

CIRCUITO TURÍSTICO-CULTURAL – PORTO ALMADINO: CONTRIBUTOS PARA A CRIAÇÃO DE UM NEGÓCIO EM TURISMO

Lídia Aguiar - ISCET – Mestranda em Turismo e Desenvolvimento de Negócios

Luís Ferreira - ISCET – Docente do ISCET, CIIC

Jorge Ricardo Pinto - Docente do ISCET

RESUMO

Este artigo aborda os conceitos centrais associados aos circuitos culturais, bem como os impactos do seu desenvolvimento nos destinos turísticos. Identifica o tipo de público-alvo e seu comportamento. É dada especial ênfase à forma como proceder para a elaboração de um circuito, assim como a importância do desenvolvimento de um circuito cultural para a cidade do Porto. Pretende-se ainda caracterizar o turista que mais procura esta Cidade. O caso de estudo reflecte a obra de desenvolvimento urbanístico e de arquitectura realizada por João de Almada e Francisco de Almada. Neste trabalho, é ainda caracterizado o edificado, assim como apresentadas plantas urbanísticas para a elaboração do denominado Circuito Almadino.

ABSTRACT

This paper deals with the general concepts of tourism and cultural circuits, as well as their impact on destinations. It defines the target type of public, and their behavior. Special emphasis is given to how to proceed to the elaboration of a circuit, as well as the importance of the cultural circuit to the city of Oporto. It will characterize the tourist that more often searches for this city. This case study reflects the work of João de Almada and Francisco de Almada, its political and ideological framework, as well as the work developed in Oporto at the level of urbanization and architecture. This paper also characterizes the buildings, as well as presents plans of the town, important to the elaboration of the called Almadino circuit.

Palavras-chave:

Porto; Turismo Cultural; Circuitos; Estudos Urbanos; Século XVIII

Keywords:

Porto; Cultural Tourism; Circuits; Urban Studies; 18th century

1 – INTRODUÇÃO

O presente artigo estuda o Turismo Urbano e a importância da renovação urbana das cidades no desenvolvimento do turismo. Abordada a importância que o Turismo Cultural tem vindo a ganhar na última década, reflectindo sobre a importância dos circuitos culturais inseridos em ambiente urbano, as suas vantagens económicas para os destinos, bem como a forma como estes influem na preservação do Património Cultural.

Uma breve análise à importância das Cidades Históricas e Herança Cultural será também tida em conta. Por último, apresenta-se o perfil do turista, que segundo dados da OMT, procura fortemente o Turismo Cultural, denominado por Turista de Interesse Especial.

Finalmente apresenta-se um Caso de Estudo, que tem por base a análise do desenvolvimento urbano da cidade do Porto na segunda metade do século XVIII, onde se realiza um breve enquadramento no espaço e no tempo, reflectindo-se sobre todas as obras levadas a cabo, desde o desenvolvimento urbanístico, passando por uma leve introdução à nova tipologia das casas e terminando com uma abordagem às principais obras de arquitectura, dando especial destaque aos novos equipamentos de que a cidade passou a dispor.

2 – ENQUADRAMENTO

2.1 – Turismo Urbano e Motivações Culturais

O turismo está implicitamente no centro de numerosos projectos contemporâneos das cidades. Na verdade, foi assim ao longo dos tempos, onde estas tantas vezes tiveram como ambição “seduzir” o estrangeiro, fosse ele um simples negociante, peregrino ou um turista (Lamand, 2010).

Com efeito, o turismo em grandes cidades históricas não é uma nova tendência. Paris, Londres, Roma ou Nova York sempre viveram com a indústria do turismo. As cidades Europeias dominam este sector que foi, porém, negligenciado até à década de 90. A partir de então, o turismo toma um papel importante na economia das cidades. Nos nossos dias, numerosas políticas urbanas visam dar ao visitante provas de dinamismo da cidade e da sua qualidade de vida (Shaw & Williams, 1994); (Lamand, 2010).

Entre as grandes tendências de crescimento do turismo europeu na década de 90, segundo estudos da Comissão Europeia de Turismo, estão sem dúvida o crescimento e desenvolvimento do turismo urbano. As principais causas apontadas por esta Comissão são: (1) o desenvolvimento das viagens aéreas e transportes rápidos em que as cidades são as principais destinatárias; (2) o desenvolvimento de estadas curtas e férias secundárias “*short breaks*”; (3) o crescimento do turismo por motivações culturais, que igualmente predomina na cidade; (4) o crescimento do mercado de reuniões; (5) o aumento de viagens de terceira idade e de pessoas com reformas antecipadas; (6) o crescimento de férias activas em detrimento das férias clássicas (Gomez, 1992).

Todo este dinamismo ajudou a criar um melhor ambiente urbano. Novos investidores chegaram à cidade. Investimentos feitos para eventos pontuais ajudaram a requalificar áreas anteriormente degradadas da cidade, como é exemplo o caso da Expo 98 que recuperou uma grande área de Lisboa. De uma forma geral, todas as cidades têm feito um esforço para se renovarem e criarem planos de recuperação e restauro em edifícios singulares, bairros, monumentos e conjuntos de interesse patrimonial. Principalmente as áreas de lazer, que sempre existiram nas cidades, reencontraram-se, tendo agora as populações o prazer de os desfrutar e, ao mesmo tempo, de os reanimar, tornando-os um local de mistura social ao longo do dia e também ao longo da noite (Gomez, 1992); (Lamand, 2010).

No mundo pós-industrial em que vivemos, as cidades devem adaptar-se à concorrência desenvolvendo actividades terciárias mais valorizadas; isto modifica profundamente a afectação dos espaços na arquitectura das cidades. O urbanismo torna-se na arte de embelezar as cidades e de fazer com que os visitantes voltem a sentir “o sentido de lugar” em espaços há muito desvalorizados (Larroche & Hermet, 2010).

