

A PRÁTICA E O SUCESSO DOS ITINERÁRIOS TURÍSTICOS CULTURAIS NAS DIVERSAS DIMENSÕES TERRITORIAIS

Susana Varela - ISLA – Gaia – Instituto Superior de Línguas e Administração
Luís Ferreira - *ISCET – Instituto Superior de Ciências Sociais e do Turismo, CIIC*

RESUMO

Os itinerários turísticos culturais estão normalmente associados a grandes cidades ou centros culturais de um ou vários países. O arrojo, irreverência e inovação no aproveitamento e valorização de recursos culturais até então escondidos ou mesmo desprezados, foram essenciais para a prática de experiências muito enriquecedoras de promoção de recursos, itinerários e destinos turísticos.

Não apenas os grandes centros culturais justificam o nascimento e vivência de itinerários, mas também pequenas parcelas de território e simultaneamente ricos núcleos vivenciais, se têm vindo a transformar em novas e diferentes atracções para os visitantes, acrescentando e proporcionando, uma atitude pró activa e não meramente passiva do turista. Também estes destinos turísticos, e sempre no respeito pelas respectivas capacidades de carga, aproveitam os benefícios do turismo, que deverão ser utilizados, não apenas, na perspectiva de crescimento de taxas de visita/ocupação, mas sim, na perspectiva da qualidade e oferta de produtos diferenciados.

Abstract

Cultural tourist itineraries are usually related to big cultural towns or centres from one or several countries. The audacity, irreverence and innovation concerning de use and valuation of cultural resources that remained forgotten or even despised, enabled rich experiences on the promotion of resources, itineraries and tourist destinations. Side by side with big cultural centres, small spots of territory, filled with precious living experiences, are becoming new and different attractions for visitors offering a new pro active attitude instead of the usual passive one. These destinations, and always bearing in mind sustainable practices, also profit from tourism benefits to be used with the goal for quality and the offer of different products than only with growth perspectives.

Palavras-chave:

Território, Cultura, Turismo, Destinos turísticos, Itinerários

Key words:

Territory, Culture, Tourism, Tourist destinations, Itineraries

1- INTRODUÇÃO

“As recently as fifteen years ago, cultural tourism was thought of as a small niche market. Today, it figures are to believe, cultural tourism is firmly established as a mainstream, mass tourism activity” (McKercher and Cros, 2002).

O território Português oferece diversas possibilidades de itinerários pela profusão de recursos turísticos que abriga. E os itinerários deveriam ser pensados para o país de norte a sul e de litoral a interior, desde a maior cidade até aos mais pequenos lugarejos no pressuposto, é claro da existência de recursos turísticos ainda que dos mais diversos, para esse efeito. Já sabemos que nem todo o território está e poderá estar vocacionado para a actividade turística. No entanto, há que questionar se todo este território potencia igual aproveitamento para efeitos de concretização de visitas turísticas na forma de itinerários.

Com o presente artigo pretende-se analisar as várias hipóteses de itinerários existentes ou imaginados e averiguar da relação dos mesmos com o território eleito para o efeito e respectiva quantidade e diversidade de recursos turísticos.

Neste contexto, pretende-se com a apresentação desta comunicação chamar a atenção para a importância do território na elaboração de um itinerário, como fornecedor dos recursos reais e potenciais. No contexto dos itinerários trata-se a sua formatação temporal, identificando os diferentes formatos que podem estar associados ao desenho dos itinerários.

No ponto quatro debate-se se o turista procura a quantidade ou a qualidade de recursos turísticos, tendo por base o destino turístico no qual os turistas procuram as atracções. Geralmente estas concentram-se numa vasta porção de território e ou então, grandes atracções, muitas vezes solitárias, numa pequena unidade territorial, funcionando mesmo como única motivação para a criação de fluxos turísticos.

A elaboração de itinerários desenvolve-se no ponto cinco destacando-se o facto de se tratar de um produto turístico e por conseguinte estar sujeito às características do produto, gerando que a criação de um itinerário tenha em consideração estas características, mas, que obedeça a

critérios qualitativos e quantitativos que tenham por base os recursos dos destinos tendo em conta as expectativas dos potenciais visitantes. A dimensão do território, o tipo de recursos, a sua possibilidade de fruição, o planeamento da visita, o interesse para o visitante e a experiência daí resultante são aspectos centrais a ter presentes na elaboração de itinerários.

