislativo Agência Húngara de Turismo: coordenar a promoção do turismo, definir a estratégia do turismo. Além disso, coordena o marketing

turístico a nível nacional, incluindo tarefas relacionadas com o desenvolvimento de um sistema de marca turística em Hungria e atividades de marketing e comunicação nacionais e internacionais.

- TDM (Tourism Destination Management): tendo em conta o princípio da subsidiariedade, a sua tarefa é, entre outras coisas, trazer o destino turístico dado a um mercado competitivo e construir uma imagem da definição. Hoje, 65 organizações de DTT funcionam em Hungria. *(www.tdmszovetseg.eu)*
- Tour in form: Seu papel é principalmente focado em fornecer informações e implementação prática de marketing local e regional do turismo
- FATOSZ: representa as organizações envolvidas no turismo rural e agrícola, e coordena suas tarefas
- MUISZ: Associação de Agências de Viagens da Hungria.

Outras organizações importantes para a preservação do valor cultural

- Comitê Nacional Húngaro do ICOMOS: Seus membros são os principais especialistas em proteção de monumentos húngaros. Arquitetos, arqueólogos, historiadores de arte, jardineiros, restauradores, historiadores, químicos, geólogos, estáticos e todas as outras disciplinas envolvidas na proteção de monumentos estão envolvidos. Os membros do ICOMOSHN Care são constantemente envolvidos nas tarefas da comissão internacional do ICOMOS.
- Comitê Nacional Húngaro da UNESCO: A Comissão pretende ajudar a UNESCO a trabalhar em educação, ciência, cultura, informação e comunicação com outros comitês nacionais no mundo, organizações governamentais e não-governamentais, sociedade civil, instituições e escolas, e promover a ciência e cultura da Hungria através da UNESCO.

Dados turísticos

Desde 2010, o desempenho do turismo tem sido recordista ano após ano em Hungria, e 2018 foi o melhor ano turístico de todos os tempos. Durante o ano, o número de hóspedes a beneficiar de acomodação comercial foi de 12,5 milhões, e o número de dormidas que gastaram foi de milhões de noites.

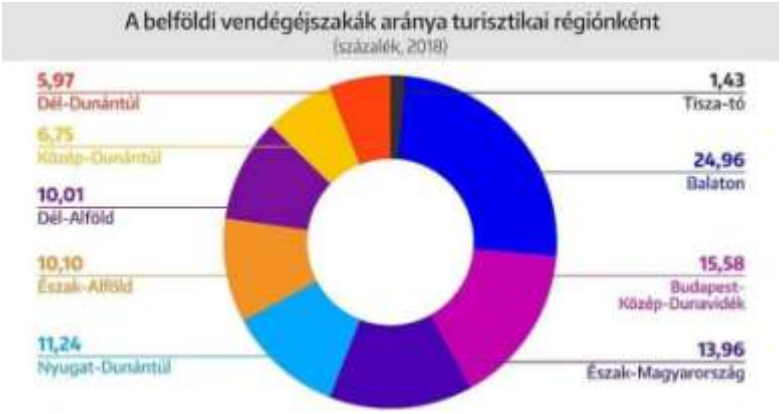
O principal resultado do turismo doméstico

Em 2018, o número de hóspedes domésticos foi de 6,6 milhões e o número de dormidas de hóspedes foi de 15,6 milhões de noites. Graças ao crescimento constante experimentado desde 2009, o número de noites de hóspedes domésticas registradas em 2018 foi 57,0% maior que em 2010.

Os principais resultados do turismo de entrada

Em 2018, o número de hóspedes estrangeiros em alojamentos comerciais foi de 5,9 milhões e o número de dormidas de hóspedes foi de 15,3 milhões. Desde 2010, o crescimento dos visitantes estrangeiros tem sido constante.

1. Diagrama: Percentagem de dormidas de visitantes estrangeiros na região turística em 2018
fonte: www.napi.hu



2. Diagrama: Percentagem de dormidas dos hóspedes domésticos na região turística em 2018
fonte: www.napi.hu

Ao examinar os dois gráficos, podemos ver que o principal destino dos estrangeiros em Hungria ainda é Budapeste e sua aglomeração. Em segundo lugar há a região turística de Balaton, mas também a região turística da Transdanúbia Ocidental é excecional. No caso dos residentes domésticos, o Lago Balaton é o mais forte, seguido por Budapeste em segundo lugar, e pelo norte da Hungria, em terceiro lugar.

À exceção do Lago Tisza, as distribuições percentuais são quase insignificantes. A ordem dos mercados de envio varia de ano para ano, mas o mercado de envio mais importante continua a ser a Alemanha, com mais de dois milhões de noites de hóspedes.

Entre os mais importantes países remetentes, a República Checa e os Estados Unidos indicaram um aumento significativo no número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros em 2018, em

comparação com 2017. *(www.mtu.hov.hu)*

Promoção do turismo

A crise econômica global de 2008-2009 também afetou o mercado húngaro de turismo e hospitalidade, por isso tornou-se necessário encontrar uma solução para o problema.

Ferramentas para a promoção do turismo doméstico

Cartão SZÉP

Em 2011, foi introduzido o Széchenyi Recreation Card: um vale eletrônico universal comparável ao cartão bancário, com o qual você pode pagar por refeições quentes, feriados domésticos, desportes, serviços de bem-estar e fitness, ingressos para museus e ingressos de teatro.

Os objetivos da introdução do cartão incluem impulsionar o turismo e a economia do lar, encorajar a viagem da população húngara e manter no país a renda gerada aqui. Como resultado da introdução do cartão SZÉP, o tráfego de hóspedes domésticos aumentou quatro vezes mais até 2014. Em 2017, os húngaros pagaram mais de 17 biliões de HUF com um cartão SZÉP, que representava quase 20% do rendimento interno de alojamento das pensões. e hotéis. Além disso, é importante destacar o efeito de desenvolvimento econômico do cartão em termos de campo, pois mais de 80% dos gastos ocorrem lá, reduzindo assim a desigualdade do turismo na capital e nas áreas rurais. *(www.turizmusonline.hu)*

Anos temáticos

A fim de aumentar a conscientização e concentrar recursos, o HungarianTourismLtd foi apresentando ofertas turísticas da Hungria para turistas nacionais no âmbito dos anos temáticos desde 2006. O ano de 2009 foi um ano de turismo cultural. *(www.mtu.gov.hu)*

