
IV CONFERÊNCIA P3DT

Descentralização & Desenvolvimento

Ermesinde, 11 e 12 de abril de 2019

Turismo e descentralização: da percepção de alguns agentes sobre o turismo criativo à potenciação do desenvolvimento local

Paula Remoaldo^(a), José Cadima Ribeiro^(b), Ricardo Carvalho^(c)

- (a) Lab2PT (Laboratório de Paisagens, Património e Território) e Departamento de Geografia da Universidade do Minho, premoaldo@geografia.uminho.pt
- (b) NIPE (Núcleo de Investigação em Políticas Económicas) e Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, jcadima@eeg.uminho.pt
- (c) Lab2PT (Laboratório de Paisagens, Património e Território) e Departamento de Geografia da Universidade do Minho, rsousacarvalho1@hotmail.com

Resumo

As últimas décadas têm vindo a revelar a saturação de inúmeros destinos turísticos, algo que urge contrariar. O turístico criativo, segmento de maior qualidade, constitui, potencialmente, uma resposta ao cenário existente. Tendo por base este pressuposto, foi concretizada uma abordagem qualitativa considerando as principais instituições que estão a desenvolver atividades de turismo criativo a nível internacional. Através de uma pesquisa realizada em 2017, no *Google (web)*, foi criada uma base de dados com 20 itens e realizada uma análise de conteúdo. Em 2018, foram concretizadas 12 entrevistas semiestruturadas a 12 diretores das instituições que declararam realizar atividades de turismo criativo. Os resultados obtidos revelam que é possível uma descentralização da atividade turística suportada na oferta de produtos turísticos de elevada qualidade. Em que medida é que o processo de descentralização administrativa entretanto desencadeado em Portugal pode contribuir para robustecer este novo modelo de desenvolvimento turístico é algo que está para ser verificado.

Palavras-chave: turismo criativo; cocriação; espaços periféricos; descentralização político-administrativa; descentralização turística.

Introdução

O conceito de turismo criativo continua a gerar debate à escala internacional, ainda que, em 2000, com Richards e Raymond (2000), tenha surgido como um novo segmento do turismo que oferece ao turista a oportunidade de cocriação com a comunidade do local visitado e de desenvolvimento da sua criatividade. Este conceito de turismo tem revelado ser bastante flexível quer na sua definição (assumindo-se como uma evolução do turismo cultural para experiências mais ativas e envolventes) quer na sua adaptação ao contexto local (Remoaldo e Cadima Ribeiro, 2019a; Remoaldo *et al.*, 2019b).

Nesse contexto, tem-se afigurado como uma das soluções para o contrariar da massificação e banalização do turismo, que tem sido evidente em inúmeros destinos internacionais, sendo uma aposta recente de vários países do Sul da Europa (Richards e Wilson, 2006), incluindo Portugal. O desenvolvimento de práticas de turismo criativo tem acontecido também em territórios, de índole rural ou urbana, com pouca tradição no setor turismo, tirando partido dos recursos e tradições existentes, gerando expectativa sobre o contributo que podem dar para o seu desenvolvimento.

No quadro do processo de descentralização político-administrativa em curso, decorrente da implementação da Lei nº 50/2018, de 16 de agosto, existe a expectativa sobre como este processo pode ser parte da implementação de um modelo turístico em Portugal menos concentrado nalgumas áreas do país e mais qualificado, tirando partido do património, material e imaterial dos lugares, e proporcionando novas e mais ricas experiências a visitantes e proporcionando a esses lugares novas vias para o desenvolvimento. Note-se que os atrasos de desenvolvimento verificados em grande parte do país têm sido, muitas vezes, considerados como resultando de serem recorrentemente esquecidos pelo poder público central.

Do texto da Lei nº 50/2018, retenha-se que entre as muitas competências a transferir para os municípios estão a Cultura, o Património, e o Desenvolvimento Turístico, e no caso das Comunidades Intermunicipais (CIM), que no atual contexto legal são uma extensão dos municípios, está a Promoção Turística.

Os resultados que se vertem no presente texto inserem-se no âmbito do Projeto *CREATOUR: Desenvolvimento de Destinos de Turismo Criativo em Pequenas Cidades e Áreas Rurais*, financiado por Fundos Comunitários, através do COMPETE 2020, PORLisboa, PORAlgarve, e pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), estando em curso até inícios de 2020.

