

Smart tech para a otimização do turismo literário: O projeto *TheRoute*

Smart tech to enhance literary tourism: *TheRoute* project

Sara Pascoal

Instituto Superior de Contabilidade e Administração, Instituto Politécnico do Porto, Portugal
spascoal@iscap.ipp.pt

Resumo

O presente artigo expõe a metodologia usada para o desenvolvimento de itinerários literários no âmbito do projeto *TheRoute – Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitants' Profile Adaptation and Context Awareness*, SAICT - 23447, 2016 (MCTES, Portugal 2020 e FCT) e propõe uma reflexão sobre a forma como a utilização de tecnologias e de aplicações móveis pode influenciar a experiência turística. O projeto é liderado pelo Politécnico do Porto em parceria com as suas oito escolas, o Instituto Politécnico do Cávado e Ave e a empresa Douro Azul. O Centro de Estudos Interculturais (CEI) do Politécnico do Porto é responsável pela pesquisa, recolha e criação dos itinerários literários e culturais. O CEI também colabora na elaboração e avaliação de narrativas digitais sobre as experiências turísticas que essas rotas literárias proporcionam e que servirão para aferir da interatividade da *Smart Tech* e da sua relevância para a otimização do turismo literário.

Palavras-chave: tecnologia; turismo literário; turismo cultural; digital storytelling; experiência turística.

Abstract

This paper presents the methodology used for the development of literary routes within the project *TheRoute - Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitants' Profile Adaptation and Context Awareness*, SAICT - 23447, 2016 (MCTES, Portugal 2020 and FCT) and proposes a reflection on how the use of mobile technologies and apps can influence the tourism experience. The Center for Intercultural Studies (CEI) of the Polytechnic Institute of Porto is responsible for the research, data collection and design of Literary and Cultural Routes, within the scope of this project led by the Polytechnic institute of Porto in partnership with its eight Schools, the Polytechnic Institute of Cávado and Ave and the Douro Azul company. CEI also collaborates in the creation and assessment of digital storytelling about the tourist experiences that these literary routes provide, which will serve to gauge the interactivity of Smart Tech and its relevance for the optimization of literary tourism.

Keywords: technology; literary tourism; cultural tourism; digital storytelling; tourist experience.

1. Introdução

Este artigo avalia a importância do desenvolvimento da chamada *Smart Tech (Self-Monitoring, Analysis, and Reporting Technology)* aplicada a uma modalidade de turismo que tem despertado o interesse de investigadores e de agentes turísticos, o turismo literário e



cultural. As *Smart Technologies* são apresentadas pelos especialistas em Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) como uma nova geração de dispositivos tecnológicos pensados especialmente para tornar o quotidiano mais cómodo e mais simples. A tecnologia *Smart*, baseada em *ambient intelligence* e *context awareness*, tornou-se num termo comum hoje em dia, mormente na área turística, na qual a tecnologia parece não só imprescindível para a comunicação e o marketing turísticos, mas igualmente nos procedimentos de busca de destinos e de reservas. Além disso, graças à “internet of things” (IoT), é simples criar ambientes em que pessoas e dispositivos estejam conectados à internet e entre si, o que facilita a gestão das tarefas mais comuns. Os destinos turísticos têm também sido afetados por estas tendências, criando campanhas de marketing para *smart cities*, ligando a experiência turística não só às tecnologias, mas igualmente a um desenvolvimento sustentável dos lugares turísticos, tornando-os mais atrativos e interativos. Por outro lado, o turismo cultural e literário é hoje reconhecidamente um dos principais fatores de atração turística, tendo-se transformado num dos recursos de maior potencial para o desenvolvimento local e nacional. A preocupação demonstrada pelas autarquias locais e pelas agências de turismo privadas no desenvolvimento de rotas turísticas e culturais, cujos exemplos veremos mais à frente, prova a importância atual desta modalidade turística.¹ Ora, é fácil perceber que a utilização destas tecnologias aliadas ao desenho e implementação de roteiros literários e culturais pode tornar-se num fator decisivo de incremento da atratividade turística, quer a nível local, quer a nível nacional.

O presente artigo apresenta a metodologia usada para o desenvolvimento de rotas literárias no Norte de Portugal, dentro do projeto *TheRoute – Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitants’ Profile Adaptation and Context Awareness*² SAICT- 23447, 2016 (MCTES, Portugal 2020 e FCT). O Centro de Estudos Interculturais (CEI) do Politécnico do Porto (<https://www.iscap.ipp.pt/cei/>) é responsável pela pesquisa, recolha e criação de rotas literárias e culturais, no âmbito deste projeto liderado pelo Politécnico do Porto em parceria com as suas oito escolas, o Instituto Politécnico do Ave (IPVC) e a empresa Douro Azul. Este artigo pretende refletir sobre o desenvolvimento de rotas literárias aplicadas ao Norte de Portugal. Além do desenho de rotas literárias, o CEI também colabora igualmente na elaboração e avaliação de narrativas digitais (*digital storytelling*) sobre as experiências turísticas que essas rotas proporcionam, o que servirá para avaliar a interatividade do *smart tech* e sua relevância para a otimização de turismo literário.

¹ A Direção Regional da Cultura do Norte com o projeto “Escritores a Norte” (<http://escritoresanorte.pt/>) ou o Turismo de Portugal (<https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/roteiros-literarios>) – para nomear apenas alguns exemplo – são algumas das instituições que promovem e incentivam esta modalidade de turismo.

² *TheRoute – Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitants’ Profile Adaptation and Context Awareness* (referência SAICT/23447) é um projeto subsidiado com 149.998,00 euros pelo Programa Operacional da Região Norte, no âmbito de um concurso promovido em conjunto com a Fundação para a Ciência e a Tecnologia. O projeto é liderado pelo Politécnico do Porto e tem como parceiros institucionais o Instituto Superior de Engenharia do Porto, o Instituto Politécnico de Viana do Castelo e a empresa Douro Azul. Este projeto iniciou-se no dia 1 de julho de 2017 e tem a duração de dezoito meses.