Campanha turística

As campanhas da Agência de Turismo da Hungria querem que os planejadores de viagens reconsiderem suas férias domésticas e procurem lugares pouco conhecidos, experimentem novos programas, já que a Hungria é muito mais emocionante, tem muito mais potencial do que muitos pensam. Os parceiros da campanha criarão, venderão e promoverão ofertas especiais por meio de seus próprios canais. A Agência coleta, publica e promove os parceiros no site da campanha 2018: *Hello Summer*: Mais de 300 parceiros aderiram à Associação de Hotéis e Restaurantes Húngaros em todo o país, com ofertas especiais e descontos chamados "Hello Summer!" 2019: nova campanha no verão *Maravilhosa Hungria* (www.turizmusonline.hu, *www.hellomagyarorszag.hu/*)

Ferramentas para a promoção internacional do turismo

Filme de imagem

Os videofilmes espetaculares não são mais apenas documentários, mas muito mais que isso. Baseados em novas tendências turísticas, o foco é na experiência centrada e no visual. Objetivo: atrair a atenção de potenciais turistas estrangeiros, para o efeito de emoção, para que o indivíduo possa se identificar com o país. Nos últimos anos, vários filmes de imagens húngaros receberam reconhecimento internacional. 2013. Think Hungary – More than expected, 2018 WOW Hungary, que ganhou o prêmio de Melhor Filme de Imagem Turística em Xangai.

As capitais europeias da cultura

A iniciativa, lançada em 1985, visa fazer com que os cidadãos europeus aprendam mais sobre a cultura uns dos outros, admirem as memórias da nossa história comum, sintam a riqueza dos valores europeus e experimentem um sentimento de unidade europeia.

Em 2010 Pécs foi a Capital Europeia da Cultura: Como resultado do programa, o número de dormidas na cidade aumentou em 25–27% e o número de visitantes à cidade foi quase três vezes superior do que 900.000 turistas.

2023: Veszprém será a Capital Europeia da Cultura.

(www.turizmusonline.huwww.portfolio.hu)

Exposição de viagens

A exposição internacional mais importante da indústria do turismo. Seu papel é cada vez mais colocado em segundo plano pela disseminação da Internet e das médias sociais.

Hungarikum, como potenciais atracções

Hungarikum: Hungarikum é um termo coletivo que indica um valor digno de distinção e destaque dentro de um sistema unificado de qualificação, classificação e registro e que representa o alto desempenho do povo húngaro graças ao seu atributo tipicamente húngaro: singularidade, especialidade e qualidade. (por exemplo Zsolnay Cultural Quarter, sopa de goulash húngara) O valor cultural de Hungarikums, sua importância no desenvolvimento da atração turística e produto é inestimável *(www.hungarikumok.hu)*

Estratégia Nacional de Desenvolvimento do Turismo2030

Em 2017, o Governo adotou o quadro da Estratégia Nacional de Desenvolvimento do Turismo para 2030, elaborado pela Agência de Turismo da Hungria, que é a pedra angular de todos os atores do turismo.

O objetivo da estratégia é aumentar a contribuição direta e indireta do turismo para o GDP (do atual 10% a 16%), a valorização do papel da Hungria no turismo mundial e a duplicação do número de diárias em hotéis comerciais.

Em vez de atrações exclusivas, as áreas turísticas (destinos) vão superar o centro do desenvolvimento. Como oferta turística, aparecem destinos com marcas exclusivas.

Prioridades de desenvolvimento:

- Turismo de saúde: turismo médico e turismo de bem-estar desempenham um papel significativo no turismo do país, a maioria das noites de hóspedes em 2017 e 2018 foram registradas nesses hotéis
- Turismo cultural: A relevância internacional do turismo cultural em Hungria inclui principalmente Budapeste e visitas à cidade. A maioria dos turistas estrangeiros chegam da Europa, mas a capital húngara é também um dos destinos da turnê da Europa Central entre os turistas no exterior no mercado de turismo cultural.

No futuro, os atrativos complexos e inter-relacionados das áreas prioritárias de desenvolvimento do turismo poderão atrair a demanda internacional.

- Turismo ativo: novos empreendimentos ativos e ecoturísticos
- Gastroturismo: um dos pilares do turismo cultural, que já se tornou uma motivação de viagem

(turismo de vinhos, festivais)

- Turismo acessível: aparecimento de um novo grupo-alvo no turismo, turistas com necessidades especiais. Pretende desenvolver as atrações para que sejam acessíveis a todos
- Turismo familiar: A implementação do turismo familiar inclui projetos de infraestrutura adequados, ferramentas e serviços disponíveis
- Turismo profissional (MICEtourism)

O Programa de Desenvolvimento do Turismo Kisfaludy

A ambição do programa é encorajar a integração dos elementos da experiência turística individual nos destinos prioritários (hotéis com atrações, atrações), levando a uma estadia mais longa e a um maior gasto dos hóspedes nas áreas prioritárias de desenvolvimento.

Nova estratégia de marketing

Mudar motivações de viagem requer uma nova abordagem. Além da experiência centrada, mais e mais importante autenticidade, segurança e "tudo imediatamente" abordagem na tomada de decisões de viagem (www.kormany.hu).

Turismo Acessível

Segundo o relatório da UNWTO, a importante previsão para os especialistas em turismo, é que diferentes grupos da população global são muito mais afetados pelo fenômeno da incapacidade do que os investigadores e especialistas que lidavam com o tema pensavam anteriormente. 15% da população total pode estar de alguma forma associada a um fenômeno da incapacidade, o que significa que 1 bilhão de pessoas certamente pode ser limitado de alguma forma por causa da acessibilidade.
Em Hungria, os prestadores de serviços ainda não reconheceram as oportunidades de turismo para pessoas com deficiência, embora, de acordo com os dados do Escritório Central de Estatísticas, quase um milhão e meio de húngaros estejam limitados por seus problemas de saúde em suas atividades diárias. (http://www.ksh.hu/)

Experimentos para o turismo acessível

- O Programa de Cooperação em Marketing para Inovação em Turismo (TIMEA), coordenado pela Agência Húngara de Turismo, tem como foco promover a oferta turística do país em termos de turismo médico, sênior e livre de barreiras e facilitar o acesso ao mercado para empresas. Em Hungria, a Associação de Hotéis e Restaurantes Húngaros também preparou uma recomendação de acessibilidade complexa.
- A Associação de Agências de Viagens da Hungria e a Associação Nacional de Pessoas com Incapacidade trabalharão juntas no futuro para tornar os serviços e atrações turísticas acessíveis.
- Na nova Estratégia de Desenvolvimento do Turismo Húngaro, os desenvolvimentos do turismo acessível são também uma prioridade.
- Interpretação: O objetivo é vincular a transferência de informação ao impacto emocional. Significa que as atrações devem tocar emocionalmente os turistas; essas deveriam provocar tristeza, alegria, raiva. Atingir e provocar uma reação emocional pode ser realizado por um número de meios não-verbais: com luzes, cores, flashes de imagens de aparência forte, efeitos sonoros. Com estes, espaços de experiência complexos podem ser criados onde as reações emocionais subconscientes envolvem o visitante no processo de comunicação. (https://turizmus.com/)