Um bom relacionamento entre o turismo e o urbanismo poderá levar a alcançar níveis de realização arquitectónica mais ricos, que permitirá a perfeita coabitação entre turistas e residentes e que dará resposta ao maior desejo do turista urbano moderno, que na sua maioria é o próprio

cidadão, pois é ele quem consome em primeiro lugar a sua cidade, quando se desloca aos locais turísticos. Desde logo, ele frequenta restaurantes, bares, eventos, ou seja, locais de reunião de residentes e turistas onde se misturam com o mesmo objectivo de se distraírem. A imagem de uma cidade, onde os seus habitantes têm orgulho de viver pode ser benéfica. Por isso, as cidades devem ter o objectivo de manter um projecto, onde o encontro entre os seus residentes e os turistas seja um prazer, de que o S.João no Porto é exemplo (Larroche & Hermet, 2010); (Ribeiro, 2008).

Na realidade, as cidades concentram geograficamente uma variedade de facilidades e atracções focalizadas para atender tanto os turistas como os residentes. Com efeito, o turismo urbano assenta em quatro pontos básicos: (1) cultura; (2) lazer; (3) negócios; (4) congressos (Page, 1995).

Turismo Cultural define-se como a partir da motivação principal do turista, que é alargar os seus horizontes e procurar novos conhecimentos e emoções, através da descoberta de um património e do seu território. Por consequência, o Turismo Cultural concentra-se sobre a cultura, mas também sobre o meio ambiente (o que inclui as paisagens do destino), os valores e o estilo de vida e todas as tradições da sociedade que o acolhe. Ele inclui a participação em eventos culturais, visitas a monumentos e museus. Não deve ser considerado somente uma actividade económica, mas sim, uma experiência vivida pelos visitantes a um destino fora do seu universo (Cluzeau, 1998).

No caso concreto do Porto, destaca-se obviamente o seu centro histórico, património mundial da Unesco. O centro histórico do Porto, como o de tantas outras cidades, é um território complexo, onde muitas épocas se sobrepõem e cuja principal virtude é a sua vertente pedagógica, fruto da mistura arquitectónica e urbanística.

Dentro deste contexto e de acordo com a tipologia dos destinos turísticos urbanos classificados como cidade turística, pode afirmar-se que o Porto, mais concretamente o seu centro histórico, é uma cidade que detém uma identidade histórico-cultural da qual o turista pode usufruir. O Porto pode constituir-se como uma opção

diferenciadora na oferta de destinos turísticos, dadas as novas possibilidades do turismo urbano, decorrentes do crescente interesse do consumidor pela herança cultural, pelas artes, pela visita a museus, pela nostalgia, e pelo estilo de vida (Ribeiro, 2008).

A oportunidade do turismo urbano e a tendência da sociedade pós-moderna deveriam ser aproveitadas para devolver ao Porto a cidade dita tradicional. Se pensarmos numa gestão urbanística correcta dos espaços a reutilizar, muito há ainda por fazer para que essa cidade possa regressar rentabilizada, respeitando o seu espírito de lugar (Pinto, 2009).

O Turismo Cultural está a tornar-se num negócio cada vez mais dinâmico. Ao tradicional património histórico e aos velhos museus, juntam-se agora um incontável número de recursos e atracções que vão desde os festivais a programas como eventos temáticos, até aos novíssimos museus de arte contemporânea (Domingues, 2000).

A própria noção de património histórico está em mudança. Como resultado de uma certa crise de identidade de cidades territorialmente extensas, indiferenciadas e deficitárias de elementos de identidade nos seus ícones arquitectónicos, assiste-se hoje à valorização de outras memórias urbanas e de novos símbolos materiais. A arquitectura típica da industrialização do século XIX, as fachadas portuárias e edifícios obsoletos de infra-estruturas urbanas, começam a ser transformados em valiosos projectos, adaptados ao uso turístico, como museus industriais, lazer, *shoppings* e hotelaria (Domingues, 2000).

As cidades são uma das mais completas criações culturais da humanidade. Como lugares onde coexistem muitas e variadas pessoas, elas sempre marcaram as épocas mais prestigiadas por uma intensa actividade cultural: Lisboa por exemplo, ficará sempre marcada pela época dos descobrimentos. Nas últimas décadas do século XX as cidades lutam por um novo conceito de cultura em torno dos grandes eventos e dos grandes projectos culturais, que são entendidos como motores para a revitalização urbana. O Porto não escapa a esta regra. Depois de glórias passadas, onde a prosperidade do século XIX coincidiu com um forte dinamismo económico, cultural e urbano, passou quase um século adormecido e só recentemente

acordou. O Porto, nos últimos anos tem feito um esforço criando infra-estruturas, projectos de animação cultural e programando eventos. Pouco a pouco vai encontrando a sua identidade e lugar próprio. Deve porém diversificar e qualificar as diferentes expressões culturais e artísticas. A diversidade e a qualidade são fundamentais para uma boa política cultural (Domingues, 2000).

2.2 – Turismo Cultural, Itinerários turísticos e Impactos para os Destinos

Em Inglaterra, o Turismo Cultural foi um dos sectores turísticos com maior crescimento, desde finais do século XIX e tem sido largamente responsável pela introdução do turismo em locais sem essas pretensões (Williams, 1998). Segundo Urry (1990:109), a incerteza da vida contemporânea explica este interesse obsessivo no passado, entendido como sendo mais seguro e previsível. Talvez aqui resida o conceito de nostalgia, combustível fundamental do turismo cultural (Urry, 1990). A busca pelo passado, a contemplação das estruturas antigas e a compreensão dos mecanismos que as produziram são, em boa verdade, uma parte substancial da definição de turismo cultural e o motor desta nova economia das cidades.

A procura de viagens turísticas em busca de património cultural e de cultura está cada vez mais generalizada. Em consequência deste incremento da procura, tem-se verificado o aparecimento de um crescente número de itinerários culturais. Importa, pois, encontrar uma definição para itinerário cultural,

“...um circuito marcado por sítios e etapas relacionados com um tema. Este tema deverá ser representativo de uma identidade regional própria, para favorecer um sentimento de pertença, de reconhecimento ancorado na memória colectiva. O conjunto organizado formado pelos sítios e etapas tem um valor emblemático e simbólico para a população local e para o conjunto de pessoas externas, denominadas visitantes. O tema designado pode dar-se a conhecer à volta de diferentes valores culturais: o vínculo histórico, o vínculo etnográfico, o vínculo social, uma corrente artística, uma identidade geográfica, uma identidade arquitectónica, actividades tradicionais, actividades artísticas, as produções artísticas” (Associação CISTE, tirado de www.ciste.org); (Pereiro, 2002).

