

## Organização e Comunicação Pública da Marca Património Mundial da UNESCO

Organization and Public Communication of the UNESCO World Heritage Brand

Artur Santos\*

### RESUMO

Este artigo visa dar a conhecer a Convenção para o Património Mundial da UNESCO, assinada em 1972, e a missão da classificação do título de Património da Humanidade, o contexto histórico da UNESCO e do Comité responsável pela Lista do Património Mundial e a criação da marca.

Pretende-se perceber ainda a organização institucional bem como toda a orgânica que preside à candidatura de um bem cultural edificado a incluir na Lista do Património Mundial da UNESCO, no sentido de ajudar organismos autárquicos ou culturais numa possível candidatura.

Este artigo destaca importância da execução de estratégias de comunicação pública que visem criar uma candidatura forte ao Comité para o Património Mundial e para a divulgação turística do património cultural e universal enquanto marca.

A metodologia desenvolvida visou a pesquisa bibliográfica e pesquisa documental das publicações, artigos e páginas online existentes sobre o assunto, tanto publicada como online, num universo de 19 fontes bibliográficas devidamente referenciadas, assim como pesquisa participante, isto é, obtenção de dados diretos enquanto consultor da UNESCO para o Património Mundial.

**Palavras-Chave:** UNESCO, Património Mundial, Comunicação Pública, Marca

\* Investigador da Universidade de Vigo. Consultor da UNESCO para o Património Mundial. E-Mail: artursantosdocente@gmail.com

## **ABSTRACT**

This article aims to publicize the Convention on the UNESCO World Heritage, signed in 1972, and the classification of the title of World Heritage mission, the historical context of UNESCO and the Committee responsible for the World Heritage List and the creation of the brand.

It also aims to realize the institutional organization and all organic chairing the application of a cultural site to be included in the UNESCO World Heritage List, in helping municipal or cultural bodies in a possible candidacy.

This article highlights the importance of implementation of public communication strategies aimed at creating a strong application to the Committee for the World Heritage Site and tourist promotion of cultural and universal heritage as a brand.

The methodology aimed the research of literature and documentary publications, articles and existing online pages on the subject, both published and online, in an amount of 19 fully referenced literature sources, as well as participatory research, obtained data directly as a consultant of UNESCO for World Heritage.

**Keywords:** UNESCO, World Heritage, Public Communication, Branding

**Received on:** 2014.04.2

**Approved on:** 2014.05.19

Evaluated by a double blind review system

## **1. INTRODUÇÃO**

Os jardins de Kahore, as mesquitas do Cairo, a Catedral de Amiens e os hipogeus de Malta eram monumentos sumptuosos, raros, estranhos. Por vezes mostravam-se sensíveis ao esplendor de uma montanha, de um grande rio e até de uma selva povoada de chegavam a admitir que estes elementos pudessem fazer o orgulho de um povo e testemunhar a nobreza da sua história ou que estes acidentes geográficos pudessem simbolizar uma nação, as suas aventuras e suas desventuras. Mas não lhes teria ocorrido a ideia de que isso tivesse um *valor universal*” (UNESCO, 1992).

Com efeito, e pensando na importância vital de se estudar sobre esta problemática que é a preservação do património universal edificado, pretende-se, por intermédio deste trabalho, abordar as estratégias de comunicação relacionadas com os processos complexos de organização da candidatura, selecção, eleição e promoção, através de estratégias de comunicação pública, enquanto *brand* do título de “Património Mundial” no âmbito da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura), dividido em três pólos: pólo um: a preservação do património cultural material; pólo dois: preservação do património natural paisagístico, da fauna e da flora; pólo três: preservação do património imaterial ou intangível.

Neste trabalho aborda-se tão-somente as questões relacionadas como primeiro pólo, a preservação do património cultural edificado,

## **2. ORGANIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO MUNDIAL**

### **2.1 A Convenção do Património Mundial**

De acordo com os registos históricos da UNESCO, a ideia de criar uma organização internacional que “batalhasse” pela preservação do património cultural bem como o património natural, surgiu no final da Primeira Guerra Mundial, por altura da criação da Sociedade das Nações. Apesar da vontade de vários estados-membros dessa extinta organização se sentirem sensibilizados para a criação de um organismo que tutelasse a preservação do património histórico-cultural universal, essa ideia não vingou, caindo lentamente no esquecimento.

Refira-se que antes mesmo da criação deste organismo, já a Santa Sé havia criado desde o séc. XVI um organismo sob a tutela direta do Vaticano para a protecção e preservação

do património cultural edificado da Igreja como “legado da fé para as gerações que hão-de vir” (Aurélio, 2002), bem como na actualidade “suscitar e apoiar nas dioceses a existência de um corpo de formadores e aferir, segundo critérios técnicos correctos, a acção de defesa e conservação do património cultural da igreja” (Aurélio, 2002).

O acontecimento que despertou o interesse internacional por esta problemática foi, afirma a UNESCO (2005) “a decisão de construir a barragem de Aswan, no Egipto, o qual inundaria o vale que contém os templos de Abu Simbel, um tesouro da antiga civilização egípcia. Em 1959, após um apelo dos governos do Egipto e do Sudão, a UNESCO decidiu lançar uma campanha internacional de protecção. A pesquisa arqueológica nas áreas a serem inundadas foi acelerada. Sobretudo os templos de Abu Simbel e de Philae foram desmontados, movidos para terra seca e remontados”.

Esta campanha custou, segundo os mesmos registos, 80 milhões de dólares americanos, com metade desta quantia a ser doada por cerca de 50 países.