Boas práticas

- Dia do Turismo Acessível em Orfű: O objetivo do evento é chamar a atenção para a importância de eliminar a lacuna entre pessoas com incapacidade e saudáveis, motivando a aceitação mútua. No evento, muitas oportunidades turísticas e desportivas estão disponíveis para pessoas que nunca tiveram a oportunidade de fazê-lo. Isso oferece experiências para pessoas com incapacidades, como tentar andar de bicicleta, andar de automóvel, andar de barco, velejar, andar de quadriciclo, dirigir um carro para deficientes visuais, caiaque, canoagem, equitação, pesca. (http://hetedhethatar.hu/hethatar/)
- Route4u: Web e aplicativos inteligentes com tecnologia automatizada para criar mapas para pessoas com incapacidade de Budapeste. (https://route4u.org/)
- Matraresort: O Município de Parádsasvár e os Hotéis Fornecedores GuestHouse aparecem em forma de férias únicas no país sob o nome de Matra Resort. Está previsto que não apenas

o alojamento, mas também as várias atrações estarão acessíveis a qualquer pessoa sem dificuldade. Os trails serão construídos para as pessoas com incapacidade e também fornecerão o futuro transporte com rotas de ônibus acessíveis. (https://www.heol.hu/)

O papel das ferramentas digitais no turismo

Quase todas as exposições renováveis convivem com modernas ferramentas de IT durante a renovação das atrações do patrimônio cultural. (No caso de projetos da UE, pelo menos 10% do custo total deve ser gasto em desenvolvimentos interativos e favoráveis ao visitante, incluindo tecnologias de informação e comunicação).

A solução mais comum é usar uma variedade de sistemas de tela sensível ao toque, desde o monitor de entrega de informações mais simples até os jogos interativos para vários jogadores. A maioria dos desenvolvimentos mais recentes utiliza várias soluções móveis, desde códigos QR mais simples até o fornecimento de informações para aplicativos móveis. Menos comumente, as ferramentas AR (realidade aumentada) e VR (realidade virtual) são utilizadas, por exemplo, para exibir períodos arquitetónicos de um edifício ou apresentar um evento ou local histórico em óculos virtuais de realidade virtual. Há também projetos pilotos que mostram o património cultural com a ajuda de exibições pseudo-holográficas no espaço, que é uma solução de AR que não é prejudicada pelo tamanho da tela do telemóvel e do tablet e é parte integrante do espaço histórico.

Além do uso turístico, os museus digitalizam as maiores coleções e as disponibilizam.

Resumo

Em geral, pode-se afirmar que o turismo é um dos fatores econômicos decisivos, considerando as habilidades e a atratividade da Hungria.
Atrações turísticas culturais, tais como sítios do Património Mundial, festivais e percursos temáticos são as motivações de viagem mais importantes para turistas estrangeiros. Eles recebem atenção especial nas estratégias e no caso de desenvolvimentos.
Nos últimos anos, pessoas com incapacidade surgiram como novos segmentos de mercado. Com a disseminação do turismo orientado para a experiência, a questão do turismo acessível também se tornou cada vez mais central. Infelizmente, em Hungria, ainda há poucos destinos e atrações sem barreiras. Tendo em conta o princípio da igualdade de tratamento, o objetivo dos profissionais do turismo é, por conseguinte, desenvolver atrações ou desenvolver programas existentes que ajudem as pessoas com incapacidades a encontrar informação, viajar e adquirir experiência no turismo. Uma das prioridades de desenvolvimento da Estratégia Nacional de Desenvolvimento do Turismo 2030 também será o turismo acessível.
A relação entre o turismo cultural e o turismo acessível pode ser representada por dispositivos digitais e aplicativos que podem ser descarregues para o telemóvel, telas sensíveis ao toque e dispositivos utilizando as técnicas fornecidas por experiências turísticas para todos.

PROMOÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E ACESSIBILIDADE EM PORTUGAL

Introdução

O turismo é uma atividade estratégica para Portugal e a sua principal atividade económica é a exportação, representando 15,3% das exportações de bens e serviços. É também um fator de desenvolvimento regional, uma vez que uma multiplicidade de áreas e agentes intervêm de forma transversal para trabalhar em rede.

À medida que o tempo passa, as coisas mudam e adaptam-se às necessidades da comunidade, seguindo as inovações.

Nos últimos anos, o número relacionado com o turismo em Portugal teve um enorme aumento. Isso implicou renovar e modernizar padrões e serviços. Um dos principais objetivos é tornar as estruturas e serviços turísticos o mais acessíveis possível a todos, promovendo o conteúdo digital para o turismo e o patrimônio cultural da cidade. Os visitantes têm necessidades de qualquer tipo e é obrigatório estar pronto e preparado para fornecer-lhes apoio.

O sucesso das atividades turísticas é cada vez mais dependente de processos de inovação, criatividade e capacidade de gerar iniciativas de valor acrescentado que atraiam turistas. Neste contexto, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) podem desempenhar um papel importante na geração de tais desenvolvimentos. O uso das TIC na política municipal para a promoção do turismo marcou as tentativas das autoridades locais para promover o patrimônio e o turismo cultural.

Análise

Inovação TIC 0para o Turismo

As TIC's fornecem ferramentas poderosas, que promovem as vantagens competitivas, em termos de promoção turística, o reforço das estratégias e operações da indústria e a promoção da acessibilidade às infraestruturas, equipamentos e serviços turísticos.

A função da TIC é desenvolver experiências interativas estimulantes, com o objetivo de aumentar a satisfação e apreço dos visitantes, os quais poderão potencialmente regressar.

É muito importante que os agentes do segmento turístico desenvolvam produtos e serviços acessíveis a todos: "A satisfação do cliente depende muito da exatidão e compreensão de informação específica sobre a acessibilidade, alojamento, atrações e atividades dos destinos" (Buhalis, 1998).

Uma das ferramentas muito útil e simples é o código QR. Uma das primeiras instituições que adotou esta ferramenta foi a Câmara Municipal da Tomar. A equipa de IT desenvolveu códigos QR para os principais monumentos da cidade, os quais fornecem links sobre história, horários, agenda semanal e outra informação relevante relativa ao monumento em questão. Foram também criados audio-guias, os quais são promovidos no website da cidade e difundidos nas plataformas online.

