

Turismo, Animação e Lazer em Espaço Urbano

EDITE MANUELA TEIXEIRA MENDES * [editemt@gmail.com]

MARIA JOSÉ DOS SANTOS CUNHA ** [mjscunha@net.sapo.pt]

Resumo | O turismo é cada vez mais um fenómeno gerador de riqueza e um veículo importante para o desenvolvimento económico de uma região. Actualmente, este sector representa, na economia portuguesa, a maior fatia de receitas, uma vez que muitos são os turistas que nos visitam movidos por inúmeras motivações. Com base nestes factos procuraremos dar a conhecer neste artigo os traços mais marcantes de um projecto de investigação com o qual se pretendeu verificar até que ponto as actividades de animação e lazer, desenvolvidas na cidade de Guimarães — uma cidade que sempre nos serviu como referência cultural e que hoje, classificada pela UNESCO como Património da Humanidade, é candidata a Capital Europeia da Cultura 2012 — influenciam a escolha deste destino turístico.

Palavras-chave | Turismo, Animação, Lazer, Cidade e Cultura.

Abstract | Tourism is increasingly a phenomenon that generates wealth, as well as a critical vehicle for the economic development of a region. Presently, this sector represents, in the Portuguese economy, the biggest income source, as our country is visited by a big flow of tourists, who visit us driven by countless motivations. Based on these facts, we will try to put forward in this paper the most striking features of a research project which aim was to verify to what extent the animation and leisure activities, developed in the city of *Guimarães* — a city that has always been a cultural reference to us and that presently, classified by UNESCO as World Heritage, is a candidate to the 2012 European Capital of Culture — influence the choice of this tourist destination.

Keywords | Tourism, Animation, Leisure, Town and Culture.

* Licenciada em Recreação, Lazer e Turismo pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

** Doutorada em Ciências Humanas e Sociais e Professora Auxiliar na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

1. Introdução

Procuraremos neste artigo dar a conhecer os traços mais marcantes de um projecto de investigação, com o qual se pretendeu verificar até que ponto as actividades de animação e lazer, desenvolvidas na cidade de Guimarães, influenciam a escolha deste destino turístico.

O contacto directo com esta realidade e o interesse que temos em aprofundar o conhecimento sobre uma cidade que sempre nos serviu como referência cultural e que hoje — classificada pela UNESCO como Património da Humanidade desde 2001 — é candidata a Capital Europeia da Cultura 2012, fez crescer em nós a vontade de levar por diante este projecto, com o qual se pretende conseguir respostas para a seguinte questão: “Os múltiplos espaços de animação e lazer da cidade de Guimarães têm potencial para catalisar o interesse dos turistas?”. O estudo — que assentou numa estratégia metodológica de cariz quantitativo com recurso ao inquérito por questionário, técnica de investigação que nos pareceu ser a mais adequada às características e finalidades do mesmo — foi estruturado em cinco capítulos: o primeiro desses capítulos respeita ao enquadramento geral e nele se contempla o tema, a problemática ou questão, as hipóteses, os objectivos e a estrutura do projecto; no segundo, procede-se ao enquadramento teórico dos conceitos abordados, focando-se a atenção nos conceitos sobre turismo, animação e lazer; o terceiro capítulo integra a unidade de análise do estudo, que abrange itens como os indicadores socioeconómicos, os promotores das actividades de animação e lazer, bem como as actividades culturais desenvolvidas em Guimarães; no quarto capítulo define-se a metodologia a que se recorreu e estrutura-se o inquérito aplicado aos turistas; no quinto e último capítulo, procede-se à análise e interpretação dos dados recolhidos, bem como à discussão dos resultados e, por fim, apresentamos a conclusão.

2. Enquadramento geral

O turismo é cada vez mais um fenómeno gerador de riqueza e um veículo importante para o desenvolvimento económico de uma região. Oliveira define-o como sendo:

(...) um conjunto de resultados de carácter económico, financeiro, político, social e cultural, produzidos numa localidade, decorrentes da presença temporária de pessoas que se deslocam do seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativo (2001: 36).