O sucesso desta iniciativa levou a novas campanhas em Veneza (Itália), Moenjodaro (Paquistão) e Borobodur (Indonésia), entre outras.

Com a ajuda do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS), a UNESCO leva a cabo tentativas para a criação de uma convenção que tutelasse, a nível mundial, as matérias relacionadas com a preservação do património cultural e o património natural universal.

Assim, foi em 1972 que a Organização das Nações Unidas, no âmbito da UNESCO, criou a “*Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*”, Convenção elaborada com o intuito de, citando a UNESCO (2005) “garantir, quanto possível, a adequada identificação, protecção, conservação e apresentação do património insubstituível do Mundo”.

Objectivo colossal na tentativa de preservar um património que está, afirma a UNESCO “entre as possessões mais preciosas e insubstituíveis, não só de cada nação, mas também da humanidade como um todo”, já que declara esta organização das Nações Unidas “a perda por deterioração ou desaparecimento destas mesmas preciosas possessões constitui um empobrecimento da herança das pessoas de todo o mundo” (UNESCO, 2005).

Contendo 38 artigos distribuídos por cerca de 15 páginas, este documento visa sobretudo gravar as resoluções emanadas da septuagésima sessão da Conferência Geral da UNESCO, ocorrida em Paris a 16 de Novembro de 1972. Desta reunião surgiu a “carta de princípios”, por assim dizer, do que viriam a ser os principais objectivos e alíneas relativas à preservação do património mundial.

Assinada a 23 de Novembro, este documento entrou em vigor normativo a 17 de Dezembro de 1975.

Atenta às rápidas mudanças geoestratégicas e sociais a ocorrerem em plena guerra fria, a UNESCO vê-se na obrigação de fazer algo em defesa do património histórico-cultural, em perigo por diversos factores como a guerra, a simples deterioração, etc.

Como transcrito no documento da UNESCO (2005) “Observando que o património cultural e o património natural estão ameaçados cada vez mais com a destruição não somente pelas causas tradicionais da deterioração, mas também mudando as circunstâncias sociais e económicas que agravam a situação de uma forma ainda mais acentuada de danos ou destruição”, os vários Estados-membros com assento na Conferência Geral da UNESCO acordaram para a realidade dura do desaparecimento gradual do património cultural edificado em certas partes do mundo, fazendo cair no esquecimento monumentos que em algum episódio da História foram importantes para o desenrolar dos acontecimentos.

Assim desta forma se concebeu a forma legal de se proteger esse mesmo património, o que no futuro, até chegar aos nossos dias se perfilará como extraordinário, de tal forma que actualmente existe uma extensa lista de património protegido sobre a égide desta convenção, cobrindo todo o mundo, os cinco continentes e quase todos os Estados. O país que ostenta em alguns dos seus monumentos o selo de “património mundial” garante o seu lugar na história, com claros benefícios: automaticamente a protecção desses mesmos monumentos; beneficiam de ajudas financeiras provenientes do “*World Heritage Fund*” (Fundo para o Património Mundial”. Fundo monetário recolhido pela UNESCO aos vários estados-membros desta organização internacional, e que serve sobretudo para financiar a restauração e a preservação dos monumentos classificados como sendo Património Mundial).

Para a restauração e manutenção desses mesmos monumentos; ver o seu património

histórico valorizado internacionalmente com claros benefícios para vários sectores da sociedade: primeiro, no que se relaciona com ponto de vista da herança cultural e dos marcos edificados que fazem todo o retrato da história do país a deixar às gerações vindouras para que estas se sintam sensibilizadas a perpetuarem a memória da nação; no contexto académico, já que a preservação desse património incentivará investigadores e estudiosos a aprofundarem os seus conhecimentos acerca deste ou aquele facto relacionado com o património edificado, a nível arquitectónico, arqueológico, antropológico, sociológico e religioso; a indústria nacional do turismo, com repercussões económicas muito positiva; ao nível das infra-estruturas do local em que se insere o património classificado, com a construção de hotéis e demais infra-estruturas ligadas à hotelaria (restaurantes, lojas de “*souvenirs*”, bom como a construção de equipamentos museológicos e de propaganda cultural institucionalizada como museus temáticos, centros de turismo e de informação ao visitante; a indústria publicitária tem aqui a sua quota-parte de aproveitamento e de responsabilidade, ao ser criada propaganda criativa no sentido de atrair um número cada vez maior de visitantes aos lugares classificados; o universo literário sai beneficiado já que será necessário publicar bibliografia intimamente ligada ao património classificado, assim como os estudos científicos, obras fotográficas e mesmo obras poéticas, como por exemplo o são a obra “O Sentimento do Porto” (Saraiva, 2000) e o Livro “História do Porto”(Ramos, 2000).

No que diz respeito à evolução da Convenção, a mais importante década da sua evolução foi a de 1990, com o estabelecimento do Centro do Património Mundial na sede da UNESCO em Paris, em Janeiro de 1992. Foi também nesta década que se inscreveu na Lista do Património Mundial a grande maioria do património hoje classificado e que actualmente são cerca 788 o número de lugares classificados: 611 relativos ao património cultural, 154 relacionado com património natural e 23 são património híbrido cultural e natural (UNESCO, 2005).