Os códigos QR são códigos bi-dimensionais desenvolvidos em 1994, que possuem uma capacidade substancialmente superior aos códigos de barras convencionais. Podem ser usados em qualquer equipamento e alargados a uma variedade de setores, nomeadamente ao turismo.

No início, os códigos QR foram criados em Português para as principais atrações da cidade. A seguir, a ideia foi alargá-los a outras tecnologias e idiomas e desenvolver uma plataforma online que facilite a informação online do alojamento municipal e a produção de um vídeo promocional. Tudo isto seria divulgado em plataformas dos média. Como resultado, a acessibilidade do turismo cresceu, permitindo que todos tivessem acesso à informação, independentemente do conhecimento e eliminando muitas barreiras, como por exemplo as linguísticas.

Atualmente, estas tecnologias estão prontas e são uma realidade na indústria do turismo, sendo ferramentas importantes no aumento da satisfação e na promoção da informação de acessibilidade. Permite que as pessoas se sintam mais independentes e autónomas durante as suas férias.

O Turismo, à semelhança de outros sectores económicos, deve procurar aproveitar o melhor do desenvolvimento tecnológico porque os equipamentos electrónicos são um aliado constante e fiel durante as deslocações das pessoas.

Com efeito, eles podem ser usados para diferentes propósitos: obter direções, tirar fotografias, obter informação de todos os tipos, encontrar atrações, eventos, lojas, restaurantes e bares, verificar horários, comprar bilhetes, fazer reservas ou traduções.

A importância dos conteúdos digitais para os telemóveis, que satisfazem as necessidades turísticas e aumentam a satisfação e promovem o turismo acessível, reforçou a evolução das tecnologias e da realidade virtual.

Estas tecnologias permitirão a recolha de informação sobre os visitantes e locais visitados, permitindo às autoridades Municipais o cruzamento da informção com outras fontes (respeitando a informação pessoal), obtendo assim informação estratégica que direcionará convenientemente as estratégias de marketing. A nível da concorrência, esta iniciativa pode servir como impulso para a criação de projetos similares em termos de restaurantes, indústria hoteleira, comércio local, etc., promovendo a economia local e o empreendorismo.

Uma perspetiva genérica sobre a acessibilidade do turismo

Acessibilidade nos serviço, NRP e o Orçamento Participativo de Portugal

A acessibilidade tem de ser compreendida em termos de serviço, alojamento e promoção e é um pré-requisito para as pessoas poderem participar e desempenharem um papel na sociedade.
Os turistas e visitantes podem sofrer de alguma doença ou ter limitações físicas.

A acessibilidade a espaços e promoção de conteúdos em formato acessível a todos os cidadãos deve ser uma prioridade das autoridades municipais, que devem procurar adaptar o produto turístico a variados cidadãos em vez de fazê-los passar pelos próprios obstáculos.

A administração local desempenha um papel importante na promoção do território, especialmente no que se refere à promoção e preservação do património local a nível regional, como desenvolvimento estratégico baseado na descentralização de recursos e programas ou investindo numa lógica de proximidade.

Neste sentido, os municípios desenvolvem um conjunto de iniciativas e programas de divulgação, promoção de atividades culturais direcionadas à população jovem, principalmente através de serviços municipais sob a supervisão dos departamentos para a juventude e/ou cultura dos municípios.

A revitilização cultural a nível local é baseada num conjunto de redes dinamizadas pelo poder central, que é responsável pela promoção e apoio ao desenvolvimento de diversas iniciativas de promoção cultural, muitas delas com o intuito de atraírem e formarem jovens como estratégia de envolvimento de novas audiências:

Esta linha de ação tem diversos propósitos, incluindo a motivação do conhecimento do património cultural e artístico como um processo de afirmação da cidadania e um meio de desenvolvimento da literacia cultural.

Plano Nacional de Leitura

Neste quadro de compromisso político transversal, a ação tomada da promoção da leitura, o acesso plural ao conhecimento e enriquecimento cultural como eixo prioritário político e do governo, a resolução governamental (Março de 2017) de reinvestir no Plano Nacional de Leitura (PNL) é exemplar, com o lançamento de uma nova fase num horizonte de 10 anos 2017-2027 (PNL 20127). Nesta nova fase, através da comissão inter-ministerial, os departamentos das autoridades locais, da cultura, da ciência, da tecnologia, da educação superior e da educação são responsáveis pelo desenvolvimento de uma política integrada para a promoção da leitura e escrita nos múltiplos domínios, como sejam a cultura, a ciência e o digital.

O Plano Nacional de Leitura 2027 é uma intervenção estratégica para o desenvolvimento de diversas literacias em diversos sectores da população. Foi lançado em 2006 e ainda está a decorrer para a década de 2017-2027. Mais especificamente, esta edição pretende investir mais no apoio a programas a favor da inclusão social através de leituras e formação, em diferentes segmentos da população, mas também facilitar o acesso ao conhecimento e cultura, ao mesmo tempo que recorre às tecnologias de informação e comunicação.

O PNL segue algumas diretrizes, como:

- Criar um compromisso social abrangente em relação à promoção da leitura como prioridade política com o objetivo de desenvolver a literacia e o reforço dos hábitos de leitura da população;

Lançar programas dirigidos a crianças, jovens e adultos que visam o desenvolvimento de múltiplas literacias, especialmente a leitura e a escrita, digital e visual, informação científica e tecnológica, de modo a preparar a população portuguesa para as exigências da sociedade do Século XXI;

- Reforçar e diversificar a intervenção desejada para o desenvolvimento das competências das crianças e jovens no contexto escolar e do adulto à procura de qualificação; ;
- Encorajar um novo tipo de intervenção focado nos jovens e adultos, em particular nos sectores da populção que tenham adquirido baixos índices de competências de leitura ou que, por variadas razões, não adquiriram nenhuma ao longo da vida;
- Implementar um conjunto de ações para reforçar as competências de leitura e escrita para pessoas com necessidades especiais;
- Promover relações entre a leitura, literatura, artes, ciências e tecnologia e promover a cultura artística, tecnológica e científica em colaboração com as instituições da ciência e cultura;
- Motivar a produção e divulgação de conteúdos e estudos académicos sobre a leitura e a escrita;
- Promover projetos de formação para professores, mediadores da leitura, agentes culturais e outros intervenientes;
- Reforçar a conexão com a sociedade e comunidades locais, nomeadamente através da mobilização dos círculos literários e científicos e dos média para a participação em projetos de promoção da leitura e da escrita;

- Promover a implementação de novas parcerias e de ações concertadas com o apoio e entidades nacionais e internacionais, públicas e privadas;
- Promover conteúdos interculturais inclusivos e livres de estereótipos que estimulem o pensamento crítico e um cidadão ativo;
- Reforçar a coordenação entre as redes de Bibliotecas Nacionais, bibliotecas escolares e bibliotecas das instituições do ensino superior.