Através da utilização de métodos qualitativos, foi realizada uma análise de conteúdo alicerçada numa pesquisa concretizada em 2017 no *Google* (web), tendo sido criada uma base de dados com 20 *itens*. Com base nos dados recolhidos, foi feita uma análise das iniciativas em turismo criativo que estão a ser desenvolvidas à escala internacional. Uma análise mais profunda foi feita numa fase posterior (em 2018), usando um inquérito por entrevista semiestruturada realizada a 12 diretores das instituições que indicaram realizar atividades de turismo criativo. Os principais resultados revelam que, no caso de Portugal (de que se retiveram duas instituições), as iniciativas são na realidade experiências criativas e implicam cocriação. As atividades destas duas instituições estão a decorrer em espaços rurais ou em pequenos espaços urbanos, contribuindo para uma descentralização da atividade turística e contrariando o que tem acontecido a nível internacional, onde a maior parte das atividades criativas do foro cultural continuarem a decorrer nos principais espaços urbanos.

Além desta Introdução, o presente texto está estruturado em quatro *itens*. Enquanto o primeiro se centra no posicionamento de Portugal no âmbito do turismo criativo, o segundo debruça-se sobre os principais elementos inerentes à metodologia utilizada para recolha da opinião dos diretores das instituições que indicaram desenvolver atividades criativas em Portugal. No terceiro *item* são analisados os principais resultados obtidos e, no último *item*, são avançadas algumas considerações finais e recomendações, onde se sublinha a expectativa gerada pelo processo de descentralização de base municipal entretanto desencadeado em Portugal no que à virtualização de novos produtos e de um novo modelo de desenvolvimento turístico no país diz respeito.

1. Breves considerações sobre o turismo criativo e o papel de algumas instituições Portuguesas

A dificuldade em definir os limites do conceito de turismo criativo tem sido evidente nos últimos dezanove anos, isto é, desde a sua definição por Richards e Raymonds no ano 2000. Num quadro de grande competitividade à escala internacional para a captação de turistas e de alguma normalização e banalização dos produtos oferecidos (Richards e Wilson, 2006), a criatividade passou a assumir-se como uma condição para a sobrevivência de muitos destinos turísticos. Este tipo de turismo tem revelado ter algum potencial para suportar o crescimento e o desenvolvimento dos territórios (Brouder, 2012), proporcionando uma evolução de um turismo cultural massificado, baseado em consumos passivos, para este novo tipo de turismo (Remoaldo *et al.*, 2019b).

Os países do Sul da Europa, mais do que outros países, e sobretudo a partir da presente década, têm vindo a estar entre aqueles que maior aposta têm feito neste tipo de turismo, embora se deva ter presente o seu carácter recente. Esta aposta poderá resultar da elevada massificação enfrentada por inúmeros destinos, mas resulta também do seu rico património cultural, material e imaterial, que abre espaço para outro tipo de utilização, mais criativa. Experiências autênticas e um envolvimento ativo com a cultura e contato com pessoas da comunidade local são novos desafios para a década atual. Esta nova forma de pensar a oferta turística está a desenvolver-se rapidamente, principalmente em Espanha, França, Itália e Portugal.

Na realidade, confirmou-se que parte das vinte e quatro instituições que integram a *Creative Tourism Network* e se apresentam como organizadoras e divulgadoras de atividades criativas, tais como residências de artistas com envolvimento da comunidade local, *workshops* ligados a várias temáticas onde o turista é cocriador, têm-se revelado como sendo mais promotoras de atividades de carácter educacional e de aprendizagem do que de turismo criativo (Remoaldo *et al.*, 2019b). Em todo o caso, isso representa já um avanço relativamente aos modelos de consumo turístico mais tradicionais.

A *Creative Tourism Network* (<http://www.creativetourismnetwork.org/?lang=pt-pt>) é uma organização internacional fundada em 2010, em Barcelona, com o objetivo de fomentar o turismo criativo em todo o mundo. Uma das vias que usam para divulgar as suas atividades são os órgãos de comunicação social.