A curiosidade e a busca do desconhecido fizeram do fenómeno turístico uma necessidade básica de quem procura conhecer outras culturas e sociedades. Esta procura do desconhecido e de contacto com o diferente permite, segundo Cunha (1997), a criação de infra-estruturas, nomeadamente de animação; possibilita o desenvolvimento numa perspectiva de preservação do património; e leva a que se venha assistindo, a vários níveis, a uma tentativa generalizada de introdução de medidas de correcção no funcionamento dos sistemas turísticos e na implementação de programas de melhoria que assegurem a satisfação dos turistas e das populações.

A prática turística contemporânea, a que Pardellas se refere como “uma forma de aproveitamento dos recursos endógenos do território dos quais o capital humano é uma peça fundamental” (2002: 11), resulta de uma complexa teia de interacções entre um conjunto de factores condicionantes das motivações dos potenciais turistas e as condições estruturais da globalidade dos meios de recepção no espaço turístico de destino. A cultura, por outro lado, surge muitas vezes associada à revitalização local, entendendo-se a cidade como a “chave” da cultura e a cultura como a força que dota a cidade da capacidade de inovar, transformar e criar uma outra realidade. O mesmo acontece com Guimarães, cidade que tem respondido às exigências do

mercado global com transformações permanentes, novos atractivos e actividades de animação e lazer, nas quais procura implicar activamente o turista como forma de captar o seu interesse.

3. Enquadramento teórico

O enquadramento teórico integra elementos relevantes para a compreensão do objecto de estudo. Funciona como um sistema conceptual em que se precisam os conceitos e as definições, serve de base de apoio à investigação e dá-lhe credibilidade.

3.1. O turismo

O turismo revela-se, na actualidade, como uma das actividades que mais cresce no mundo e a que mais contribui para o desenvolvimento de diversos países, ao permitir um rápido retorno do investimento e gerar empregos directos e indirectos. Desta forma, a actividade turística, “actividade social com várias dimensões que, ao quebrar o isolamento e abrir, em simultâneo, novas fronteiras ao conhecimento, contribui para a aproximação dos povos” (Cunha, 2008b: 166), tem destaque positivo como elemento estratégico na organização espacial, na medida em que é valorizada, no dizer de Cruz (2002), como actividade consumidora de espaços, por um lado e produto das acções dos diferentes actores sociais, por outro. Esta dinâmica transforma a cidade num espaço de igualdade, onde as diferenças e as diversidades não são assumidas como elemento negativo, mas enriquecedor, pela convivência multiétnica de culturas que a afluência de turistas proporciona. Aliás, na opinião de Rodrigues (1997: 45),

(...) os elementos básicos do espaço turístico são: oferta turística, procura, serviços, transportes, infra-

-estrutura, poder de decisão e de informação, sistemas de promoção e comercialização. É evidente que esses elementos se encontram em acção e interacção recíprocas, não podendo ser compreendidos separadamente.

A actividade turística leva a que a cidade realce as referências da cidadania, quando integra, numa combinação de factores, beleza e interesse social, equilíbrio entre tradição e modernidade, criatividade e inovação, com valorização e reabilitação dos centros históricos, o alargamento e diversificação das práticas culturais, a procura de animação e as oportunidades de mercado, ou seja, um conjunto de práticas que beneficiam o turismo. Ao assumirem-se como destino turístico, cada vez mais importante, as cidades tornaram-se em espaços privilegiados de criatividade, simbolismo e produção, necessitando, contudo, de uma base de estimulação criativa, para poderem surpreender, atrair e ter. Aliás, como refere Sassen (2000: 120), “há muito a cidade deixou de ser basicamente um espaço público neutro, sem querer chamar a atenção. A própria cidade é um produto a ser vendido para o desenvolvimento de actividades lucrativas”.

O espaço e a paisagem — que representam para além da situação geográfica, a identidade da cidade — são o primeiro envolvente do turista. Não se pode, contudo, dissociar da cidade a importância dos seus espaços físicos como chamariz de visitantes, uma vez que muitos desses espaços, que são a marca identificativa, cultural, ou mesmo consumista da cidade, acabam por atrair o interesse do turista, em especial quando neles têm acesso à prática de actividades culturais, de lazer e animação.