## **2.2 A Convenção - Missão do Título de Património Mundial**

A missão da distinção de “Património Mundial” é, de acordo com as normas tuteladas pela UNESCO (2000): “encorajar os países a assinar a Convenção de 1972 e a assegurar a protecção do seu património nacional e cultural; encorajar os Estados-membros da Convenção a nomear lugares a incluir na Lista do Património Mundial; encorajar os Estados- membros a organizar sistemas de relatório do estado de conservação dos

lugares classificados de Património Mundial; auxiliar os Estados-membros a salvaguardar os lugares Património Mundial fornecendo apoio técnico e profissional; proporcionar assistência de emergência para lugares Património Mundial em perigo imediato; apoiar as actividades de consciencialização para a conservação do Património Mundial levadas a cabo pelos Estados-membros; encorajar a cooperação internacional para a conservação do património cultural e natural”.

### **2.3 A Convenção - Definição de Património Cultural**

De acordo com a “Convenção Relativa à Protecção Universal do Património Cultural e Natural”, que, como referido, entrou em vigor a 16 de Novembro de 1972, é considerado património cultural “Monumentos: trabalhos arquitectónicos, trabalhos de escultura e de pintura monumental, elementos ou estruturas de uma natureza arqueológica, inscrições, habitações de caverna e combinações das características, qual seja do valor universal proeminente do ponto de vista da história, arte ou ciência; grupos de edifícios: grupos dos edifícios separados ou conectados que, por causa da sua arquitectura, sua homogeneidade ou seu lugar na paisagem, tenham valor universal proeminente do ponto de vista da história, arte ou ciência; locais: trabalhos do Homem ou os trabalhos combinados da natureza e do Homem, e áreas incluindo locais arqueológicos que são do valor universal proeminente na ponte de vista da história, estética, etnológica ou antropológica” (UNESCO, 1972).

De uma forma simples poderão ser considerados património mundial monumentos como igrejas (por exemplo a Igreja da Sagrada Família, em Barcelona), habitações que estejam relacionadas com figuras históricas (a casa de William Shakespeare, em Londres), habitações em cavernas ou esculpidas na montanha (a cidade inca de Macchu Pichu, no Peru), pinturas (os frescos da Capela Cistina, em Roma), etc. Estas e outras referências, bem como todos os monumentos já catalogados como Património Mundial estão inseridos na “*World Heritage List*”, perfazendo 983 monumentos classificados até à data.

### **2.4 A organização institucional**

São várias as organizações que tomam parte na organização da Lista do Património Mundial. Passando naturalmente pelos organismos competentes da UNESCO, os Estados-membros que assinaram a Convenção de 1972, organizações não-

governamentais, universidades, entidades privadas e outros grupos de interesse empenhados na proliferação deste título. Assim, fazem parte da orgânica institucional os seguintes departamentos e instituições: Estados-membros, Assembleia Geral, Comité para o Património Mundial, Centro do Património Mundial.

Atente-se à explicação exaustiva de cada um dos organismos:

**Os Estados-membros:** são considerados Estados-membros apenas os países que assinaram a “*Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*”. No seio desta convenção, cada Estado-membro está comprometido, como diz este documento (UNESCO, 1972) a “reconhecer que o dever de assegurar a identificação, protecção, conservação, apresentação e perpetuação para as futuras gerações do património cultural e natural (...) situado no seu território, pertence primariamente ao seu Estado e fará tudo o que está ao seu alcance para este fim”. Concordando em identificar e nomear lugares do seu território nacional para serem incluídos na Lista do Património Mundial, estes Estados devem apresentar detalhadamente as características dos lugares escolhidos e a forma como tenciona protegê-los, de forma periódica.

Os Estados-membros têm assento na Assembleia Geral.

**A Assembleia Geral:** Órgão criado no seguimento da Convenção de 1972, incluindo todos os Estados- membros que assinaram este mesmo documento. Inserida na sessão ordinária da Conferência Geral da UNESCO, a Assembleia Geral reúne uma vez em cada dois anos. Tem como principais responsabilidades eleger o Comité para Património Mundial, examinar as contas do Fundo para o Património Mundial e tem poder de decisão em grande parte de políticas de actividade relacionadas com o Património Mundial.

**Comité para o Património Mundial:** Esta organização foi criada no seguimento da aprovação da Convenção de 1972. O Comité para o Património Mundial, um organismo intergovernamental, é composto por 21 Estados-membros eleitos por seis anos pela Assembleia Geral. O Comité tem como principais responsabilidades a inscrição de sítios com base nas avaliações transmitidas por dois organismos consultivos: o Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios (ICOMOS) para os bens culturais e a União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN) para os sítios naturais.

Além disso, o Centro Internacional de Estudos para a Conservação e Restauro de Bens Culturais (ICCROM) emite parecer sobre o restauro dos monumentos e organiza sessões de formação para especialistas.

Aderindo à Convenção, os Estados-membros comprometem-se a assegurar a preservação dos sítios que estes próprios propuseram e foram inscritos na Lista do Património Mundial. O Comité do Património Mundial examina os relatórios sobre o estado de conservação dos sítios já inscritos e solicita aos Estados-membros que tomem medidas quando os mesmos não são geridos correctamente. Os Estados em questão devem também adoptar medidas legislativas e regulamentares destinadas a proteger os seus sítios.

É também o Comité do Património Mundial que atribui as subvenções do Fundo do Património Mundial.