Este trabalho propõe uma breve revisão do estado da arte no que concerne ao nicho do turismo literário, para, seguidamente, apresentar alguns dos projetos portugueses, focalizando, em maior detalhe, os projetos desenvolvidos na região Norte. O artigo termina com a apresentação do projeto *TheRoute*, os seus objetivos e aplicações.

2. Cultura, literatura e turismo

2.1. Turismo literário

Parece haver um interesse crescente no uso da literatura para promover lugares e destinos, demonstrando que as diversas linguagens artísticas são uma das mais importantes expressões culturais e memórias de uma sociedade, fortalecendo e estruturando a sua identidade: “La littérature est une affaire sérieuse pour un pays, elle est, au bout de compte, son visage” (Aragon, 1992: 112). É, de facto, inegável que alguns livros e alguns autores se tornam tão famosos que geram verdadeiras indústrias turísticas. Mesmo aqueles que nunca leram o *Ulisses*, de James Joyce, provavelmente ligam o seu trabalho a Dublin. E como pensar em Paris ignorando o trabalho de Marcel Proust, Baudelaire ou Balzac? Ir a Espanha e ignorar Cervantes e seu *D. Quixote*, a Praga e esquecer a sua relação com Franz Kafka, a Copenhaga e não visitar os lugares frequentados por H. C. Andersen, ou ir a Londres sem pensar em Charles Dickens, para citar apenas alguns.

O *branding* das cidades através da memória gerada pela literatura reforça necessariamente a promoção de bens culturais tangíveis, como monumentos e edifícios, mas também de bens intangíveis, como costumes e tradições. Parece óbvio que a literatura tem um enorme potencial económico para o marketing de cidades e lugares (Hoppen, Brown & Fyall, 2014) e, por conseguinte, os autores e suas obras estão a ser usados para promover destinos turísticos.

Nicola J. Watson definiu o perfil do turista literário (2006) e complementou mais tarde essa análise com um livro que reúne contributos de vários especialistas em turismo literário do século XIX, *Literary tourism and the nineteenth century culture* (2009). De facto, a maioria das abordagens ao turismo literário tem um quadro cronológico no século XIX, pois foi nesse período que surgiu um tipo de turismo com o objetivo de visitar lugares associados a autores, às suas vidas ou obras, e essa prática se tornou comercial, mesmo que, tal como Andersen e Robinson (2002) afirmaram, as suas primeiras manifestações tenham ocorrido durante o Império Romano (Hendrix, 2009). É, na verdade, no século XIX que os viajantes desenvolvem o prazer de visitar uma grande variedade de lugares com interesse literário, associados a autores desaparecidos ou às suas obras. Os jovens aristocratas do *Grand Tour* já haviam demonstrado interesse um tanto amadorístico, por locais como a casa de Petrarca ou os lugares que Rousseau havia percorrido no Lago Genève (Watson, 2009: 3). Mas é no século XIX que esse interesse se expande geográfica e sociologicamente, iniciando verdadeiras peregrinações aos lugares literários; os viajantes sentem-se impelidos a visitar as casas, os túmulos, os espaços onde os autores viviam ou que representavam nas suas obras (Watson, 2009).

Embora seja consensual que o fenómeno do turismo literário se intensificou no século XIX, o interesse da academia pelo turismo literário é, no entanto, muito mais recente, talvez devido à confluência de fronteiras entre diferentes áreas disciplinares, tais como os estudos literários e culturais, a geografia cultural e o turismo. Essas investigações tomaram forma numa diversidade de projetos nos quais o turismo literário é abordado em diferentes e múltiplos objetos de estudo, dentre os quais se destacam as rotas, itinerários, locais literários, festivais literários, cidades e bairros literários, casas de autores, museus e fundações de escritores, hotéis e cafés literários, entre muitos outros. Além disso, os lugares literários já não são exclusivamente os locais de nascimento ou morte de autores, os espaços que descrevem ou os cenários das suas narrativas; são sobretudo construções que partem do universo ficcional, criadas e ampliadas para se tornarem atrações turísticas, naquilo que poderíamos designar como *place branding* literário, um processo de “consumption, production, re-production, commodification, transformation, communication and distribution of literature for tourism purposes” (Andersen & Robinson, 2002: 2).

Andersen & Robinson explicam como o turismo pode mercantilizar a literatura:

Commodification of literature takes place in various guises in the contemporary tourist realm, ranging from well-visited theme parks and packaged trails of fictionally derived experiences, to the preserved and revered places associated directly to the writer's creativity, and subtle or less subtle denotations of literary association. What are we talking about here is the commodification of the imagined and the imaginers. In the ascendancy of cultural tourism, literature has been claimed by tourists and the tourism industry has an increasingly important resource (Andersen & Robinson, 2002: 15).

O turismo literário está muito diretamente relacionado com o recente paradigma do turismo criativo, idealizado para fugir das rotas de turismo de massa e oferecer experiências mais autênticas e flexíveis. Tal como argumenta Richards (2011: 1237): “the essence of creative tourism seems to lie in activities and experiences related to self-realization and self-expression whereby tourists become co-performers and co-creators as they develop their creative skills.”. O turismo literário parece enquadrar-se nesta categoria, reinventando os espaços turísticos, reforçando o seu valor, permitindo vivenciar espaços e culturas intangíveis de uma forma mais dinâmica e autêntica. Eagle e Carnell sublinham o fascínio que decorre da visita a esses lugares: “There is a fascination about places associated with writers who have often prompted readers to become pilgrims: to visit the birthplace and contemplate the surroundings of an author's childhood, to see with fresh eyes places that inspired poems or books, to pay homage to a grave side or public memorial” (Eagle & Carnell, 1977: citado em Herbert, 2001: 312).

Fundamentando-se em Butler (1986), Magadán Díaz e Rivas García (2012: 21) resumem da seguinte forma as motivações do turista para visitar lugares literários:

- Atração pela biografia do escritor (lugares reais onde viviam e trabalhavam);
- Atração pelas localizações geográficas que são centrais em algumas narrativas;
- Atração para alguns locais que inspiraram o autor e a obra literária;
- Pura curiosidade.