Para melhor consubstanciar esta realidade apresenta-se um conjunto de propostas de itinerários integrando atracções ilustrativas das diferentes dimensões territoriais de Portugal. Ainda neste contexto, com o Itinerário das Lojas e do Porto Comercial, (Câmara do Porto, 2010), exemplifica-se um itinerário na cidade do Porto que explora o potencial dos atractivos materiais e imateriais existentes na Cidade, construindo uma oferta temática única. Na conclusão reforça-se todo este contexto de pertinência no necessário tratamento diferenciador do território como palco de múltiplas vivências turísticas.

2. A IMPORTÂNCIA DO TERRITÓRIO NA ELABORAÇÃO DE UM ITINERÁRIO

O território₁ é a dimensão espacial de um itinerário, dimensão essencial à vida humana e à actividade turística. Podendo o território oferecer recursos reais e potenciais, assim, a elaboração de itinerários não é estática mas sim dinâmica. O turismo e os itinerários turísticos alteram o território (e a paisagem) tornando-o também espaço de acolhimento. A política empreendida para este efeito pode ser correcta ou incorrecta, gerando neste último caso impactos negativos. O território é o suporte de qualquer itinerário.

O espaço turístico é mesotrópico tendo em conta que compreende um misto de endotrópico ou seja, dirige-se essencialmente para a utilização turística de elementos internos ao seu tecido construído (monumentos, museus, actividades culturais, casino, centro de congressos...) e exotrópico, quando se orienta de forma primordial para os elementos atractivos exteriores ao seu espaço construído, e geralmente pré-existent e independentes dele (mar e praia, floresta, neve₂) (Henriques, 2003).

1 Neste caso, mais do que a definição legal de território como espaço onde um determinado Estado exerce a sua soberania, interessa considerar o território como uma área delimitada sob a posse de uma ou mais pessoas, de forma organizada ou não.

2 Orienta-se de forma primordial para os elementos atractivos

O turismo foi desenvolvendo mediante a ocupação, uso e oferta de cada vez mais parcelas de território, utilizando até algumas que não tinham qualquer património, e onde foram construídas de raiz atracções artificiais (a cidade de Las Vegas construída no meio do deserto do Estado do Nevada nos Estados Unidos da América).

Não nos podemos esquecer que na sua origem se limitava aos países da Europa do sul, mais concretamente do mediterrâneo, espaço de suporte para o Grand Tour³ (Azenha), movimento considerado a origem do turismo no mundo. Hoje, quase todo o planeta e até a Lua estão turistificados. Inúmeros *citypairs* servem de coordenadas a uma viagem. É obvio que o território e as suas formas de ocupação, uso, organização e manutenção dos espaços, foram e vão sendo alterados ao serviço dessa que é considerada a maior indústria do mundo mas também a indústria da paz. Os instrumentos de Ordenamento do território no caso português, o Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território, PNPO⁴ (Turismo de Portugal, 2007), torna-se essencial para, perante o relevo da actividade turística, evitar os impactos ambientais, sociais, económicos e culturais negativos, não podendo para isso abstrair das características da oferta mas principalmente das características da procura turística, como a sazonalidade e respectiva diferente intensidade de fluxos na procura.

Directamente ligado à sazonalidade e com conotação igualmente nefasta, está o fenómeno do turismo de massas. Se já é negativo o facto das vistas aos locais se concentrarem no espaço e no tempo (sazonalidade de causa climática e institucional), esta situação agrava-se quando o número de visitantes não é proporcional ao território do destino e é incompatível com a sua capacidade de carga como acontece com o “Turismo de Massas”. Apesar de em termos gerais, se associar mais esse imensos fluxos de visitantes ao Turismo recreativo (Sol e Praia, Cruzeiros, Parques Temáticos, Jogo, Leisure exteriores ao seu espaço construído, e geralmente pré-existent e independentes dele (mar e praia, floresta, neve).

3 Grand Tour - Passeio ou viagem de jovens aristocratas do norte da Europa, acompanhados dos seus tutores, pelas capitais da Europa do sul, a fim de tomarem contacto com as novas correntes culturais. Este movimento teve início no Século XVII.

4 Lei nº 58/2007 de 4 de Setembro.

Shopping) (Varela, 2006), e Turismo cultural nas grandes cidades, frequentemente, dependendo de datas especiais, eventos culturais... ou não, também pequenas vilas ou aldeias ou mesmo um pedaço de território com uma única atracção, são tomados de “assalto” por estas massas, lucrativas sem dúvida mas desprovidas de qualquer outra vantagem para os destinos.