Orçamento Participativo de Portugal

Outra das iniciativas interessantes é o Orçamento Participativo de Portugal, o qual teve lugar pela primeira vez em 2017. O Governo promoveu-o através da apresentação de propostas de cidadãos nas diversas áreas governamentais, uma motivação para a participação na vida política e social de modo a revitalizar os projetos nacionais e regionais.

A nível nacional, um dos projetos vencedores foi "Cultura para Todos", baseado no princípio da cultura como "um pilar fundamental da educação, do sentimento de pertença e integração do indivíduo na sociedade". Uma das medidas deste projeto é ÉS CULTURA 18 que garante a disponibilidade do acesso gratuito a diversos espaços e iniciativas culturais durante um ano a jovens nascidos em 2000 (de abril 2018 a abril l2019).
Organismos do Ministério da Cultura, entidades privadas e autarquias juntaram-se a esta medida, disponibilizando centenas de ofertas culturais aos jovens com 18 anos em 2018.

Acessibilidade em custos e iniciativas relacionadas

A acessibilidade no turismo pode ser também interpretada em termos de custos. Neste caso a Direção Geral do Património Cultural tem um papel relevante. Oferece, como complemento a bilhetes individuais, uma ampla variedade de Bilhetes Especiais, que combinam circuitos museológicos com critérios ou temas geográficos. O objetivo desta medida é promover o acesso universal à cultura, garantindo condições de acesso livre ou condições especiais a pessoas com dificuldades de acesso devido a razões económicas. Além disso, de acordo com a situação e condições individuais existem descontos especiais. A informação sobre oportunidades e facilidades de acesso a equipamentos culturais é disponibilizada e promovida por variadas entidades responsáveis.
Ao longo dos anos, foram desenvolvidos inúmeros eventos/iniciativas conjuntos no campo da Educação da Cultura do Património. Para os estabelecer em 2013 foram concebidos o Programa de Educação Estética e Artística e o protocolo de colaboração entre a Direção Geral da Educação (DGE) e a Direção Geral do Património Cultural (DGPC). A DGPC, no quadro do seu âmbito de ação estratégica, dinamiza ainda as atividades de sensibilização do público para a importância do património cultural ao promover uma série de projetos dirigidos aos jovens a fim de estimular um maior conhecimento e interesse pela história e património cultural. Abaixo estão descritos alguns projetos que fazem parte do programa.

Kit de Recolha de Património Cultural Imaterial. É um recurso educacional disponível desde 2011 para sensibilizar os jovens sobre a necessidade de proteger o património cultural imaterial. A base

de dados é gratuita e a sua utilização está principalmente dirigida ao contexto escolar ou pedagógico e a atividades formativas e pedagógicas promovidas por outras entidades, nomeadamente pelos Serviços Pedagógicos dos Museus. Além disso, a Base de Dados foi criada tendo em consideração orientações da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (UNESCO, 2003), a qual realça a importância dos programas pedagógicos para a sensibilização dos jovens.

- **Numinstante... o Património!** Este projeto propõe a criação fotográfica artística e tem lugar anualmente desde 2008. É o resultado da parceria entre DGPC e OLHARES. Está integrado na Experiência Fotográfica Internacional dos Monumentos (EFIM), do Concelho da Europa. É dirigido aos jovens entre os 14 e os 21 anos e através do registo fotográfico de um elemento do património propõe-se sensibilizar os jovens para o envolvimento com a riqueza da história e a paisagem cultural, com o passado e o presente. O aspeto interessante é ver como os participantes comunicam a nova interpretação do património.

Torna-se consistente realçar o que é promovido anualmente pela DGCP no âmbito das celebrações do Dia Europeu do Património – uma iniciativa anual do Concelho da Europa e da União Europeia. O objetivo é sensibilizar os cidadãos para a importância da salvaguarda do património como testemunha do passado. Em 2016, o tema das Comunidades e Culturas pretendia envolver os múltiplos tipos de comunidades: comunidades locais, escola, vizinhança, clubes, associações, organizações não governamentais, quer sejam culturais, religiosas, filosóficas, cientificas, recreativas ou desportivas, para promoção, proteção e desenvolvimento de atividades culturais e artísticas.
No âmbito das atividades da Direção Geral dos Livros, dos Arquivos e das Bibibliotecas, alguns arquivos distritais organizam workshops temáticos e visitas aos arquivos para jovens com o objetivo de promover o conhecimento e exploração de diversas áreas.

Outra iniciativa importante é a Bienal Ibérica do Património Cultural, cujo objetivo principal é a promoção, valorização e visibilidade do sector do Património Cultural e procura, igualmente, demonstrar como o património pode ser uma fonte inesgotável de inspiração para matérias lúdicas e pedagógicas. É o resultado da fusão da Bienal de la Restauración y Gestión del Patrimonio AR&PA, que acontece em Valladolid desde 1998, com a Feira do Património, evento criado em 2013, em Portugal. Este ano terá lugar de 11 a 12 de outubro.

Acessibilidade para pessoas com incapacidade

Como já mencionado, o turismo salvaguarda também as pessoas com incapacidades físicas. Hoje em dia há ínumeras empresas e associações que basearam as suas missões no facto de darem uma oportunidade a qualquer pessoa de aproveitar ao máximo as suas férias e também o melhor do nosso património natural e cultural. Uma delas é a Adapted & Senior Tours Portugal, criada com o objetivo de ajudarem os que enfrentam desafios de mobilidade. Ajudam as pessoas com mobilidade reduzida, dando-lhes assistência e à família e amigos. Normalmente o público alvo são pessoas com incapacidades físicas. A empresa fornece-lhes veículos especializados e adaptados com todo o conforto e equipamentos necessários.

A equipa concebe e escolhe para e com o cliente tours e viagens para destinos “amigos” das cadeiras de rodas.

Com o pagamento de uma taxa a empresa oferece aos clientes a opção de acompanhamento de enfermeiro durante as tours.
A pedido, há também a possibilidade de beneficiar de transfers privados, onde colaboradores irão buscar os clientes ao aeroporto, hotel ou residência.

Adapted & Senior Tours Portugal está à disposição do cliente quando, durante um cruzeiro, ele passa em Lisboa, a fim de levarem as pessoas com necessidades especiais a fazerem tours, ajudando-os a aproveitarem o melhor das suas viagens, com itenerários especiais concebidos para os que têm problemas de mobilidade e utentes de cadeiras de rodas.