Às motivações anteriores, Arana Palacios (2013) adicionou as seguintes:

- Grande apreço pelo escritor e o seu trabalho;
- Desejo de fazer parte da história que se lê;
- Desejo de aumentar, repetir e multiplicar o prazer da leitura;
- Desejo de criar memórias, que serão associadas a uma nova leitura da obra;
- Leitura de obras literárias ligadas ao destino que se escolheu visitar, para uma melhor experiência do local;
- Necessidade de evidenciar as semelhanças ou diferenças entre o lugar literário e o lugar real.

Essas motivações resultaram num programa muito interessante da UNESCO, as Cidades da Literatura. Se, em 2013, a UNESCO distinguiu sete cidades como Cidades Literárias da UNESCO – Edimburgo (a primeira cidade designada em 2004), Melbourne, Iowa City, Dublin, Reykjavik, Norwich e Cracóvia –, em 2017, já se podem contabilizar vinte e oito cidades. A designação “Cidade da Literatura”, atribuída pela UNESCO, parte de um programa mais abrangente, o das Cidades Criativas, reconhecendo a excelência e obrigando as cidades a apoiar a literatura e a colaborar entre si, partilhando as melhores práticas e garantindo que a literatura atinge um público tão amplo e diverso quanto possível, local e internacionalmente. A rede reúne mais de mil bibliotecas, setenta festivais literários e mais de novecentas livrarias. O livro mais antigo do mundo, o monumento mais alto do mundo para um escritor, o primeiro programa de Mestrado em escrita criativa do mundo, a universidade mais antiga da Europa Central e a única estação de comboios com o nome de um livro podem ser encontrados nessas cidades. Aparentemente, isso mostra que os setores público e privado de todas essas cidades e países parecem reconhecer a relevância do uso de recursos literários para promover o turismo e para o *branding* e marketing de destinos turísticos (Busby & Sketliffe, 2013; Hoppen *et al.*, 2014). Em Portugal, apenas uma cidade está incluída no programa Cidades de Literatura, Óbidos, que se tornou a décima nona Cidade de Literatura da UNESCO, em dezembro de 2015. Em 2018, também a Póvoa de Varzim entregou a sua candidatura a cidade literária da UNESCO, para celebrar os vinte anos de sucesso do Festival Literário “Correntes d’Escritas” em 2019.

2.2. Turismo literário em Portugal

Em Portugal, o turismo aumentou muito significativamente ao longo da última década e o Norte de Portugal, especialmente a cidade do Porto, tornou-se um dos principais destinos turísticos do país.³ A imagem tradicional de Portugal como produto “sol e mar” tem sido questionada e tem-se sustentado a necessidade de um reposicionamento da imagem

³ Os números do INE de 2017 mostram que o Turismo do Porto e Norte registou um aumento de 8% em relação a 2016, sendo a terceira região mais visitada do país. Os números de 2018 mostram um crescimento de 7,5% em relação a 2017. E a região Norte registou o maior crescimento a nível do país: 8,5% (OMT, 2019).

turística de Portugal (Montenegro, Costa, Rodrigues & Gomes, 2014). Com base na referência dos vários turistas entrevistados ao “vinho” e a toda a sua cultura e memória, como o produto mais famoso do país, Montenegro *et al.* (2014) revelam a necessidade de uma estratégia mais eficaz de *branding* e marketing, que reforce o turismo cultural e patrimonial. Rotas culturais, como “a rota do Românico” ou “rota dos vinhos verdes”, para citar apenas algumas, tornaram-se muito populares entre os visitantes e a imagem de marca do país começa lentamente a reconhecer e a vincular-se à herança patrimonial, às tradições e características culturais.

Não obstante haver ainda muito espaço para investigar o turismo literário em Portugal, há alguns exemplos que ilustram o interesse crescente por este tipo de turismo.

Em 1994, duas pesquisadoras e professoras, Elvira Azevedo e Zaida Braga, reuniram alguns roteiros literários da literatura portuguesa como estratégia para estimular a leitura entre os seus alunos. Com base nos currículos de literatura portuguesa do ensino secundário, propuseram um conjunto de rotas, como “A rota dos trovadores”, “A rota de Almeida Garrett”, “A rota de Camilo Castelo Branco”, “O Porto Romântico”, “Eça de Queirós e Sintra” ou “Eça de Queirós e Tormes” (Azevedo & Braga, 1994). Desde então, o mercado editorial português publica itinerários literários e percursos que abrangem um vasto leque geográfico, desde Évora (*Évora: Um itinerário literário*, de Luís Carmelo, 2014) a Lisboa (*Lisboa em Pessoa*, de João Correia Filho (2011) ou *Roteiro da Lisboa de Eça de Queiroz*, de A. Campos Matos (2015)). Outras edições também podem ser mencionadas como o *Terras do Demo: Itinerário Aquilino* (Aquilino Ribeiro & Henrique Almeida, 1997) ou a coleção *Viajar com... os caminhos da literatura*, projeto da Direção Geral de Cultura do Norte, da editora *Opera Omnia* e que contempla vários autores como Eça de Queirós, Ramalho Ortigão, Miguel Torga, Luísa Dacosta, entre outros. Podem ainda arrolar-se como exemplo “A Beira na rota dos escritores do século XX”, de Ana Maria Pires (Projeto da Comissão de Coordenação da Região Centro, 2004), “Viagens com Garrett”, de Isabel Lucas, com fotos de Paulo Alexandrino (2000) e “Imagens do Portugal Queirosiano” (1987) e “Viagem no Portugal de Eça de Queiroz” (1999), de A. Campos Matos.