Senão tome-se como exemplo o caso de cidades que se transformam durante determinados períodos de tempo, em gigantescos palcos humanos de assistência a um particular evento, com Braga durante a Semana Santa, Munique⁵ durante a *OktoberFest*⁶, ou Buñol⁷ durante a Tomatina (Tomatina Página Oficial, 2009), evento que remonta a 1945 e anualmente (na última quarta-feira de Agosto) quase quadruplica o seu número de habitantes (cerca de 9 000) em visitantes (por vezes atinge os 40 000). O PNPO⁴ deve também proteger os espaços, tendo em conta a ainda tendência à construção desenfreada, até porque no que diz respeito ao imobiliário, por mais atraentes que sejam os *resorts*, hotéis e outro equipamento imóvel de um destino, não é garantida a sua ocupação por visitantes. Factores como desastres naturais, ecológicos, mudanças das marés, pragas de insectos, epidemias, guerras ou mesmo simples modas, podem alterar as motivações dos turistas e a respectiva escolha do destino. O Turismo é factor de degradação ou de protecção do território e património? A resposta a esta pergunta pode ser afirmativa ou negativa. Depende das tipologias e políticas de turismo a adoptar.

3. O TEMPO E OS RECURSOS TURÍSTICOS NO ITINERÁRIO

Sendo o território o suporte dos itinerários culturais estes são balizados pelo tempo e providos de conteúdo pelos recursos turísticos. Assim um itinerário pode ser quanto à sua duração, de *full-day* ou *half-day*, pode ser diurno ou nocturno (*by-night*), e pode ser de um dia só, fim – de – semana, vários dias ou até meses. E consoante este período de duração tem que ser ocupado com actividades turísticas diversas (viagem, dormida, refeições, animação, compras) mas, essencialmente, visitas.

5 Cidade da Baviera na Alemanha

6 Festival da Cerveja anual que decorre desde meados de Setembro até ao primeiro Domingo de Outubro.

7 Vila espanhola perto de Valência

Também em relação ao meio de transporte escolhido para a realização do itinerário, este vai depender das características e extensão do território, e duração do itinerário. (E existem várias alternativas desde o pedestrianismo, ao uso de animais, até aos veículos motorizados ou não, e ainda a possibilidade de viagens intermodais, combinação de vários dos anteriores (Ferreira; Varela 2009). Assim não se pode nunca dissociar os elementos território, tempo e recursos turísticos.

Um só momento de visita a um só monumento num só espaço, pode ser suficiente para recordar, recriar e apreender uma época e a história de um país ou região. Há assim que preservar o património na senda dos antepassados gregos, romanos, românicos, renascentistas... E quando se menciona património, contempla-se o material e o imaterial, e dentro do primeiro o natural e o edificado. É que, sem património não existem recursos (património acessível e visitável...) (Cunha, 2003) e sem recursos não se elaboram itinerários nem se faz turismo. Daí que não se entenda a destruição passada de edifícios como o Palácio de Cristal (Santos, 2008), em 1951 ou o Convento de S. Bento da Avé Maria, convento beneditino das freiras de S. Bento da Avé Maria, demolido em 1894 (no Porto) (Dias, 2002) e actual do património por vários motivos. Entre eles, falta de manutenção, recuperação restauro, Mosteiro de Rendufe; guerra civil, (Guerra da Bósnia), Ponte sobre o rio Neretva, em Mostar (Unesco, 2008), cidade na Bósnia e Herzegovina⁸, destruída em 1993 na cidade; destruição em Março de 2001 de duas gigantescas estátuas de Buda existentes na província de Bamiyan, Afeganistão pelos *taliban* por serem consideradas idólatras; incêndio em 1993 na Ponte de Madeira mais antiga da Europa, a Kapellbrucke, em Lucerna (Dana, 2007), entre outros. É que, os monumentos valem por si próprios, mas também como prova material da presença da humanidade e diversas manifestações da sua existência (necessidades aspirações, capacidades...) e as gerações humanas vão-se sucedendo mas o património permanece no território e nas mentes, excepto em casos excepcionais de desaparecimento, alguns dos quais já supra mencionados.