Os itinerários culturais urbanos diferem conforme a dimensão da cidade. Por exemplo em Madrid existem mais de 50 rotas pedestres (entende-se por rota a descrição do itinerário, especificando os lugares que se visita, sempre propondo uma série de actividades ou serviços) que dão a conhecer a cidade de uma forma temática. Estas rotas são usadas frequentemente pelos próprios madrilenos, que assim ficam a conhecer culturalmente a cidade. O mesmo se passa na cidade de Barcelona (Gomez, 1992).

O importante nestes itinerários culturais é que eles sejam um elemento que contribua para o enriquecimento cultural do turista e não seja mais uma ferramenta para acumular dados. O património cultural não fala por ele próprio, pelo que necessita de uma boa transmissão de conhecimentos para que possa ser compreendido no seu todo (Pereiro, 2002).

Os circuitos culturais podem constituir um instrumento para o desenvolvimento local, dinamizando social, económica e culturalmente uma cidade. Deve ser feita uma aposta no recurso humano que o elabora, pois da boa ou má gestão do circuito pode depender a qualidade do serviço prestado e dele depende o futuro do turismo. (Pereiro, 2002).

Os itinerários devem ser apresentados de uma forma organizada sobre as diferentes atracções da cidade. A este tipo de itinerários pode chamar-se um produto de desenvolvimento turístico. Dar informações de ligações a outras cidades, com locais a visitar durante a viagem, é também importante (Tabata, 2007).

Os destinos que investiram em itinerários culturais têm apresentado benefícios, frutos deste investimento. O primeiro grande benefício prende-se com o facto de ser uma oferta estruturada, inovadora (não é mais uma oferta descritiva) e por assentar em temáticas variadas, sendo assim capazes de satisfazer diversas motivações turísticas. Em conjunto com o circuito, pode-se ainda adicionar outros produtos como o apoio especializado a museus, monumentos, locais históricos, a promoção de workshops, actividades artísticas ou culturais, ou ainda outros eventos com significado cultural ou histórico para o destino, satisfazendo as exigências do turista de interesse especial. Estes circuitos podem ainda ser complementados

com respostas a necessidades concretas dos turistas, como por exemplo dando a indicação de bares, restaurantes, lojas ou outras actividades ligadas à actividade cultural, criando benefícios económicos à comunidade (Ferreira, 2008).

O comportamento do turista é, no entanto, nos dias de hoje, muito variável. Assim, os circuitos devem poder adaptar-se a cada estilo de visitante: ao tempo de que vai dispor ou à atenção que quer dar a cada promenor. Deve ser o “olhar do turista” a decidir o tipo de circuito que quer utilizar. Os *Self-Guided-Tours* têm desempenhado bem esta função permitindo ao turista gerir o seu próprio horário (Ferreira, 2008).

Os circuitos culturais podem constituir um instrumento para o desenvolvimento local, dinamizando social, económica e culturalmente uma cidade. Deve ser feita uma aposta no recurso humano que o elabora, pois da boa ou má gestão do circuito pode depender a qualidade do serviço prestado e dela depende o futuro do turismo (Pereiro, 2002); (Gomez, 1992).

2.3 – Cidades Turísticas e Herança Cultural

O incremento em estudos sobre turismo urbano tem duas razões fundamentais. A primeira prende-se com o aumento dos turistas em locais urbanos e cidades com heranças culturais. A segunda está intimamente ligada à vontade dos gestores políticos em concentrar no turismo a revitalização de áreas urbanas e respectivas economias (Chang & Huang, 2004).

Desta forma, o modelo de cidade turística foi idealizado para uma melhor compreensão do papel do turismo em cidades históricas dentro da sua malha urbana, tendo em conta o impacto provocado pelos turistas nessas mesmas cidades, pois desde logo se compreendeu que o modelo de cidade histórica turística influencia o planeamento urbano (Ashworth & Tunbridge, 2004).

Na realidade, há muito que as cidades têm preocupações com o turismo, mas foi a partir da década de 90 que elas se têm vindo a renovar e a criar planos de recuperação incidindo particularmente em bairros típicos e edificado de valor patrimonial. Não podemos esquecer que as cidades têm a particularidade de serem bem mais

representativas da identidade nacional do que qualquer outra zona turística de lazer (Gomez, 1992).

Contudo, a globalização normalizou a vida cultural das cidades, em eventos, exposições e tendências que se assemelham e em territórios cada vez mais idênticos, feitos pela arquitectura internacional ou pelas soluções comerciais de grande dimensão. É por isso imprescindível incrementar a identidade de cada cidade, para que elas se distingam umas das outras. Desta forma, a cidade abre-se a um universo de contextos. De todos o mais importante será, para a sua vida económica, a comercialização do lugar através da sua herança cultural (Gomez, 1992); (Ashworth & Tunbridge, 2004).

A relação entre o turismo de herança cultural e a comercialização induz a três implicações. Desde logo, e em primeiro lugar, o conceito de herança foi utilizado para dotar os lugares com aquilo que a indústria do turismo denomina de «único ponto de venda» de um produto. Em segundo, temos a influência do marketing que cria a chamada «marca da cidade». Para comerciar ainda melhor face à concorrência este adiciona algo que facilita a diferença da cidade. Podemos citar como exemplo o caso de Barcelona e da marca “Gaudi”. Em terceiro lugar, temos a própria cidade, já habitada e utilizada por pessoas. Logo se percebeu que a cidade precisava de ser vendida em primeiro lugar aos seus habitantes e utilizadores. O orgulho local começou a ser encarado não só como desejável mas como imprescindível (Ashworth & Tunbridge, 2004).

