

Turismo de descoberta económica – uma oportunidade para Portugal?

JOSÉ LUÍS SILVA * [jla.silva@cencal.pt]

VERA FORTES ** [vera.fortes@cencal.pt]

Palavras-chave | Novas Tendências do Turismo, Desenvolvimento Sustentável, Emprego, Responsabilidade Social.

Objectivos | Esta comunicação tem como objectivo demonstrar como é possível de uma investigação no domínio da prospectiva estratégica emergir o estudo de uma área inovadora na indústria turística. A metodologia utilizada (Escola Francesa da Prospectiva – Michel Godet) permitiu antecipar possíveis cenários para um sector industrial tradicional e consequentemente apresentar alternativas fazendo o *benchmarking* com práticas internacionais. Existem assim oportunidades para criar uma nova dimensão do turismo podendo ser uma alternativa ao turismo passivo de massa.

Metodologia | Na comunicação descreve-se como, depois de se delinear os cenários num horizonte de 2010/15 para sectores tradicionais, se chegou ao turismo de descoberta económica ou industrial como possível estratégia proactiva para a indústria cerâmica em Portugal. Foi assim feito um trabalho de investigação reunindo as boas práticas realizadas na Europa, EUA e Japão neste domínio, captando para Portugal muito deste *know how* já desenvolvido, apresentando um projecto denominado a Rota da Cerâmica. Estudos realizados nesses países permitiram constatar que o turismo de descoberta económica levou a um aumento das vendas directas das empresas que criaram esta valência, bem como valorizou as regiões e o seu património e ajudou a criar emprego qualificado. O projecto Rota da Cerâmica envolveu mais de três centenas de entidades (empresas, autarquias, ateliês, museus, escolas de cerâmica, palácios, etc.) onde foi estabelecido um programa de acção para promover esta nova modalidade de turismo, que se intitulou de descoberta económica.

Principais resultados e contributos | Este projecto permite desenvolver e promover redes locais relacionados com qualquer sector a partir da indústria e artesanato cerâmico, bem como do próprio património, no sentido de possibilitar a sua melhoria tendencial e das regiões, mantendo e criando emprego ligado ao sector ou a actividades emergentes como do turismo cultural ou de herança patrimonial. Na sequência da criação da Rota da Cerâmica e mais tarde, do Roteiro da Cerâmica das Caldas da Rainha, está a fazer-se a ligação a outra iniciativa em que participa a cidade de Aveiro, onde os principais centros cerâmicos europeus criaram a UNIC – *Urban Network for Innovation in Ceramics*, tendo como objectivo lançar a ponte entre a indústria e o turismo bem como entre a inovação e desenvolvimento científico e tecnológico.

* **Doutorado em Economia** pelo Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG). **Técnico Superior** no CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica e **Professor convidado** da Escola Superior de Artes e Design (ESAD-IPL).

** **Licenciada em Química Tecnológica** pela Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa e **Técnica Superior** no CENCAL - Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica.

Limitações | A área de intervenção do projecto era todo o território nacional, obrigando a um esforço enorme para encontrar e potenciar sinergias de todas as partes interessadas, constituindo sem dúvida uma mais valia para o projecto. Contudo, essa abrangência nacional fez também com que se perdesse, em alguns casos, um alicerce fundamental: a capacidade de dinamização dessas mesmas rotas localmente. As entidades intervenientes a esse nível geográfico podem e devem agir de forma a potenciar este novo tipo de turismo atraindo assim mais turistas e, conseqüentemente, trazendo mais valias para as empresas e outras entidades visitadas.

Conclusões | O turismo de descoberta económica ou turismo industrial, ou ainda turismo experiencial, é, sem dúvida, um caminho possível e desejável para dar um contributo poderoso para o desenvolvimento de uma forma sustentável de uma determinada região.

A identidade, diferença, emoção e inovação, são valores acrescidos aos recursos tradicionais, enriquecendo o conhecimento através de "experiências" excepcionais que turistas e visitantes podem viver e recordar.

Portugal tem condições para criar uma oferta sustentada de turismo de descoberta económica, que poderá viabilizar muitos outros investimentos no turismo regional, especialmente nas regiões interiores e sem produtos turísticos de massa, que estão a ver diminuída a sua importância. Ao propor um conjunto de produtos, alguns que estejam associados à experimentação e à disseminação do conhecimento, decerto que se poderão minimizar os impactos da crise pós-industrial e preservar as heranças culturais que muitos desvalorizam hoje, mas que têm um valor incalculável no médio e longo prazo. Por outro lado, para o sector do Turismo, a exploração de novos espaços e de novas dimensões, passa também por encontrar novas fórmulas de actuação, através de parcerias transversais e intersectoriais que integrem outras vertentes, para além das tradicionais.

É essencial que haja nas regiões também uma componente forte de animação turística inovadora a par de outros elementos, tais como o alojamento diferenciado, a restauração específica, valorizando os recursos endógenos, além dos transportes e serviços diversos, para a diferenciação de um destino e, assim, garantir-lhe uma vantagem competitiva face a destinos alternativos.

Esta é também a base para a divulgação e afirmação de uma identidade cultural, na fixação de saberes e tradições, no desenvolvimento social das comunidades que visitam e são visitadas. Leva simultaneamente à interpretação do espaço envolvente e ao desenvolvimento de actividades físicas e intelectuais que provocam um aumento da satisfação do turista e do bem-estar com que se vive na região.