8 Reconstruída e classificada pela UNESCO em 2005.

9 O seu interior estava decorado com painéis triangulares que retratavam acontecimentos da história de Lucerna.

4. O TURISTA PROCURA A QUANTIDADE OU A QUALIDADE DE RECURSOS TURÍSTICOS?

Um destino turístico vale pelos seus recursos. E os turistas procuram muitas atracções, que geralmente se concentram numa vasta porção de território e/ou então, grandes atracções, muitas vezes solitária numa pequena unidade territorial, funcionando mesmo como única motivação para a criação de um fluxo nesse sentido. Serão os grandes núcleos patrimoniais mais importantes para a actividade turística? Será essa diferente importância susceptível de medição?

Monumentos únicos mas soberbos geram por si só, importantes correntes de visitantes para locais onde não existem outras atracções com interesse particular. O Mont Saint-Michel na Normandia em França, é um desses exemplos.

Pode-se então constatar que as motivações, para além de serem variáveis e imprevisíveis são capazes de mover um turista para um local longínquo para visitar, contemplar e desfrutar de apenas um recurso, que pelas suas características o justifica.

É isso que acontece quando um turista europeu atravessa o oceano atlântico, parte do continente sul americano e um bom terço do oceano pacífico para atingir a ilha chilena da Páscoa, que é agreste, inóspita, despida, longínqua, mas palco das estátuas Moai, cuja implantação no território (meios para as elaborar e erguer, escolha da posição, significado e finalidade) continua ainda hoje por esclarecer. Compreende-se a visita ao Egipto e seu conjunto de atractivos. Assim como ao México, país cujo território se encontra salpicado de recursos turísticos. E é também obviamente mais fácil criar itinerários apelativos pela sua riqueza quantitativa. Mas no que respeita a uma porção de território pequena, e apenas com uma atracção o fenómeno visita, que não deixa de existir, torna-se de mais complexa compreensão até pela dificuldade acrescida de elaborar nesse caso um itinerário turístico.

O que explica a motivação para ir ao Marco de Canaveses visitar a Igreja de Santa Maria¹⁰, ou ir a França à região de Haut-Saône só para visitar a Capela de Notre-Dame-du-Haut de Ronchamps¹¹?

10 Obra do arquitecto português Álvaro Siza Vieira.

11 Obra do arquitecto francês Le Corbusier.

O que faz o visitante entranhar-se pelo mato alentejano ou até pedir autorização para entrar numa herdade privada para ir ver uma anta?

As respostas são diversas, interligadas com a motivações que podem ser as mais diversas e mesmo bizarras e que podem ser estimuladas pela fé numa determinada religião, nome do arquitecto de um monumento, pelos segredos guardados num dólmen, pelos anos de história encerrados num vitral gótico, pelo esoterismo existente e experimentado numa determinada confluência de pontos,...

Na verdade, cada vez mais as atracções turísticas não se destinam a ser visitadas no sentido de serem vistas, mas sim, com o intuito de ser observadas, interpretadas, sentidas e vividas.

Facilmente se faz um itinerário turístico na cidade do Porto ou na cidade de Braga apesar de quase sempre fazerem parte desses itinerários os mesmos recursos. Quem visita Braga, visita geralmente o Bom Jesus (porque dos 3 santuários que compõem o triângulo religioso, cujos outros vértices são o Santuário da Nossa Senhora do Sameiro e o Santuário de Santa Maria Madalena da Falperra) é considerado o mais completo e belo (elevador hidráulico, escadório, Via Sacra, Igreja, parque com lago, várias unidades hoteleiras...), a Sé e o restante centro histórico. O Mosteiro de Tibães está já também inserido em algumas visitas. Mas e a Igreja de S. Frutuoso de Montélios? O mesmo sucede com Lamego (e caminho para Viseu). É geralmente visitado o centro, (Sé e Santuário de N^a Senhora dos Remédios), são por vezes incluídas as visitas à Torre e Ponte da Ucanha, Mosteiro de Salzedas (quando é passível de visita), Caves Murganheira, o Mosteiro de Tarouca apesar do estado de degradação que atingiu nomeadamente com a delapidação do revestimento azulejar externo da Igreja, (Silva, 1975), mas que desde 1996 tem vindo a ser alvo de um programa de restauro, no entanto, quantas vezes é esquecida a pequena mas riquíssima Igreja de S. Pedro de Balsemão?

Assim como se passam horas a contemplar um quadro no banco de um museu, também numa capela se pode permanecer sentados a rezar, meditar (religião, filosofia, pensamento, auto conhecimento) ou simplesmente contemplar (cultura, conhecimento, turismo...).