**Centro do Património Mundial:** Estabelecido em 1992, o Centro do Património Mundial é o ponto fulcral de toda a organização relacionada com a atribuição do título de Património Mundial. Este Centro é o organismo coordenador, no âmbito da UNESCO para todas as questões relacionadas com o Património Mundial. Assegurando a gestão diária da Convenção, o Centro organiza as sessões anuais do Comité para o Património Mundial, fornece aconselhamento aos Estados-membros na preparação de nomeações de novos lugares Património Mundial, organiza a assistência internacional a partir do Fundo para o Património Mundial caso seja solicitado, e coordena os relatórios do estado de preservação dos lugares classificados ou em vias de serem dos locais e acções de emergência empreendida quando um local é ameaçado. O centro organiza também seminários técnicos e oficinas, actualiza a Lista do Património Mundial e a sua base de dados, desenvolve materiais de ensino com o propósito de consciencializar os mais jovens da necessidade para a preservação do Património Mundial e mantém o restante Público informado das matérias relacionadas com Património Mundial. Entre muitos outros o Centro do Património Mundial criou um pacote didáctico para os professores, intitulado “O Património Mundial em Mãos Jovens”, publicado em vários idiomas, posto à prova em 120 países para ser adaptado às necessidades de cada um dos países. O Centro do Património Mundial produziu, em 1999, dois documentários com a duração de 14 minutos: “Património Mundial: Nosso para ser apreciado, nosso para ser protegido” acerca do processo de conservação do

Património Mundial e “O Património Mundial na Mão dos Jovens” acerca do projecto sobre o Património Mundial para os jovens.

Coopera também com grupos nestes temas, laborando matérias relacionadas com o conservação, grupos esses do espaço da UNESCO, nomeadamente a Divisão do Património Cultural e o Sector Científico. Fora da égide da UNESCO, mas também intimamente relacionadas, o Centro do Património Mundial colabora ainda com os organismos consultivos – ICOMOS, IUCN, ICCROM – e outras organizações como a *Organization of World Heritage Cities* (OWHC) e o *International Council of Museums* (ICOM).

**Outras Instituições:** Outras instituições, já enunciadas anteriormente, desempenham um papel essencial para o desenrolar da organização especificamente a ver com a atribuição do título de Património. Torna-se assim essencial, no sentido de impor a este meu trabalho um cunho mais completo, abordar de forma mais específica, cada um deste organismos, dois deles pertencentes à alçada da UNESCO, os outros, não fazendo parte, acabam por orbitar de uma forma ou de outra em volta desta organização pertencente às Nações Unidas:

- Divisão do Património Cultural: englobado no universo da UNESCO, é responsável pela criação e organização de campanhas internacionais, algumas delas também respeitantes ao Património Mundial. Leva a cabo também projectos em cooperação com os demais organismos citados neste trabalho.

- Sector Científico: instituição pertencente à UNESCO, encerra no meio a “*Division of Ecological Sciences*”, a “*Division of Earth Sciences*” e por fim o “*Bureau for Coordination of Environmental Programmes*”.

Estas organizações cooperam habitualmente com o Centro do Património Mundial e a União Internacional para a Conservação da Natureza (IUCN) na execução de projectos, nomeadamente em lugares rotulados pela UNESCO como reservas bio-esféricas.

- ICCROM: Sigla para “*International Centre for Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property*”. Fundado em Nova Deli, em 1956 e sediado em Roma desde 1959 este organismo intergovernamental dedica-se a prestar “aconselhamento especializado de como conservar os lugares classificados, bem como

cursos em técnicas de restauro” (UNESCO, 2000).

- ICOMOS: sigla para “*International Council on Monuments and Sites*”. De acordo com o site desta instituição, o ICOMOS “é uma associação civil, não-governamental, com sede em Paris. É ligado à UNESCO, onde propõe os bens que receberão classificação de Património Cultural da Humanidade. O ICOMOS foi criado em 1964, durante o II Congresso Internacional de Arquitectos, em Veneza, ocasião em que foi escrita a declaração internacional de princípios norteadores de todas as acções de restauro” (ICOMOS, 2005). É um dos mais importantes parceiros da Rede de Informação do Património Mundial, já que é este organismo que providencia ao Comité para o Património Mundial as suas avaliações sobre as propriedades culturais de um monumento a ser inscrito na Lista do Património Mundial.

- IUCN: sigla para “*International Union for Conservation of Nature and Natural Resources*”, esta instituição, fundada em 1948, e vulgarmente intitulada como “World Conservation Union”, É uma organização não-governamental, que, no que diz respeito ao Património Mundial, orienta o Comité para o Património Mundial na selecção de lugares considerados património natural. Com uma rede global de cientistas voluntários o IUCN vai mantendo o Comité informado do estado de conservação desse mesmo património classificado.

- ICOM: sigla para “*Internacional Council of Museums*”, é uma instituição que se dedica à promoção e desenvolvimento dos museus e da profissão de museólogo à escala mundial. Fundada em 1946 colabora com a UNESCO na preservação dos museus inscritos na Lista do Património Mundial.

- OWHC – sigla para “*World Heritage Cities Organization*”. Criada em 1993 com o intuito de dinamizar a Convenção do Património Mundial de 1972 e de concentrar no seu seio as cidade classificadas como Património Mundial pela UNESCO, colabora com a mesma no intercâmbio de saberes e experiências dos seus parceiros, oferecendo também apoios técnicos e financeiros. Tem a sua sede na cidade de Québec, Canadá.

- NWHO: sigla para “*Nordic World Heritage Office*”. Constituída em 1996, esta organização foi criada ao abrigo da cooperação entre a UNESCO e o Governo Norueguês para ser apenas um projecto-piloto com a duração de três anos. Muito recentemente (em Março de 2002), o governo deste país escandinavo fez da NWHO

uma fundação que tem como principais objectivos reforçar o trabalho relacionado com a Convenção do Património Mundial de 1972, bem como tomar parte activa nas actividades relacionadas com o Património Mundial nos países nórdicos.