3.2. Animação turística

A animação turística, que Chaves e Mesalles consideram como sendo “o conjunto de acções e técnicas dirigidas para motivar, promover e

facilitar uma maior e mais activa participação do turista no desfrute do seu tempo de férias, nos níveis e dimensões que isto implica” (2001: 20), constitui uma forma de apoiar o desenvolvimento humano, sustentável e endógeno dos territórios, na medida em que leva a que as populações, de forma democrática, autónoma e participativa, se apropriem deles, preservem a sua identidade e os transformem em palcos de vida e de cultura viva, tendo como meta a sua partilha com o “outro”, neste caso o turista, que representa alguém que vem predisposto a viver experiências gratificantes e inesperadas e procura relacionar-se com outras pessoas e culturas. A animação turística é, no dizer de Completo (2005: 5), “uma actividade que se constrói através de dinâmicas participadas. Em contexto turístico tem um nível de intencionalidade em que a relação é fundamental, se não houver um *interface* comunicacional entre quem vê e quem faz, a ‘coisa’ perde-se”. Por outro lado, falar de turismo é falar de animação, porque, como refere Cavaco (2005: 2), “falar de turismo, sem apostar nas actividades de animação a jusante do sector, constituiria sem dúvida um contra-senso”, facto que tem levado muitos centros urbanos a investir em políticas públicas favorecedoras de desenvolvimento socioeconómico dos seus espaços. A animação turística é, portanto, uma exigência do turista e um momento exclusivo nas suas férias. E porque aquilo que temos de dar a quem nos visita, no entender de Completo (2005: 5), “é algo que seja exclusivo na vida delas e que, de algum modo, seja a alavanca da memória”, desenha-se a necessidade de lhes oferecer uma relação forte com as culturas e comunidades locais, um conjunto de práticas culturais que tenham condições para captar o seu interesse e prolongar a sua estada e, como complemento, adaptar as condições particulares que os locais oferecem à tipologia do público-alvo.

Enquanto elemento constitutivo fundamental de um produto turístico compósito, a animação turística deve, na opinião de Vieira (2005: 3),

(...) concorrer, entre outros, para os seguintes resultados: contribuir para a inovação do produto turístico, a qual se torna cada vez mais necessária para atrair uma clientela cada vez mais exigente; propiciar novas oportunidades de criação de emprego e de rendimento suplementares para a comunidade local; contribuir para o aumento e duração da estada e dos gastos dos turistas, ser uma actividade estratégica para a preservação e recuperação do ambiente e do património.

Composta por um conjunto de actividades que permitem ao turista usufruir de forma mais plena uma determinada experiência turística, a animação — trabalho que leva, simultaneamente, à interpretação do espaço envolvente e ao desenvolvimento de actividades físicas e intelectuais que provocam um aumento da satisfação do turista — pode traduzir-se num maior sucesso e vitalidade de qualquer destino turístico e concorrer, decisivamente, para a diferenciação de um destino, ao garantir-lhe uma vantagem competitiva face a destinos alternativos. A animação turística, segundo Torres (2004), para além de proporcionar horas de divertimento lúdico, oferece excelentes possibilidades culturais, onde o intercâmbio de vivências enriquece todos os participantes. Pelas razões expostas, a animação turística pode considerar-se como um factor dinâmico que permite a criação de novas relações, aumenta e reforça a dinâmica turística integrada e sustentável de uma região e estabelece pontes entre os quotidianos e uma vida melhor.

3.3. Animação cultural

A animação cultural é, na opinião de Torres (2004: 40), “fundamental para o aumento da permanência do turista na localidade visitada, pois gera mais ocupação do tempo livre com actividades de lazer”. Entendida como o conjunto de actividades que visam fazer a ligação entre o turista e as manifestações culturais de uma localidade, tem

como objectivo levar a que o turista se interesse por elas e, com isso, viva e entenda melhor comportamentos e atitudes, por vezes diferentes das suas. A animação cultural pode, inclusive, provocar o surgimento e/ou desenvolvimento das habilidades criativas do turista, quando lhe são demonstradas técnicas de confecção de objectos artesanais, preparação de alimentos ou bebidas típicas da região. Torres (2004) é de opinião que a animação cultural pode levar a que o turista, enriquecido pelas informações recebidas, se torne um divulgador espontâneo da localidade visitada e, dessa maneira, possa transmitir e provocar interesse nos seus amigos, o que é a forma mais barata e eficiente de *marketing*.