Governos nacionais também reconheceram que a herança cultural pode ser expressamente utilizada para incentivar e fortalecer uma identificação das pessoas com as localidades. Na Holanda, o governo nacional subsidiou governos locais, organizações privadas e firmas comerciais com a finalidade de promover a identidade local através da conservação de lugares. Cerca de 70 paisagens e 105 localidades e cidades foram já designadas como possuindo um «carácter local potencial» (Ashworth & Tunbridge, 2004).

Para Amirou “ *o lugar turístico é sempre um espaço de representação, investido de densidade simbólica, em que pontifica o exotismo*” (Dias, Soifer, & Ferreira, 2009:18) Todo o turista antes da sua partida imagina a viagem

(através de imagens, relatos de familiares ou amigos, ou de diferentes endereços na web), mas o certo é que ninguém parte rumo a um total desconhecido. Podemos pois afirmar, que todos os turistas quando partem para um destino definem expectativas sobre os pontos turísticos e atracções que pretendem visitar. Estas expectativas variam com o tipo de motivação do visitante. Uns vão querer conhecer profundamente a cidade, enquanto outros vão limitar-se a um pequeno percurso elucidativo do lugar (Amirou, 2007); (Dias, 2009); (Shaw & Williams, 1994). Na opinião de Amirou podemos ver no turismo a metáfora de uma cultura de colecção. Para ele os circuitos turísticos pré-formatados são disso uma ilustração perfeita. Uma vez que demonstram que, para alguns turistas, a rápida passagem num lugar é suficiente. Para estes, pouco importa o que fez ou o que viu, o importante foi ter lá estado (Amirou, 2007).

Neste sentido, Ana Fani Carlos afirma mesmo que “*a indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório, onde o espaço se transforma em cenário para o espectáculo para uma multidão amorfa*” (Yázigi, Carlos, & Cruz, 1999:26).

O pacote turístico ao controlar e delimitar a acção do turista está a ignorar a identidade do lugar, a sua história, a sua cultura e modo de vida pois corta o conhecimento, orientando o olhar do turista para locais pré-concebidos. De cada cidade leva-se uma imagem vendida pela publicidade (Yázigi, Carlos, & Cruz, 1999).

Citando Lefevre (1986), Dias refere que “*enquanto labirinto ou rizoma, a cidade é um campo de restrições estruturado sob a forma de rede, que coloca obstáculos à voracidade do turista que o pretende dominar. Se é certo que a deambulação goza de um certo número de graus de liberdade, as ruas são antes de mais paredes opacas, nem sempre lineares, que apenas permitem antever de maneira limitada a experiência deambulatoria. De facto nada permite antecipar o que está para além de uma rua ou de uma curva. O labirinto apresenta uma grande variedade de micro-situações que são fonte de estimulação, tanto positiva como negativa: a densidade da multidão, os olhares a evitar, uma esplanada, um promenor arquitectónico, um monumento, uma vitrina de uma loja, são alguns micro-eventos que*

o turista encontra no decurso da sua deambulação, que condicionam as suas escolhas deambulatorias e que podem ser programadas” (Dias, 2009: 22).

As deambulações têm sempre como ponto de partida o local onde o turista está alojado, terminando com retorno ao mesmo lugar. A ausência de marcações, principalmente nas primeiras deambulações, pode conduzir o turista a perder-se em locais não desejados. Este risco deve ser minimizado através da utilização de roteiros ou guias que não contrariem o seu estilo de caminhante. Utilizar um roteiro pedestre aprimora a sua representação do tecido urbano, tendo assim a possibilidade de se situar face a si próprio diante de um espaço a desvendar” (Dias, 2009). Segundo Amirou, “*o ritual turístico é assim um conjunto de processos através dos quais as pessoas se apropriam das virtudes do espaço que percorrem.*” (Amirou, 2007:66) Para ele o tempo é também importante para a boa marcação dos lugares “*A lentidão é uma das qualidades do bom turista*” (Amirou, 2007:66).

2.4 – Turistas de Interesse Especial

O comportamento turístico é afectado de acordo com a característica e a duração da viagem. Se é a sua primeira visita ao destino, se o destino é o seu principal objectivo ou se é um destino de passagem, tudo contribuirá para a definição do chamado comportamento turístico (Mckercher & Lew, 2004).

Os visitantes de primeira vez interessam-se em explorar largamente o local de destino e apetece-lhes muito descobrir as atracções naturais e culturais da área. Os repetentes, por seu lado, interessam-se muito mais por experiências sociais, diversões, compras e comidas. Como resultado, os turistas de primeira vez tendem a ser turistas muito mais activos do que os repetentes, participando em muito mais actividades e visitando mais lugares. Também visitarão, muito provavelmente, mais monumentos do que os visitantes repetentes. Os visitantes do destino principal usarão o destino como base para visitas a áreas recuadas e procurarão actividades secundárias. Os visitantes de passagem visitarão as áreas mais emblemáticas e não irão longe dos centros turísticos (Mckercher & Lew, 2004).

O aumento do tempo livre conduziu ao aumento do tempo gasto em lazer, que nos nossos dias foi, em grande

escala, aplicado no turismo. Desta forma, surgiram duas tipologias de turistas: (1) aquele que visita lugares históricos, parques temáticos, mas prefere um lazer mais passivo; (2) aquele que aproveita o tempo livre para aumentar os seus conhecimentos, atingindo graus de elevada especialização (Shaw & Williams, 1994).

A este segundo grupo convencionou chamar-se “Turistas de Interesse Especial”. Os turistas de interesse especial mostrarão tendência para limitarem as suas acções a actividades relacionadas com a razão especial da visita, ao passo que o turista generalista tenderá a viajar de forma mais vasta, sem qualquer padrão claramente evidente (Mckercher & Lew, 2004); (Chang & Huang, 2004).