Não justifica ir ao Gerês para visitar a Geira Romana¹²? Na verdade, tendo ou não o mesmo interesse, encontram-se na envolvente outros segredos escondidos. Pode ser uma receita gastronómica, a prova de um licor, um encontro inesperado com um contador de histórias, ou a visão “autóctone” de uma manada de garranos.

Porque numa cidade grande se deixa tanta coisa por visitar e numa pequena aldeia ou lugar se visita até o mais insignificante dos recursos?

Porque não se inclui nos itinerários as alminhas que vão aparecendo nas estradas dando desta forma a possibilidade aos guias intérpretes nacionais de darem informação cultural dos costumes e crenças do povo português?

Nos Açores, prescinde-se tantas vezes do Corvo e Flores por não terem atracções tão badaladas, mas a ilha das Flores tem oferece itinerários turísticos e é considerada por muitos como a ilha mais bonita do arquipélago funcionando como recurso por si só, no seu conjunto.

5. ELABORAÇÃO DO ITINERÁRIO

Para que o itinerário seja realizado há que fazer antes um exercício de tomada de consciência, e, constatar se o que foi interiorizado é passível de concretização.

Assim como a maior parte dos “produtos” turísticos, os itinerários são intangíveis. O que se imagina ou adquire são ideias, planos, previsões devidamente formalizados num “pacote” ou programa mas que só se podem ver, experimentar, vivenciar, em simultâneo com o seu consumo. Daí que seja necessário trabalhá-los com cuidado e seriedade, evitando expectativas frustradas por imagens que não correspondem à realidade dos destinos, desagrado cujo preço passa geralmente pela não repetição do destino (não fidelização) e não aconselhamento do destino a familiares e amigos, quebrando assim uma das mais valiosas correntes de promoção ao serviço do turismo.

Sendo o itinerário definido como a manifestação do processo físico de apreensão do território pelo turista (Resende, 2003), então aparece desde logo o território e respectiva dinâmica como ponto de partida para a sua elaboração.

12 Estrada romana designada pelos arqueólogos como Via Nova ou Via XVIII e que ao longo de 5 milhas atravessa a Serra do Gerês ligando Bracara Augusta (Braga) a Asturica Augusta (Astorga).

Conhecer e escolher o território potencial, inventariar, planificar e organizar para concretizar, satisfazendo assim visitantes, (turistas e excursionistas), portugueses ou estrangeiros e o desejo de conhecer, usufruir e “crescer”.

Através da consulta a inventário preliminar de recursos, ver quais os que estão presentes no território que vai ser trabalhado, seleccionar os mais atractivos em escala decrescente, caso a caso e averiguar do estado da atracção, infra-estrutura, acessibilidade, sinalética segurança e visitabilidade (horário, posse da chave...), identificar, mostrar, partilhar.

Um espaço geográfico grande é necessariamente tratado de forma diferente de um pequeno. Numa grande cidade deixa-se, já de regresso muitas igrejas importantes por visitar, mas numa aldeia visitamos de certeza a igreja matriz muitas vezes com menos valor patrimonial do que igrejas das cidades onde vivem os turistas e que nunca foram por eles visitadas.

A realização de itinerários culturais através de diferentes territórios, para além de promover o equilíbrio entre a oferta e a procura turística estimula à salvaguarda da memória colectiva da humanidade.

Os itinerários podem dizer respeito a grandes parcelas de território, ou extensões mais pequenas, ao passado, ao presente e ao futuro a atracções mais ou menos acessíveis. Afirmar que uma Igreja românica no cimo de uma serra a uma hora de caminhada tem menos potencial da mesma no centro de uma povoação (pressupondo, que em ambos os casos as igrejas estão abertas e visitáveis), é controverso. Apesar de ser uma afirmação verdadeira em alguns casos, ela pode ser falsa, noutros dependendo da motivação dos turistas como por exemplo os aloctéricos, que muitas vezes estão cansados e desmotivados para visitar o que é acessível, e quase sempre, cumulativamente congestionado e procuram o inverso, ou seja o que implica mais espírito de aventura, ou mesmo mais esforço no acesso mas que depois oferece a recompensa do silêncio, da calma, da independência na contemplação e na visita.

Assim, pode até ter um maior potencial (ainda que para menos visitantes), o recurso quase inacessível. Esse carácter pode funcionar como factor de atracção. É o que acontece por exemplo com o Mosteiro de Santa Maria das Júnias ou com o Santuário da Nª Senhora da Peneda.