Ao mesmo tempo, no meio académico, foram organizadas várias conferências para discutir as inter-relações entre turismo e literatura, começando em 2004, com o congresso *Tourism & literature: Travel, imagination & myth* organizado pelo *Centre for Tourism and Cultural Change*, da Universidade Sheffield Hallam. Em Portugal, destacam-se a conferência internacional *Literatura e turismo*, realizada em 2012, e a conferência internacional *Literary Portugal* organizada em 2016. Ambas se realizaram na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, com organização do *cluster* de investigação Lit&Tour. Além disso, deste projeto têm resultado diversas publicações (Baleiro & Quinteiro, 2017, 2018; Baleiro, Quinteiro & Santos, 2016; Quinteiro & Baleiro, 2014, 2017; Quinteiro, Baleiro & Santos, 2016). Destacamos ainda o projeto LITESCAPE.PT - Atlas das paisagens literárias de Portugal Continental, cujo objetivos principais são: “(1) ligar a literatura ao território, potenciando a recíproca valorização das obras literárias e das paisagens nelas representadas; (2) contribuir para o conhecimento do património natural e cultural, elementos-chave das identidades locais e regionais; (3) concorrer para a literacia ambiental, sobretudo no âmbito dos padrões e processos ecológicos associados às paisagens atuais; (4) ajudar a implementar a Convenção

Europeia da Paisagem, nomeadamente na definição dos objetivos de qualidade paisagística a preservar e a valorizar”.⁴

Os municípios locais desempenham um papel importante no desenvolvimento estratégico e sustentável do turismo e, em Portugal, alguns, como veremos em seguida, começam a investir no desenvolvimento de rotas literárias como forma de reforçar a identidade e a autenticidade das localidades.

Há mais de uma década, a Câmara Municipal de Lisboa oferece uma série de itinerários, com os quais os turistas podem percorrer as ruas da capital e seguir os passos de Eça de Queirós, Fernando Pessoa, Cesário Verde, José Saramago, Luís Vaz de Camões ou Almada Negreiros. Estes passeios literários também são oferecidos por alguns agentes turísticos do setor privado, como o *Lisbon Walker*,⁵ a Lisboa Autêntica⁶ ou a *Lisbon Literary Tours*.⁷

Perto de Lisboa, na cidade de Sintra, a Câmara Municipal está empenhada em promover o turismo cultural e literário. Dentro dos circuitos oferecidos, podemos encontrar a Rota Eça de Queirós, a Rota Romântica (incluindo autores como Lord Byron, William Beckford, Alexandre Herculano ou Almeida Garrett) e a Rota de Colares.⁸

O Município de Cascais criou em 2015 a “Rota dos escritores”, no âmbito do Festival Internacional de Cultura, propondo um roteiro da vida e obra de doze dos muitos escritores que nela viviam, como Almeida Garrett, Eça de Queirós, Ramalho Ortigão ou João Gaspar Simões. O itinerário, que é gratuito, está disponível na página da Câmara, com uma descrição detalhada dos doze locais a visitar.⁹

Em Torres Vedras, o município local investiu num produto inovador, denominado *Walking Poetry*, um guia áudio *multilingue* que ajuda o visitante a descobrir a cidade através dos olhos dos seus poetas.

A Câmara de Leiria decidiu também promover os seus autores, Francisco Rodrigues Lobo, Acácio de Paiva e Afonso Lopes Vieira, e alguns outros escritores famosos, como Eça de Queirós e Miguel Torga, tendo criado duas rotas: o percurso dos “Escritores de Leiria” e “a rota do Crime do Padre Amaro”.

Em Coimbra, o Município oferece “Sabores da Escrita”, um programa que combina literatura e gastronomia. Todos os anos, realiza-se, nesta cidade, uma conferência na Casa da Escrita, seguida de um jantar temático. A Secretaria de Cultura deste município investiu especialmente na descoberta e na memória de Miguel Torga, promovendo o “Roteiro Torguiano”, que propõe uma visita aos lugares mais emblemáticos da obra de Miguel Torga.

Dos catorze itinerários turísticos propostos pelo Município de Évora, um é dedicado à Literatura: “Aparição, de Vergílio Ferreira”. Este percurso revisita os locais relacionados com o texto *Aparição* e com a vida do autor: a casa onde viveu, a Faculdade do Espírito Santo onde ensinou e o Café Arcada.

⁴ <https://ielt.fcsh.unl.pt/paisagensliterarias/>

⁵ http://t.lisbonwalker.com/specialwalksp_lit.html

⁶ <http://lisboautentica.com/passeios>

⁷ <https://lisbonliterarytours.com/english/>

⁸ <http://www.cm-sintra.pt/roteiros-culturais>

⁹ <https://www.cascais.pt/rota/rota-dos-escritores>

Embora no Porto, e na região Norte em geral, o mercado do turismo literário tenha grande potencial para crescer, as autoridades locais e os agentes turísticos privados têm demonstrado, até à data, pouco interesse em desenvolver rotas e propor itinerários. A “Rota de Almeida Garrett” foi o único circuito elaborado pela Divisão de Turismo do Município do Porto, mas neste momento não se encontra disponível. Merece destaque a rota turística “O Porto de Camilo”, da Tours & Tales.¹⁰ A Fundação Eça de Queirós, situada na região do Douro, promove o “Caminho de Jacinto”, um passeio literário baseado no livro do autor d’ *A cidade e as serras*,¹¹ inspirado no trajeto que Jacinto faz até à casa em 1892. O caminho começa perto da estação de Tormes e termina na Fundação Eça de Queirós na Quinta da Vila Nova. O escritor é um marco na região e a Fundação serve o cardápio que o personagem Jacinto comeu quando chegou a Tormes, acompanhado de vinho da região. A Direção Regional da Cultura do Norte (DRCN) lançou em 2015 o projeto “Escritores a Norte” (<http://escritoresanorte.pt/>), promovendo nove “autores ilustres” e casas-museu, com o objetivo de valorizar a região e dinamizar o turismo literário como novo modelo de fruição do território. Para António Ponte, à época Diretor da DRCN, “o turismo cultural, e especificamente o literário, constitui uma forma de inovação no que serão os novos modelos de fruição do território”, tendo por isso sido criado “todo um programa que procura dinamizar o território” e atrair novos visitantes.¹²

No entanto, as autoridades locais do Porto e do Norte precisam de investir mais neste segmento turístico, propondo, organizando e gerindo rotas literárias para responder às novas exigências do mercado. Foi neste contexto que surgiu o trabalho realizado pelo Centro de Estudos Interculturais, no âmbito do projeto *TheRoute*.