3.4. O lazer

O lazer é um fenómeno social contemporâneo, definido por Dumazedier (2000: 34) como sendo:

(...) um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver a sua informação ou formação desinteressada, a sua participação social voluntária ou a sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Inicialmente entendido como o tempo disponível de ocupações, o lazer passou, a partir do século XIX e como referem Werneck e Isayama (2003), a ser visto como tempo/espaço propício à vivência de uma multiplicidade de experiências não pertencentes ao mundo do trabalho. Produto da sociedade industrial que, a par da redução das horas de trabalho, foi desenvolvendo formas de lazer típicas da estrutura social e das circunstâncias da época, o lazer passou a ser encarado como uma actividade de enriquecimento pessoal, capaz de acrescentar aos valores do indivíduo, uma carga

qualitativa. Quando a relação do tempo de lazer com a de trabalho se tornou numa constante deu-se uma mudança no valor das actividades de lazer. Nos anos 20 e 30, tanto nos Estados Unidos, como na Europa, aparecem os primeiros estudos da sociologia empírica do lazer, reconhecendo-se então, a necessidade de uma diminuição do tempo de trabalho. Depois de 1940, a sociologia do lazer aborda os problemas da "sociedade", marcada pelo consumo, cultura e lazer e na qual o homem é movido por normas e valores veiculados pelos meios de comunicação de massas. Nas sociedades desenvolvidas, o lazer passou, segundo San Martín (1997), a ocupar um lugar de destaque na vida das pessoas, quer como necessidade, quer como acto social importante para os que focam a sua atenção na busca do relaxamento e do experimentar emoções agradáveis. Nos últimos tempos e tal como refere Ramos (2008: 11),

(...) tem-se assistido à criação de um lazer que tende a agir mais sobre as sociedades, do que a situação contrária; trata-se de um lazer que modela os gostos ou preferências individuais, que (re)educa para a utilização e gestão do tempo, que mobiliza a seu favor os recursos disponíveis no presente e no futuro, que tenta confirmar e consolidar expectativas e que impõe e reforça, com agradabilidade e filantropia, imagens do mundo e do outro.

Não se trata de proporcionar ao homem mais tempo livre, mas de tentar educá-lo, mudando crenças que vêm desde a infância, atendendo a que o lazer é cada vez mais variado e activo e com tendência para nele se integrarem, cada vez mais, actividades culturais e físicas. Razões que justificam a necessidade de sensibilizar a comunidade e os seus gestores para pensarem a cidade como espaço múltiplo de lazer, através da oferta de espaços e recursos que se constituam em alternativas de lazer e, ao mesmo tempo, sejam uma oportunidade de afirmação e crescimento.

4. Unidade de análise: cidade de Guimarães

Elevada a cidade em 1853 pela Rainha D. Maria II, Guimarães, situa-se na bacia do Ave e é sede do concelho do mesmo nome que pertence ao distrito de Braga e se integra na sub-região do Vale do Ave. O concelho — que é limitado a norte e noroeste pelos concelhos de Póvoa de Lanhoso e Braga, a sudoeste por Santo Tirso, a sul e sudoeste por Felgueiras e Vizela, a nascente pelo concelho de Fafe e a poente por Famalicão — é atravessado por várias vias: EE.NN. (101, 105 e 106), ER (Estrada Regional) 206 e 310, a que foi acrescentado o traçado do IC5/A7, A11 e IP9. Nos últimos 10 anos, o concelho de Guimarães constituído por 69 freguesias e com uma densidade populacional 659,4 hab/km², tem tido um forte dinamismo e uma taxa de crescimento elevada.

4.1. O centro histórico da cidade

A cidade de Guimarães é um espaço de diversidade intercultural, de expressão artística e arquitectónica. O seu património arquitectónico é um testemunho vivo da sua herança histórica e raízes. O centro histórico, excepcionalmente bem preservado, é o retrato vivo da evolução de uma localidade medieval para uma cidade moderna.

