

TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL: O CONTRIBUTO DO TURISMO RURAL-CULTURAL

Luís da Silva Fernandes

lfernandes@crb.ucp.pt

RESUMO

O turismo e o Património Cultural tornaram-se um instrumento possível para o desenvolvimento de áreas rurais, em Portugal. Neste artigo, considera-se o turismo cultural-rural como caminho possível para o desenvolvimento turístico local.

ABSTRACT

Tourism and cultural heritage has become a possible development tool for rural areas in Portugal. In this paper, development of cultural rural tourism is considered a way to local tourism development.

A fruição do Património Cultural é um elemento cada vez mais influente nas práticas turísticas contemporâneas protagonizadas pelos «novos turistas»¹. Essa tendência está inclusivamente presente, como demonstraram estudos recentes, em destinos turísticos nacionais tradicionalmente ligados ao mercado do «sol e praia» (Costa, 2005: 287-288; Ferreira; Costa, 2006: 786-790). Paralelamente, tem crescido a procura de destinos turísticos alternativos e marcados por uma certa ruralidade.

Neste contexto, verifica-se uma maior procura das regiões do interior, sendo a valorização de experiências relacionadas com tradições locais, paisagens e monumentos em ambiente rural cada vez mais notória em diversos segmentos da procura turística.

Ora, em Portugal, as transformações em curso nas áreas rurais, com o declínio dos sectores de actividade tradicionais e a acentuada desertificação populacional, conduziram a um olhar mais atento às

¹ Vide, por exemplo, Richards (1996), Cunha (2003) Vieira (2004), Ferreira e Costa (2006).

potencialidades do turismo como instrumento de desenvolvimento do interior rural². A esse respeito, é notório o actual optimismo dos autarcas quanto ao contributo do turismo para o desenvolvimento local (Ribeiro, 2003: 43-46).

A manutenção, em zonas rurais e periféricas, de tradições ancestrais e a presença de património arquitectónico e arqueológico singular, enquadrado em paisagens privilegiadas, representa obviamente um potencial turístico acrescido para esses territórios. Não é, pois, surpreendente que, em Portugal, se tenha assistido a um crescente interesse pela activação turística do património como factor de desenvolvimento local e regional, buscando a fixação das populações rurais e a melhoria da sua qualidade de vida. Projectos como o Programa das Aldeias Históricas de Portugal ou, mais recentemente, as Aldeias de Xisto demonstram bem essa tendência (vide Boura, 2002-2004).

Todavia, não faltam equívocos em todo este cenário. Frequentemente, a nível local, encara-se a atractividade turística de um território como algo “natural” ou não se tem a percepção de como transformar os recursos turísticos em produtos turísticos (cf. Ribeiro, 2003: 47-48 e 50); relativamente ao Património Cultural, por exemplo, só recentemente se começou a ter em conta a necessidade de agregação dos vários elementos dispersos em itinerários, rotas e percursos, constituindo-se, assim, produtos turísticos. Além disso, as políticas turísticas locais carecem, aqui e ali, de verdadeiro planeamento estratégico. Ora, como salientou Carlos Costa (1998), as autarquias têm um papel cada vez mais importante no desenvolvimento turístico; deverão ser capazes de gerir e planear adequadamente o desenvolvimento turístico local, inventariando os recursos, definindo capacidades e limites de utilização turística do território, conhecer a procura, promovendo estudos, definir a oferta turística, em harmonia com as necessidades da comunidade local (Costa, 1998: 203-204).

Nesse sentido, é pertinente abordar sumariamente o conceito de turismo rural-cultural que, ultimamente, tem feito caminho na bibliografia científica internacional e em diversos projectos relativos a regiões rurais e/ou periféricas.

² A propósito do desenvolvimento rural, vide Cavaco (2004).

De acordo com Roberta Macdonald e Lee Jolliffe (2003: 308), trata-se de um turismo focalizado em comunidades rurais com as suas tradições, património, estilo de vida, lugares e valores preservados de geração em geração. Destaca-se assim o contacto dos turistas com os costumes, folclore, paisagens naturais e aspectos históricos dessas comunidades sem, todavia, colocar de parte outras actividades em cenário rural (passeios, desportos, festivais, entre outros).

Em alternativa, Marcelo Royo Vela e Christian Serarols Tarrés (2005: 204) entendem o turismo rural-cultural como uma forma de turismo e/ou excursionismo que se realiza numa área rural ou com riqueza natural, na qual existem povoações de pequena ou média dimensão e que possuem riqueza histórico-patrimonial no núcleo urbano.

A primeira abordagem (Macdonald e Jolliffe, 2003) deriva do estudo de caso de uma área insular e periférica do Canadá e centra-se na análise das possibilidades de desenvolvimento do turismo rural-cultural em termos de planeamento e implementação. Numa perspectiva preliminar (deixando diversas questões em aberto), o estudo mostra que o turismo rural-cultural implica uma abordagem integrada dos recursos locais no planeamento turístico, propiciando a constituição de parcerias e redes; a participação activa da comunidade no processo de desenvolvimento turístico é igualmente salientada.