2. Metodologia utilizada

Na pesquisa que foi realizada entre 2017 e 2018 foram utilizados métodos qualitativos. Entre março de 2017 e dezembro de 2017, foi dada especial atenção às instituições que organizavam, àquela data, iniciativas criativas e que eram certificadas pela *Creative Tourism Network*.

Primeiramente, foi realizada, entre março e agosto de 2017, uma pesquisa no *Google* (web) utilizando as palavras-chave “creative tourism initiatives”, “creative cities” e “best practices in creative tourism”. Em seguida, verificou-se se a instituição estava certificada pela *Creative Tourism Network*. Foram encontradas 24 instituições que declararam estarem a desenvolver iniciativas criativas. A maioria das instituições estava localizada no sul da Europa e, na maioria dos casos (exceto três), era certificada pela rede mencionada. Loulé Criativo (um dos 19 destinos *Creative Friendly* certificados pela *Creative Tourism Network* e localizado na região do Algarve) e *Cerdeira Village Art & Craft* (uma das oito Plataformas Criativas consideradas pela mesma rede e localizada na região Centro) foram as instituições Portuguesas identificadas. Foi criada uma base de dados com 20 *itens* para cada instituição, com, por exemplo, a identificação da instituição responsável pela implementação das iniciativas, ano de implementação, atividades desenvolvidas, local de desenvolvimento e país de origem. Adicionalmente, foi realizada uma análise do sítio eletrónico de cada instituição (de setembro a dezembro de 2017) e esta análise foi complementada com entrevistas semiestruturadas aos presidentes ou representantes das instituições. Estas foram conduzidas principalmente por *Skype*, entre julho de 2017 e abril de 2018. O guião da entrevista foi estruturado em 17 questões. No quadro deste levantamento de dados, resultou clara a dificuldade em obter uma resposta positiva por parte de 12 instituições, tendo as duas instituições Portuguesas respondido favoravelmente em menos de 15 dias após o primeiro contacto, assim como mais 10 outras instituições.

3. Alguns resultados obtidos nas entrevistas

Tendo por base as entrevistas semiestruturadas realizadas aos diretores do Loulé Criativo e da *Cerdeira Village Art & Craft*, foi possível constatar que ainda é muito recente o início da sua atividade, quando comparado com o de algumas das organizações internacionais existentes pertencentes à *Creative Tourism Network*. No caso das instituições portuguesas, a sua atividade remonta ao ano de 2015.

A *Cerdeira Village Art & Craft* situa-se na aldeia de Cerdeira, no concelho da Lousã, que é um dos municípios da sub-região de Coimbra. Fornece um pacote diversificado de atividades, fazendo uso das línguas Portuguesa e Inglesa. Além de *workshops* relacionados com a produção de artesanato nacional (por exemplo, azulejos e cerâmica), organiza atividades que lidam com

a escrita e desenho em jornalismo, encadernação e escrita de viagens criativas. Os visitantes também são convidados a explorar a área circundante da vila, que oferece várias atividades para famílias e amantes da natureza, cultura e gastronomia, seguindo oito itinerários. Esse tipo de atividade é complementado pelo festival "Elementos à Solta - *Art meets Nature*", que acontece todos os anos, em julho.

A *Loulé Criativo* é uma organização de turismo criativo localizada no concelho de Loulé, na região do Algarve. A cidade de Loulé possui cerca de 20 000 habitantes (<http://www.cm-loule.pt/pt/default.aspx>, acesso em 11.05.2018). Realiza 46 atividades criativas, assumindo um portfólio que é o mais diversificado em todo o mundo, tendo por base a análise que realizámos às outras 22 instituições identificadas. Este desempenho resulta do forte empenho das autoridades locais na instituição e no papel que desempenha no seu território. A maior parte das atividades acontece na cidade de Loulé.

Mesmo que as principais atividades estejam relacionadas com a gastronomia tradicional e os vinhos, os elementos tradicionais locais e regionais estão sempre presentes. O mesmo ocorre com as outras atividades organizadas, em que o turista pode cocriar e envolver-se em muitas atividades desenhadas em estreita relação com o património cultural local.

