



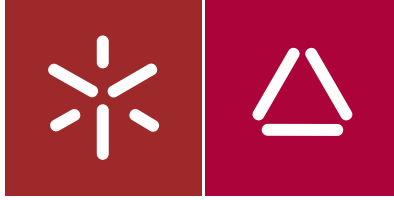
Daniel Silva Veloso

O Contributo dos Sistemas de Informação Geográfica para o desenvolvimento do Turismo Criativo no município de Esposende

Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais







Universidade do Minho  
Instituto de Ciências Sociais

Daniel Silva Veloso

O Contributo dos Sistemas de Informação  
Geográfica para o desenvolvimento do Turismo  
Criativo no município de Esposende

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Geografia – Sistemas de Informação Geográfica

Trabalho efetuado sob a orientação de  
Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima  
Remoaldo  
Professor Doutor Hélder Tiago da Silva Lopes

outubro de 2023

## DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença [abaixo](#) indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.



**Atribuição**  
**CC BY**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## **DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE**

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

## **STATEMENT OF INTEGRITY**

I hereby declare having conducted this academic work with integrity. I confirm that I have not used plagiarism or any form of undue use of information or falsification of results along the process leading to its elaboration.

I further declare that I have fully acknowledged the Code of Ethical Conduct of the University of Minho.

## Resumo

São cada vez mais os turistas que se vão questionando sobre o conceito de viajar com o propósito de conhecer mais atrações turísticas tradicionais e com algum cunho genuíno. O turismo de massas tende a não acautelar as características dos mais diversos locais e, sobretudo, os costumes e tradições dos residentes. Além disso, em certos casos, as atividades turísticas acarretam mais prejuízos do que benefícios para os destinos turísticos e para os seus habitantes. O Turismo Criativo tenta contrariar esta tendência e deve assumir-se como uma boa alternativa ao período pós pandemia em que vivemos.

O estudo que foi realizado teve por base vários objetivos com especial destaque para o caracterizar das ações desenvolvidas de Turismo Criativo no município de Esposende e o aferir da perceção de vários *stakeholders* relativamente ao desenvolvimento do Turismo Criativo em Esposende.

A escolha do município de Esposende como território de estudo surgiu do facto do território ter um grande potencial para o desenvolvimento do Turismo Criativo, e pelo investimento que tem sido feito nesta temática.

O estudo realizado é de tipo misto (quantitativo e qualitativo) e usou fontes primárias e secundárias. No que diz respeito às fontes primárias destacam-se três inquéritos por entrevista realizados a agentes autárquicos do município de Esposende. Os SIG (Sistemas de Informação Geográfica) foram uma ferramenta importante na realização da nossa pesquisa, nomeadamente, na definição e na identificação de produtos e destinos turísticos. A partir da sua utilização criámos uma aplicação, com o intuito de dinamizar o Turismo Criativo, nomeadamente em locais de maior afluência deste tipo de turismo, identificando percursos que podem ser utilizados para quem opta pela prática de Turismo Criativo.

Palavras-chave: Esposende, SIG, Turismo Criativo, Turismo Sustentável.

## **Agradecimentos**

Começo por agradecer a todas as pessoas que de alguma forma, direta ou indiretamente, deram o seu contributo para a realização desta dissertação.

Tenho de agradecer à Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo pela orientação da presente dissertação, por todo o apoio durante o desenvolvimento deste estudo, e pelas suas sugestões.

Ao Professor Doutor Hélder Tiago da Silva Lopes, por toda a ajuda que me deu na realização desta dissertação e por todas as suas orientações.

Agradeço ao Departamento de Sistemas de Informação da Câmara Municipal de Esposende, nomeadamente ao Engenheiro José António do Nascimento Fernandes, à Arquiteta Fátima Sampaio, à Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira e a todos os outros elementos, pela ajuda prestada e pela disponibilidade em responderem às perguntas realizadas, pela cedência de informação e dados para a realização deste estudo.

Tenho ainda de agradecer à minha família, por todo o apoio que me deram desde o início e por terem acreditado sempre em mim.

E, por fim, agradeço à minha namorada, por todo o apoio que me deu.

A todos, muito obrigado.

# Índice

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS.....	2
DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE.....	3
Resumo.....	4
Agradecimentos .....	5
Índice de Figuras.....	8
Índice de Quadros .....	9
Índice de Tabelas.....	10
Introdução .....	11
1. Sustentabilidade e criatividade no setor do turismo.....	15
1.1. Conceito de Turismo Criativo e a sua evolução.....	15
1.2. As atividades criativas no turismo .....	30
1.3. Notas conclusivas .....	37
2. Redes, parcerias e políticas como estratégia de desenvolvimento do Turismo Criativo ....	39
2.1. Redes e plataformas do Turismo Criativo em áreas de pequena e média dimensão e em áreas rurais .....	39
2.2. As atividades turísticas criativas e os seus impactes nas cidades pequenas e de média dimensão e nas áreas rurais.....	44
2.3. Notas conclusivas .....	48
3. Metodologia de investigação.....	50
3.1. Principais fontes primárias e secundárias .....	50
3.3. A aplicação de um inquérito por entrevista .....	53
3.4. Notas conclusivas .....	54
4. Características gerais do município de Esposende.....	55
4.1. Caracterização sociodemográfica de Esposende .....	55
4.2. Principais traços da atividade turística no município de Esposende.....	67
4.3. Notas conclusivas .....	82
5. Análise das perceções dos agentes autárquicos sobre a importância do Turismo Criativo na sustentabilidade das regiões, e o contributo dos Sistemas de Informação Geográfica no município .....	83
5.1. Análise das entrevistas realizadas aos agentes autárquicos .....	83
5.1.1. Perceção sobre o contributo do turismo para o desenvolvimento económico do município de Esposende.....	83
5.1.2. Perceção sobre necessidades para um crescimento sustentado do turismo e tipos de impactes.....	85
5.1.3. Perceções sobre o Turismo Criativo.....	86
5.1.4. O papel dos Sistemas de Informação Geográfica .....	88



5.3. Notas conclusivas .....	96
<b>6. Conclusões e Recomendações .....</b>	<b>97</b>
6.1. Principais Ilações .....	97
6.2. Limitações .....	98
6.3. Propostas para Futuras Investigações .....	98
<b>7. Bibliografia .....</b>	<b>100</b>
<b>8. Anexos .....</b>	<b>106</b>
8.1. Anexo das entrevistas aos agentes autárquicos .....	106
8.2. Consentimento informado, livre e esclarecido para a participação em investigação	109

## Índice de Figuras

Figura 1 - Expressão de Turismo Criativo na visão de <i>Richards</i> (2011) .....	34
Figura 2- Percentagem da população residente por sexo em Esposende e noutras entidades territoriais, em 2001 e 2021.....	58
Figura 3 - Distribuição da população residente, por freguesia ou União de Freguesias, em Esposende em 2021.....	59
Figura 4 – Variação da população residente, por freguesia ou por União de Freguesias, em Esposende entre 2011 e 2021.....	60
Figura 5 - Densidade populacional em Esposende e noutras entidades territoriais, em 2001, 2011 e 2021.....	61
Figura 6 - Taxa bruta de natalidade em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2022.....	62
Figura 7 -Taxa bruta de mortalidade em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021.....	63
Figura 8 - Índice de envelhecimento em Esposende e noutras entidade territoriais em 2001, 2011 e 2021.....	64
Figura 9 – Índice de longevidade em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021.....	64
Figura 10 - Percentagem de população residente por grandes grupos etários em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021.....	65
Figura 11 - Taxa de inatividade total e por sexo em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021.....	66
Figura 12 - Percentagem de população analfabeta por local de residência em Esposende e noutras entidades territoriais em 2011 e 2021.....	67
Figura 13 - Número e tipo de alojamentos turísticos em Esposende em 2017 e 2022.....	71