Outra associação similar sediada em Portugal é a Tourism 4all, também financiada por Turismo do Portugal.

”Estratégia para o Turismo 2027: pensar o futuro, agir no presente” dá o enquadramento da estratégia para os próximos 10 anos, considerando diversas mudanças e perspetivas, assim como Oportunidades e Desafios a surgir.

Estes fatores combinados com as Oportunidades identificadas, tais como o Crescimento Sustentável do Turismo até 2030, os “Destinos de Portugal” e o grande crescimento na Procura de Hábitos e Produtos Saudáveis trazem toda a pertinência e oportunidade ao projeto PORTUGAL ACESSÍVEL.

É dentro deste âmbito que o PORTUGAL ACESSÍVEL pretende desenvolver uma plataforma e uma App (Android e iOS), de divulgação de informação da Oferta Turística acessível em Portugal, a qual contribuirá para capturar novos segmentos de procura e melhorar a experiência do turista com necessidades especiais, além de contribuir para a conceção de Portugal como destino turístico. É um instrumento informativo e objetivo (não de avaliação). A fim de reforçar a interação com a Procura é bom impulsionar o modelo das Redes Sociais, que estão agora muito acessíveis aos turistas.

O plataforma online foi baseada numa já existente, a Tur4AllSpain, mas foi melhorada. Conta com a experiência de mais de 20 anos do seu promotor PREDIF – a Plataforma representante das pessoas com incapacidade.

A parceria celebrada com a PREDIF permite ao PORTUGAL ACESSÍVEL beneficiar das infraestruturas e metodologia testadas, em constante melhoria, à escala internacional, assim como um sistema de produção de conteúdos e tradução em 7 línguas diferentes, criando sinergias, redução de custos e desenvolvimento e implementação mais rápidos.

PREDIF, Plataforma Representativa Estatal para Pessoas com Incapacidades Físicas, é uma entidade estatal sem fins lucrativos, declarada de utilidade pública em 2003, a qual representa e promove ações em benefício de cerca de 100.000 pessoas com incapacidade física.

Hoje em dia a PREDIF representa um benchmark no campo do turismo acessível, prevalece acima do Inclusive Tourism and Leisure Committee of CERMI, e os seus protocolos e critérios no âmbito da acessibilidade são os acordados por todo o sector da incapacidade.

Vale a pena mencionar o projeto CREATOUR, a iniciativa CREATOUR é uma iniciativa de investigação multidisciplinar com o formato de demonstração baseada em processos colaborativos envolvendo cinco centros universitários que trabalham com organizações culturais / criativas e outras partes interessadas localizadas em pequenas cidades nas regiões Norte, Centro, Alentejo e Algarve. Nasceu da colaboração entre o Programa Operacional Regional de Lisboa, a Fundação Portuguesa para a Ciência e Tecnologia e o Programa Operacional Regional do Algarve. O objetivo geral do CREATOUR é desenvolver uma abordagem integrada e pilotar uma agenda de investigação centradas no turismo criativo em pequenas cidades e áreas rurais, fortalecendo ligações dentro e entre regiões portuguesas. O projeto integra abordagens teóricas e metodológicas de desenvolvimento cultural e setor criativo, turismo e desenvolvimento regional. Está estruturado de acordo com as dimensões-chave para a valorização do sector criativo: construir conhecimento e capacidade, apoiar o desenvolvimento de conteúdos e ligação da criatividade ao lugar, reforçar a formação de redes e clusters.

Conclusões

As Aldeias Históricas de Portugal são, por diversos motivos, um exemplo da mudança socioeconómica que as zonas rurais de Portugal têm sofrido nos últimos sessenta anos. Até meados de Século Vinte a ocupação principal era a agricultura, pelo que o declínio da agricultura provocou a migração rural. Os Censos populacionais demonstram que o número de residentes aumentou entre meados do século dezanove e meados do século vinte tendo, tendo diminuído a seguir. Em 2011 foi registado o número mais baixo de habitantes desde meados do século XIX e a maior parte das aldeias tinha menos de 200 habitantes, a maioria dos quais idosos e com baixos níveis de educação e formação.

Começaram a ser tomadas medidas para combater o declínio na atividade económica no último quartel do Século XX. Alguns indivíduos independentes, governos locais e municipais e o Instituto Nacional para o Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores- INATEL começaram a angariar dinheiro ao receberem um crescente número de turistas em busca de turismo de experiências culturais. As primeiras aldeias a possuírem alojamento turístico foram Almeida e Sortelha. Em Almeida, a primeira instalação deste tipo, alojamento sob a forma de uma Pousada de Portugal, surgiu em 1985 como uma iniciativa impulsionada pelo Estado.

Infelizmente, a ideia generalizada é que a maior parte das políticas nacionais são inadequadas em relação às necessidades da população e comunidades rurais: “as preocupações e expetativas das comunidades rurais não são muito “tidas em consideração” ou o não são de “todo” na definição de políticas nacionais. A complexidade dos problemas identificados pelas comunidades rurais exigem uma perspetiva abrangente do desenvolvimento rural.

Apesar de todas as crenças, Portugal é hoje um dos principais países verdadeiramente comprometidos com a missão de obter um turismo 100% acessível e dar um pontapé de saída às áreas rurais, envolvendo qualquer grupo de população.

Conclusões Finais

Os resultados obtidos do survey levado a cabo pelos parceiros do Projeto IPER nos países envolvidos a nível da UE.

Foi usado o método SWOT na análise da investigação da informação global, o que permitiu realçar os factores internos determinantes, nomeadamente a vantagem competitiva (pontos fortes) ou um limite (pontos fracos) para a promoção do Património Cultural Europeu através das ferramentas digitais de acordo com o princípio do turismo acessível. Ao mesmo tempo foram definidas variáveis externas que condicionam positiva ou negativamente o sistema estabelecido como uma oportunidade (Oportunidades) quando as vantagens são apresentadas ou ameaças (Ameaças) quando se revelam fatores ambientais desfavoráveis.