As principais diferenças identificadas entre estas duas instituições e as restantes foram o facto de se localizarem em lugares de pequena dimensão, quando nos outros casos retidos nesta investigação sobressaem sobretudo espaços urbanos de maior dimensão populacional. Também se constatou a existência de uma estreita ligação entre as atividades realizadas e o património local e regional, assim como a clara identificação e caracterização dos organizadores/formadores das atividades (Remoaldo e Cadima Ribeiro, 2019a).

Tal como aconteceu com as outras instituições, a principal intenção da criação deste tipo de instituição foi promover e disseminar a cultura local e regional através das suas atividades, e criar produtos turísticos inovadores e autênticos.

Tanto o representante do *Loulé Criativo* como a diretora da *Cerdeira Village Art & Craft* destacaram um dos problemas e desafios da procura turística portuguesa, a saber: a sazonalidade. Este problema tem sido reconhecido para Portugal, no seu todo. A ligação de trajes e tradições à inovação foi a sua principal conquista alcançada, e as parcerias estabelecidas além de locais tinham ganho alguma dimensão internacional.

Estes casos nacionais assumem-se como bons exemplos de como é possível contrariar a excessiva centralização das atividades culturais e criativas que tem acontecido um pouco por todo o mundo, e também em Portugal. A saturação a que se vem assistindo de destinos como Lisboa, Porto e Algarve litoral, está a permitir a descentralização da atividade turística e a criar a oportunidade para o desenvolvimento sustentável de novos destinos, quase todos menos urbanizados mas nem por isso dotados de menor riqueza cultural, a qual pode ser partilhada pelos turistas e explorada recorrendo a novos modelos de consumo turístico. Na concretização

das estratégias de desenvolvimento de tais lugares, importa reunir contributos quer de entidades privadas quer de entidades públicas, o que já acontece, como ilustra o caso de Loulé, mas pode adicionalmente ser potenciado no momento em que municípios e Comunidades Intermunicipais assumam um papel reforçado na gestão da atividade turística e na sua promoção, tal qual previsto na Lei nº 50/2018, de descentralização administrativa.

Retornando ao nosso estudo de caso, e quanto ao contributo dos parceiros para as atividades a serem desenvolvidas, concluiu-se que recebem algum tipo de ajuda, mas os contornos e montantes da ajuda recebida não se revelaram completamente esclarecedores.

No que diz respeito ao contributo das iniciativas de turismo criativo que as entidades em causa promovem para a sustentabilidade das suas instituições, recebemos do representante de *Loulé Criativo* a resposta de que ainda estão à procura da sustentabilidade financeira no que respeita às atividades criativas oferecidas. Outro tanto deduzimos da informação que recolhemos da outra instituição que abordámos.

Em relação ao perfil dos turistas criativos, podem-se encontrar características diferentes, atendendo a que o *Loulé Criativo* está localizado na costa marítima do país, numa região hoje bastante comprometida com a indústria do turismo, enquanto que *Cerdeira Village Art & Craft* opera num território agrícola e interior, com as limitações que existem no que se refere à acessibilidade. Os utilizadores deste tipo de atividades são famílias que tentam oferecer aos filhos uma experiência diferente ou pessoas entre os 30 e os 60 anos que gostam de realizar atividades mais envolventes e menos rotineiras.

4. Algumas conclusões e recomendações

Nos últimos anos, Portugal tem acompanhado a tendência de crescimento do turismo criativo e os exemplos existentes, certificados, têm-se assumido como bons exemplos à escala internacional. De facto, as instituições Portuguesas têm denotado um sério compromisso com a implementação de experiências de cocriação, procurando-se garantir um significativo envolvimento das comunidades locais, o que é elemento básico da autenticidade e da singularidade da experiência turística a oferecer.

Loulé Criativo e *Cerdeira Village Art & Craft* são dois exemplos de organizações que atuam nesta área e que estão certificadas pela *Creative Tourism Network*, e que se destacam pelas atividades criativas que têm vindo a desenvolver desde 2015. Constituem bons exemplos de projetos turísticos que estão a ser desenvolvidos em territórios que são pouco urbanizados (caso de Loulé) ou que correspondem a áreas rurais (caso de *Cerdeira Village Art & Craft*). Relativamente a Loulé, que ganhou uma projeção internacional sustentada, o envolvimento da autarquia em todo o processo tem conduzido a um evidente sucesso,

que se acredita que pode ser reforçado no quadro da assunção pelo município de novas competências na gestão do fenómeno turístico decorrentes da implementação da Lei da Descentralização Administrativa, de base local, em curso.