Figura 14 - Distribuição de alojamentos nas freguesias e União de Freguesias em Esposende em 2023.....	72
Figura 15 - Proveitos totais por tipo de estabelecimento turístico em Esposende em 2017 e 2022.....	75
Figura 16 – Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais em 2017 e 2022.....	76
Figura 17 - Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico por 1000 habitantes em Esposende e noutras entidades territoriais em 2014 e 2022.....	77
Figura 18 – Hóspedes por habitante nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais em 2018 e 2022.....	78
Figura 19 - Proporção de dormidas entre julho-setembro nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais em 2018 e 2022.....	79
Figura 20 - Proporção de hóspedes não residentes em Esposende e noutras entidades territoriais em 2014 e 2022.....	80
Figura 21 – Proposta da solução para os turistas de Esposende. “App Esposende – Conheça nosso município” .....	91
Figura 22 – Algumas soluções de pesquisa na “App Esposende – Conheça o nosso município” .....	92
Figura 23 - Disponibilização de várias rotas na “App Esposende – Conheça o nosso município” .....	94
Figura 24 - Modo de visualização dos pontos de interesse na “App Esposende – Conheça o nosso município” .....	95
Figura 25 - QR Code da “App Esposende – Conheça o nosso município” .....	95

## **Índice de Quadros**

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo.....	20
--	----

## Índice de Tabelas

Tabela1 - Idade, área de atuação e nível de escolaridade dos agentes entrevistados.....	53
Tabela 2 - Grupo temático e número de perguntas do guião por entrevista.....	54
Tabela 3 - Dormidas em Esposende e noutras entidades territoriais entre 2011 e 2021.....	73
Tabela 4 - Hóspedes em Esposende e noutras entidades entre 2011 e 2021.....	74
Tabela 5 - Matriz SWOT sobre o quadro socioeconómico, demográfico e desenvolvimento da atividade turística no município de Esposende.....	81
Tabela 6 - Potencial do Turismo Criativo em Esposende segundo os agentes autárquicos.....	87
Tabela 7 – Descrição das rotas definidas para visita ao município de Esposende – início/fim, duração e principais locais a visitar.....	93
Tabela 8 - Propostas futuras a curto, medio e longo prazo, para a promoção do Turismo Criativo e dos SIG em Esposende.....	99

## Introdução

A expansão do turismo tem a sua origem na Revolução Industrial e está relacionada, principalmente, com três fatores: o aumento dos tempos livres, o progresso e desenvolvimento dos meios de transporte e a melhoria do nível de vida principalmente nos países mais desenvolvidos (Daniel, 2010). A partir do início do século XX o turismo passou a ser considerado como uma atividade economicamente relevante (Daniel, 2010). Apesar de a sua evolução ter sofrido um revês com as I e II Grandes Guerras e com a Crise de 1929, a partir da década de 50 do Século XX assistiu-se ao maior crescimento desta atividade (Daniel, 2010). Desde então, o turismo tornou-se cada vez mais um impulsionador da economia quer a nível internacional como nacional.

Em Portugal, na década de 1960 o turismo surgiu inicialmente com um único significado e ligado apenas ao segmento de Turismo de Sol & Praia, em que as pessoas apenas optavam por locais quentes em meses de verão (Daniel, 2010). Com o passar do tempo, desenvolveram-se outros segmentos de turismo, designadamente relacionados com o Turismo Rural, o Turismo Cultural e o Turismo Religioso.

Estas diferentes formas de turismo foram impulsionando a economia do País, com a crescente chegada de turistas de outros países, contribuindo para o aumento do número de postos de trabalho no setor do turismo. Cada vez mais, a aposta do país no turismo é maior, tornando-se num dos setores económicos mais importantes do mesmo. Considerando os diversos meios de alojamento, em janeiro de 2023 registaram-se 1,5 milhões de hóspedes e 3,8 milhões de dormidas, correspondendo a crescimentos de 70,4% e 70,0%, respetivamente. Comparando com janeiro de 2020, as dormidas aumentaram 6,4% (+6,5% nos residentes e +6,3% nos não residentes) (INE, 2023).

O Turismo Criativo afigura-se como um dos segmentos mais recentes e constitui uma forma de turismo em que os recursos naturais, culturais e pessoais não são explorados, mas valorizados e otimizados (Jelinčić & Zuvuela, 2012), podendo transformar-se em novas oportunidades. Destaca-se, em termos de oportunidade, por exemplo, a diversificação da oferta turística através da otimização dos recursos existentes, a atratividade do turismo fora da época alta, o aumento da coesão social através da cocriação de experiências e de um propósito comum, e a sustentabilidade com base no uso da criatividade como o seu recurso principal (Jelinčić & Zuvuela, 2012).

Esta forma de turismo conecta a criatividade aos diversos lugares, prática crucial para o desenvolvimento do turismo sustentável (Simpson, 2008). O Turismo Criativo tem ainda a obrigação de satisfazer o turista e dar garantias de experiências em que os turistas possam aumentar a sua consciência sobre questões como a sustentabilidade e que possam promover práticas sustentáveis de turismo (Korez-Vide, 2012).

Pode envergar um papel inovador e diferenciado no que toca às atividades turísticas, tentando recuperar e revalorizar a identidade dos locais e dos seus valores culturais, mas também tem de ter um papel fundamental no desenvolvimento económico dos territórios e na atração de turistas mais interessados na aprendizagem e na interação no seio das atividades turísticas (Carvalho, Lima & Kastenholtz, 2014).

Desde o início do milénio, o Turismo Criativo tem vindo a afirmar-se como um nicho de mercado, orientado para os turistas que procuram novas experiências de aprendizagem e de participação ativa em cursos ou *workshops*. Neste contexto, este segmento de turismo procura oferecer a turistas e visitantes a oportunidade de desenvolverem aptidões e potenciarem a sua capacidade criativa. Este segmento de turismo tem como objetivo oferecer aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo, através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem (Richards & Raymond, 2000).

No presente estudo definimos os seguintes objetivos:

- Aferir a importância do Turismo Criativo na sustentabilidade das regiões onde se insere;
- Caracterizar as ações desenvolvidas de Turismo Criativo no município de Esposende;
- Propor a organização de atividades de Turismo Criativo no município de Esposende;
- Aferir a perceção de vários *stakeholders* relativamente ao desenvolvimento do Turismo Criativo em Esposende;
- Analisar a importância dos SIG na dinamização do Turismo Criativo no município de Esposende.

Com base nestes objetivos foram delineadas as seguintes perguntas de investigação.

- Qual é a importância do Turismo Criativo para a sustentabilidade das regiões onde se insere?
- Que tipo de ações e atividades de Turismo Criativo são desenvolvidas no município de Esposende?
- Que novas atividades de Turismo Criativo podem ser implementadas no município de Esposende tendo por base o diagnóstico realizado e a percepção de vários *stakeholders*?
- Que contributo podem dar os Sistemas de Informação Geográfica (SIG) para a dinamização do Turismo Criativo no município de Esposende?