Pontos Fortes:

- O Património Cultural desempenha um papel crucial ao nível da UE, representando um ativo incalculável para todos os cidadãos e ao mesmo tempo sendo uma fonte potencial de investimento do ponto de vista social e económico. Ao nível Europeu, todas as instituições da UE estão comprometidas na promoção e proteção do Património Cultural. A Comissão Europeia, o Parlamento Europeu e o Concelho da Europa, assim como o Comité das Regiões e o Comité Económico e Social Europeu organizam eventos para celebrar atividades centradas no património cultural.
- O investimento no património cultural gera beneficios: culturais, sociais, ambientais e económicos. Estes benefícios contribuem para o desenvolvimento sustentável e aumentam a coesão social a nível local, regional e nacional.
- Com as TIC's as pessoas com incapacidades físicas podem visitar locais através dos seus smartphones ou tablets, não sendo necessário enfrentarem uma viagem para ver um monumento, museu ou produto cultural. A rapidez de acesso à informação e a possibilidade de tornar rapidamente a Europa num lugar acessível para pessoas com incapacidade é o elemento chave da Estratégia Europeia para a Deficiência 2010-2020. Esta estratégia fornece o enquadramento geral a nível da UE para ação no âmbito da incapacidade e acessibilidade, de modo a realizar e apoiar as ações dos Estados Membros.
- Digitalizar o património cultural e apoiar a sua exploração económica são atividades promovidas pela Digital Agenda for Europe. A agenda exige melhor acesso a eventos culturais mesmo nas áreas remotas, ao implementar tecnologias inteligentes e integração mais eficiente dos cidadãos.
- A União Europeia usa vários instrumentos para tornar a Europa mais acessível a pessoas idosas e com incapacidade física. Para além da legislação e das políticas, a investigação serve para otimizar, entre outras coisas, a acessibilidade do ambiente construído, TIC e transporte.

Pontos Fracos:

- Até agora, a UE utilizou documentos não vinculativos (Resoluções e declarações ministeriais) para promover os objetivos da acessibilidade. Embora tenha sido feito algum progresso, o nível de acessibilidade nas TIC ainda está longe de ser satisfatório, como reconhecido pela Comunicação sobre inclusão digital, publicada em Novembro de 2007. No entanto, a UE ainda não adotou uma Diretiva vinculativa sobre acessibilidade na TIC, no geral, e acessibilidade web, em particular, apesar do facto de ter sido pedido repetidamente pelo European Disability Forum.
- Existe a necessidade de construir uma base de conhecimento e aumentar a capacidade das autoridades e instituições públicas para o desenvolvimento e implementação de estratégias de digitalização para os artefactos do património cultural baseado em abordagens comuns e padronizadas.
- Falta de cursos de formação profissional para o turismo acessível assim como uma oferta inadequada com o objetivo de formar especialistas na promoção do património cultural e todos os seus componentes.
- Alguns âmbitos culturais trabalham em informação e dados que são difíceis de recolher e guardar e raramente comparáveis. Isto levanta a necessidade de conceber e partilhar políticas efetivas tanto a nível nacional como ao nível Europeu.
- O impacto massivo da digitalização em como a cultura é percebida, acedida, criada, comunicada e disseminada.
- Existe a necessidade reforçar as competências digitais dos profissionais de museus de modo a tornarem-se mais acessíveis e interessantes, incluindo um contexto fronteiriço e Europeu.
- Existe a necessidade reforçar as competências digitais dos profissionais do património cultural.

<u>Oportunidades:</u>

- A UE tem financiado projetos de fundos para apoiar o património cultural. Foi lançado um convite específico para projetos de cooperação relativos ao ano no âmbito do programa Europa Criativa. Uma grande variedade de oportunidades adicionais estará disponível no âmbito do Erasmus +, da Europa para os Cidadãos, do Horizonte 2020 e de outros programas da UE.
- Atualmente, as associações e organizações envolvidas na conservação e promoção do património cultural estão a aumentar rapidamente e existem muitos eventos dedicados a sensibilizar as pessoas para este assunto.
- A Europa está imersa na transformação digital através dos centros de gestão, museus, arquivos, bibliotecas, etc..., que aproveitando-se das constantes melhorias da tecnologia e da sua ampla introdução no âmbito do património cultural no sentido da conservação, divulgação e preservação incorporam as tecnologias como ferramentas de enriquecimento e melhoria das experiências do utilizador.

- As ferramentas digitais tornam o património cultural acessível a todos. Reduzem a distância entre as esferas cultural e social.
- Nada substitui a experiência pessoal de tocar, sentir e viver os locais na realidade. Mas, pelo menos, podemos garantir que graças à TIC, o nosso inestimável património cultural é preservado e permanecerá acessível para as gerações futuras.

Ameaças:

- Dificuldades no acesso aos fundos necessários para suportar as atividades culturais, manter e aumentar a competitividade e internacionalizar as atividades. Isto ainda é mais difícil em determinados setores culturais devido à natureza imaterial de muitos ativos ou riscos a enfrentar para crescer ou para inovar.
- A difusão da TIC pode gerar a divisão digital da acessibilidade a alguns serviços entre grupos da população e os territórios. As tecnologias digitais evoluem ao longo do tempo. Por exemplo, uma aplicação móvel que foi criada há cinco anos para um site cultural já não é suportada pelos sistemas operativos móveis atuais. Os mediadores precisam, portanto, de atualizar as suas soluções digitais ao longo do tempo.
- Redes e ferramentas digitais – particularmente a internet – oferecem possibilidades sem precedentes para novos caminhos encorajando a interatividade. Se não forem usadas corretamente, as ferramentas digitais podem colocar em perigo a mediação cultural num site. É por isso que é importante procurar ajuda junto dos profissionais do património cultural, os quais são capazes de manter o equilíbrio entre a nova tecnologia e o património.

Referências

PORTUGAL

BTS:

- https://all-digital.org/projects/digital-invasions/
- https://all-digital.org/crowddreaming-supporting-the-future-of-digital-cultural-heritage/
- http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/noticias/strategy21.pdf
- https://europa.eu/cultural-heritage/about
- http://kultur.creative-europe desk.de/fileadmin/2_Publikationen/Final_Draft_digitalisation.pdf

CCIP:

- Accessible Portugal http://accessibleportugal.com/
- Caso Estudo do Município de Tomar, 2015, http://www.jotr.eu/index.php/volume17/177-promotion-of-accessible-tourism-through-digital-content-a-case-study-in-the-municipality-of-tomar
- CREATOUR - Desenvolver Destinos de Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e Áreas Rurais, 2016 https://ces.uc.pt/en/investigacao/projetos-de-investigacao/projetos-financiados/creatour
- DGPC - DIREÇÃO-GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL - http://picportugal.com/en/maps/item/dgpc.html
- EACEA National Policies Platform - Developing cultural and creative competences, 2018 https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/85-developing-cultural-and-creative-competences-portugal
- EACEA National Policies Platform - National strategy on creativity and culture for young people, 2018 https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/83-national-strategy-creativity- and-culture-young-people-portugal
- EACEA National Policies Platform - Promoting culture and cultural participation 2018, https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/84-promoting-culture-and-cultural-participation-portugal
- European Heritage Days – Council of Europe Portal https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/european-heritage-days