## **2.5 O Fundo do Património Mundial**

“Um fundo para a protecção do Património Cultural e Natural de Extraordinário valor universal, intitulado “Fundo do Património Mundial”, será aqui estabelecido” (UNESCO, 1972). Foi desta forma que a Conferência Geral da UNESCO deliberou, em 16 de Novembro de 1972, ao ser assinado pelos Estados- membros presentes a Convenção que rege a orgânica do título de Património Mundial, a criação de um fundo que apoiasse o esforço desta organização na preservação do património cultural e natural universal.

A grande maioria das receitas do Fundo para o Património Mundial provém das contribuições obrigatórias (pagas de dois em dois anos) e voluntárias dos Estados- membros. As demais receitas resultam de contribuições dos Estados para fins específicos (preservação deste ou daquele património, pesquisa e num certo campo investigação, entre outros) bem como dos lucros obtidos pelas vendas de publicações relacionadas com o Património Mundial.

De acordo com as contas do Comité para o Património Mundial “o total das receitas de cada ano é de apenas 3.5 milhões de dólares americanos, uma soma modesta, considerando a magnitude da tarefa” (UNESCO, 2000). Cabe ao Comité para o Património Mundial administrar este fundo e à Assembleia Geral examinar as contas.

O Fundo do Património tem regras bastante específicas e pode apenas ser accionado em casos verdadeiramente importantes, como é a preservação do património em perigo, ou seja, monumentos ou lugares que constem da Lista do Património em perigo.

O Fundo é também utilizado para actividades relacionadas com a preparação de listas de candidatura, nomeações de propriedades, projectos de conservação, planos de organização e ainda assistência técnica, cooperação tecnológica e por fim actividades promocionais e pedagógicas.

## 2.6 Orgânica da Candidatura e Classificação do Património Mundial

Ressalvando o facto já indicado anteriormente, que é o de que este trabalho enuncia apenas os procedimentos relacionados com o património edificado, monumentos, centros históricos, entre outros intimamente ligados à perspectiva histórica e cultural e não na perspectiva da natureza.

Para que um monumento, um centro histórico possa obter o título de Património Mundial são necessários vários passos até que o Comité para o Património Mundial dê o seu aval para que o monumento ou lugar seja inscrito na Lista do Património Mundial.

“Cada Estado-membro desta Convenção deve, tanto quanto possível, submeter ao Comité para o Património Mundial um inventário de propriedades que façam parte do património cultural (...), situado no seu território, e que seja passível de ser incluído na Lista (do Património Mundial) ”, diz o art. 11.1 da Convenção (UNESCO, 1972).

O “inventário de propriedades” que este artigo da convenção se refere é vulgarmente conhecida como “*Tentative List*”, e como, o próprio nome indica, é uma lista que o Estado-membro organiza com o nome das propriedades que quer ver submetidas para inscrição na Lista do Património Mundial no próximos cinco a dez anos. Apesar desta data, esta lista pode ser sempre adaptada com novos locais. De apontar o facto importante de que em 1988 o Comité para o Património Mundial acordou que uma propriedade nunca será nomeada se não tiver anteriormente sido inscrita na “*Tentative List*” de um Estado-membro.

Nessa lista, devem constar todas as informações relativas a cada um dos lugares a submeter como o nome da propriedade, o nome da instituição responsável pela execução da “*Tentative List*”, a localização, em coordenadas, da propriedade a submeter, a descrição da propriedade, a justificação para a introdução da propriedade neste “inventário”, os critérios metodológicos que presidiram à inclusão da propriedade, e, por fim, a declaração de autenticidade e ou de integridade. Esta lista deve ser executada sempre com o auxílio de peritos nacionais, instituições parceiras que auxiliem o Estado-membro a construir de forma mais detalhada e cientificamente qualificada este “inventário”.

Depois de finalizado, o documento será então submetido ao Centro do Património

Mundial, para ser estudado pelo Comité para o Património Mundial em colaboração com o ICOMOS e o ICCROM, apreciando e fechando o processo de candidatura para em futuras assembleias-gerais da organização, no espaço de 10 anos possam obter ou não a eleição e inscrição do bem candidato a vigorar na lista de Património Mundial.

### **3. O PATRIMÓNIO MUNDIAL ENQUANTO MARCA**

No final do séc. XX até aos nossos dias a importância da classificação do património ganhou uma importância que atualmente a marca (a WHS brand) Património Mundial é já uma das mais importantes e mais rentáveis em todo o mundo, como defende Jason Ryan e Sari Salvanto:

“A designação *World Heritage Site* (WHS) tem evoluído ao longo do tempo a partir de um estatuto técnico destinadas exclusivamente a preservação para uma marca aclamada e respeitada que os países utilizam para atrair turistas do património, e esses turistas, por seu turno, confiam no momento da selecção do destino que vão visitar” (Ryan e Salvanto, 2009).

Tão importante como a promoção da marca, está o exercício necessário das relações públicas e da comunicação.

Como em qualquer actividade ou organização, as relações públicas tornam-se parte preponderante na execução de qualquer projecto que se mova no seio de um grupo ou sociedade. No sentido de emitir (passível ou não de filtragem) informações a essa sociedade, é necessário que se o faça com cuidado mas sobretudo com a dinâmica que se impõe quando se tem por objectivo passar uma mensagem que se deseja “banhar-se” de credibilidade.