Na presente investigação foi utilizado um quadro metodológico múltiplo, com recurso a fontes primárias e secundárias, de modo a garantir o cumprimento dos objetivos previamente enunciados. Relativamente às fontes secundárias destacam-se as que se equacionam a seguir.

Com vista à clarificação de conceitos e resposta à problematização teórica que suporta a presente investigação foi utilizada uma análise documental. Pretendeu-se com esta análise efetuar uma averiguação da situação territorial em Esposende, do ponto de vista socioeconómico e da atividade turística, usando paralelamente ferramentas de SIG para cartografar diversas variáveis.

Em termos de fontes primárias, foram realizados inquéritos por entrevista a três dirigentes de instituições existentes no município, que poderão dinamizar o Turismo Criativo. Para o efeito, foi solicitado um pedido de autorização às instituições, prevendo-se o preenchimento do consentimento livre e informado para participação no estudo. Dos resultados destes inquéritos, pretende-se apurar informação relevante a partir de análise de conteúdo.

Relativamente à estrutura da presente dissertação a mesma divide-se em sete capítulos. No primeiro capítulo, intitulado “Sustentabilidade e criatividade no setor do turismo”, abordamos o conceito de Turismo Criativo e a sua evolução, e as diferentes atividades relacionadas com o mesmo. Quanto ao segundo capítulo (“Redes, parcerias e políticas como estratégia de desenvolvimento do Turismo Criativo”) focamo-nos nas atividades

turísticas criativas desenvolvidas nas cidades de pequena e média dimensão e nas áreas rurais, assim como os respetivos impactes. No terceiro capítulo apresentamos a metodologia de investigação, insistindo nas fontes utilizadas e no trabalho de campo realizado. Quanto ao quarto capítulo, que optamos por intitular “Caraterísticas gerais do município de Esposende”, fazemos uma caraterização sociodemográfica de Esposende e destacamos os principais traços da atividade turística no município. Relativamente ao quinto capítulo demonstramos a importância dos SIG no crescimento do Turismo Criativo no município de Esposende, e de que forma podem os SIG ser importantes no desenvolvimento do Turismo Criativo naquele município, recorrendo a ideias inovadoras para o potenciar. No capítulo seis fazemos uma análise dos dados obtidos, e por fim, no capítulo sete dedicamo-nos às principais conclusões seguidas de algumas recomendações.

Estamos cientes de que o nosso estudo é pertinente para os artesãos locais, na medida em que pode ser útil no crescimento do seu negócio. É também importante para os autarcas municipais relacionados com o turismo, pois é uma forma de estes dinamizarem o turismo do município, atraírem cada vez mais turistas a Esposende e potenciá-lo com o um dos principais pontos turísticos do país. Este estudo é também importante para os residentes, ajudando-os a compreender melhor a temática do Turismo Criativo e para, de alguma forma, impulsioná-los na criação de novos negócios relacionados com o mesmo. Por fim, o estudo realizado é pertinente para os turistas, pois ficam a conhecer melhor a região e a sua história, e podem inclusive participar em diversas atividades relacionadas com o Turismo Criativo.

Com os resultados da nossa investigação pretendemos apresentar os mesmo aos autarcas de Esposende, nomeadamente ao Sr. Vereador do turismo, por forma a encontrar as melhores soluções para a dinamização e no crescimento do Turismo Criativo no município.



## **1. Sustentabilidade e criatividade no setor do turismo**

O principal objetivo deste capítulo é compreendermos de que forma a sustentabilidade e a criatividade são fatores importantes na atividade turística. Antes de procedermos às análises das atividades criativas no município de Esposende, é importante primeiro abordar diferentes conceitos de Turismo Criativo, o contributo das atividades criativas para o desenvolvimento e para a sustentabilidade das regiões onde se inserem, e também de que forma esta nova forma de Turismo é importante para o desenvolvimento pessoal das pessoas.

Este capítulo é dividido em dois subcapítulos, onde abordamos diferentes conceitos de Turismo Criativo de vários autores, e a sua evolução, e também apresentamos as atividades criativas no turismo.

### **1.1. Conceito de Turismo Criativo e a sua evolução**

O turismo é um setor multidisciplinar da atividade económica e é visto como uma das maiores “indústrias” do mundo e, por essa razão, assume vários conceitos, por vezes, distintos entre si. Almeida *et al.* (2005) e Vieira (2006) elencam alguns desses conceitos, como por exemplo, os fenómenos e as inter-relações resultantes de viagens e estadias temporárias de pessoas com o intuito de recreação ou lazer.

A primeira definição de Turismo Criativo surgiu em 2000 e foi encarada como uma forma de turismo em que os turistas têm a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo, através da realização de atividades em destinos turísticos direcionados para o passado histórico do território onde se insere, e também de aprenderem sobre os costumes e tradições desses territórios (Richards e Raymond, 2000). Nas últimas décadas temos vindo a constatar que os turistas se envolvem cada vez mais em atividades turísticas em que possam aprender, conhecer e experienciar as atividades e trabalhos dos locais, que em grande parte representam uma parte significativa da história de certos locais turísticos (Richards, 2011). Portugal tem acompanhado esta tendência.

Existem diversas definições do que é um turista criativo, desde aqueles que se referem aos visitantes de oficinas de dança, arte ou artesanato, aos que ocupam residências artísticas temporárias para praticarem a sua expressão criativa e desenvolverem as suas competências artísticas. Nas últimas décadas, temos observado o surgimento de uma nova geração de turistas, que procuram cada vez mais processos de cocriação, que leva a um relacionamento de mais formas de Turismo Cultural e participação ativa em experiências criativas (Richards, 2020).

Estes turistas desejam constatar e aprender mais sobre aspetos específicos da cultura de uma determinada comunidade através da participação ativa com a comunidade local e do desenvolvimento das suas capacidades criativas em workshops e outras atividades (Cortada, 2006; Raymond, 2003; Richards, 2003; Richards e Raymond, 2000; Richards e Wilson, 2007)

Na visão de Richards (2011), a criatividade pode ser usada para implementar o Turismo Criativo como uma atividade turística, de onde surge o envolvimento ativo dos turistas nas atividades criativas dos locais que visitam, ou como cenário para o turismo, em que os turistas se colocam em um ambiente criativo escolhido por eles. Esta nova definição de turistas anseia por uma experiência mais autêntica, emersa em capital cultural local e próximo da comunidade (Guerreiro e Marques, 2017; Remoaldo *et al.*, 2020). Esta tendência é uma alternativa à crescente saturação do Turismo Cultural de massa (Richards, 2010). Nesse sentido, o Turismo Criativo promove o capital social e cultural dos turistas, tornam-se coautores da sua experiência turística, contribuindo para experiências autênticas, imersivas e exclusivas (Pine e Gilmore, 1999; Richards, 2014; Virginija, 2016).

O Turismo Criativo é uma nova forma de fazer turismo e de criar destinos mais atrativos para o visitante através de atividades onde o visitante pode desenvolver o seu potencial criativo. Esta forma de fazer turismo tem capacidade para se desenvolver, através da valorização dos recursos e dos destinos turísticos existentes propondo atividades, iniciativas e projetos criativos e inovadores realizados por instituições da área da cultura e da criatividade. O principal objetivo do Turismo Criativo é proporcionar uma nova experiência e mostrar outras culturas diferentes da do visitante na medida em que este aprende sobre os costumes e tradições diferentes das da sua terra natal (Gomes, 2012).