Entre património e turismo há uma relação dual, o que leva Umbelino a afirmar que “se é certo que o turismo depende do património para estruturar a sua oferta, não é menos verdade que lhe retribui através de um aumento de visibilidade e geração de receitas próprias” (2004: 21). Não admira, portanto, que tudo neste centro histórico, que encerra nas suas ecléticas edificações parte significativa da história do nosso país, prenda e cative a atenção do turista, desde a conservação das ruas estreitas, às habitações térreas e de dois sobrados, a par das habitações medievais com as suas fachadas singulares e outras tipologias de habitação aristocrática, que no conjunto, conferem ao centro uma imagem muito própria. De referir também as varandas seiscentistas em madeira ou

ferro forjado, bem preservadas, alguns monumentos testemunho do estilo gótico e do barroco português, para além de muitos outros como: o castelo, a capela de S. Miguel, o paço dos duques de Bragança e algumas praças.

A forte conotação que Guimarães tem com a história do país leva a que o seu centro histórico — cujas ruas, monumentos e praças respiram história e encantam quem o visita — pese bastante nas opções dos turistas na altura de decidirem os lugares a visitar, fazendo dele um dos maiores centros turísticos da região. Ao conceber-se turismo como cultura, esta tende a identificar-se como produto de actividades individuais e de grupo, em que os recursos culturais se transformam em produtos (Henriques, 2008). Não admira, portanto, o recurso a diferentes estratégias de sedução utilizadas nesses espaços, tais como: actividades de lazer e animação, teatro de rua, cinema ao ar livre, visualização de jogos de futebol, concertos, organização de concursos e a integração de funções novas nos espaços tradicionais que são agora como que uma montra que representa a cidade, para seduzir o turista. Por outro lado, e tal como refere Ferreira (2004: 20), “o turismo cultural é considerado um importante contributo para a regeneração dos centros históricos” e Guimarães tem sabido conciliar a manutenção do seu património com um dinamismo empreendedor característico das cidades modernas e, no que ao turismo respeita, possui qualidades que a diferenciam de outros centros urbanos. Diferenciação motivada pelo elevado interesse do poder público e de outros actores sociais, na organização e planeamento estratégico de actividades de promoção turística.

4.2. Promotores de actividades de animação e lazer na cidade

A Câmara Municipal de Guimarães promoveu durante anos actividades de animação e lazer, como forma de valorização do centro histórico.

Actualmente e tendo já um público fiel, este espaço, que serve de âncora à cidade, vinga por si só. A câmara passou a ter um papel menos interventivo, porém, consciente da importância que estas actividades têm, nomeadamente para os turistas, continua a apostar na criação e apoio a associações de promoção cultural e de lazer, como é o caso do Centro Cultural Vila Flor e a Tempo Livre. Outras entidades que desenvolvem actividades com mais ou menos frequência são: a Oficina, a Sociedade Musical de Guimarães; o Cibercentro; o Turipenha; o Espaço Mulher; a Universidade do Minho; a Rede Social; a Guimarães TV; a Casa de Sarmento; a Biblioteca Municipal Raul Brandão e o CAR (Centro de Artes e Recreio). A câmara deixou mais espaço à iniciativa privada que — através de empresas de animação turística, cujo objectivo é a exploração de actividades lúdicas, culturais, desportivas ou de lazer, que contribuam para o desenvolvimento turístico da região — passou a ter também a sua oportunidade.

4.3. Actividades culturais aliadas à animação e lazer

No que diz respeito aos espaços de animação cultural, a cidade de Guimarães tem registado nos últimos anos um desenvolvimento acentuado e unanimemente reconhecido, que tem contribuído para a sua afirmação como pólo cultural, por excelência, da região do Vale do Ave. Para este desenvolvimento têm contribuído, não apenas as actividades organizadas e promovidas pela câmara municipal, mas também as promovidas pelas diferentes associações. Assim, têm sido promovidas variadíssimas exposições; uma sala do Museu José Guimarães transformou-se num espaço de exposição permanente do espólio doado pelo artista plástico com o mesmo nome; o mesmo acontecendo com o Museu de Pintura primitiva Moderna, onde está permanentemente exposto um espólio constituído por 250 obras de pintores portugueses e de outras nacionalidades.