Uma das premissas é cogitar se será esta “ferramenta da comunicação” (Urzaíz e Castillo, 1997) a melhor forma para persuadir uma população a aderir à “causa” do património. Fernández del Castillo acredita que sim e refere as instituições passíveis de utilizar esta técnica:

“Mientras bastante gente comprende lo que es la Publicidad, muy pocas personas son conscientes de que las Relaciones Públicas son una herramienta mucho más poderosa. El arte de persuadir a otros, especialmente se trata de masas, es hoy inevitable en cualquier organización sea esta comercial o institucional. Todos, absolutamente todos necesitamos

Relaciones Públicas. Pequeñas empresas y gigantescas multinacionales, municipios, organizaciones de caridad, funcionarios, políticos, abogados, médicos, los propios hombres de las Relaciones Públicas las necesitan. La necesidad de la técnica de las Relaciones Públicas se ha extendido a todos los rincones de la sociedad moderna.” (Urzaíz e Castillo, 1997).

Philip Kotler, especialista em marketing aponta também o papel fundamental do técnico de relações públicas no contexto da promoção da imagem corporativa de uma empresa, em detrimento até da propaganda:

“As relações públicas podem ter um forte impacto sobre a percepção do público, por um custo muito inferior ao da propaganda. A empresa não paga por espaço ou tempo nos média; paga para que uma equipa de relações públicas desenvolva e divulgue informações e gerencie eventos. Se a empresa desenvolve uma história interessante, essa história pode ser escolhida por vários médias diferentes, tendo o mesmo efeito que uma propaganda de milhões de dólares. E teria mais credibilidade do que a propaganda. Os resultados do trabalho de RP podem ser fantásticos” (Kotler, Philip, 1995).

Mas mesmo nas questões da preservação e divulgação do património, seja com o intuito de ver este classificado, seja por apenas alcançar lucros provenientes do turismo, são necessárias desenvolverem-se medidas que propiciem alcançar um largo espectro de possíveis “clientes”, na medida em que é necessário criarem-se estratégias de marketing que possibilitem atrair essa “clientela”. E essa estratégia cabe em grande parte às organizações públicas.

### **3.1 O Logotipo do Comité do Património Mundial**

Criado pela mão de Michel Olyff, o emblema do Património Mundial foi votado favoravelmente na segunda sessão do Comité para o Património Mundial, em 1978 como sendo o emblema oficial da Convenção, mas só em 1998 é que o Comité adoptou as “linhas mestras e os princípios para a utilização do emblema do Património Mundial” (World Heritage Center, 2005).

De acordo com o Centro do Património Mundial este emblema "simboliza a interdependência do património cultural e natural” (World Heritage Center, 2005), e é caracterizado da seguinte forma: “o quadrado é uma forma criada pelo Homem e o círculo representa a natureza, os dois intimamente ligados. O emblema é redondo, como

o mundo, mas ao mesmo tempo é um símbolo de protecção. Simboliza a Convenção, significa a adesão dos Estados-membros à Convenção” ((World Heritage Center, 2005)). O emblema tem, sobretudo, o objectivo de identificar o património, o lugar, a propriedade classificada como património mundial, isto é, qualquer monumento que faça parte da Lista do Património Mundial tem de obrigatoriamente ostentar este símbolo e nos mapas de estrada o emblema deverá aparecer sempre ao lado de uma cidade que tenha no seu seio um património classificado. Para além desta utilização, o uso do emblema é bastante restrito e obedece a regras claras de autorização de utilização.

### **3.2 A Comunicação Pública e o Património Mundial**

Quando a UNESCO criou o Centro do Património Mundial, esta organização abraçava os seguintes objectivos:

“The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) seek to encourage the identification, protection and preservation of cultural and natural heritage around the world considered to be of outstanding value to humanity” (UNESCO, 2009).

Até 1965, além da cooperação internacional em torno da preservação do valioso espólio de Abu Simbel (1959), herança da civilização egípcia e ainda a protecção de bens em perigo na Itália, na Indonésia e no Paquistão, pouco se investiu na cooperação internacional de salvaguarda seja de bens culturais, seja de bens naturais, à excepção de países ciosos do seu património histórico-cultural e paisagístico como o Reino Unido, os Estados Unidos, a França, entre outros.

Já antes de surgir a organização que irá lançar o desafio da criação da classificação de bem cultural universal, a UNESCO, no âmbito da Organização das Nações Unidas, já vários países procuravam, amiúde, congregarem esforços para a preservação dos espólios históricos e culturais, numa clara organização de campanhas de comunicação pública.

Reflecta-se sobre esta temática, o seu espaço no universo das ciências da comunicação, a sua definição e o contributo das campanhas de comunicação pública em todo o processo que levou à criação do Centro do Património Mundial, aos processos de candidatura e classificação dos bens culturais edificados.

Manuel Martin Algarra aponta a importância do estudo sobre as campanhas de comunicação pública, num artigo desta feita dedicado ao estudo das campanhas de comunicação pública no campo da promoção da saúde:

“La investigación sobre campañas de comunicación pública plantea cuestiones de gran interés teórico en el desarrollo de la ciencia de la comunicación” (Martin Algarra, 1997).

Este investigador estuda o contributo das campanhas de comunicação pública como veículo essencial para a promoção de valores, mudanças comportamentais ou simplesmente na divulgação de informações relativas à temática social da saúde, sendo uma alternativa credível aos meios de comunicação social”:

“La salud, entendida como algo más que la sanidad, es un problema socialmente importante. Cuando surge la necesidad de fomentar determinados conocimientos, actitudes o comportamientos para mantener o mejorar la salud, los medios de comunicación, por las razones ya mencionadas, no siempre son capaces de convertirse en promotores de esos cambios. Son otros, fundamentalmente instituciones privadas y públicas, los que deben emplearse para alcanzar esos objetivos, y las campañas de comunicación son un instrumento adecuado para ello” (Martin Algarra, 1997).