Os principais praticantes de Turismo Criativo são os turistas que querem um tipo de turismo diferente do habitual de Praia e Sol, procuram desenvolver as suas competências criativas enquanto podem aprender sobre a cultura da localidade onde estão inseridos.

O aumento da importância da criatividade conduziu ao lucro por parte da indústria do turismo para desenvolver um ambiente cada vez mais criativo e lúdico. Isso permitiu organizar práticas que contribuem para mudar rapidamente as representações e os consumos de cada espaço (Richards, 2011, 2014).

Uma forte ligação foi reconhecida entre criatividade e desenvolvimento regional, isto é, entre criatividade e lugar (Brouder, 2012). Isto sugere que pode ser encontrada uma “efervescência criativa” em comunidades de sucesso (Brouder, 2012). Além disso, a criatividade tornou-se a base do Turismo Criativo (Tan *et al.*, 2013).

Diversos autores defendiam a ideia de que os visitantes desejam ter um maior contacto com a comunidade e o território que estão a visitar e aprender mais sobre a sua cultura, através de experiências participativas com os residentes desse mesmo território, demonstrando as suas competências e capacidades criativas (Carvalho, 2011). Esta experiência, mais interativa e envolvente, tem a finalidade de ajudar os turistas no seu desenvolvimento pessoal e na criação de uma identidade pessoal que aumenta o seu capital criativo (Richards e Wilson, 2006).

Uma boa parte de alguns autores defendem que o Turismo Criativo surge numa primeira fase de uma necessidade dos destinos se reinventarem para se fazerem notar num mercado saturado. (Richards e Marques, 2012) explicam que o Turismo Criativo surgiu, por diversas razões, como uma opção de desenvolvimento e pode oferecer diferentes objetivos.

Este tipo de turismo consegue promover uma enorme diversificação da oferta turística, sem que sejam necessários investimentos avultados, sendo sobretudo necessária a criatividade e recursos humanos. É um tipo de turismo mais vantajoso para pequenos empreendedores, uma vez que não é necessária a criação de grandes infraestruturas e dispendiosas (Richards, 2011). O fortalecimento da autoestima da população ao assistir à preservação das suas tradições e cultura devido à adesão de várias pessoas a este tipo

de atividades, é mais uma das vantagens do Turismo Criativo. Outra vantagem desta nova forma de turismo, é a melhor distribuição de turistas pelo país em diferentes épocas do ano, uma vez que não se destina apenas a atividades em época alta (altura com mais afluência de turistas em Portugal), mas são atividades que podem ser realizadas durante todo o ano, o que faz com que haja um menor “desgaste” dos lugares mais visitados através da inclusão de roteiros turísticos em áreas diferentes das convencionais.

Esta variante do turismo também tem os seus pontos fracos, como por exemplo, a exploração por parte de atores externos dos recursos das comunidades locais, especialmente as que têm um rendimento baixo (Korez-Vide, 2012). Esta situação acontece quando povos mais tradicionais são transformados em atrações turísticas que não são geridas pela própria população.

O Turismo Criativo pode ser uma plataforma para muitos propósitos, se mudarmos o objetivo e os elementos que o constituem, obtemos diferentes resultados. Usando o Turismo Criativo como uma vantagem competitiva, proporcionamos ao cliente ou turista uma experiência única e memorável que resulta numa promoção entusiasta deste modo de turismo. Esta forma de turismo pode ser utilizada como uma estratégia para despertar no turista habilidades e técnicas criativas que este desconhecia. O Turismo Criativo pode ser utilizado também como uma fonte de inovação em certos lugares com a ajuda da participação do turista neste modo de turismo (Almeida, 2021).

Sem pessoas e equipamentos, muitos territórios têm tendência a sofrer mais devido à sazonalidade. É necessário que estes territórios desenvolvam projetos que mantenham ou recuperem tradições antigas, estimulem a economia local e tragam visitantes para a economia local. Desta forma, o desenvolvimento do turismo pode contribuir para o alcance de novos níveis de bem-estar da população local e promover a economia sustentável e a coesão social (Remoaldo e Ribeiro, 2022).

O Turismo Criativo tem vindo paulatinamente a crescer como segmento turístico, a nível internacional, em contextos geográficos e culturalmente diversos. Acompanhando essa evolução, a investigação tem conduzido a pertinentes conclusões e reflexões vindas dos mais diversos contextos locais e nacionais. A investigação sobre Turismo Criativo foi-se

diversificando na sua trajetória evolutiva, passando sucessivamente do levantamento de atividades turísticas baseadas na criatividade para o estudo das motivações e comportamentos deste tipo de turista, da natureza da experiência em causa, das formas genéricas das organizações fornecedoras de produtos de turismo criativo, das relações entre turistas e respetivos destinos e dos impactes desta atividade nas comunidades em que têm lugar (Duxbury e Richards, 2019).

Os processos de produção criativa podem atrair empresas e indivíduos envolvidos no setor cultural, o que leva a importantes efeitos multiplicadores na economia local, e elevam o valor estético dos locais de produção criativa. A produção criativa é também atrativa porque está associada a um dinamismo e orientação para o futuro, que é importante num clima de mudança e incerteza. Em tal clima, ideias como o desenvolvimento de “cidades criativas” (Landry, 2000) podem parecer atraentes para planeamentos urbanos em busca de novos ideais.

Também havia sinais de que a criatividade se estava a tornar uma parte cada vez mais importante do consumo como um todo. Ray e Anderson (2000) descrevem o surgimento dos "criativos culturais" como um grupo de pessoas insatisfeitas com visões de mundo modernas ou tradicionais.

Richards (2000) e Richards e Raymond (2000) identificaram pela primeira vez o crescimento do Turismo Criativo como uma extensão ou reação ao turismo cultural. Os autores argumentam que, em contraste com a maioria dos turistas culturais, os turistas criativos procuram produtos mais envolventes, experiências interativas que podem ajudá-los no seu desenvolvimento pessoal, através da utilização de todas as suas capacidades criativas.

No Quadro 1 estão referidos os principais autores que estudaram o Turismo Criativo em diferentes décadas, onde são abordadas várias temáticas como o desenvolvimento sustentável das regiões, o contributo das *apps* na divulgação deste segmento e a importância do Turismo Criativo no desenvolvimento pessoal do turista.