Para Stebbins (1997), alguns turistas culturais são como verdadeiros profissionais. São motivados pela perseverança, chegando a atingir elevados níveis de conhecimentos especializados. Stebbins (1997) chama-lhe o lazer a sério, só explicado pelos benefícios de uma auto-actualização, auto-enriquecimento, gratificação pessoal e favorecimento da sua própria imagem (Chang & Huang, 2004); (Ribeiro, 2008).

Segundo Urry (citado em Chang & Huang, 2004), esta procura turística tem fortes implicações para as cidades através da noção do «olhar atento dos turistas». Para ele, o consumo turístico deixa de ser um simples acto de compra material de bens, para passar a ser um consumo “visual do lugar” visto como produto ou objecto. Page (1995) verifica um aumento da procura turística de interesses especiais em dois grandes sectores: (1) o turismo de peregrinação e (2) o turismo artístico. Ashworth e Tunbridge (1990) reconhecem o emergir deste tipo de turismo, sobretudo na cidade histórica turística com um interesse crescente na herança cultural, nas artes, em visitas a museus, na nostalgia e estilo de vida (Chang & Huang, 2004).

Este tipo de turista caracteriza-se por pertencer a uma classe média alta, com um capital escolar e cultural elevado. Gosta de na sua viagem valorizar, em primeiro lugar, os aspectos educativos em detrimento dos lúdicos. Viajam com grande frequência, sendo dos turistas que mais dinheiro despendem nos destinos. Permanecem mais tempo e disponibilizam-se a participar em mais actividades. A OMT (2003) define o Turismo de Interesse

Especial como sendo nichos lucrativos de mercado em segmentos especiais, como o ecoturismo, o turismo aventura, o turismo cultural, o turismo rural, o turismo de saúde e o turismo nova era (Ribeiro, 2008).

3 - CASO DE ESTUDO

Este caso de estudo trata o desenvolvimento urbano verificado na cidade do Porto na segunda metade do século XVIII, tendo como principal responsável João de Almada e Melo, coadjuvado pela forte influência da colónia britânica que habitava o Porto, principalmente através do seu Cônsul.

A escolha do tema do Caso de Estudo está intrinsecamente ligado ao facto de ser um período em que a cidade do Porto sofre definitivamente alterações na sua paisagem urbana, quer ao nível da sua evolução urbanística, quer ao nível de uma nova arquitectura. Também abordar-se-á a nova tipologia de fachadas, que irão perdurar, com alguma evolução, até finais do século XIX. Toda a obra efectuada, preparou a cidade para o apogeu económico e cultural, que viria a viver no século que se lhe seguiu.

3.1 – Enquadramento no Espaço e no Tempo

O vinho tinha, desde há séculos, um peso importante nas exportações portuguesas. Por vários motivos, o Vinho do Porto vinha sendo adulterado e conseqüentemente perdendo as suas qualidades, o que dificultava a sua exportação e conseqüentemente baixava o seu preço. Também existiam no Porto um elevado número de tabernas que vendiam vinho de muito má qualidade. Impunha-se assim restituir ao Vinho do Porto a sua qualidade e preço e rapidamente repor as exportações (Monteiro, 2006).

Foi então criada a Companhia da Agricultura e das Vinhas do Alto Douro, que tinha como principal missão demarcar a zona de produção do Vinho do Porto, controlar as exportações e tabelar os preços. Finalmente, deveria proceder ao encerramento de cerca de metade das tabernas, para melhor controlo das mesmas. Diante da animosidade praticamente geral das gentes do Porto contra a Companhia verifica-se um motim popular (Silva, 1990).

Na sequência dos acontecimentos e porque a cidade vai sofrer uma verdadeira ocupação militar é nomeado como

Governador de Armas do Porto João de Almada e Melo, que teria chegado à cidade a 15 de Março 1757, integrado na comitiva da Alçada, nomeada para pôr fim aos tumultos (Silva, 1990).

João de Almada cumpriu zelosamente as suas funções, pelo que continuaria no cargo mesmo após os ânimos terem serenado. Em 17 de Dezembro de 1764, é nomeado Governador das Justiças da Relação e casa do Porto. Juntava assim os dois mais altos cargos da cidade, sendo que já era então presidente da Junta das Obras Públicas. Em 25 de Agosto de 1774, D. José I viria ainda a nomeá-lo para o cargo de director do Depósito Público do Porto. Todos estes cargos exerceria até à sua morte em 1786 (Alves, 1998).

3.2 – Desenvolvimento Urbanístico

Com João de Almada na presidência da Junta das Obras Públicas, o Porto vai assistir, a partir de 1763, a uma intervenção urbanística de vulto. Esta intervenção vai não só corrigir um crescimento considerado desordenado, como dotar a cidade de novas vias que a abrem definitivamente ao exterior. Com efeito, a prosperidade económica que se verifica no Porto neste período e o aumento de população, não só vinda do interior, bem como de negociantes estrangeiros que se instalam na cidade, tornavam imperiosa esta revolução urbana (Nonell, 2002); (Mandroux-França, 1984).

O primeiro plano dirigia-se a Norte e foi denominado Bairro dos Laranjais. O ponto de partida era a antiga Rua do Anjo das Hortas, onde iria nascer uma nova via, a Rua do Almada que se prolongaria até à Praça de Santo Ovídio (hoje Praça da República), na direcção da Igreja da Lapa, na época uma simples capela. Compreendia toda a área entre a actual Rua Mártires da Liberdade e a Rua do Bonjardim, ordenando também o actual terreno da Praça da Trindade (Mandroux-França, 1984).

O segundo plano consistia na ligação da cidade velha à zona portuária. Foram previstas obras de reconstrução da Praça da Ribeira e abriu-se a Rua de S. João, que arrancando desta praça se dirigia ao Largo de S. Domingos, onde se articulava com a Rua da Flores, artéria mais comercial do Porto na época, de onde deveria ser aberto um arruamento fazendo a ligação ao Largo de Santo Eloi

(hoje Largo dos Lóios). Paralelamente, em 1774, tinha-se dado início às obras de um novo eixo de saída da cidade. A Rua Santa Catarina, embora já projectada até à Agua Ardente (hoje Marquês de Pombal), só foi construída até à Capela da Almas. Em 1778 dá-se início às obras da Rua Direita de Santo Ildefonso e finalmente em 1782 abre-se o último eixo de saída da cidade com a abertura da Rua de Cedofeita (Mandroux-França, 1984).