Há que distinguir os destinos simples que privilegiam a origem e o destino (ida e volta sem dar relevo à área envolvente), dos multidestinos que enfocam em mais do que uma atracção (ainda que as hierarquizam por importância dependendo da motivação na origem do itinerário), valorizam a envolvente e por isso aproveitam melhor o espaço geográfico.

São peças fundamentais do itinerário não só os monumentos históricos¹³ mas também os conjuntos históricos¹⁴.

O itinerário turístico é o principal instrumento ao serviço do turismo cultural, que em Portugal toma forma essencialmente através do *touring* e do *city break*, ambos aliás previstos no PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo.

O objectivo último do itinerário pensado já como o valor conjunto de todas as suas componentes é a imagem projectada do destino, a criação de uma marca, e a sua existência como uma referência para o mercado turístico. (Obviamente que o sucesso deste objectivo implica uma boa política de planeamento, estudo de mercado e vendas.) É assim, sempre numa perspectiva de sustentabilidade que os turistas actuais vão proteger, defender e transmitir às gerações vindouras a sua própria memória, a história de um povo e de um território. O art. 81º al. d) da Constituição da República Portuguesa (2009), diz que incumbe prioritariamente ao Estado: “(...) Eliminar progressivamente as diferenças sociais e económicas entre a cidade e o campo (...)”.

Partindo do pressuposto de que é a necessidade¹⁵ que baseia a motivação, que tipo de itinerário vai satisfazer essa necessidade? Em que tipo de território? A cidade opõe-se ao campo. Podem funcionar como factores de atracção (Jansen-Verbeke e Lievois, 1999) o que é único e interessante (muitas coisas para ver e fazer, um lugar interessante, uma experiência única), atracções culturais e passeio (arquitectura interessante, história, excelência nos

13 “Monumento histórico: Qualquer criação arquitectónica, isolada ou agrupada, que constitui testemunho de uma civilização, de uma evolução significativa ou de um acontecimento histórico” Carta de Veneza, 1964.

14 “Conjunto histórico: Qualquer grupo de construções que constituem um aglomerado que, devido à sua homogeneidade, à sua unidade arquitectónica e estética, apresenta interesse histórico, artístico ou arqueológico.” Carta de Veneza, 1964.

15 De lazer e luxo, rapidamente se transformou em necessidade

museus e galerias, residentes locais interessantes, cultura e modo de vida diferenciados, tradições e costumes locais). O turismo cultural está mais associado às cidades mas não existe só nas cidades. Recorrendo à aceção de Pelletier (1991) os itinerários culturais podem usar lugares históricos cuja função primordial é o turismo ou lugares que são resultantes da história de uma região, de uma cidade, de um povo, da cultura de um dado país ou dos seus habitantes. Estes lugares atraem os visitantes embora não tenham sido forjados pelo desenvolvimento turístico.

6. Apresentação de atracções passíveis de integrar um itinerário em diferentes dimensões territoriais de Portugal Face à importância do que anteriormente foi referido, apresenta-se neste ponto a proposta de um conjunto de itinerários capazes de consubstanciar a relevância de numa experiência itinerante se atender aos recursos mais turísticos e por outro lado a importância crescente de se mostrar, também, o recurso menos “atractivo”. Assim, na Tabela 1., apresentam-se, como parte integrante de itinerários turísticos, atracções passíveis de integrar um itinerário em diferentes dimensões territoriais de Portugal. Neste contexto, explora-se o território em diferentes dimensões, tirando partido dos atractivos existentes e que ao serem integrados em itinerários podem ser factores críticos de sucesso numa experiência de visita única.

I. Itinerário de um Bairro – Sé do Porto	II. Itinerário numa pequena ilha – arquipélago dos Açores: Ilha das Flores
“Seis Percursos pelo Porto Património Mundial” (Graça; Pimentel, 2002) Itinerário I – Terreiro da Sé e Calçada da Vândoma - Paço Episcopal e Casa do Cabido - Sé Catedral e Pelourinho - “Torre da cidade”/ Torre Medieval - Casa da Câmara - Galilé - Chafariz de S. Miguel e Casa do Despacho - Estátua de Vímara Peres - Beco dos redemoinhos - Cubelo da cerca velha	Percursos Paisagens & Habitats de Portugal – Instituto da Conservação da Natureza (Farinha; Henriques; Neves, 2002) Circuito ¹ Fajãs - Santa Cruz - Ponta Ruiva - Farol de Albernaz - Casteletes - Caldeira da Lomba - Miradouro sobre a Fajã Grande - Fajã Grande - Ponta - Santa Cruz