3. Rotas literárias na região Norte: o projeto *TheRoute*

O Centro de Estudos Interculturais do Politécnico do Porto (<https://www.iscap.ipp.pt/cei/>) é responsável pela pesquisa, conceção e criação de rotas literárias e culturais na região Norte de Portugal, no âmbito do projeto *TheRoute - Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitors’ Profile Adaptation and Context Awareness*, SAICT- 23447, 2016 (MCTES, Portugal 2020 e FCT), um projeto liderado pelo Politécnico do Porto, em parceria com as suas oito escolas, o Instituto Politécnico de Viana do Castelo e a empresa Douro Azul.

Este projeto tem como objetivo realizar estudos e pesquisas aplicados em torno do desafio de geração automática de itinerários para visitantes a Pontos de Interesse (POI) relacionados com a Cultura e o Património. Pretende igualmente reforçar a competitividade do Porto e da região Norte, propondo um paradigma turístico sustentável, valorizando as paisagens naturais do país, a história, a gastronomia, a cultura, o património, a música e, claro, a literatura. Como resultado final deste projeto, o grupo de investigadores do Grupo de Investigação em Engenharia e Computação Inteligente para a Inovação e o

¹⁰ http://toursandtales.pt/portfolio_item/oportodecamilo/

¹¹ <https://feq.pt/o-caminho-de-jacinto/>

¹² https://www.rtp.pt/noticias/cultura/projeto-escritores-a-norte-promove-autores-ilustres-para-dinamizar-turismo-literario_n846501

Desenvolvimento (GECAD)¹³, do Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), desenvolveu uma aplicação móvel e um *website* em que o perfil do visitante é delimitado *a priori*, respondendo a questões sobre emoções, humor, personalidade e também questões climáticas ou de segurança. Posteriormente, são propostos os itinerários mais adequados a cada perfil. A equipa de engenharia responsável pela arquitetura do sistema informático, baseado em *ambient intelligence* e *context awareness*, desenvolve algoritmos e programas que geram itinerários automáticos e é também responsável pela modelagem do perfil do visitante.

4.1. Tipologias de rotas culturais

As rotas culturais são uma das estratégias utilizadas pelos promotores turísticos para responder aos novos desafios da procura e da oferta, encerrando um grande potencial económico e social.

O Conselho da Europa define rota cultural como: “[...] cultural, educational heritage and tourism cooperation project aiming at the development and promotion of an itinerary or a series of itineraries based on an historic route, a cultural concept, figure or phenomenon with a transnational importance and significance for the understanding and respect of common European values” (Conselho da Europa, 2013: 66).

O relatório da Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas (OMT) – *Global report on cultural routes and itineraries* (2015: 39-41) – oferece uma classificação das rotas que se agrupam de acordo com cinco critérios:

- **Design e estrutura:** Este critério permite distinguir entre rotas de modelos lineares, baseadas em um ou vários pontos de partida e um ponto de chegada, e rotas que surgem a partir de um arquipélago de pontos. No primeiro caso, podemos apontar o Caminho de Santiago como exemplo, partindo de vários pontos e terminando na Catedral de Santiago de Compostela, em Espanha; o modelo do arquipélago é baseado em uma rota em rede, com pontos que não estão necessariamente conectados sequencialmente ou fisicamente, como a rota dos Fenícios ou a rota dos cemitérios europeus;
- **Tema:** Este critério engloba dois grandes grupos e um subconjunto de categorias. Por um lado, temos as rotas culturais que se articulam em torno de um tema principal e, por outro, existem rotas culturais que incluem vários tópicos, sendo o próprio percurso o tema essencial. Estas últimas incluem todos os recursos naturais, patrimoniais, históricos e identitários localizados durante a rota ou no arquipélago de pontos que a formam. O Caminho de Santiago e a Via Regia são exemplos deste último tipo. Essas rotas incluem uma grande variedade de elementos de interesse (por exemplo, paisagem, arte, religião, tradições culturais e gastronomia). Em contraste, os itinerários culturais, como a rota de locais Cluniacenses (rota temática em torno da arquitetura) ou a rota da arte das

¹³ <http://www.gecad.isep.ipp.pt/GECAD/Pages/Presentation/Home.aspx>

cavernas (rota temática sobre arte pré-histórica) estão focadas principalmente num único tema;

- **Território:** Em função deste critério, as rotas culturais podem ser classificadas como locais, regionais, nacionais ou transnacionais. Um exemplo de rotas culturais locais é a Rota de Pedra Seca em Maiorca, Espanha); exemplo de rota cultural regional: a rota do Românico, em Portugal; exemplo de rota nacional: a Vía de Plata, em Espanha); exemplo de rota cultural transnacional: o Caminho de Santiago, em Portugal e Espanha);
- **Raízes históricas:** Por exemplo, no caso do Caminho de Santiago há uma evidência histórica do seu uso, tal como “the European route of thermal heritage and thermal towns, the Routes of the Olive Tree and the Transromanica network: itineraries of Romanesque art in Europe are examples of routes resulting from an association with a strong historic basis that have been redesigned in the present” (OMT, 2015: 41);
- **Infraestruturas para os visitantes:** Este critério tem por base o número e tipo de noites de dormidas necessárias para as realizar.

Neste contexto, utilizando os critérios anteriores para classificar as rotas literárias desenhadas na região norte de Portugal, poderíamos argumentar que são rotas temáticas, territoriais e principalmente lineares, realizando dois objetivos principais. Por um lado, visam promover o desenvolvimento local e regional, tirando o máximo partido do recente impulso turístico do Porto, a capital do Norte de Portugal, e incentivando os turistas a descobrirem outros atrativos. Por outro lado, aumentar a quantidade e a qualidade dos produtos de turismo literário oferecidos pelos municípios locais ou por agentes económicos privados.