Diversas actividades e eventos têm sido levados a cabo como: as “reisadas”, que ao longo dos últimos 15 anos têm vindo a ser revitalizadas com o intuito de manter viva uma tradição que, sendo usual nas aldeias, vai esmorecendo nos meios urbanos; o Festival de Inverno, certame cultural generalista com música, dança e teatro, cujo principal objectivo é dotar a cidade de iniciativas culturais de relevo durante a época invernal; as comemorações do Dia Mundial do Teatro; o Ciclo de Concertos de Páscoa, actividade cuja principal característica se prende com a apresentação de concertos corais e/ou instrumentais em determinadas igrejas da cidade; as comemorações do Dia 25 de Abril, conjunto de iniciativas, organizadas com o intuito de evocar a passagem de uma data extremamente significativa para a sociedade portuguesa; os Encontros de Primavera, festival de música; o Festival Gil Vicente, festival de teatro que tem um historial de mais de 40 anos; as Festas da cidade e Gualterianas, que constituem hoje um dos principais cartazes turísticos de Guimarães; os Cursos Internacionais de Música de Guimarães; as oficinas de musica direccionadas para a aprendizagem/reciclagem de novas técnicas com diversas abordagens aos instrumentos, nomeadamente ao violino, clarinete e piano; as Comemorações do Dia Mundial da Música; as Oficinas de Jazz, oficinas de música direccionadas para a aprendizagem/reciclagem de novas técnicas nas mais diversas abordagens aos instrumentos, nomeadamente ao contrabaixo, piano e bateria; a Guimarães Jazz, evento com referência a nível nacional e internacional; as Comemorações do 1.º de Dezembro, com evocação da restauração da independência, organizado conjuntamente com o grupo cultural e recreativo Os Vinte Aautos de D. Afonso Henriques; o Ciclo de Concertos de Natal, actividade cuja principal característica se prende com a apresentação de concertos corais e/ou instrumentais, em determinadas igrejas da cidade e muitas outras.

5. Metodologia adoptada

A metodologia é um instrumento do pesquisador, uma vez que é através da especificação dos caminhos a serem adoptados que se torna possível delimitar a criatividade e definir o “como”, “onde”, “com quem”, “quanto” e “de que modo” se pretende captar a realidade e os seus fenómenos. O tipo de pesquisa seleccionado, no presente caso, foi de âmbito quantitativo com recurso ao inquérito por questionário, por nos parecer o que mais se adequava às características do estudo e aos fins a que este se destinava, porque, no dizer de Almeida e Pinto (1980:101), “o inquérito é uma pesquisa sistemática e o mais rigorosa possível de dados sociais significativos, a partir de hipóteses já formuladas, de modo a poder fornecer uma explicação”. Revela-se, por conseguinte, uma ferramenta fulcral para desenvolver um trabalho, na medida em que possibilita respostas para muitas das questões que surgem num plano de opiniões mais ou menos alargado.

O inquérito por nós desenhado — que continha duas partes e um total de quinze perguntas abertas e fechadas — foi distribuído em locais distintos da cidade de Guimarães, incluindo espaços destinados à oferta de actividades de animação e lazer, a cento e cinquenta pessoas não residentes na cidade e que constituíram a amostra.

5.1. Hipóteses

A importância do papel da hipótese, em qualquer investigação, resulta, na opinião de Pardal e Correia (1995: 14), do facto desta ser:

(...) um instrumento orientador da investigação que facilita a selecção de dados e a organização da sua análise; ao mesmo tempo, se tornada possível por uma teoria, permite pôr esta à prova e, refutada ou aprovada, do confronto entre teoria e realidade empírica, poderá tornar possível a formulação de novas hipóteses.

A revisão da literatura efectuada contribuiu, de certa forma, para uma melhor definição das hipóteses que a seguir se apresentam e que nos guiaram ao longo da investigação:

1. A oferta de actividades de lazer e animação, levadas a cabo pela Câmara Municipal de Guimarães, procura ir ao encontro das expectativas dos turistas.
2. Existe uma valorização deste tipo de actividades no sentido de promover a qualidade e, dessa forma, aumentar o período de permanência dos turistas.
3. Os promotores das actividades de animação e lazer apresentadas em Guimarães estruturam-nas de modo a integrar de forma activa os turistas, como forma de catalisar o seu interesse e aumentar o seu período de permanência.