- Bienal Ibéria do Património Cultural https://www.visitportugal.com/en/node/404317

- NATIONAL READING PLAN STRATEGIC FRAMEWORK 2027, 2017http://pnl2027.gov.pt/np4EN/file/8/NRPframework.pdf -Portugal Participatory Budget https://opp.gov.pt/English

- Predif Portal http://www.predif.org/

- "Rural Areas In Portugal And Leader /Communityled Local Development", Chaves Luís, 2018. http://www.rederural.gov.pt/images/LEADER_CLLD_PT_Luis_Chaves_20171003.pdf

- Tur4all Portugal portal https://www.tur4all.pt/pt/o-que-fazemos/accessible-portugal-e-o-turismo-acessível

- Turismo de Portugal portal http://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx

ITÁLIA

- The Strategic Plan for Development of Tourism PST 2017-2022- Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo

- Artribune Magazine – 2018. Italy Museums in 2017.

- Decision (Eu) 2017/864 of The European Parliament and of The Council of 17 May 2017 on a European Year of Cultural Heritage (2018)

- Il Patrimonio Culturale per tutti: Fruibilità, Riconoscibilità, Accessibilità- Quaderni della Valorizzazione – NS4. MiCBAT.

- http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/index.html

- https://www.disabili.com/

- http://www.ontit.it/ont/

- http://www.labcd.unipi.it/wp-content/uploads/2018/05/Emanuela-Tridente-Nuove-tecnologie-per-la-Valorizzazione-e-Fruizione-del-Patrimonio-Culturale.pdf

- http://www.infoaccessibilita.it/documenti/turismo-accessibile-commissione.pdf

- http://www.turismoaccessibile.eu/siteon/index.php/progetto/storia-turismo-accessibile?showall=1&limitstart= - http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/6041/840364-1173547.pdf?sequence=2

- http://www.italia.it/it/info-utili-e-faq/italia-vr.html

- https://projectforall.net/ -https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/collana-seminari-convegni/2018-0023/rapporto_turismo_finale_convegno.pdf

ESPANHA

CCIS:

- https://www.accioncultural.es/
- http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_patrimonio_ostelea18.pdf
- https://asociacion-acre.org/acciones/manifiesto/
- http://www.ciudadespatrimonio.org/presentaciondelgrupo/index.php
- https://espanaglobal.gob.es/en
- https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_en - http://www.gestioncultural.org/
- http://www.heritageportal.eu/Resources/EU-Countries/Spain.html
- https://www.hispanianostra.org/
- http://www.mitramiss.gob.es/es/Guia/texto/guia_4/contenidos/guia_4_10_6.htm
- https://www.segittur.es/es/inicio/index.html
- http://www.somospatrimonio.es/
- http://www.spainheritagecities.com/
- https://www.spain.info/en/informacion-practica/sobre-espana/cultura/riqueza_cultural.html
- https://www.statista.com/
- https://www.tourspain.es/es-es
- https://es.unesco.org/
- http://www.xn--espaaescultura-tnb.es/
- http://museo.once.es

PREDIF:

- Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad
-

- Manuel Barreiro: Las TIC´s aplicadas al patrimonio cultural en el Ayuntamiento de Lugo. Experiencias y proyectos de valorización patrimonial.

- Manuel Castells: Internet y la sociedad red

- Real Decreto Legislativo 1/2013 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. -Comité Español de Representación de las Personas con Discapacidad (CERMI) www.cermi.es

- José Ramón Monge Hernández: Herramientas de difusión del Patrimonio Cultural en España

- Museo virtual – Museo Nacional de Antropología. http://www.mcu.es/visitavirtualmuseos/museo-de-antropologia

- Museo virtual – Museo del Prado. https://www.museodelprado.es/visita-el-museo

- Museo Reina Sofía. https://twitter.com/museoreinasofia

- MuseoThyssenn. http://www.artecompacto.com/munch-mira-de-frente-en-el-museo-thyssen/

- Ministerio Español de Cultura y Deporte. http://www.culturaydeporte.gob.es/mnaltamira/home.html

- Innovación en la comunicación global del patrimonio cultural: TIC SM Mateos-Rusillo. Patrimonio cultural de España 4, 115-127

- Comunicar con los visitantes: una 'nueva' faceta profesional para los conservadores-restauradores. SM Mateos-Rusillo. Ge-conservación. Revista del Grupo Español de Conservación del International.

- Reconstrucción y activación del patrimonio artístico con tecnología audiovisual. Experiencia de Taüll 1123. SM Mateos-Rusillo, A GifreuCastells. El Profesional de la Información 23 (5), 527-533

HUNGRIA

- http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/pecsturisztreg.pdf)

- (http://mek.oszk.hu/02100/02185/html/96.html)

- www.ksh.huhttp://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/moborvid_14.pdf)

- https://wikitravel.org/hu/Magyarorsz%C3%A1g_gy%C3%B3gyf%C3%BCrd%C5%91i)

- https://www.turabazis.hu/turamozgalom_ismerteto_152

- http://www.leonardoprogram.hu/hirek/borutak-magyarorszagon/

- (http://www.tdmszovetseg.eu/files/_tdmsz/images/TDMSZ_Alapszabaly_2015_05_27_.pdf

- https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_Turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch05s06.html -https://mtu.gov.hu/cikkek/a-turizmus-eredmenyei-magyarorszagon

- http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/indul_az_mtu_uj_belfoldi_kampanya)

- (https://kampany.hellomagyarorszag.hu/kampanyjelentkezes)

- https://www.portfolio.hu/gazdasag/itt-a-nagy-hir-veszprem-lesz-2023-ban-europa-kulturalis-fovarosa-magyarorszagon.307937.html

- http://turizmusonline.hu/cikk/nem_banta_meg_pecs_idegenforgalma_az_ekf_et)

- http://www.hungarikum.hu/hu/content/mik-azok-hungarikumok-0)

- https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_8.pdf

- https://turizmus.com/desztinaciok/akadalymentesitheto-e-a-kulturalis-turizmus-1157968

- https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/a-meosz-es-a-muisz-az-akadalymentes-turizmusert-1152707 -https://hetedhethatar.hu/hethatar/?p=51781

- https://route4u.org/index_hu.html#intro

- (https://www.kormany.hu/download/8/19/31000/mtu_kiadvany_EPUB_297x210mm%20-%20preview.pdf)

- https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_8.pdf

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui aval aos conteúdos que refletem os pontos de vista dos autores e a Comissão não pode ser responsável por qualquer uso que seja feito à informação aqui contida.