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo

<b>Autor e ano da publicação</b>	<b>Título da publicação</b>	<b>Território analisado</b>	<b>Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas</b>	<b>Metodologia ou técnicas utilizadas</b>	<b>Principais resultados</b>
Schuman e Presser (1981)	Questions and Answers in Attitude Surveys. Academic Press, New York. Practical tourism research	Nova Iorque	Quantitativa	Entrevista	Fala-nos de ideias e experiências desenvolvidas ao longo de seis anos. Os autores afirmam que os diários de campo são alternativas fiáveis na análise de temáticas como, por exemplo, o Turismo Criativo.
Richards e Raymond (2000)	Creative tourism, ATLAS News	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Definição de Turismo Criativo, que se baseia na ideia de que os turistas desenvolvem todo o seu potencial criativo.
Pavlovich (2003)	The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo caves, New Zealand, Tourism Management	Nova Zelândia	Quantitativa e qualitativa	Pesquisa bibliográfica	A evolução dos destinos turísticos e a sua transformação devido ao aumento do número de redes e Apps utilizadas, com base na sustentabilidade dos destinos turísticos.
Mack (2005)	Research Methods: a data collector's field guide North Carolina	Carolina do Norte	Qualitativa	Entrevista	Conceção sobre o sujeito, o objeto e as relações entre ambos. Método qualitativo que permite a realização de investigação e que, para além de procurar respostas para questões pré-definidas, utiliza procedimentos sistemáticos.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (continuação)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Novelli, Schmitz e Spencer (2006)	Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience, Tourism Management	Reino Unido	Quantitativa	Pesquisa bibliográfica e entrevista	As teorias de redes e <i>clusters</i> podem auxiliar no processo de inovação das PME turísticas e contribuir para o desenvolvimento regional, através dos resultados simples produzidos pelas atividades em rede. No entanto, devido à natureza variada das PME envolvidas, o desenvolvimento de <i>clusters</i> turísticos não deve ser visto como um evento simples e espontâneo.
UNESCO (2006)	Towards sustainable strategies for Creative Tourism, Santa Fe, NM: UNESCO Creative Cities Network	Santa Fé	Quantitativa e qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Fornece uma visão geral do desenvolvimento de uma importante iniciativa de Turismo Criativo em Santa Fé, Novo México, Estados Unidos. Discute a pesquisa realizada para identificar o valor económico da atividade de Turismo Criativo em Santa Fé. Avalia o alcance, a natureza e a extensão das atividades de turismo criativo em Santa Fé. Analisa as características de um próspero setor de artes e cultura para apoiar atividades de Turismo Criativo.
Traynor (2007)	Qualitative methods: an introduction to key concepts	País de Gales	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Apresenta uma variedade de métodos e técnicas de pesquisa qualitativa, incluindo observação participante, entrevistas em profundidade e grupos focais e a sua aplicação ao Turismo Criativo.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores.

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (continuação)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Simpson (2008)	Community benefit tourism initiatives – a conceptual oxymoron, <i>Tourism Management</i>	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Iniciativas de turismo para as comunidades, sempre com base no seu desenvolvimento sustentável, em contraste com outras técnicas de turismo que são bastante dispendiosas quer para os turistas, quer para os comerciantes.
Richards (2008)	Cultural tourism: global and local perspectives, <i>Journal of Cultural Economics</i>	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica e inquérito por entrevista	Diferentes perspetivas a nível local e global sobre a cultura do turismo e também sobre o Turismo Criativo. Redes criadas para ajudar na inovação, como por exemplo a <i>Creative Tourism Network</i> , em que os turistas podem aprender e contribuir com os locais.
Landry (2010)	Experiencing imagination: travel as a creative trigger, <i>Creative Tourism: A Global Conversation</i> , Santa Fe, Sunstone Press	Mundial	Qualitativa	Inquérito por entrevista	Turismo sustentável que permite uma maior autenticidade da cultura local.
Richards (2011)	Creativity and Tourism. <i>Annals of Tourism Research</i>	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Diversificação da oferta turística através de investimentos menos dispendiosos, sendo apenas utilizada a criatividade das organizações. Vantagens e desvantagens do Turismo Criativo.
Djukic e Vukmirovic (2012)	Creative cultural tourism as a function of competitiveness of cities	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Foco no espaço social e material da cidade nos produtos locais. É dada ênfase ao Turismo Criativo e ao seu papel no processo de desenvolvimento económico das cidades do sudeste europeu.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores.



Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (continuação)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Itaú Cultural (2012)	Relatório de Economia Criativa 2010: Economia criativa uma opção de desenvolvimento, São Paulo: Secretaria da Economia Criativa	Brasil	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	Redes que facilitam o desenvolvimento local, através da partilha de experiências, conhecimentos, e principalmente para o desenvolvimento económico local.
Korez-Vide (2012)	Promoting sustainability of tourism by creative tourism development: Innovation issues and approaches in Social Sciences	Mundial	Qualitativa e quantitativa	Pesquisa bibliográfica	Consciencialização da importância da sustentabilidade e de práticas sustentáveis de turismo.
Jelinčić e Žuvela (2012)	Facing the challenge. Creative tourism in Croatia. Journal of Tourism Consumption and Practice	Croácia	Qualitativa e quantitativa	Pesquisa bibliográfica	Valorização de recursos que se transformam em oportunidades. Diversificação da oferta turística e atratividade fora de época alta e importância da sustentabilidade no Turismo Criativo.
Carvalho, Lima e Kastenholz (2014)	Criatividade Cultural. Revista de Turismo e Património Cultural	Portugal	Qualitativa e quantitativa	Pesquisa bibliográfica	Papel do Turismo Criativo no desenvolvimento económico, bem como no desenvolvimento dos territórios, que resulta do grande interesse e procura dos turistas por atrações em que possam interagir com os habitantes locais.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (continuação)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Lee, Lee, Shin e Wall (2016)	Creativity and Traditional Cultural Accommodations in Sustainable Community Development: The Case of 'Hanok-stay' Program in South Korea	Coreia do Sul	Qualitativa	Trabalho de campo e pesquisa bibliográfica	Este estudo revê as políticas de desenvolvimento culturais tradicionais como desenvolvimento comunitário sob a perspectiva do Turismo Criativo. Na Coreia do Sul o programa <i>Hanok-stay</i> foi escolhido para examinar os desafios e oportunidades apresentados pelo processo de desenvolvimento e promoção do setor de acomodação cultural local.
Filho, Batista, Cacho e Soares (2017)	Mobile Applications and Tourism: A Quantitative Study Applying the Theory of Planned Behavior	Portugal	Quantitativa	Trabalho de campo e pesquisa bibliográfica	A importância das aplicações de telemóvel no desenvolvimento do Turismo Criativo, que melhoram a experiência dos turistas nas diferentes atividades.
Uddin (2017)	Social network analysis in project management, Journal of Modern Project Management	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	As redes sociais são importantes, pois é necessária a inclusão de agentes que recebam a informação e recursos por parte das outras pessoas.
Gupta, Dogra e George (2018)	What determines tourist adoption of smartphone apps. An analysis based on the Utaut-2 framework. Journal of Hospitality and Tourism Technology	Mundial	Quantitativa	Inquérito por entrevista	<i>Apps</i> de telemóvel que melhoram a experiência dos turistas, que contribuem para uma melhor distribuição dos produtos de turismo, bens e serviços. Algumas destas <i>Apps</i> desenvolvem roteiros interativos adequados a turistas que queiram experimentar diferentes tipos de atividades.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores.

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (continuação)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Paula Remoaldo <i>et al.</i> (2019)	Good and not-so-good practices in creative tourism networks and platforms: an international review. A Research Agenda for Creative Tourism	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	São descritas as dificuldades na definição do Turismo Criativo e discute-se o desenvolvimento de espaços de Turismo Criativo, à escala internacional através da criação de redes e plataformas. O Projeto CREATOUR desenvolveu uma abordagem integrada ao Turismo Criativo, combinando abordagens interdisciplinares, metodológicas, técnicas e teóricas para ligar o turismo e os setores cultural/criativo em áreas não metropolitanas de Portugal Continental.
Trichini e Spyriadis (2019)	Towards Smart Creative Tourism	Mundial	Quantitativa	Pesquisa bibliográfica	A participação ativa dos turistas em experiências criativas e de aprendizagem caracteriza a mudança do Turismo Cultural tradicional para o Turismo Criativo. Os turistas não são mais meros consumidores e espectadores de atrações culturais tangíveis e intangíveis, mas coprodutores e cocriadores ativos das suas experiências. Os destinos turísticos têm desenvolvido cada vez mais estratégias criativas de turismo para aumentar a competitividade e para a regeneração urbana.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores.