5.2. Objectivos do estudo

Os objectivos funcionam, no dizer de Cunha (2008a: 239), “como o elemento nuclear de um projecto, uma vez que descrevem o que se espera conseguir com ele e se apresentam como uma referência necessária para a avaliação”. Devem ser concretamente definidos, de forma clara e inequívoca, para que os intervenientes no processo os entendam. Apresentamos, de seguida, os objectivos que se pretendem alcançar com a realização deste projecto.

Objectivo geral

- Avaliar as actividades de animação e lazer proporcionadas aos turistas em Guimarães, com vista a uma possível melhoria das mesmas.

Objectivos específicos

- Identificar a importância das actividades de animação e lazer, enquanto promotoras de práticas catalisadoras de turistas.
- Verificar se a oferta deste tipo de serviços corresponde à procura.

6. Discussão dos resultados

O turismo e a animação são grandes indústrias e fenómenos na nossa sociedade. Através deste trabalho, procuramos identificar as vantagens da utilização da animação no âmbito do turismo, mais especificamente na cidade de Guimarães e com isso conseguir respostas para a questão que inicialmente colocámos. O quadro 1, especifica, de certa forma, essas vantagens, ao dar-nos conta de algumas das respostas dadas pelos inquiridos ao questionário que lhes foi distribuído.

Face às respostas apresentadas no quadro, podemos confirmar a importância que advém da promoção de manifestações artísticas e culturais para a cidade de Guimarães no concerne à atracção de turistas, bem como a necessidade de se continuar a apostar na animação de diferentes espaços alternativos da cidade, como forma de os dinamizar e divulgar.

7. Conclusão

O turismo representa actualmente, na economia portuguesa, a maior fatia de receitas, uma vez que muitos são os turistas que nos visitam movidos por inúmeras motivações. Foi com base neste facto, que nos propusemos averiguar se os múltiplos espaços de animação e lazer da cidade de Guimarães

têm potencial para catalisar o interesse dos turistas, convictos de conseguirmos, através dele, alcançar os objectivos que nos propusemos, o que acabámos por conseguir. O percurso do processo de investigação decorreu, de certa forma, de acordo com o inicialmente planeado. As principais limitações com que nos defrontamos tiveram a ver com a abordagem das pessoas a inquirir, dado que nem sempre estavam predispostas a fazer um período de pausa no seu momento de lazer para participar na investigação, algumas não dominavam o inglês e era difícil detectar, à primeira vista, quais os que não residiam em Guimarães. No trabalho focamos e construímos um conjunto de considerações alusivas à temática, caracterizámos o conceito de turismo, animação turística, animação cultural e de lazer, atendemos às suas modalidades e tipologias, para além de outras abordagens. Procurando fugir de inevitáveis redundâncias, impõe-se, neste momento, uma síntese das conclusões emergentes do trabalho por nós levado a cabo, bem como das suas limitações. Entre outras ilações, os resultados obtidos com o presente trabalho de investigação dão-nos conta que a maioria dos inquiridos entende que as actividades que se desenvolvem na cidade de Guimarães são suficientes e que pelas suas características, têm capacidade para atrair os turistas, porém é necessário dar continuidade à política de gestão de espaços de cultura e lazer, bem como, apostar em actividades que aliem à inovação e criatividade, a integração do turista. A nosso ver,

Quadro 1 | A animação no âmbito do turismo em Guimarães

Síntese de resultados obtidos com o questionário	<ul style="list-style-type: none"> – A maioria dos inquiridos acredita no potencial das actividades de animação e lazer na catalisação de mais turistas para a cidade, embora um número considerável não pense assim. – O que mais atrai os turistas a Guimarães são as actividades culturais, seguidas do património. – As actividades de animação e lazer proporcionadas são consideradas boas e muito boas, e são suficientes para atrair o turista, embora uma faixa relativamente significativa, seja de opinião que essas actividades não são suficientes, sendo necessário apostar em mais teatro, música, animação de rua e outros espaços alternativos. – A maioria sente que as actividades de animação e lazer são valorizadas como forma de lhes proporcionar uma estada com mais qualidade e que as mesmas estão estruturadas de forma a integrar nelas, de forma activa, o turista, embora uma boa parte não pense dessa forma. – A maioria considera Guimarães um ponto de referência no âmbito da cultura, da animação e do lazer, mas uma boa fatia dos inquiridos não pensa da mesma forma. – A quase totalidade dos inquiridos recomendaria a visita à cidade.
--	---

esta aposta apresenta-se como benéfica tanto para o turismo, quanto para a imagem da cidade, que se quer cada vez mais atractiva.