4.2. Desenho de rotas literárias: tipologias e metodologia

Rotas, itinerários ou circuitos são formas de organização dos destinos turísticos, adaptados comercialmente para melhor responder às necessidades e procura do mercado. As pesquisas sobre turismo literário identificaram dois tipos principais de lugares literários: lugares reais relacionados com a vida e/ou usados na obra dos escritores - locais de nascimento, sepulturas, lugares visitados etc. - e lugares imaginários associados a obras de escritores. Os festivais literários e turismo de biblioteca são igualmente eventos de turismo literário muito em voga (Hoppen *et al.*, 2014: 44).

Segundo Luís Mota Figueira (2013) conceber e propor rotas envolve quatro orientações principais: (1) definição do tema (identidade da rota); (2) definição de POI; (3) levantamento de ativos relevantes; e finalmente (4) programar a apresentação e interpretação da rota (gerir uma rota).

Para definirmos rotas literárias no âmbito do projeto *TheRoute*, tivemos como ponto de partida a proposta metodológica de Ucella (2013: 87-102) que distingue as seguintes fases:

(1) Conhecimento e observação do território: Primeiros contactos com os lugares literários, do ponto de vista geográfico, para reconhecer o meio e identificar possíveis POI;

(2) Pesquisa bibliográfica e recolha de materiais necessários (textos literários, objetos, guias, obras musicais, textos audiovisuais, etc.) que possam ajudar na definição e estruturação da rota;

(3) Contactos com autoridades (autoridades locais, gestores culturais, pessoal administrativo, etc.) ou até, se possível, familiares que conheçam bem os autores, o património literário e cultural;

(4) Primeira leitura rápida de todos os textos e escolha dos critérios a serem aplicados no desenho do percurso literário, bem como definição da tipologia da rota (biográfica, paisagem literária ou genérica);

(5) Segunda leitura mais aprofundada e escolha dos textos associados a cada ponto de interesse que constitui a rota. Os textos podem ser do próprio autor ou de outros, mas devem ser referentes ao autor ou à sua obra. Os textos podem descrever os lugares literários ou associar-se a personagens literárias ou à biografia do autor.

(6) Preparação da cartografia da rota, que consiste em mapear os vários POI que constituem a rota literária;

(7) Criação de conectores textuais que constituem a narrativa que articula a rota; os conectores podem ser descritivos, biográficos, históricos, anedóticos, etc.;

(8) Revisão e teste para verificar a validade da rota. Nesta fase, comprova-se a validade do itinerário proposto;

(9) Redação final dos textos e documentos que formam a base para o roteiro literário.

Alguns dos escritores mais famosos de Portugal nasceram, viveram ou visitaram o Porto ou o Norte do país, tais como Almeida Garrett, Camilo Castelo Branco, Arnaldo Gama, Júlio Dinis, António Nobre, Antero de Quental, Guilherme Braga, Sampaio Bruno, Soares de Passos, Oliveira Martins, Ramalho Ortigão, Eça de Queirós, Guerra Junqueiro, Raúl Brandão, Sophia de Mello Breyner ou Agustina Bessa-Luís, para citar apenas alguns. O Porto tem também uma das mais belas livrarias do mundo – a Lello & Irmão - frequentada por JK Rowling, autora da série Harry Potter, quando ensinou inglês no Porto e que revelou ter sido uma inspiração para a sua escrita, bem como o emblemático café Majestic.

Apesar destes recursos literários relevantes, o Porto e os municípios locais do Norte de Portugal e o setor turístico privado ainda precisam investir num inventário de Rotas Literárias. O projeto *TheRoute - Tourism and Heritage Routes including Ambient Intelligence with Visitors' Profile Adaptation and Context Awareness* tenta responder a essas questões, propondo rotas literárias para os seguintes autores: Camilo Castelo Branco, Guerra Junqueiro, José Saramago, Eça de Queirós, Aquilino Ribeiro, Domingos Monteiro, José Régio, Luísa Dacosta, Miguel Torga, Sophia de Melo Breyner, Raúl Brandão, Agustina Bessa Luís, Mário Cláudio, Ramalho Ortigão, Trindade Coelho, Júlio Dinis, Teixeira de Pascoaes e Eugénio de Andrade. Outras rotas literárias temáticas já estão a ser preparadas, como a Rota da Casa dos Escritores, a Rota dos Festivais Literários e a Rota dos Militares Ingleses no Porto do século XIX.

4.3. Rotas literárias e tecnologia

A Web 2.0 revolucionou completamente o setor de turismo e a hotelaria. Os viajantes pesquisam os destinos *on-line*, decidem para onde ou como viajar usando *blogs* de viagens ou vídeos de viagens, reservam viagens, hotéis, excursões e fazem reservas de carros ou restaurantes usando *smartphones*, *tablets* ou *laptops* e, finalmente, partilham as suas experiências *on-line*, usando as redes sociais. Em 2011, o centro de informações e recursos do Google para profissionais de marketing, *Think with Google*, resumiu essas cinco fases da viagem - sonhar, planejar, reservar, experienciar e partilhar - tudo feito *on-line*.

Além disso, os dispositivos móveis, especialmente os *smartphones*, estão em constante evolução, incluindo uma grande variedade de aplicações e acesso à internet. Como Dickinson *et al.* (2014: 84) explicam “The smartphone’s ubiquitous capability to link people to remote information repositories, exchanging location-based data and social information, has rapidly made it a powerful tool for tourists. *Smartphones* are therefore an inevitable partner for tourism and the tourism context has become a fertile ground for mobile computing.”.

Estudos mostram que, em 2017, 73,9% dos portugueses que possuíam um telefone usavam um *smartphone*. Essa percentagem corresponde a 6,8 milhões de pessoas. Num contexto em que os equipamentos de comunicação e a internet estão a tornar-se amplamente disponíveis, o papel das aplicações móveis para viagens é cada vez mais relevante, especialmente durante a fase de experiência, em que os turistas já não estão isolados das fontes de informação e limitados a guias ou mapas impressos.

