

Autor: Silva

O despertar do Turismo Criativo



A competitividade entre destinos é dinâmica, inovadora, com constantes alterações na oferta e procura, em função de múltiplas variáveis, como preços, qualidade, inovação, variedade de produtos turísticos, acessos, segurança, economia, motivações. A diferenciação efetuada através dos hotéis de luxo, portos, aeroportos, restaurantes, acessos, centros comerciais, são fatores comuns aos destinos turísticos que estão atualmente em moda, muito bem equipados nestas áreas, com boas ligações aéreas, marítimas e terrestres, em detrimento da sua identidade cultural e do saber receber. O turista é mais um número. Estas características estão associadas destinos turísticos com fluxos turísticos muito elevados, casos da Espanha, França, Estados Unidos, Inglaterra.

Os destinos pequenos precisam de encontrar estratégias de sobrevivência e formas de se destacar nas linhas de competitividade atuais. A diferenciação neste caso não deverá ser totalmente dependente do fator económico, mas da identidade cultural do destino, das suas características físicas e humanas. A imaginação, a capacidade de invenção, de adaptação, são características marcantes no ser humano. É por aqui que entra o Turismo Criativo: com a necessidade de sobreviver e marcar a diferença.

Dentro do Turismo Criativo, nasce o alojamento local, numa época de crise, no caso de Portugal, como forma de criação do próprio emprego e de reabilitação de casas de família inicialmente degradadas pela

idade e quase esquecidas. É quase instintivo: “tenho uma casa parada, estou sem trabalho, vou recuperar uma casinha da minha família, vou alugar a turistas e ganhar uns trocos”...assim nasce a ideia. Esta forma de alojamento captou o interesse de muitos viajantes nacionais e estrangeiros, porque a ideia de “viver como um local”, é muito apelativa e inovadora. Sair da normalidade, ter privacidade, cozinhar com produtos locais, aprender com a cultura local e viver novas experiências são motivações muito fortes para uma pausa na rotina diária.

Na edição *online* do www.publico.pt, de 24 de Julho de 2018, vemos que “ No início da década, em 2010, havia 259 estabelecimentos de alojamento local em Lisboa. Sete anos depois, o número passa para 9 833. O mesmo é dizer que, entre 2010 e 2017, o alojamento local da capital disparou mais de 3000% e representa perto de um quinto do total nacional...”.

Segundo a edição do Jornal da Madeira de 14 de Fevereiro de 2018, em 2015 estavam registadas 150 unidades como alojamento local, em Dezembro de 2017, 2 486 unidades e conforme notícia publicada no www.dnoticias.pt, a 05 de Dezembro de 2018, “ Segundo o Registo Nacional do Alojamento Local (RNAL), a Madeira tem 3.194 unidades de alojamento local, o que corresponde a 7.577 quartos e a 12.343 camas. A maior parte destas unidades está localizada no concelho do Funchal, com mais de 1.500 e cerca de 5.400 camas, seguido da Calheta, com 550 unidades e acima de 2.500 camas. Santa Cruz apresenta 392 unidades e mais de 1.600 camas, ocupando a terceira posição dos três concelhos com maior número de unidades e camas de alojamento local na Região. No Porto Santo, existem 151 unidades registadas, com um total de 351 quartos e 609 camas, representando cerca de 5% do total da oferta da Região em termos de oferta de alojamento local”.

Segundo o jornal Açoriano Ocidental, na publicação de 02 de Setembro de 2018, a 24 de Agosto de 2018 os Açores têm 2.176 unidades de alojamento local registadas, um crescimento de 624 em relação a dezembro de 2017. A ilha Terceira é a que mais se destaca, com uma evolução quantificada em 82,1%, cerca de 4000 hóspedes.

Com estes números é muito fácil constatar que o alojamento local cresce positivamente por todo o país, contribuindo para o aumento do emprego local, aumentando o consumo de produtos locais, a recuperação de imóveis, e o crescimento do número de turistas em muitas regiões, com particular destaque em regiões anteriormente pouco populares para o turismo, como o caso da ilha Terceira, na Região Autónoma dos Açores.

Gostaria de destacar estes dois exemplos, ligados à identidade cultural do destino, um na Ilha do Pico, Arquipélago dos Açores e outro em Manteigas, no distrito da Guarda, Beira Alta.

“O Município das Lajes do Pico apresentou no terceiro dia da BTL 2019 – Bolsa de Turismo de Lisboa a estratégia de desenvolvimento turístico que visa incrementar a notoriedade do município através da consolidação da marca “Lajes do Pico: Capital da Cultura da Baleia” e da candidatura da Cultura da Baleia a Património da Humanidade da UNESCO.” Em www.turiver.com, acedido a 19 de Março 2019.

Algumas pessoas podem ficar magoadas, ou chocadas com a chamada “cultura da baleia”, em algumas ilhas portuguesas, caso do Pico, Faial, ilha da Madeira, no entanto durante muitos e muitos anos, nas ilhas portuguesas era uma questão de sobrevivência para numerosas famílias, tal qual o turismo hoje em dia.

Em Manteigas, “Largas décadas depois da sua construção, a Pousada de São Lourenço passou a uma casa, com o mesmo nome, que não o é verdadeiramente: é um hotel que não se parece com um hotel. No interior e no exterior, arranjou-se espaço para dar palco à contemporaneidade da equipa de designers portugueses e introduziu-se o conforto de um spa de montanha. “www.publico.pt/2019/03/18, acedido a 19 de Março de 2019.

Uma ideia quanto a mim genuína, uma casa, que na sua ampliação e adequação aos tempos e exigências

atuais não deixou de ter o espírito de uma casa.

Associando o Turismo Criativo à identidade cultural do destino, ao alojamento local e ao “viver como um local”, saliento algumas atividades passivas e ativas, relevantes para o preenchimento dos tempos livres dos nossos visitantes enquanto turistas, como a participação nas festividades locais, aprendizagem sobre o artesanato e gastronomia local, recolha de histórias, lendas e jogos tradicionais, observação e fotografia à arquitetura local, prática de *slow tourism*, passeios em caminhos agrícolas, caminhos reais e prática de pesca local. O visitante disfruta das experiências e sensações de forma pura, genuína, criativa e com “*stress zero*”.

Imagem Funchal de uso gratuito (jackmac) em pixabay

Data de Publicação: 29-03-2019