Os contributos que esperamos alcançar com este trabalho vão no sentido de que ele tenha contribuído, de alguma forma, para que os promotores de actividades de animação e lazer de Guimarães, possam através dos resultados do mesmo, ter uma imagem do seu trabalho e com isso a possibilidade de o melhorar.

Entendemos este estudo como uma primeira abordagem ao problema, sendo nossa opinião que estudos futuros devem explorar o lado dos promotores das actividades, para nos mostrarem a outra “face da moeda”, dando-nos conta dos aspectos positivos e das limitações com que trabalham.

Bibliografia

- Almeida, J., Pinto, J., 1980, *A investigação nas ciências sociais*, Editorial Presença, Lisboa.
- Chaves, A., Mesalles, L., 1991, *El animador. Como organizar las actividades de los clientes en un hotel divertido*, Laertes, Barcelona.
- Cavaco, C., 2005, Turismo versus animação turística, *Pessoas e lugares*, 30, p. 2.
- Completo, F., 2005, Animação é a “alavanca da memória”, in João Limão, Entrevista a Fernando Completo professor da ESHTe, *Pessoas e lugares*, 30, p. 5.
- Cunha, L., 1997, *Economia e política do turismo*, Mcgraw-Hill Editora, Lisboa.
- Cunha, M.J.S., 2008a, *Animação. Desenvolvimento pessoal e social, formação e práticas teatrais*, Ousadias, Chaves.
- Cunha, M.J.C., 2008b, Turismo cultural como estratégia territorial de desenvolvimento, in Vilaça, A. e Pereira, V., *Congresso internacional turismo cultural e religioso. Oportunidades e desafios para a século XXI*, Póvoa do Varzim, pp. 166-176.
- Cruz, R. de C., 2002, *Política de turismo e território*, Contexto, São Paulo.
- Dumazedier, J., 2000, *Lazer e cultura popular*, Perspectiva, São Paulo.
- Ferreira, A.M., 2004, Gestão de fluxos turísticos em centros históricos. O caso de Faro, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 2, Vol. 1, pp. 11-21.
- Henriques, C., 2008, Património cultural e turismo: uma relação simbiótica. Análise de dois percursos turístico-culturais: James Joyce e Fernando Pessoa, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 10, pp. 25-39.
- Oliveira, A.P., 2001, *Turismo e desenvolvimento: planeamento e organização*, Atlas, São Paulo.
- Pardal, L., Correia, E., 1995, *Métodos e técnicas de investigação social*, Areal Editores, Porto.
- Pardellas, X., (dir.), 2002, *Estratexias turísticas urbanas*, Asociación Galega de Ciência Rexional, Vigo.
- Ramos, A., 2008, Lazer, turismo e termalismo. Inovação e complementaridade no turismo de saúde, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 9, pp. 7-18.
- Rodrigues, A.B., 1997, *Turismo e espaço – rumo a um conhecimento transdisciplinar*, Hucitec, São Paulo.
- San Martín, J., 1997, *Psicosociologia del ocio y del turismo*, Ediciones Aljibe, Málaga.
- Sassen, S., 2000, A cidade e a indústria global de entretenimento, in World Congress Leisure (5th 1998, São Paulo, Brasil), *Lazer numa sociedade globalizada: leisure in a globalized society*, SESC/WLRA, São Paulo, pp. 120-135.
- Torres, Z.B., 2004, *Animação turística*, Roca, São Paulo.
- Umbelino, J., 2004, Turismo e património. Algumas ideias para reflexão, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1, Vol. 1, pp. 21-26.
- Vieira, C.S., 2005, O papel da animação turística nos territórios rurais, *Pessoas e lugares*, 30, p. 3.
- Werneck, C.L.G., Isayama, H.F., (orgs.), 2003, *Lazer, recreação e educação física*, Autêntica Editora, Belo Horizonte.