

# O Turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos. O caso de Faro

ANA MARIA FERREIRA \* [ amferrei@ualg.pt ]

CARLOS COSTA \*\* [ ccosta@ua.pt ]

**Palavras-chave** | Novos Turistas Culturais, Nova Classe Média, Regeneração dos Centros Históricos, Actividades Culturais e Criativas, Bairros Culturais.

**Objectivos** | *Problema da Pesquisa:*

Num contexto de mudança de paradigma, os processos de requalificação do turismo de sol e praia, em fase de maturidade, e de regeneração dos centros históricos podem apoiar-se mutuamente, com o auxílio dos elementos da nova classe média cultural? (turistas e residentes).

- Conhecer os processos que conduziram à necessidade de regenerar os centros históricos e a rejuvenescer o turismo de sol e praia, assim como as soluções encontradas.
- Avaliar a percepção das instituições, empresas e associações das potencialidades dos centros históricos, em fase de regeneração, como aliados do relançamento do produto sol e praia, desde que ofereçam condições para satisfazer a procura das novas classes médias (residentes e turistas).
- Aferir do seu desejo de participar, activamente, na criação das condições necessárias através de acções concertadas.
- Aferir da presença nos centros históricos da nova classe média cultural (novos turistas).
- Avaliar a sua percepção das potencialidades do ambiente construído, do espaço público e da qualidade da interpretação dos centros históricos.
- Aferir da imagem de centro histórico ideal, para as suas práticas e consumos culturais.
- Avaliar a hipótese de conciliar o processo de regeneração urbana com a requalificação do produto sol e praia, ao favorecer a produção e o consumo cultural de visitantes e residentes no centro histórico.

*Hipóteses*

- Os turistas que visitam os centros históricos, nas zonas de turismo de sol e praia, no Verão (meses de Julho, Agosto e Setembro), revelam um perfil demográfico e social assim como as preferências culturais que deixam associar a diversificação do turismo de sol e praia com a regeneração dos centros históricos.
- Os responsáveis pelas instituições, empresas e associações, com interesses quer na regeneração dos centros históricos, quer no rejuvenescimento do produto turístico sol e praia, reconhecem que estes fenómenos se podem apoiar mutuamente e manifestam interesse na participação num projecto que possa satisfazer tanto a “nova classe média” local, como os “novos turistas”.

\* **Doutorada em Turismo** pela Universidade de Aveiro e **Professora Adjunta** na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve.

\*\* **Doutorado em Turismo** pela Universidade de Surrey (Reino Unido) e **Professor Associado com Agregação** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

- Existe uma relação de apoio mútuo, entre a regeneração dos centros históricos e o rejuvenescimento do produto sol e praia, mediada pela “nova classe média” local e pelos “novos turistas”.

**Metodologia** | Socorremo-nos tanto de métodos qualitativos como de quantitativos. Os primeiros permitiram completar as informações e aferir as recolhidas com base nos segundos. Os métodos quantitativos possibilitaram assegurar a objectividade possível por admitirem comparar resultados. As técnicas documentais proporcionaram a construção do modelo teórico. A investigação ao focalizar o estudo empírico numa só cidade exigiu ainda a utilização do estudo de caso. Identificados os dados que deveriam ser recolhidos e os instrumentos de análise utilizar para a sua recolha o passo seguinte consistiu na definição de um plano de amostragem. A base da amostra foi progressivamente circunscrita a partir de critérios que foram estabelecidos de forma intencional os quais conduziram à escolha da região promocional (Algarve) e da cidade objecto do estudo (Faro). Para recolher informação relativa à oferta elaborou-se uma amostra estratificada ponderada, que nos impôs a selecção dos responsáveis máximos das instituições, empresas e associações, num total de 70, dos quais recebemos 42 questionários válidos. Estes foram, posteriormente, organizados em grupos com afinidades (reabilitação urbana, revitalização económica, regeneração cultural, 3º sector e turismo), de modo a que os resultados pudessem ser comparados entre si. Em relação à procura foi preparado um inquérito de rua (*street survey*) com base numa amostra não probabilística, por conveniência o que implicou o cálculo do tamanho da amostra sem conhecimento da dimensão da população nem da variância. Escolheu-se uma margem de confiança de 95%, admitiu-se e que as respostas evidenciassem uma margem de erro de 5%. O número de inquéritos a aplicar totalizava 384 mas na realidade foram efectuados 391 par tentar suprir as não respostas. Os resultados foram obtidos com o auxílio do *Statistical Package for Social Sciences*, (*SPSS*) o que facilitou a realização de análise estatística descritiva e indutiva. Elegeu-se a análise de conteúdo com técnica de tratamento das perguntas abertas.

**Principais resultados e contributos** | O tratamento dos dados e dos resultados da pesquisa baseada nos inquéritos aplicados aos turistas que visitaram o centro histórico de Faro no Verão de 2001, nos meses de Julho, Agosto e Setembro, autorizam-nos a afirmar que apresentam um perfil que deixa associar a requalificação do turismo de sol e praia algarvio com a regeneração do centro histórico de Faro. Estes novos turistas não escondiam os seus elevados interesses de fruição cultural em espaços com carga simbólica nem a importante contribuição da visita realizada ao centro histórico de Faro, para o enriquecimento da sua estadia no Algarve. O perfil demográfico (jovens) social (elevados índices de escolaridade) e cultural (fruidor cultural) admite a sua inclusão na denominada nova classe média ou nova pequena burguesia. Os representantes da comunidade farenses revelaram, por seu turno, uma considerável predisposição, para se empenharem na definição de uma estratégia, que possibilite a criação de um produto turístico cultural para o centro histórico de Faro, possível precursor de um bairro cultural), através de uma acção concertada. Os principais obstáculos que se colocariam à concretização desse objectivo, na avaliação feita pelos inquiridos, derivam da falta de vontade política, da ausência de estratégia, da escassez dos recursos humanos, da carência de financiamento e do excesso de burocracia. A comparação de resultados entre a procura e a oferta, sem recurso a testes estatísticos, comprova a compatibilidade entre as actividades que a oferta considera facilitar a evolução positiva da economia do centro histórico, relacionada com a produção cultural e criativa e as necessidades culturais dos turistas. Os benefícios almejados pelos gestores inquiridos, resultantes do desenvolvimento do turismo, são, por sua vez congruáveis com os desejos de fruição cultural manifestados pelos turistas.

**Limitações** | O estudo empírico incidiu apenas sobre uma pequena cidade, de uma pequena região, de um pequeno país periférico. Por esse motivo supomos ser de algum interesse recomendar a realização de estudos idênticos de modo a confirmar ou infirmar as conclusões obtidas.

**Conclusões** | Cidades incluídas em destinos em que o produto predominante é o sol e praia podem colher benefícios económicos sociais culturais e de regeneração dos espaços mais nobres das suas cidades se conseguirem colaborar no incremento de uma produção cultural e criativa que satisfaça os gostos dos turistas e dos residentes. Nos países do sul da Europa em que essa produção é frágil o contributo dos turistas não é negligenciável.