Quando um turista chega a um novo local (país, cidade ou região), ele certamente apreciaria ter uma ferramenta simples que o ajudasse a planejar a sua estadia, de acordo com seus objetivos, preferências, interesses, orçamento e tempo disponível. Normalmente, o turista tem à sua disposição guias turísticos que fornecem informações e sugestões de visitas padrão que geralmente não correspondem exatamente às suas preferências. Nem uma solução nem outra contemplam um nível de customização adequado ao perfil do visitante. O projeto *TheRoute* propõe e desenvolve uma aplicação móvel e um sistema de apoio ao planeamento turístico, sugerindo rotas personalizadas. O objetivo deste projeto é apoiar os turistas na organização de visitas customizadas, permitindo-lhes tornar a sua estadia mais agradável. A investigação centra-se no apoio à conceção de rotas turísticas, de acordo com o perfil do turista (interesses, valores pessoais, desejos, limitações físicas, etc.) combinando os produtos turísticos mais adequados (locais de interesse, eventos, restaurantes, etc.) com os transportes disponíveis. Para o desenvolvimento do sistema proposto, é necessário abordar eficientemente o problema central do processo de planeamento de rotas. Para isso, será definido um modelo de otimização que represente adequadamente o problema descrito e desenvolva algoritmos heurísticos que lidem com o problema de forma eficaz.

Com base nos métodos discutidos anteriormente, o grupo de pesquisa de engenharia liderado pelo grupo de pesquisa do ISEP, GECAD, criará e promoverá uma aplicação móvel para diferentes plataformas, *desktop*, *notebook*, *tablet* ou *smartphone*.

Para esse efeito, foi criado um documento Excel, que reúne as seguintes informações numa base de dados que será posteriormente incluída na aplicação móvel. Para cada POI,

foram recolhidos dados básicos, como nome, descrição, endereço, latitude, longitude, altitude, número de telefone, contacto de *e-mail*, página do site, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, horário de abertura e fecho, preços, visitas guiadas. O ficheiro Excel também discrimina em percentagens a modalidade turística a que esse POI corresponde (cultura, literatura, religião, história, entretenimento, negócios, comércio, natureza, *fitness*, desporto, tendências), os horários, os transportes e as restrições de acessibilidade como a idade, a mobilidade, gravidez, condição cardiovascular, epilepsia, deficiência visual, limitações de altura / peso, etc.

O objetivo desta aplicação móvel é sugerir rotas que se ajustem ao perfil do visitante, determinado por um pequeno questionário, incluindo aspetos como emoção, humor e personalidade. Sendo uma tecnologia inteligente, a aplicação móvel é sensível ao contexto, levando em conta as condições meteorológicas, questões de segurança, a mobilidade entre POI e duração da rota, restrições inerentes (acessibilidade, horários) e questões relacionadas com a saúde e bem-estar.

5. Conclusões

O turismo literário, um nicho de turismo cultural e patrimonial, está rapidamente a transformar-se numa nova tendência turística, apoiada por um novo perfil de turista que valoriza a experiências em detrimento do turismo globalizado e dos pacotes turísticos massificados, privilegiando:

[...] relaxation, discovery, enjoyment, and knowledge. These new tourists have a higher level of environmental and cultural awareness, which means that, as a result of the generalisation of ICTs and social networks, they are more demanding, more able to influence, and have their say on the products that they consume. Some of the key outcomes derived directly from these new changes complemented and brought about by ICTs and new trends in tourism are service improvement, client interaction, and product comparison based on critical reviews (OMT, 2015: 34).

Obviamente, nem todos os lugares literários têm potencial para se tornar num produto comercializável e atrair turistas. Hoppen *et al.* (2014) corroboram Herbert (2001), argumentando que um lugar literário tem qualidades excecionais quando os turistas são atraídos para sítios relacionados com os escritores, a sua vida, a localização das suas narrativas, etc., e também qualidades gerais que podem ser usadas para promover sua atratividade. Isso acontece quando os locais literários estão localizados em paisagens privilegiadas, oferecem uma ampla gama de equipamentos turísticos, se tornam pontos de paragem obrigatória ao longo de um itinerário turístico mais geral, ou estão localizados perto de outros recursos culturais, como uma catedral, uma igreja, um palácio ou um jardim (Hoppen *et al.*, 2014: 43).

A criação de passeios literários pode tornar-se uma ferramenta poderosa para valorizar lugares e melhorar as qualidades dos lugares literários, oferecendo uma interpretação e uma narrativa de um lugar, ou, como afirmam Andersen e Robinson (2002: 22), criando um produto turístico mais poderoso, não apenas em termos promocionais, mas num sentido

intelectual mais amplo. Além disso, o turismo literário também pode ser uma estratégia pedagógica interessante para incentivar a leitura e a promoção da literatura e de autores portugueses entre estudantes e turistas, locais e estrangeiros.

Such development represents an immense opportunity for destinations to foster economic growth, inclusive social development and heritage preservation. Many benefits are tagged to cultural tourism; it creates job employment opportunities, generates income for investment, represses rural migration, preserves heritage, develops cultural understanding and nurtures the sense of pride and self-esteem among host communities. However, it is of utmost importance to safeguard the very cultural tourism through a sustainable, cross-border and multi-stakeholder approach. Culture and tourism must be mutually supportive of each other to make the relationship sustainable. In order to nurture this relationship, full cooperation of the public and private sector, working side by side with local communities should be developed (OMT, 2015:13).

O projeto *TheRoute*, um sistema de comunicação multimodal baseado em *ambient intelligence e context awareness*, pretende propor uma grande variedade de itinerários, modelando os POI ao perfil do visitante. O sistema recolhe informações sobre os perfis dos turistas, permitindo a criação de tipos de perfis com interesses e características específicas, possibilitando a reutilização dessas características após o *login* de um novo usuário. O sistema também armazena a história associada a cada um dos turistas, o que leva à obtenção de conhecimento acumulado sobre cada perfil pessoal. Este conhecimento, conjuntamente com os estereótipos identificados, cria um mecanismo que determina os interesses genéricos e específicos do turista. Com base neste conhecimento e grupos de perfil, é possível personalizar as recomendações de itinerário e, no final da experiência turística, avaliá-la através de narrativas digitais.