Narasimha Reddi, professor de Relações Públicas da Universidade de Camberra, Austrália e ex-presidente da Sociedade Indiana para o Estudo das Relações Públicas, define primeiramente a comunicação pública da seguinte forma:

“Public Communication is the conscious attempt to change or modify the beliefs, attitudes, values and behaviours of an audience in the public arena through symbolic manipulation of the of the senses. Communication that emanates from public authorities intended for the benefit of the community is called public communication” (Reddi, 2009).

No que a definição de campanhas de comunicação pública diz respeito, William J. Paisley aborda esta temática, à luz da experiência americana:

“Public communication campaigns are a familiar and essential of American civil culture. Campaign topics range from personal issues such as health to social issues such as equal opportunity, energy conservation, and environmental protection. Campaigns are regarded as public service programs if their goal are widely supported by the public and policymakers, If their goals are controversial, however, then campaigns are regarded as

advocacy strategy” (Paisley, 2001).

Se pensarmos na definição de campanha pública de comunicação, concluímos que os governos dos Estados, ao terem a necessidade de sensibilizar, divulgar ou mesmo apelarem a uma mudança de comportamento, a nível educativo, social e mesmo económico-turístico com vista à preservação e promoção do património, promovem campanhas de comunicação pública, ocupando um espaço próprio na senda mediática, diferente do lugar ocupado pelos meios de comunicação social, como afirma Martín Algarra (1997), mais uma vez relacionando as campanhas de comunicação pública com o campo da saúde:

“Como todo tema de interés general, la salud ocupa un lugar – cada vez más importante y amplio – en los medios de comunicación. Sin embargo, éstos no siempre dan con los modos y contenidos más adecuados para lograr una sociedad más sana, más consciente de la importancia de la salud, más conocedora de lo que debe hacer para mantenerla e incrementarla y más proclive a los comportamientos que puedan hacer a los individuos sentirse mejor. Por otra parte, los medios de comunicación no sólo no ejercen una tarea promotora de la salud, sino que, ya sea por los condicionamientos económicos de su dependencia de la publicidad, por los que impone la espectacularización de la comunicación pública, o ya sea por falta de calidad profesional, los medios son en muchos casos difusores de la confusión y promotores de comportamientos y actitudes insano”.

Quando a *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) foi fundada, em 1945, este organismo tinha como principais objetivos a promoção da educação, da ciência e da cultura como pilares essenciais para a paz no mundo.

Desenvolvendo campanhas de promoção do conhecimento científico e cultural a nível global, sobretudo no países menos industrializados, a UNESCO procurou apoiar os estados e as autoridades locais para a organização de iniciativas que permitissem diminuir o nível de iliteracia nas populações mais carenciadas.

Mas foi em 1959 que a UNESCO lançou a sua primeira campanha de comunicação pública respeitante ao património cultural e histórico ao lançar uma campanha internacional de salvaguarda do templo de Abu Simbel, no Egipto, em perigo iminente por via da construção da barragem de Aswan, obra essencial para o desenvolvimento da

produção energética deste país:

“The event that aroused particular international concern was the decision to build the Aswan High Dam in Egypt, which would have flooded the valley containing the Abu Simbel temples, a treasure of ancient Egyptian civilization. In 1959, after an appeal from the governments of Egypt and Sudan, UNESCO launched an international safeguarding campaign. Archaeological research in the areas to be flooded was accelerated. Above all, the Abu Simbel and Philae temples were dismantled, moved to dry ground and reassembled.” (UNESCO, 2009)

Apesar do sucesso desta iniciativa, a par de outras levadas a cabo em Itália, na Indonésia e no Paquistão, não existia, contudo, no conserto das nações um organismo supra-nacional que zelasse exclusivamente pela preservação tanto de bens culturais como naturais, existindo apenas no seio da UNESCO o ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), desde 1965, fundado na cidade de Varsóvia, aquando do segundo congresso de Arquitectos e Técnicos de Monumentos Históricos, sendo este um organismo consultor no seio da UNESCO.

No mesmo ano (1965) uma conferência, em Washington, marca uma viragem no universo da preservação dos bens culturais e naturais da Humanidade:

“The idea of combining conservation of cultural sites with those of nature comes from the United States of America. A White House Conference in Washington, D.C, in 1965 called for a “World Heritage Trust” that would stimulate international cooperation to protect “the world’s superb natural and scenic areas and historic sites for the present and the future of the entire world citizenry”.(UNESCO, 2009)

Depois de uma campanha de comunicação pública desenvolvida pela UNESCO junto dos membros desta organização e junto dos embaixadores dos vários países com assento na Assembleia-Geral das Nações Unidas, eis que a 16 de Novembro de 1972 é assinado em Estocolmo a convenção relativa à protecção do património (ou herança) mundial cultural e natural.

A UNESCO, ao lançar uma campanha de comunicação pública junto dos vários membros desta instituição e junto dos membros da Organização das Nações Unidas conseguiu criar uma projecção global para a importância do património global da humanidade, contribuindo assim para criar um novo espaço mediático que os meios de

comunicação à época nunca poderiam ocupar, por não terem essa dimensão ou sobretudo porque esse não é simplesmente nem o carisma nem o objectivo dos meios de comunicação social. No entanto, esses meios de comunicação não deixaram de ser um suporte essencial como veículo de muita da informação criada pelas campanhas de comunicação pública organizada pela UNESCO, com o objectivo de criar uma instituição vocacionada para defesa da herança cultural e natural da Humanidade.