Temos assim os eixos de saída da cidade todos definidos: saída para Barcelos através da Rua de Cedofeita, saída para Braga pela Rua do Almada, saída para Guimarães pela Rua do Bonjardim e finalmente saída para Penafiel pela Rua Direita de Santo Ildefonso (Nonell, 2002).

A partir de então impunha-se dotar a cidade de uma concepção unitária, ligando transversalmente as ruas entre si para que as novas centralidades pudessem comunicar. É neste intuito que é aberta a Rua da Boavista, ao ligar o Campo de Santo Ovídio (Praça da República) com a Rua de Cedofeita. Também importante foi a ligação do largo da Igreja de Santo Ildefonso com a Igreja dos Clérigos, feita através da abertura da Rua de Santo António (31 de Janeiro) e do alargamento da Calçada da Natividade, conseqüente abertura da Rua dos Clérigos, ambas confluindo para a Praça Nova (Praça da Liberdade) (Mandroux-França, 1984).

3.3 – Tipologia dos Edifícios

A cidade do Porto foi-se sobrepondo dentro das suas muralhas ao longo dos séculos. Com algumas intervenções pontuais, foi crescendo numa relação com as vias existentes e de uma forma desordenada (Ferrão, 1997).

Com a Junta de Obras Públicas, a cidade começa a desenvolver-se segundo um novo conceito de estrutura urbana, passando a investir em áreas de comércio, de saúde, da instrução e fundamentalmente na arquitectura urbana corrente. Na abertura de novos arruamentos ou melhoramento dos já existentes, os projectos passam a ser acompanhados de desenhos de alçados de conjunto. É um avanço qualitativo no modo de fazer a cidade (Fernandes F. B., 1999).

Os primeiros desenhos propostos pelos arquitectos da Junta à burguesia portuense assentavam na habitação plurifamiliar o que pressupunha, em escala urbana,

a composições muito semelhantes aos novos palácios da nobreza iluminada. Porém o burguês do Porto foi sempre muito orgulhoso da sua classe. Deste modo, preferiu manter a tradicional habitação unifamiliar com independência de acessos e privacidade. Permitindo a permanência do modelo unifamiliar desejado pela família burguesa portuense, a Junta de Obras Públicas concebeu conjuntos edificados que criam uma leitura ilusória de conjunto, fundada na ideia de palácio urbano (Fernandes F. B., 1999).

O piso térreo na sua maioria é dominado pelo comércio, pela oficina, ou pelo armazém ou arrumos complementares à casa. Nota-se uma progressão do público para o privado, na medida em que a residência ascende ao primeiro andar, sendo a cozinha a ocupar o último piso. As casas têm entre 4 a 5 pisos e são feitas de pedra e cal. Os portais, janelas e balcões são de cantaria fina e bem lavrada e as janelas são amplas para permitir uma boa iluminação. Os parapeitos e sacadas dos balcões são enfeitados com ferro lavrado (Fernandes F. B., 1999).

3.4 – Arquitectura Civil versus Arquitectura Religiosa

A Junta de Obras Públicas, para além da criação da nova malha urbana, tratou também de mandar edificar um conjunto de importantes equipamentos. Na construção destes edifícios, onde as igrejas tendem a rarear, nota-se uma transição do italianismo barroco para um neopalladiano de influência inglesa, que mais tarde evoluirá para um desenho assumidamente neoclássico (Ferrão, 1997).

Embora a ligação ao barroquismo de Nasoni ainda esteja bem reflectida na Igreja do Carmo, o mesmo já não vai acontecer no projecto elaborado para a Igreja da Lapa em 1759, substituindo o primitivo desenho. Esta Igreja, só concluída em pleno século XIX, é principalmente na sua fachada, um dos exemplos mais típicos da ambiguidade que caracterizava alguns edifícios construídos em plena época almadina. O seu autor, embora não se libertando completamente de alguns elementos do rococó bem vincados no frontispício do primeiro andar e em duas janelas do segundo andar, procura as superfícies lisas nos três janelões centrais e no frontão, usando aqui elementos típicos do neoclássico. Também a Igreja da Vitória e a de S. Nicolau sofrem obras de restauro que lhes vai permitir

obter um carácter híbrido (Alves, 1998); (Ferrão, 1997). Em 1765 inicia-se a reconstrução da Cadeia e Tribunal da Relação, obra que se vai prolongar por mais de 30 anos. Situada dentro do perímetro amuralhado, muito próximo da Porta do Olival, constitui o primeiro dos equipamentos da cidade nova. Logo de seguida é lançada a obra do novo hospital, que se inicia em 1770, segundo o projecto do inglês Jonh Carr. É importante referir que o neopalladismo inglês usado nesta obra irá influenciar definitivamente os arquitectos da Junta das Obras Públicas e que passará a ser a principal referência no Porto até meados do século XIX (Ferrão, 1997).

De profunda influência inglesa, não podemos deixar de referir a Feitoria Inglesa, iniciada em 1785 sob o risco do próprio cônsul inglês. Terminada em 1789, embora de impacto menor do que o Hospital de Santo António, não deixa de ser um edifício de referência na cidade (Alves, 1998).

No quadro dos últimos projectos almadinos constroem-se na Batalha dois importantes equipamentos: a Casa Pia e o Teatro de S. João.

Ainda no âmbito de beneficiar a cidade de bons equipamentos públicos é escolhido o Campo de Santo Ovídio para a construção de um novo quartel (Ferrão, 1997).

A nobreza portuense também dá os primeiros sinais de gosto pela nova arquitectura, como demonstra o Palácio das Carrancas na antiga estrada para a Foz (Rua D. Manuel II) (Alves, 1998).