Já no caso espanhol (Royo Vela e Serarols Tarrés, 2005), o estudo, partindo de uma amostra da realidade catalã, pretende conceptualizar o turismo rural-cultural e caracterizar os seus praticantes, estudar os elementos envolvidos na imagem do destino e contribuir para um modelo de gestão deste tipo de destinos³. Quanto ao perfil do turista/excursionista envolvido, trata-se de adultos entre os 25 e 55 anos, com estudos médios e superiores, com grande fidelidade aos destinos e disponíveis para os aconselhar a familiares e amigos.

Por outro lado, os autores identificaram um conjunto de 34 variáveis na formação da imagem de um destino rural-cultural (Royo Vela e Serarols Tarrés, 2005: 204-205, 210-213 e 221), úteis para uma

³ A través de inquéritos e entrevistas a turistas e especialistas do sector, os autores confirmaram que o turismo rural-cultural é um conceito com existência efectiva mas que necessita de mais pesquisa quer em termos teóricos, quer em termos práticos (Royo Vela e Serarols Tarrés, 2005: 204).

adequada estratégia de marketing. Atributos como a qualidade ambiental e paisagística, hospitalidade, preservação de tradições e do património e autenticidade constituem alguns dos principais argumentos desses destinos, segundo as expectativas dos turistas.

Finalmente, os autores propõem a implementação de estratégias para a afirmação dos destinos de turismo rural-cultural (Royo Vela e Serarols Tarrés, 2005: 217): estratégia de produto baseada na identificação dos atributos diferenciadores do destino; estratégia de comunicação integrando aspectos cognitivos e afectivos relativos ao destino; estratégia de relações públicas que promova o bom acolhimento ao turista e uma boa imagem da actividade turística junto da população local; estratégia de recursos humanos assente na formação de qualidade; estratégia de marca de destino e de certificação da qualidade para melhor posicionamento no mercado; estratégia de informação baseada numa sinalização e em pontos de informação adequados às necessidades dos visitantes.

Em resumo, verifica-se que a afirmação do turismo rural-cultural pode ser fundamental na activação turística do património e no desenvolvimento turístico local, na medida em que:

- suscita a abordagem integrada dos recursos locais no planeamento turístico;
- valoriza o território e a identidade cultural das suas populações;
- contribui para uma melhor definição da imagem do destino, particularmente em destinos turísticos pouco consolidados;
- aponta para a constituição de parcerias e redes;
- promove a participação da comunidade local;
- potencia a oferta turística existente.

Concluindo, parece-nos que o turismo rural-cultural abre perspectivas enriquecedoras para o desenvolvimento turístico local, assente num planeamento que não ignore a implementação de uma estratégia turística intermunicipal. Nessa perspectiva, será então possível encarar, com mais realismo, o turismo e o património como factores de desenvolvimento local.

BIBLIOGRAFIA

- * BOURA, Isabel (2002-2004): «Património e mobilização das comunidades locais: das Aldeias Históricas de Portugal aos Contratos de Aldeia», *Cadernos de Geografia* 21-23, pp.115-126.
- * CAVACO, Carminda (2004): «Desafios do desenvolvimento rural. Notas de leitura», *Finisterra*, XXXIX (78), pp.99-112.
- * COSTA, Carlos (1998): «O turismo e os municípios: porquê e que relação?», in J. Pintassilgo; M^a A. Teixeira [coord.]: *Turismo, Horizontes Alternativos. Actas do Encontro na E.S.E. de Portalegre*, Lisboa, pp.191-212.
- * COSTA, Carlos (2005): «Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)», *Análise Social* XI (175), pp.279-295.
- * CUNHA, Licínio (2003): «O Turismo Cultural como base do turismo», *Arkeos* 14, pp.161-166.
- * FERREIRA, A.; COSTA, C. (2006): «"Novos turistas" no centro histórico de Faro», *Análise Social* 41 (180), pp.767-799.
- * MACDONALD, Roberta; JOLLIFFE, Lee (2003): «Cultural Rural Tourism. Evidence from Canada», *Annals of Tourism Research* 30 (2), pp.307-322.
- * RIBEIRO, Manuela (2003): «Pelo Turismo é que vamos / podemos ir (?). Sobre as representações e visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento rural», in O. Simões; A. Cristovão [eds.]: *Tern: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Coimbra, pp.41-56.
- * RICHARDS, Greg [ed.] (1996): *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford.
- * ROYO VELA, Marcelo; SERAROLS TARRÉS, Christian (2005): «El turismo rural-cultural: un modelo de gestión del marketing turístico a nível local basado en la medida de la imagen del destino», *Cuadernos de Turismo* 16, pp.197-222.
- * VIEIRA, João Martins (2004): «O novo turismo», *Cadernos de Economia* 69 (Out.-Dez.), pp.136-140.