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (continuação)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Shnorr, Filatov e Sewruikov (2019)	Creative tourism for dealing with seasonality to ensure sustained development of the tourism industry	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	O turismo moderno é uma indústria complexa e diversificada, e o seu desenvolvimento é uma fonte de vantagens competitivas para a construção de sistemas territoriais, sociais e económicos. Para lidar com os problemas e incoerências que surgem, a ênfase é colocada na criação de novos tipos de turismo visando minimizar os impactos negativos da indústria na economia e na sociedade.
Ferreira e Sousa (2020)	Experiential marketing as leverage for growth of creative tourism: a co-creative process	Barcelos	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica e trabalho de campo	A criatividade ganhou uma valorização adicional em áreas como economia, social, política e cultural. O artesanato de Barcelos é reconhecido pela sua criatividade em qualquer ponto do país. A arte milenar e tradicional do concelho de Barcelos, com a sua autenticidade e a sua diversidade, transformou a sua atividade no maior espaço de artesanato português.
Marujo, Borges e Serra (2020)	Tourism, culture and creativity: The case of the CREATOUR project in the Alentejo/Portugal region	Alentejo	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica e trabalho de campo	Este artigo apresenta a forma como o projeto CREATOUR colocou o turismo e a criatividade em diálogo no Alentejo. Foi usada como estratégia de investigação o estudo de caso, seguido da análise de conteúdo de vários registos gerados pelas múltiplas dinâmicas do próprio projeto. Os resultados mostram que o Turismo Criativo tem uma relação significativa com o Turismo Cultural.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores.

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (Continuação)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Leyva, Pompa, Velazquez e Richards (2021)	Bibliometric study of creative tourism, tendencies and future lines of research	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	A análise bibliométrica foi utilizada para mapear o estado da arte e identificar tendências, lacunas e futuras linhas de pesquisa. Foi realizada uma busca na base de dados Scopus de artigos científicos que incluíssem os termos “Turismo Criativo” no título, resumo ou palavras-chave. O <i>software</i> Bibexcel foi utilizado para calcular indicadores de produtividade. O <i>software</i> VOSviewer permitiu a análise de redes bibliométricas de citação, co-citação e co-ocorrência de palavras-chave.
Larissa Almeida (2021)	Recria- Brazilian Experiences and creative tourism network, brazil, Creative Tourism activating cultural resources and engaging creative travellers	Brasil	Quantitativa e qualitativa	Entrevista e trabalho de campo	O Turismo Criativo. como vantagem competitiva e como fonte do desenvolvimento local.
Henriques e Elias (2022)	Interconnections between the cultural and creative industries and tourism: challenges in four Ibero-American capital cities	Europa e América do Sul	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica e trabalho de campo	O enquadramento metodológico assenta num estudo de caso comparativo sobre a importância, dinâmicas e políticas associadas ao Turismo Cultural e Criativo em quatro cidades ibero-americanas. Esta análise exploratória destaca a crescente importância do Turismo Cultural e Criativo.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores.

Quadro 1 – Principais autores que têm estudado o Turismo Criativo (Conclusão)

Autor e ano da publicação	Título da publicação	Território analisado	Tipo de estudo abordagem: quantitativa qualitativa ou ambas	Metodologia ou técnicas utilizadas	Principais resultados
Remoaldo e Ribeiro (2022)	From the complexity of the tourism industry to the requirements of the new consumer. Definition and evolution of creative tourism: How can it contribute to the sustainability of territories.	Mundial	Qualitativa	Pesquisa bibliográfica	O desenvolvimento do turismo de indústria contribui para o alcance de novos níveis de bem-estar da população local e promove a economia sustentável e a coesão social.

Fonte: Elaboração própria tendo por base vários autores.

Na década de 1980, Schuman e Presser (1981), afirmaram que os Diários de Campo são uma alternativa cada vez mais fiável no estudo de temáticas relacionadas com o turismo, e principalmente no Turismo Criativo, mas não se preocuparam com uma definição concreta do que é realmente o Turismo Criativo. Este segmento surge referenciado pela primeira vez através de Pearce e Butler em 1993 como sendo uma potencial forma de turismo (Richards, 2011), contudo, a primeira definição de Turismo Criativo surgiu somente na década de 2000, por Richards e Raymond (2000), onde afirmaram que este segmento se baseia na ideia de que os turistas desenvolvem todo o seu potencial criativo, através de atividades criativas, onde estes conhecem o passado histórico das regiões e conseguem aprender os seus costumes e tradições, sendo este o conceito mais utilizado por quem estuda o Turismo Criativo.

Ao fim de três anos, em 2003, Kathryn Pavlovich (2003), referiu-se à importância das *apps*, e à promoção das regiões turísticas digitalmente, no desenvolvimento dos destinos turísticos e na sua sustentabilidade. Por sua vez, Traynor (2007) apresentou

uma variedade de métodos e técnicas de pesquisa qualitativa, incluindo observação participante, entrevistas em profundidade e grupos focais e a sua aplicação ao Turismo Criativo. Continuando dentro da mesma temática, Simpson (2008) expôs diversas iniciativas de turismo para as comunidades, sempre com base no seu desenvolvimento sustentável, em contraste com outras técnicas de turismo que eram bastante dispendiosas quer para os turistas, quer para os comerciantes. Com estes estudos conseguimos comprovar como era cada vez mais importante o desenvolvimento sustentável das regiões, de maneira a conseguir providenciar ao turista a melhor experiência possível. Também Richards (2008) apresentou diferentes perspetivas a nível local e global sobre a cultura do turismo e também sobre o Turismo Criativo. Abordou ainda as redes criadas para ajudar na inovação do Turismo Criativo, como por exemplo a *Creative Tourism Network*, em que os turistas podem aprender com os locais e contribuir para a valorização das práticas de Turismo Criativo.

Entrando na década de 2010, Landry (2010) estudou o turismo sustentável, tal como Korez-Vide (2012), como uma forma que permitia uma maior autenticidade da cultura local, mantendo os seus costumes, tradições, potenciando-os e preservando-os de geração em geração.

Jelinčić e Žuvela (2012) abordaram a valorização dos recursos naturais, culturais, e sociais que se transformam em oportunidades. Falaram ainda da diversificação da oferta turística e da sua atratividade fora de época alta e a importância da sustentabilidade no Turismo Criativo.

Carvalho, Lima e Kastenholz (2014) estudaram o papel do Turismo Criativo no desenvolvimento económico, bem como no desenvolvimento dos territórios em si, que resultou do grande interesse e procura dos turistas por atrações em que possam interagir com os habitantes locais.

O papel das *apps* foi sendo cada vez mais destacado com o passar dos anos, como um fator muito importante no desenvolvimento do Turismo Criativo, uma vez que melhoram a experiência dos turistas como nos mostraram Filho *et al.* (2017), mas estes não foram os únicos autores que abordaram a temática. Por sua vez, Gupta, Dogra e George (2018), foram mais longe e afirmaram que as *apps* de telemóvel melhoravam a

experiência dos turistas e contribuíam para uma melhor distribuição dos produtos de turismo, bens e serviços, sendo que algumas destas apps desenvolviam roteiros interativos adequados a turistas que queiram experimentar diferentes tipos de atividades.