3.5 – Itinerário Turístico Cultural: Porto Almadino

A elaboração deste itinerário teve na sua base duas ideias fundamentais: (1) levar o turista a visitar os principais equipamentos de que a cidade foi dotada durante o período almadino, tal como a Cadeia da Relação, o Hospital de Santo António e a Casa Pia. A descida à Calçada das Virtudes proporciona, além de uma magnífica vista sobre o rio Douro, a observação de um conjunto de edificados da casa burguesa portuense tipicamente almadina. Passando no Largo de S. Domingos não se pode esquecer a simbologia histórica que ele representa para a cidade, já que foi aqui que a população vinda do Campo da Cordoaria convenceu o Juiz do Povo a participar no

motim, que traria João de Almada ao Porto. O facto do Juiz do Povo ter participado neste motim, responsabilizou a plebe pelo levantamento popular, levando à extinção da Casa dos Vinte e Quatro, organismo representativo dos mesteres do povo, com direito a presença nas reuniões da Câmara. O povo ficou assim afastado da vida política da cidade. (2) Foi também uma das intenções do circuito proporcionar ao turista uma visão generalizada das zonas mais típicas da Cidade, como a subida até à Sé Catedral. Finalmente da Igreja de Santo Ildefonso não se poderá deixar de admirar o enquadramento urbanístico feito em pleno período almadino da Rua 31 de Janeiro com a Rua dos Clérigos. Termina-se o circuito frente à Rua do Almada, centro nevrálgico da cidade na época. Esta rua vai surgir inserida nos dois primeiros projectos para a



Figura 1: Circuito Almadino

Ruas

A. Rua de São Filipe Néry	J. Rua da Vitória	R. Calçada de Vandoma
B. + C. Campo dos Mártires da Pátria	K. Escadas da Judiaria	S. Rua de Saraiva de Carvalho
D. Rua da Restauração	L. Rua de Belmonte	T. Rua de Augusto Rosa
E. Rua de Azevedo de Albuquerque	M. Largo de São Domingos	U. Praça da Batalha
F. Calçada das Virtudes	N. Rua das Flores	V. Rua 31 de Janeiro
G. Rua das Virtudes	O. Rua da Ponte Nova	X. Praça da Liberdade
H. Rua das Taipas	P. Rua da Bainharia	Z. Rua dos Clérigos
I. Rua de São Miguel	Q. Rua de Santana	

Monumentos

1. Torre dos Clérigos	5. Igreja dos Grilos	9. Igreja de St.º Ildefonso
2. Cadeia da Relação	6. Sé Catedral	10. Estação de S. Bento
3. Hospital de St.º António	7. Casa Pia	11. Igreja dos Congregados
4. Igreja da Misericórdia	8. Teatro de S. João	

Figura 2: Legenda do Circuito Almadino: ruas e monumentos que integra

4 – CONCLUSÃO

Tendo por base a análise deste artigo pode-se concluir que o turismo e as suas motivações culturais influíram, principalmente na última década, na transformação

urbana das cidades. De uma forma geral, todas se têm vindo a transformar para se tornar mais atractivas ao turista.

Na realidade, as cidades concentram uma variedade de facilidades e atracções focalizadas para atender o turista. Reflectiu-se, neste artigo, sobre uma das mais importantes atracções da cidade, o Turismo Cultural, e a forma como os itinerários turísticos podem beneficiar estes destinos, incorporando uma série de actividades ou serviços permitindo, assim, contribuir para a estruturação da oferta turística e responder às motivações dos visitantes. Abordou-se ainda sobre o modelo de Cidade Turística e Herança Cultural e respectiva importância económica na revitalização de áreas urbanas, através da comercialização do lugar e da sua herança cultural.

O artigo debruçou-se, também, sobre um novo segmento de mercado, os Turistas de Interesse Especial, que como ficou provado, são um público-alvo do Turismo Cultural. A finalizar o artigo, apresentou-se um Caso de Estudo focando o desenvolvimento urbanístico do século XVIII, de onde se conclui que neste século o Porto deixou de ser uma cidade medieval amuralhada, para se tornar uma cidade moderna preparada para o comércio internacional que nela então se vivia.