III. Itinerário de um País: Portugal Continental	IV. Itinerário de um ou vários Municípios
Portugal Classificado pela Unesco Elaborado com recurso à consulta da obra de Pereira; Santandreu; Nascimento (2002) - Guimarães, Centro Histórico classificado em 2001 - Porto, Centro Histórico classificado em 1996 - Alto Douro Vinhateiro, Paisagem Cultural classificada em 2001 - Batalha, Mosteiro classificado em 1983 - Sintra, Paisagem Cultural classificada em 1995 - Lisboa, Mosteiro dos Jerónimos e Torre de Belém classificados em 1983 - Évora, Centro Histórico classificado em 1988	Rota do Fresco 2006 (AMCAL, 2006) - Alvito - Cuba - Vidigueira - Portel - Viana do Alentejo
V. Itinerário de uma aldeia: Aldeia de Piódão	Rota do Fresco de Viana do Alentejo
Piódão Arganil (Arganil Turismo) Percurso ² Turístico património - Largo Cónego Manuel Fernandes Nogueira - Igreja Matriz – Nª Sª da Conceição - Capela de S. Pedro - Fonte dos Algarres - Capela das Almas - Capela de Nossa Sr.ª do Bom Parto	Manhã: - Santuário de Nª Srª de Aires - Visita a Oleiro Tarde: - Ermida de S. Geraldo (Alcáçovas) - Ermida de S. Pedro dos Sequeiras (Alcáçovas) - Igreja Matriz de s. Salvador (Alcáçovas) - Visita a Doceira

Tabela 1. - Atracções passíveis de integrar um itinerário em diferentes dimensões territoriais de Portugal

Ainda neste contexto apresenta-se na Tabela 2., uma outra sugestão de itinerário constituído por um conjunto de atractivos distintivos existentes na cidade do Porto. Este itinerário oferece uma vivência diferenciada quer pelo percurso, quer pela unicidade dos atractivos que são fruídos no decurso do itinerário.

Da análise da proposta do itinerário das Lojas e do Porto Comercial pode-se compreender como grande parte do património que se vivencia diariamente cumprindo a

função para o qual foi criado, neste caso para o comércio, é património rico em vivências e que ao integrar uma proposta turística de um destino, como é a cidade do Porto, se pode traduzir numa outra forma de experienciar a Cidade, incorporando, para além das grandes âncoras turísticas do destino, património com um elevado grau de atractividade por parte do visitante.

Por sua vez, o destino poderá suportar a estruturação da sua oferta em novos produtos diversificados e inovadores que vão de encontro à motivação do visitante, sobretudo à motivação do turista de interesse especial. Turista que procura na sua deslocação ao destino experienciar realidades que o preencham.

7. CONCLUSÃO

O debate do potencial sucesso dos itinerários turísticos na construção de novos produtos turísticos tendo por base o potencial imaterial e material dos territórios encontra cada vez mais adeptos. Face à crescente competitividade dos destinos turísticos e ao crescente surgimento de novos destinos, estes vêem-se confrontados, por um lado com a actual oferta e por outro lado com a necessidade de criação de novas ofertas capazes de responder às novas motivações turísticas. Se, em destinos mais maduros e captadores de grandes fluxos, a solução passa pela construção de novas ofertas, em muitos outros, com menos recursos, a solução passa pelo seu território e por uma nova forma de o organizar. É neste contexto que os itinerários turísticos surgem como uma nova aposta dos destinos, tendo por base territórios riquíssimos capazes de serem trabalhados, criando, assim, ofertas inovadoras e diferenciadoras.

Neste contexto importa olhar para o território e identificar os seus recursos e atractivos e trabalhá-los de forma planeada e criteriosa de forma a dar resposta à crescente procura de novas experiências nos destinos.

Aqueles destinos que maior capacidade tiverem para estudar o território e construir novas ofertas capazes de responder às novas motivações e necessidades, para além, de criarem ofertas diferenciadoras com base em produtos únicos, estruturam a sua oferta em competências distintas geradoras de fluxos capazes de garantir a sustentabilidade do destino. Por outro lado, conseguem

segmentar o mercado e melhor responder às expectativas dos visitantes. A oferta diferenciadora permite, por sua vez, gerar produtos *premium* capazes de gerar ganhos de receita permitindo uma constante inovação e crescimento. Alguns dos exemplos que se apresentam neste artigo consubstanciam esta nova forma de olhar os territórios turísticos.