O turismo sustentável implica uma estratégia para promover e salvaguardar o património cultural e literário tangível e intangível. O projeto *TheRoute* representa simultaneamente uma oportunidade e um desafio. A oportunidade de desenvolver itinerários culturais e literários no Norte de Portugal, com benefícios socioeconómicos a nível regional, através da consciencialização para a existência de um património cultural comum e do envolvimento das comunidades locais na proteção deste património. Representa também o desafio de desenvolver um turismo sustentável, ajudando o emprego, o crescimento económico, a redução da pobreza, a proteção ambiental (Cardia, 2018) e a preservação da autenticidade cultural e patrimonial.

Referências

- Andersen, H. C. & Robinson, M. (2002). *Literature and tourism: Essays in the reading and writing of tourism*. Londres: Continuum
- Aragon, L. (1992). *J'abats mon jeu*. Paris: Mercure de France.
- Azevedo, E. & Braga, Z. (1994). *Itinerários Literários. Viajando pela cultura portuguesa*. Rio Tinto: Edições ASA.
- Baleiro, R. & Quinteiro, S. (2017). *Construção de um passeio literário: Cândido Guerreiro e a aldeia de Alte*. Loulé: Câmara Municipal de Loulé.

- Baleiro, R. & Quinteiro, S. (2018). *Key concepts in literature and tourism studies*. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Centro de Estudos Comparatistas.
- Baleiro, R., Quinteiro, S. & Santos, I. (Eds.) (2016). *Literatura e turismo: Viagens, relatos e itinerários*. Faro: Universidade do Algarve.
- Busby, G. & Shetliffe, E. (2013). Literary tourism in context: Byron and Newstead Abbey. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(3), 5-45.
- Butler, R. (1986). Literature as an influence in shaping the image of tourist destinations: A review and case study. In J. Marsh (Ed.), *Canadian studies of parks, recreation and foreign lands* (pp. 111-132). Peterborough: Department of Geography, Trent University.
- Cardia, G. (2018). Routes and itineraries as a means of contribution to sustainable tourism. In V. Katsoni & K. Verlander (Eds.), *Innovative approaches to tourism and leisure* (pp. 17-33). London: Springer Proceedings in Business and Economics.
- Conselho da Europa (2013). Resolution CM/Res(2013)66 confirming the establishment of the Enlarged Partial Agreement on Cultural Routes (EPA). Disponível em https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805c69ac
- Dickinson, J. E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N. & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: Capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current Issues in Tourism*, 17(1), 84-101. DOI: [10.1080/13683500.2012.718323](https://doi.org/10.1080/13683500.2012.718323)
- Figueira, L. C. (2013). *Manual para a elaboração de roteiros de turismo cultural*. Tomar: Instituto Politécnico de Tomar.
- Hendrix, H. (2009). From early modern to romantic literary tourism: A diachronical perspective. In N. Watson (2009). *Literary tourism and nineteenth-century culture* (pp. 13-24). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 312-333. DOI: [10.1016/S0160-7383\(00\)00048-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00048-7)
- Hoppen, A., Brown, L. & Fyall, A. (2014). Literary tourism: Opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(1), 37-47. DOI: [10.1016/j.jdmm.2013.12.009](https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.12.009)
- Magadán Díaz, M. & Rivas García, J. (2012). *Turismo literario*. Oviedo: Septem.
- Montenegro, M., Costa, J., Rodrigues, D. & Gomes, J. (2014). The image of Portugal as a tourist destination: An international perspective. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(5), 397-412. DOI: [10.1108/WHATT-09-2014-0022](https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2014-0022)
- Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas (OMT) (2019). *International Tourism Highlights*. Madrid: OMT. Disponível em <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas (OMT) (2015). *Global report on cultural routes and itineraries*. (Volume 12). Madrid: OMT. Disponível em http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global_report_cultural_routes_itineraries_v13.compressed_o.pdf
- Palacios, J. A. (2013). *Embarquen por la biblioteca: Una aproximación a los viajes literarios*. Gijón: Trea.
- Quinteiro, S. & Baleiro, R. (Orgs.) (2014). *Lit&Tour: Ensaíos sobre literatura e turismo*. Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus.
- Quinteiro, S. & Baleiro, R. (2017). *Estudos em literatura e turismo: Conceitos fundamentais*. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Centro de Estudos Comparatistas.
- Quinteiro, S., Baleiro, R. & Santos, I.D. (2016). *Literatura e turismo: Turistas, viajantes e lugares literários*. Faro: Universidade do Algarve.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. DOI: [10.1016/j.annals.2011.07.008](https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008)
- Ucella, F. R. (2013). *Manual de patrimonio literario: Espacios, casas-museo y rutas*. Gijón: Trea.
- Watson, N. (2006). *The Literary tourist: Readers and places in Romantic and Victorian Britain*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Watson, N. (2009). *Literary tourism and nineteenth-century culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

SARA CERQUEIRA PASCOAL é Professora Adjunta do ISCAP desde 1997. É doutorada em Línguas e Literaturas Românicas, Mestre em Cultura Portuguesa e Licenciada em Línguas e Literaturas Modernas (Português/Francês). Membro do Conselho Científico do Centro de Estudos Interculturais e Investigadora Integrada no Instituto de Estudos de Literatura e Tradição da Universidade Nova de Lisboa. Colabora com o projeto LITESCAPE.PT - Atlas das paisagens Literárias de Portugal Continental e no projeto TheRoute. Os seus interesses de investigação incluem a Tradução e Interpretação, a Retórica Visual, a Semiótica, a Comunicação Intercultural e a Cultura Portuguesa. Endereço institucional: Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP), Rua Jaime Lopes Amorim, s/n, 4465-004 S. Mamede de Infesta, Portugal.

Submetido em 17 janeiro 2019

Aceite em 9 abril 2019