5 - BIBLIOGRAFIA

- Alves, J. J. (1998). *O Porto na época dos Almadins Vol I*. Porto: Litografia A.C.
- Amirou, R. (2007). *Imaginário Turístico e sociabilidades de viagem*. Porto: Antonio Valente.
- Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2004). *A Quem Pertence a Cidade Turística? Localizando o Global e Globalizando o Local in Compêndio de Turismo*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Ashworth, G., & Howard, P. (1999). *European Heritage Planning and Management*. Exeter: Intellect Books.
- Berrance, L. *Evolução do Desenho das fachadas das habitações correntes almadinas 1774-1844*. Porto: Edição do Arquivo Histórico e Municipal do Porto.
- Boschi, C. C., & Aguiar, M. S. (2009). *José João Teixeira Coelho, instrução para o governo da Capitania de Minas Gerais*. Brasil: Edição Tesouros do Arquivo.
- Burtenshaw, D., Bateman, M., & Ashworth, G. (1981). *The City in West Europe*. Nova York: Vail-Ballou Press.
- Candela, G., Dallari, F., Giola, M., & Scorcu, A. (2005). *Travel, Cultural Tourism and local Development. The Opportunity of The Tabula Peutingeriana*. Romit Projej.
- Casqueira, N. (2007). *Políticas Culturais, Turismo e Desenvolvimento Local na Área Metropolitana do Porto - Um estudo de caso*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Tese de Doutoramento.
- Chang, T. C., & Huang, S. (2004). *Turismo Urbano: Entre o Global e o Local in Compêndio de Turismo*. Oxford: Blackwell Publishing, LTD.
- Cluzeau, C. O. (1998). *Tourisme Culturel « Que sais-je? »*. Paris: PUF.
- Coelho, M. J. (2008). Turismo Cultural - Perspectivas De Desenvolvimento Em Portugal. *Congresso Internacional de Turismo Cultural e Religioso - Oportunidades e Desafios para o século XXI* (pp. 52-53-54). Povoá do Varzim: Livro de Actas.
- Dias, F. (2009). *O espaço no imaginário turístico in O Futuro do Turismo: Território, Património, Planeamento*. Porto: António Valente.
- Dias, F., Soifer, J., & Ferreira, L. (2009). *O Futuro do Turismo: Território, Património, Planeamento*. Porto: António Valente.
- Domingues, A. G. (2000). *Turismo Cultura Y Política Cultural Urbana: Posibilidades Y Divergencias cit in Turismo Cultural: El Patrimonio Histórico como Fuente de Riqueza a*. Valladolid: Fundación de Patrimonio Histórico de Castilla Y León.
- Fernandes, F. B. (1999). *Transformação e Permanência na Habitação Portuense. As formas da casa na forma da cidade*. Porto: Publicações FAUP.
- Fernandes, J. A. (2004). Contributos Para a Coordenação Territorial do Grande Porto. *Colóquio “ Porto Cidade Região”* (p. Pdf <http://ler.letras.up.pt>). Porto: Universidade do Porto,.
- Ferrão, J. B. (1997). *Projecto e Transformação Urbana do Porto na Época dos Almadins, 1758/1813. Uma contribuição para o estudo da cidade Pombalina*. Porto: Publicações FAUP.
- Ferreira, A. F. (2007). *Gestão Estratégica de Cidades e Regiões*. Lisboa: Fundação Clouste Gulbenkian.
- Ferreira, L. (2009). *Impactos do Turismo nos Destinos Turísticos*. Porto: Percursos & Ideias Revista Científica do ISCET.
- Ferreira, L. (2008). *Itinerários Turísticos e Imaginário Turístico Nos Países de Língua Portuguesa*. Porto: CIIC - Centro de Investigação Interdisciplinar e de Intervenção Comunitária.
- Ferreira, L. (2003). *Planeamento Estratégico em Turismo: O Caso da Albufeira de Castelo do Bode*. Faculdade de Administração e Direcção de Empresas de Lugo, Universidade de Santiago de Compostela, Tese de Doutoramento.
- Gomez, J. P. (1992). *Rutas e itinerários turísticos en España*. Síntesis.
- Graham, B., Ashworth, G., & Tunbridge, J. (2000). *A Geography of Heritage Power, Culture and Economy*. London.

- Instituto, T. (2008). *Estratégia de Marketing Turístico - Estudo Conducente à Estratégia de Marketing e Definição da Identidade da Marca para o Turismo do Porto e Norte de Portugal 2007-2015*. http://www.institutodeturismo.org/ms_revista/pagina.php?id=81.
- Instituto, T. (2009). *Perfil dos turistas no Aeroporto do Porto que visitam em Férias/Lazer o Porto e Norte de Portugal*. http://www.institutodeturismo.org/ms_revista/pagina.php?id=81.
- Lamand, T. (2010). *Ville, urbanisme & tourisme*. Paris: Editions Touristiques Européennes.
- Larroche, C., & Hermet, P. (2010). *De la prise en compte du tourisme dans le succès d'un projet de ville cit in Ville, urbanisme et tourisme*. Paris: Editions Touristiques Européennes.
- Lew, A., Hall, M., & Williams, A. (2004). *Compêndio de Turismo*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Mandroux-França, M.-T. (1984). *Quatro Fases da Urbanização do Porto no século XVIII*. Porto: Separata do Boletim da Câmara Municipal do Porto.
- Mckercher, B., & Lew, A. A. (2004). *Correntes turísticas e Distribuição Espacial de Turistas in Compêndio de Turismo*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Monteiro, N. G. (2006). *D. José*. Lisboa: Círculo dos Leitores.
- Nonell, A. G. (2002). *Porto, 1763/1852 a construção da cidade entre despotismo e liberalismo*. Porto: Publicações FAUP.
- OMT. (2010). *Le Tourisme international sur la voie de la reprise après une année 2009 exceptionnellement difficile*. Madrid: http://www.unwto.org/media/news/fr/press_det.php?=5361&idioma=E.
- Page, S. (1995). *Urban Tourism*. London: Routledge.
- Palestras. (1944). *Imagens e Costumes do Porto de Outras Eras*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- PENT. (2007). *PENT: Plano Estratégico Nacional para o Turismo*. Turismo de Portugal, Estudos e Estatísticas.
- Pereiro, X. (2002). *Itinerários Turístico-culturais: Análise de uma experiência na cidade de Chaves*. Bragança: Actas do III Congresso de Trás-os-Montes.
- Pinto, J. R. (2009). O Espaço Público e o Turismo. *Percursos & Ideias Revista Científica do ISCET*.
- Pinto, J. R. (2007). *O Porto Oriental no Final do Século XIX: um Retrato Urbano (1875-1900)*. Porto: Edições Afrontamento.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Ramos, L. d. (2007). *D. Maria*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Ramos, L. O. (1994). *Historia da Cidade do Porto*. Porto: Porto Editora.
- Ribeiro, S. (2008). *A Festa de São João no Porto, Uma Proposta de Desenvolvimento do Evento*. Faculdade de Ciências Sociais, Centro Regional de Braga, Universidade Católica Portuguesa. Dissertação de Mestrado.
- Serrão, J. V. (1982). *História de Portugal*. Povoação do Varzim: Editorial Verbo.
- Shaw, G., & Williams, A. M. (1994). *Critical Issues in Tourism A Geographical Perspective*. Oxford: Blackwell.
- Silva, F. R. (1990). *Absolutismo Esclarecido e Intervenção Popular*. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- Silva, F. R. *Os Motins do Porto de 1757 (novas perspectivas)*. Porto: Editorial Estampa.
- Tabata, R. (2007). *Thematic Itineraries: An Approach to Tourism Product Development*. USA: University of Hawai'i at Manoa.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: SAGE Publications Ltd.
- Williams, S. (1998). *Tourism Geography*. London: Routledge.
- Yázigi, E., Carlos, A. F., & Cruz, R. d. (1999). *TURISMO: Espaço, Paisagem e Cultura*. S. Paulo: Hucitec.