Os próximos anos serão decisivos para garantir a sustentabilidade destes projetos e das estratégias de desenvolvimento turístico neles suportadas, sendo desse ponto de vista também essencial perceber como é que as entidades a quem será conferida a competência da promoção turística dos territórios, as CIM, serão capazes de corporizar novos modelos de promoção. Aparte os recursos financeiros e humanos que importa mobilizar, estará em causa adotar estratégias de promoção que tomem por base os destinos e os produtos turísticos concretos, ao invés de territórios de identidade difusa e ofertas turísticas que pouco têm de comum entre si, como se verifica ainda hoje, em expressão do modelo usado e dos territórios promocionais que têm sido considerados. Estas considerações são válidas para os territórios a que fizemos referência antes mas são-no também para todas as restantes parcelas de Portugal.

Diga-se, a propósito, que se em muitos domínios para as quais está prevista a transferência de competências para os municípios ou para as Comunidades Intermunicipais no quadro da Lei da Descentralização Administrativa essa transferência pode ser questionada na sua eficácia, por força de condicionantes tecnológicas e escalas críticas de dimensionamento e gestão, isto é, reclamam-se servem territórios mais vastos que os municípios para a sua provisão e gestão, no caso do turismo, em razão do que se anota antes, o nível municipal e intermunicipal, parecem ser os adequados. São estes que configuram os destinos turísticos, no quadro da respetiva oferta de produtos identitários. A questão residirá em saber em que medida isso será percebido pelos interessados, e estes serão capazes de construir as parcerias locais que se exigem, e que eram já exigidas antes.

Independentemente da dimensão antes referida, para a pretendida consolidação deste tipo de produto turístico torna-se necessário aferir de forma mais aprofundada as motivações e o perfil do turista criativo. Nesse sentido, é imperativo que as instituições que já operam nesse segmento registem de forma mais regular e disponibilizem os dados referentes a este tipo de turista. O acesso a este tipo de dados permitirá desenvolver uma estratégia mais consertada, como vários *stakeholders*, do turismo criativo e, por esta via, dar consistência e escala à oferta a disponibilizar.

Agradecimentos

A presente investigação foi realizada com o apoio do Projeto “CREATOUR – Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas”, financiado por Fundos Europeus

(através do COMPETE2020, do POR Lisboa e do POR Algarve) e pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

Referências

Brouder, P. (2012), “Creative Outposts: Tourism's Place in Rural Innovation”, *Tourism Planning & Development*, 9(4), pp. 383-396.

Remoaldo, P.C. e Cadima Ribeiro, J. (2019a), “Creative Tourism as a new challenge to the development of destinations – the Portuguese Case Study”, in M. Peris-Ortiz, M.R. Cabrera-Flores e A. Serrano-Santoyo, *Cultural and Creative Industries. A Path to Entrepreneurship and Innovation*, Washington, Springer, capítulo 5, pp. 81-99.

Remoaldo, P.C., Matos, O., Freitas, I., Lopes, H., Ribeiro, V., Gôja, R. e Pereira, M. (2019b), “Good and not-so-good practices in creative tourism networks and platforms: An international review”, in G. Richards e N. Duxbury (Eds.), *A Research Agenda for Creative Tourism*, Londres, Edward Elgar Publishing, 20 p. (em edição).

Richards, G. e Raymond C. (2000), “Creative Tourism”, *ATLAS News*, 23, pp. 16-20.

Richards, G. e Wilson, J. (2006), “Developing creativity in tourism experiences: a solution to the serial reproduction of culture?”, *Tourism Management*, 27, pp. 1209-1223.

World Wide Web

<http://www.creativetourismnetwork.org/presentation/> (Creative Tourism Network - acedido em 19.06.2018).

<http://www.cm-loule.pt/pt/default.aspx> (sítio da Câmara Municipal de Loulé - acedido em 11.05.2018).