Em 2019, Remoaldo *et al.* (2019), abordaram as dificuldades na definição do Turismo Criativo e discutiram o desenvolvimento de espaços de Turismo Criativo à escala internacional através da criação de redes e plataformas. Abordaram ainda o projeto CREATOUR que desenvolveu uma abordagem integrada ao Turismo Criativo combinando abordagens interdisciplinares, metodológicas, técnicas e teóricas que ligavam o turismo e os setores cultural/criativo em áreas não metropolitanas de Portugal Continental.

Paralelamente, Almeida (2021), estudou o desenvolvimento de competências e técnicas criativas no Turismo criativo como vantagem competitiva e como fonte do desenvolvimento local.

Remoaldo e Ribeiro (2022), em 2022 analisaram o desenvolvimento do turismo de indústria e concluíram que este contribui para o alcance de novos níveis de bem-estar da população local e promove a economia sustentável e a coesão social.

## **1.2. As atividades criativas no turismo**

Muitas são as redes criadas para melhorar o Turismo Criativo, mas a mais significativa tem sido a *Creative Tourism Network*, que visa promover destinos que consideram ter um enorme potencial para receber turistas com vontade de terem novas experiências, como por exemplo aprender com os habitantes locais ([www.creativetourismnetwork.org](http://www.creativetourismnetwork.org)) e tentar ser um “local”. Esta rede inclui cidades de todo o mundo, como Barcelona, Barcelos, Florença, Loulé e Medellín (Richards, 2008).

Estas redes resultam da convicção que o Turismo Criativo pode potenciar o turismo e diversificar as economias locais. O seu objetivo rege-se por facilitar o desenvolvimento de vários grupos culturais, através da partilha de conhecimento, experiências, enquanto permite o desenvolvimento e a promoção da economia local (Itaú Cultural, 2012).



A formação destas redes sociais surge da necessidade de encontrar agentes que recebam a informação e recursos por parte das outras pessoas (Uddin, 2017). As redes de suporte de inovação e partilha de conhecimento desenvolvem competências para a sustentabilidade e promovem o desenvolvimento económico dos *stakeholders* envolvidos (Pavlovich, 2003; Novelli *et al.*, 2006).

A *Creative Tourism Network* participa em vários fóruns e conferências sobre o Turismo Criativo, tendo o último fórum ocorrido em 2019, ou seja, a *Creative Tourism meeting* em Valparaíso, no Chile.

Existem ainda várias técnicas no Turismo Criativo, entre os quais os inquéritos por questionário, onde as diversas organizações de Turismo Criativo e até mesmo as iniciativas individuais tentam perceber a opinião das pessoas sobre este novo segmento de turismo, os pontos fortes e fracos, recomendações e críticas através de questionários, quer sejam *online* ou impressos.

Os diários de campo são considerados como uma das metodologias e técnicas possíveis de serem usados no Turismo Criativo, em que se realizam trabalhos de campo em diversos locais com atividades de Turismo Criativo (Schuman e Presser, 1981), em que se interage diretamente com os habitantes locais e os turistas. Desta forma, existe uma interação direta com as pessoas em que se tenta descobrir qual a opinião dos locais sobre o Turismo Criativo e como potenciar o mesmo. O diário de campo é algo que se usa para anotar elementos.

É também adequado o uso da metodologia qualitativa, que permite um maior contacto com as entidades envolvidas na investigação o que, por sua vez, permite realizar uma descrição e uma análise de elementos de carácter específico, com vista a se compreender o seu significado e a gerar uma visão sobre a situação em si ou o conceito em que se enquadram (Mack *et al.*, 2005). Tal permite gerar uma conceção sobre o sujeito, o objeto e as relações entre ambos. Este método qualitativo é descrito como uma pesquisa científica que permite a realização de investigação e que, para além de procurar respostas para questões pré-definidas, utiliza procedimentos sistemáticos para responder às mesmas (Mack *et al.*, 2005).

Este método permite dar voz a intervenientes menos ouvidos e é descrito como o método mais indicado quando o objetivo de estudo é explorar temas sensíveis ou experiências definidas culturalmente (Traynor, 2007) e, principalmente, quando o objeto de estudo ou a problemática equacionada tem como solução a perspetiva da população local (Mack *et al.*, 2005).

Os SIG (Sistemas de Informação Geográfica) são outra ferramenta muito importante para o desenvolvimento do Turismo Criativo, pois podem desempenhar um importante papel na apresentação, na definição e na localização de produtos e destinos turísticos (Valles, 1999). Da utilização desta ferramenta pode surgir uma aplicação para a dinamização do Turismo Criativo, onde sejam, por exemplo, identificados os locais acessíveis para a prática do Turismo Criativo, em locais de maior afluência deste tipo de turismo, locais recomendados pelos turistas, percursos ou roteiros em cidades ou locais de atração turística onde também seja possível a prática de Turismo Criativo.

A evolução dos *smartphones*, do acesso *wireless* e de tecnologias móveis, tem gerado interesse no mercado, havendo uma elevada aposta neste tipo de tecnologias, de forma a melhorar a experiência turística. As *travel apps* desenvolveram-se como um recurso de auxílio para os consumidores e têm contribuído bastante para as experiências dos turistas (Filho *et al.*, 2017; Samy, 2012; Gupta e Dogra, 2018). O mercado turístico tem vindo a adaptar-se a esta nova realidade, em que os turistas preferem opções práticas, fáceis e portáteis (Filho *et al.*, 2017), sendo que várias empresas turísticas e cadeias hoteleiras se têm associado cada vez mais a *apps* de turismo. Algumas destas *apps* começaram inclusive a desenvolver as suas próprias aplicações para que os clientes tenham uma experiência mais interativa e poderem proporcionar-lhes outras formas de consumir e distribuir serviços e produtos de turismo (Lu *et al.*, 2015; Filho *et al.*, 2017; Gupta, Dogra, e George, 2018).