Ainda hoje, o Centro do Património Mundial, fiel depositário das conclusões da convenção de 1972, desenvolve campanhas de comunicação pública, em parceria com os Estados-membros desta organização, autoridades regionais, com universidades, escolas, organismos públicos, entidades privadas, promovendo programas de informação com o objectivo essencial de sensibilizar para a preservação e divulgação do património, não esquecendo de alimentar continuamente uma consciência colectiva de pensar o património como legado histórico e natural de todos.

#### **4. CONCLUSÕES**

Conclui-se que, à semelhança do que acontece com várias outras temáticas de carácter social e ou cultural, também os agentes públicos que militam na esfera do património vêm-se na necessidade de criação de campanhas de comunicação no sentido de informar a opinião pública, motivar as franjas mais jovens da sociedade para a importância de uma educação sustentada na necessidade da preservação e divulgação do património, bem como sensibilizar as várias áreas da sociedade, sem esquecer o sector empresarial, para a defesa do património mundial enquanto herança e também enquanto valor económico-social à disposição dos países.

O Turismo de Portugal (2011) refere que actualmente o turismo cultural movimenta mais de 40 milhões de turistas por ano, que o turismo cultural representa 18 por cento da totalidade das viagens realizadas pelos cidadãos europeus, que o peso do turismo para o Produto Interno Bruto português representa já 5,8 por cento e que cerca de 72 por cento dos turistas que nos visitam procuram o turismo cultural para além do típico turismo sol e mar”.

Desta forma as autarquias e as organizações culturais que orbitam o espaço do turismo cultural devem ter cada vez mais uma estratégia virada para a “certificação” da qualidade do seu património cultural edificado como alavanca de geração de riqueza,

para além dos benefícios de apostar na reservação do património como testemunho do passado cultural e socio-demográfico da região, encetando políticas de conservação e planos práticos de comunicação pública para obter uma cada vez maior procura turística.

Obter a marca “Património Mundial” não é para todo o tipo de bens culturais, mas com uma investigação multidisciplinar profunda, é ainda vasto o espólio cultural edificado das aldeias, vilas e cidades portuguesas, que pelo seu valor sem paralelo e universal podem vir aumentar o leque de bens portugueses presentes na Lista do Património Mundial, composto actualmente por 14 bens culturais.

## REFERÊNCIAS

- Aurélio, Nuno F.(2001). “Bens Culturais da Igreja”. *Revista do Centro de Estudos da História Religiosa*, Universidade Católica Portuguesa, 2ª Série, tomo XIII-XIV.
- De Urzáiz y Fernández del Castillo, Jaime (1997). *De las Relaciones Públicas a la Comunicación Social Integral, Una Nueva Estrategia Comunicativa para las empresas y Instituciones*. Madrid: Editorial San Martin
- ICOMOS (2005), *O que é ICOMOS*. Extraído em 21 de Fevereiro de 2005 do sítio da ICOMOS: <http://www.icomos.org.br/icomos.htm>
- J. Paisley, William (2001), *Public Communication Campaigns: The American Experience* em E. Rice, Ronald e K. Atkin, Charles, *Public Communication Campaigns*. Thousand Oaks: Sage Publications, 3ª Ed.
- Martin Algarra, Manuel (1997), *Las Campañas de Comunicación Pública, La Comunicación y Salud como Campo de Estudio*, em *Comunicación y Sociedad*, vol. X, núm 1
- Reddi, C.V. Narasimha (2009). *Effective Public Relations and Media Strategy*. Nova Deli: Prentice Hall of India
- Ryan, Jason e Silvanto Sari (2009): *The World Heritage List: The making and management of a brand*. Place Branding and Public Diplomacy Journal, Vol. 5.Londres: Pelgrave Macmillan Journals
- SARAIVA, Arnaldo (2000),*O Sentimento do Porto, Antologia* (2ª Ed.). Porto: Campo das Letras.
- Turismo de Portugal (2011). *Turismo Cultural Produto Estratégico para Portugal*. Extraído do sítio do Turismo de Portugal a 12 de Fevereiro de 2014: [http://www.apambiente.pt/\\_zdata/Divulgacao/Projectos/exARH\\_Tejo/Sessoes\\_Debate/Roteiro\\_do\\_Tejo/7\\_Teresa\\_Ferreira.pdf](http://www.apambiente.pt/_zdata/Divulgacao/Projectos/exARH_Tejo/Sessoes_Debate/Roteiro_do_Tejo/7_Teresa_Ferreira.pdf)
- UNESCO (1972), *Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Paris: UNESCO.
- UNESCO (2000), *Public Infokit – World Heritage*. Paris. UNESCO
- UNESCO (2000),*Public Infokit – World Heritage*. Paris. UNESCO

UNESCO (2009). *World Heritage Information Kit*. Paris: World Heritage Center

UNESCO, World Heritage Centre (2005), *World Heritage, Introduction*. Extraído em 13 de Fevereiro de 2005 do site da UNESCO: <http://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=264>

UNESCO, Comissão Nacional (1992), *O que é A Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural*. Lisboa: C.N. UNESCO

UNESCO, World Heritage Centre (2005), *Brief History*. Extraído em 13 de Fevereiro de 2005 do sítio da UNESCO: <http://whc.unesco.org/pg.cfm?cid=169>.

World Heritage Center (2005), *Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention*. Paris: UNESCO

#### **How to cite this article:**

Santos, A. (2014). Organização e Comunicação Pública da Marca Património Mundial da UNESCO. *International Journal of Marketing, Communication and New Media. Online*, Vol.2, nº 2, pp.43-64. Disponível em <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcmn>