



Lisboa acolhe conferência internacional sobre Turismo Cultural

>> CARINA MONTEIRO cmonteiro@publituris.pt >> Fotos: D.R.



Lisboa será palco, de 30 de Outubro a 1 de Novembro, daquela que se estima ser a maior conferência internacional realizada no país sobre turismo cultural, a "Cultural & Heritage Tourism: Concepts, Realities and Perspectives". Numa organização da Universidade Lusófona e da associação cultural Progestur (responsável pelo Festival da Máscara Ibérica), a conferência vai trazer a Portugal vários trabalhos de investigadores académicos nesta matéria. "Vamos olhar para a motivação que mais cresce na Europa, apontada como aquela que tem maior potencial em Portugal, contando com a participação de conceituados especialistas nacionais e estrangeiros, para um debate e partilha de experiências entre profissionais do sector", explica Helder Ferreira, presidente da Progestur.

A conferência, que terá como chairman o professor Licínio Cunha, um estudioso do Turismo Cultural, vai tratar temas que terão uma abordagem científica, através de trabalhos de investigadores académicos de todo o mundo, que apresentarão na conferência os seus 'papers'. Depois, trará à discussão KeynoteSpeakers nacionais de diversas universidades internacionais, como por exemplo, a Tilburg University, a Illinois University e a Universidade da Coruña, entre outras. "O congresso realiza-se durante três

dias, com um programa que se propõe ser diversificado, no sentido de corresponder aos mais variados interesses, objectivos e expectativas. No dia em que o congresso arranca, os conferencistas poderão assistir a diferentes abordagens científicas, seguindo-se, no segundo dia, a apresentação de casos práticos. O último dia é dedicado a intervenções de especialistas, assim como à apresentação das conclusões destas jornadas de trabalho", refere. "No dia 1 de Novembro, contaremos com convidados especiais, nomeadamente especialistas estrangeiros, que serão convidados para um almoço de gastronomia portuguesa, estando a tarde reservada para visitarem alguns locais culturalmente relevantes da nossa capital".

De acordo com o responsável, a conferência é dirigida a quem gere destinos turísticos, equipamentos culturais e promotores de eventos. Mas também "se pretende sensibilizar os líderes de opinião e principais decisores, para o potencial que a cultura representa em Portugal, País onde não temos filas para entrar em museus ou eventos de projecção internacional, como as festas de San Fermín ou a Semana Santa em Espanha. Queremos também apontar algumas oportunidades e lançar estímulos ao empreendedorismo, visando aqueles que, estando desempregados, têm na criação do seu negócio uma oportunidade de vida", conclui. ¶

>>> 5 MINUTOS

Portugal tem sabido aproveitar os seus recursos culturais para potenciar e captar novas correntes turísticas?

A resposta tem de ser simultaneamente positiva e negativa. De facto, se por um lado, se regista, desde há anos, um esforço significativo no sentido do aproveitamento turístico para fins turísticos, por outro, o esforço para captar novas correntes turísticas motivadas pela cultura é praticamente nulo. As iniciativas para colocar o património construído aos serviços do turismo (construção de pousadas, turismo de habitação, turismo rural) já são antigas mas actualmente têm sido reforçadas pelo aproveitamento de edifícios antigos para o alojamento turístico e várias aldeias têm sido recuperadas.

Em contrapartida, porém, "o turismo cultural", como produto turístico é inexistente, não fazendo parte do elenco dos produtos estratégicos eleitos pelo PENT acontecendo esta coisa absurda: o World Economic Forum coloca Portugal no grupo dos primeiros 15 países do mundo com maior competitividade nos "recursos culturais" mas o produto estratégico criado foi o "Touring Cultural e Paisagístico" que nem sequer se pode considerar como um produto turístico.

Portanto temos recursos naturais destacados a nível mundial, há um esforço para a sua recuperação e colocação ao serviço do turismo mas não há políticas estruturadas para captar correntes turísticas com base na cultura!

Qual o posicionamento de Portugal comparativamente com os outros destinos da Europa, no que ao Turismo Cultural diz respeito?

Segundo a Organização Mundial de Turismo, o turismo cultural é um dos segmentos com mais elevadas taxas de crescimento no mundo e o estudo realizado pela União Europeia, em 2010, sobre os factores que mais influenciam os consumidores europeus a escolher os seus destinos de viagem leva a concluir que as atracções culturais, incluindo a gastronomia e os eventos, influenciam à volta de 40% dos europeus na sua decisão de escolha do destino a visitar, percentagem muito superior à que se registou para o "sol e praia".

Não há, contudo, dados concretos sobre a posição de cada destino no turismo cultural. Há-os que demonstram a sua enorme importância para países como o Reino Unido, França, Alemanha ou Espanha, mas não se conhecem dados quanto ao número de turistas que viajam para cada país tendo uma razão cultural. Muito menos para Portugal, que nem sequer sabe

quantos turistas o visitam.

Portugal não é identificado nem na Europa nem no resto do mundo como um "destino de turismo cultural", porque não se posiciona como tal nem nas estratégias de desenvolvimento nem nas estratégias promocionais. Ou seja, para responder à sua pergunta, comparativamente com os outros destinos da Europa, o turismo cultural português não existe! Há, certamente, milhares de turistas que vêm a Portugal por razões culturais, mas não porque existe um produto estruturado que provocou a sua decisão de vir.

O Turismo Cultural como motivação dos turistas que visitam Portugal tem crescido?

Admite-se que sim e há evidências disso. Sabe-se também que quem nos visita fica surpreendido com os valores culturais com que se depara mas esta não é uma forma de avaliação aceitável e o INE não determina o número de turistas que nos visita por esta razão.

Quais os principais desafios que o Turismo Cultural enfrenta em Portugal?

O maior de todos é o da criação do produto turismo cultural. Faz algum sentido dizer que o promovemos através do "Touring Cultural e Paisagístico"? Sem estruturar o produto como queremos atrair clientes? Como se faz isso? Depois é preciso promover o país como um destino de turismo cultural e criar uma imagem correspondente. Alguém se convence que apresentar imagens de monumentos é promover o "turismo cultural"?

Em terceiro lugar, é preciso pôr o produto a "funcionar". Criam-se rotas do românico, do barroco, ou dos vinhos mas criar uma rota não é apenas colocar placas nas estradas com uma sinalética qualquer! Um exemplo elucidativo: há meses, numa visita ao Douro com a família, deparamo-nos com a indicação de uma rota românica. Apesar de não ter a distância indicada decidimos ir visitar o monumento indicado. Depois de parar 3 ou 4 vezes para saber se estávamos ou não perdidos lá chegámos ao monumento. Surpresa: só podia ser observado por fora porque o guarda andava a podar a sua vinha e era ele quem tinha a chave! O "produto" estava lá mas não funcionava, não podia ser "consumido".

Licínio Cunha
Professor da Universidade Lusófona