

Territórios turísticos: Cocriação da diversidade cultural e criativa

Tourist territories: Cocreation of cultural and creative diversity

EUNICE R. LOPES * [eunicelopes@ipt.pt]

Palavras-chave | Práticas patrimoniais, turismo cultural, diversidade cultural, experiências criativas, sustentabilidade

Objetivos | Entendendo-se um território como sendo uma interação do visitante entre “experiência, relação e co-criação”, a diversidade cultural e criativa assume importante função integradora do território. Esta pesquisa centra-se na importância da co-criação, criatividade e oportunidades de inovação em atividades turísticas e culturais, através dos eventos, alinhados à preservação, diferenciação, valorização de experiências criativas e únicas associadas à sustentabilidade dos territórios turísticos.

Metodologia | A metodologia seguiu uma revisão teórica dos contextos de diversidade cultural, criativa e património; observação participante e aplicação de um inquérito por questionário. O questionário foi dividido em quatro grupos de perguntas: (i) caracterização dos visitantes; (ii) as suas motivações; (iii) a satisfação dos visitantes; e (iv) a fidelização a este evento por ser um evento que se realiza pela quarta vez. A pesquisa foi desenvolvida no Convento de Cristo de Tomar, Portugal.

Principais resultados e contributos | Como principais resultados verifica-se que a maioria dos visitantes é do género feminino (57,23%) com idade entre os 35 e os 44 anos (27,56%), maioritariamente residentes na cidade de Tomar, seguido de Coimbra e Torres Novas. Quanto ao seu grau de escolaridade, cerca de 32,67% possui um grau de escolaridade universitário. Cerca de 45% dos visitantes não tem por hábito participar deste tipo de eventos. Por se tratar de um evento de cariz social, tiveram conhecimento dele através das instituições de solidariedade social, associações e escolas (43,68%), outros através do Facebook. A principal motivação é o cariz solidário de angariação de fundos (52,56%) e também o convívio (22,08%). A maioria dos que participaram neste evento, sentiram-se satisfeitos (43,67%) e muito satisfeitos (42,34%). O evento Feira da Laranja Conventual realiza-se pela quarta vez, observando-se que cerca de 32% dos visitantes estão fidelizados ao evento pela sua participação nas quatro edições do evento, contudo a maioria participa neste evento pela primeira vez, mas não tem dúvidas que voltarão para uma outra edição (72,89%) e, cerca de 14,67% talvez voltem num próximo evento.

* **Estudante de Pós-Doutoramento em Turismo** na Universidade de Aveiro e **Doutora em Antropologia, Políticas, Imagens da Cultura e Museologia** pela Universidade Nova de Lisboa. **Professora Adjunta** do Instituto Politécnico de Tomar e **membro** das unidades de investigação CRIA (FCSH-UNL) e GOVCOPP (UA).

Limitações | A principal limitação deste estudo prende-se com a comparação do evento com eventos de edições anteriores, visto esta análise ter sido desenvolvida e aplicada no decorrer do evento IV Feira da Laranja Conventual (2016). É, contudo, objetivo prosseguir com o método de recolha de dados e análise, assim como, a realização de entrevistas aos principais atores do evento.

Conclusões | Entendendo-se um destino como sendo uma interação do visitante entre “experiência, relação e cocriação”, a importância da criatividade integra-se ou transforma-se num complexo mais vasto no qual a cultura adquire uma função integradora do território. O contributo do turismo para a visibilidade local/regional/nacional/e internacional da cultura local depende muito de como as manifestações culturais são apreendidas pelos turistas. Tem havido um crescente reconhecimento do papel da criatividade no desenvolvimento dos territórios e na atratividade dos destinos turísticos. Os eventos culturais e criativos assinalam a emergência de uma sociedade baseada na imaterialidade como recurso social e económico. O espaço, a economia e a cultura são aspetos que formam a identidade do lugar e o diferenciam na economia global, sendo a criatividade um elemento que na atualidade é absolutamente transversal a todos os setores da atividade humana. A criatividade requer um exercício de perceção em busca daquilo que foge da interpretação tradicional (Navega, 2007, p. 74). Neste sentido, o território é sempre “um lugar de inter-relações humanas densas” (Scott, 1997, p. 324), e a cultura é um fenómeno que tende a ter intensidade específica local, contribuindo para diferenciar um dos outros lugares. A competitividade turística estimula o desenvolvimento social e económico para as localidades onde se manifesta. Pode designar-se por um desenvolvimento integral das localidades turísticas (Crouch & Ritchie, 1999). Eventos que apresentam esta tipologia podem ser referenciados como importantes para os territórios do ponto de vista da competitividade e desde uma perspetiva de sustentabilidade, que significa satisfazer as necessidades dos turistas e garantir que gerações futuras possam usufruir dos espaços e atrativos (Mazaro, 2004).

O evento IV Feira da Laranja Conventual é um evento cultural e criativo na medida em que a partir da laranja, e usando a criatividade, são confeccionados vários produtos onde a originalidade, a criatividade se alia ao património cultural, à identidade territorial representada pelo Convento de Cristo de Tomar. Reflete uma situação privilegiada de mercado sustentada por resultados turísticos efetivamente positivos, e projeta e sustenta uma imagem diferenciada (Buhalis, 2000).

Os resultados apontam para a identidade cultural como central no vínculo entre o turismo e o território, contribuindo para a diferenciação dos destinos turísticos (Lopes & Gaspar, 2016). Pode concluir-se que a presente pesquisa valida a importância da dinamização dos eventos culturais e criativos para o crescimento, desenvolvimento dos territórios, e para a sua diferenciação, através da criação e valorização de experiências criativas e únicas.

Referências |

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Crouch, G. I., & Ritchie, B. J. R. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44, 137-152.
- Lopes, E., & Gaspar, J. (2016). *Turismo e eventos: A diversidade cultural e criativa na diferenciação dos territórios turísticos*. Convento de Cristo de Tomar. Relatório CET-Técnicas e Gestão de Turismo. ESGT, Instituto Politécnico de Tomar, Tomar.

Mazaro, R. M. (2004). Sostenibilidad estratégica como ventaja competitiva para destinos turísticos: El competente model. *Dialogo Internacional en Turismo, Diversidad Cultural y Desarrollo Sostenible*. Barcelona: Forum Universal de las Culturas.

Navega, S. (2007). *Criatividade*. Brasília: CNI SESI.

Scott, A. J. (1997), The cultural economy of cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), 323-339.