8. BIBLIOGRAFIA

- AMCAL (2006) – Associação de Municípios do Alentejo Central, Rota do Fresco Alvito.Cuba.Vidigueira. Portel.Viana do Alentejo Natureza turístico cultural
- Arganil Turismo, Piódão Arganil – Tip.”Jornal de Arganil”
- Azenha, António Sérgio In Do “Grand Tour” às Viagens para todos
- Revista Volta ao Mundo – Sempre por um Caminho Diferente - Controlinveste
- Câmara do Porto (2010) – Direcção Municipal de Cultura – Departamento de Museus e Património Cultural – Casa-Museu Marta Ortigão Sampaio - Serviço Educativo
- Constituição da República Portuguesa (2009) – Parte II - Organização Económica Título I – Princípios Gerais Art. 81º al. d) - Almedina - Tema: Códigos Almedina
- Cunha, Licínio (2003), Introdução ao Turismo, 2ª Edição, Lisboa – S. Paulo: Editora Verbo
- Dana, Krista (2007), Pocket Adventures The Alps Hunter Travel Guides: Hunter Publishing.inc
- Dias, Marina Tavares; Marques, Mário Morais (2002), Porto Desaparecido: Quimera Editores
- Farinha, J. C.; Henriques, P.C.; Neves, Renato; (2002) Percursos Paisagens & Habitats de Portugal – Instituto da Conservação da Natureza, Divisão de Informação e Divulgação, Edição nº592, Lisboa: Assírio Alvim
- Ferreira, L.; Varela, Susana (2009), Itinerários Turísticos Culturais: Uma proposta para Gaia (presentation unpublished) – Gaia International Congress, Setembro de 2009 Vila Nova de Gaia, Portugal.
- Graça, Marina; Pimentel, Helena (2002), Seis Percursos pelo Porto Património Mundial, Nº de edição 778: Edições Afrontamento
- Henriques, Cláudia (2003), Turismo Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável, Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Jansen-Verbeke, M. ; Lievois, E. (1999), Analysing heritage resources for urban tourism in European cities, in Pearce, D., Butler, R., (ed.), Contemporary Issues in Tourism Development, Routledge, pp. 81-107, London
- Mckercher, B.; Cross, H. (2002), Cultural Tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management, USA: The Harworth Hospitality Press
- Pelletier (1991), Cahiers Espaces, nº110, Revue Trimestrielle, Paris: Éditions Touristiques Européennes
- Pereira, Paula; Santandreu Roberto; Nascimento, José Carlos (2002), Portugal Património Mundial Objectos singulares, objectos universais, 2ª edição, Lisboa: Pandora, Edições, Imagem e Comunicação, Lda.
- Resende, Ana (2003), Autoscopia Cincork
- Itinerário [online] Disponível em [consultado 30/05/2010]
- Resendeana.no.sapo.pt/.../Microsoft%20PowerPoint%20-%20itinerário (autoscopia-cincork)%5B1%5D.pdf
- Santos, J. Coelho dos (1989), O Palácio de Cristal e a arquitectura do ferro no Porto em meados do séc. XIX, Porto: Fundação Engº António de Almeida
- Silva, J. H. Pais da (1975), Pretérito Presente (Para uma teoria da preservação do Património Histórico – Artístico), Lisboa
- Tomatina (2009) - Página oficial de **la Tomatina** de Buñol [online] Disponível em [consultado 11/06/2010] www.laTomatina.Es/
- Turismo de Portugal, ip, (2007) Ministério da Economia

e da Inovação, Plano Estratégico Nacional do Turismo
Para o desenvolvimento do Turismo em Portugal,
Lisboa

Unesco (2008), Old Bridge Area of the Old City of Mostar
– Unesco World Heritage 2008 Mission Report
[online] Disponível em [consultado 12/06/2010]
whc.unesco.org/en/list/946/documents/

Varela, S. (2006) - Análise SWOT do Turismo em
Portugal por Tipologias. (presentation unpublished) -
I Jornadas do Turismo e Património do ISLA-Gaia, 27
e 28 de Maio de 2006, Vila Nova de Gaia, Portugal.

(FOOTNOTES)

1 Circuito – Itinerário fechado. O ponto de partida e
chegada são o mesmo. Forma Circular.

2 Percurso – Um itinerário tem vários percursos.

Quando tem um percurso único adquire esta designação.
Parte de um itinerário ou itinerário pequeno, geralmente
realizado em pedestrianismo ou BTT.