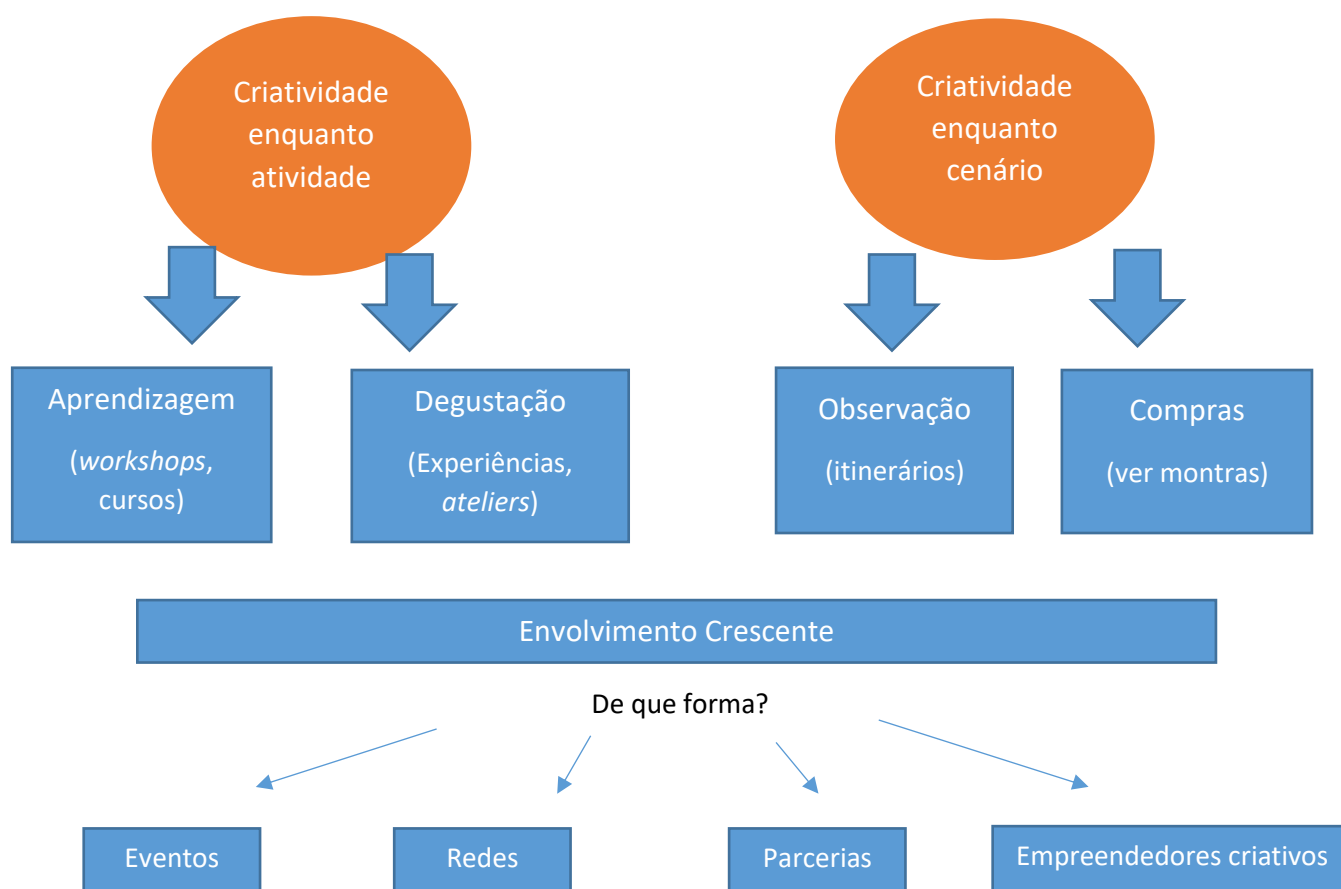
Em Portugal, o projeto CREATOUR (*Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas*) foi criado, entre 2016 e 2020, para promover uma aproximação de setores do Turismo Criativo e Cultural às áreas rurais, ou áreas não metropolitanas de Portugal Continental ([www.creatour.pt](http://www.creatour.pt)). Este projeto teve como objetivos promover uma maior sustentabilidade e desenvolvimento de áreas rurais e cidades mais pequenas, visando dar a conhecer a história e a cultura desses territórios pressupondo

uma interação dos turistas com os habitantes locais e com o objetivo de beneficiar ambas as partes (Remoaldo *et al.*, 2019). Este projeto de Turismo Criativo destacou quatro etapas: participação ativa, aprendizagem, autoexpressão criativa e envolvimento da comunidade, tudo salientado por uma conexão imersiva com o local (Bakas *et al.*, 2020; Scherf, 2021).

A UNESCO criou em 2004 a UCCN (*UNESCO Creative Cities Network*) com vista a promover a cooperação e a aprendizagem sobre a cultura e a criatividade sustentáveis visando as áreas urbanas. Já em 2006 ocorreu em Santa Fé (Novo México), um fórum sobre a temática do Turismo Criativo, e este foi identificado como sendo a nova geração de turismo, uma vez que envolve mais interação do turista com os costumes, tradições e história das regiões que visita (UNESCO, 2006). Por seu turno, em 2007 foi conhecida uma nova visão sobre o Turismo Criativo, que remete para um turismo mais sustentável (Landry, 2010), dando uma maior sensação de autenticidade à cultura local.

Este tipo de turismo representa-se através do envolvimento dos turistas no estilo de vida criativo do destino que escolheram, do usufruir dos recursos locais existentes, do fortalecimento da identidade local e das suas características únicas, da autoexpressão, da educação e de recriar e de reviver os espaços nos quais se pode criar um ambiente criativo ligado à cultura local (Richards e Marques, 2012).

Figura 1- Expressão de Turismo Criativo na visão de Richards (2011)



Fonte: Carvalho, 2013 (p. 44) com base em Richards, 2011.

As experiências de sucesso no setor do turismo advêm da relação equilibrada entre a visão dos visitantes em relação às características distintas de um destino, à sua relação com a comunidade local e ao desenvolvimento de diversas experiências turísticas. Os destinos recetores de inúmeros turistas insistem de forma profissional e genuína nos aspetos criativos que estão associados às características desses territórios e apresentem aos visitantes criativos uma motivação específica para que estes os visitem (Richards, 2011). As características específicas de um determinado local são sempre conhecidas como uma forma de desenvolvimento turístico. Cada destino criativo tem competências e conhecimentos para o desenvolvimento de atividades de Turismo Criativo que estão ligadas às tradições locais ou regionais (Carvalho, 2013).

A aplicação da criatividade no turismo pode ser estendida a espetáculos e espaços criativos (Richards 2012; Marques e Richards, 2014) e não apenas às atividades que surgem da realização de *workshops* e atividades ao ar livre. Os espetáculos criativos estão associados a eventos e espaços criativos com indústrias criativas e re-desenvolvimento urbano.

O conceito de Turismo Criativo está já espalhado por várias regiões internacionalmente, onde cada vez mais é maior a aposta dos diferentes países na promoção deste segmento e das suas atividades criativas. Nos EUA foi fundado o projeto “*Vacation With An Artist*”, em Espanha temos “*Ibiza Creativa*”, no Brasil foi fundada a “Rede Nacional de Experiências e Turismo Criativo”. Por sua vez, na Tailândia a aposta recai pelo “*Creative Tourism Toolkit*”, por fim em Portugal, assistimos à criação do projeto CREATOUR. Deste projeto surgiram diversas atividades criativas em várias regiões do país, como por exemplo o *Vagar Walkingtours*, (Castro *et al.*, 2020), que tem como objetivo a promoção da cultura patrimonial do Alentejo através de atividades de Turismo Cultural e de natureza, de carácter educativo, tendo por princípios o tempo, a personalização das atividades e os valores culturais associados ao Alentejo. Neste sentido, foi desenvolvido o produto de Turismo Criativo “*Play Évora*”, um *kit* que combina jogo, desenho e escrita criativa para toda a família visitar e descobrir a cidade de Évora, de forma lúdica e artística, ao seu ritmo. Assim, os participantes têm a oportunidade de conhecer a cultura e a história local e a expressarem a sua criatividade por via de uma experiência ativa e enriquecedora, levando-os a observar e a questionar o meio que os rodeia de um modo mais profundo.

A Câmara Municipal de São João da Madeira tem desenvolvido um projeto de Turismo Industrial que tem o objetivo de conjugar a preservação do património industrial com a promoção das indústrias tradicionais e com as novas indústrias criativas e tecnológicas do concelho. No sentido de complementar a oferta foi criado o projeto Turismo Industrial Criativo que oferece experiências industriais diferentes através de um conjunto de visitas e oficinas realizadas em unidades industriais do concelho organizadas em cinco segmentos: Indústria, Criatividade, Arte/Património, Gastronomia e Ambiente (Castro *et al.*, 2020).

O projeto Loulé Criativo (Castro *et al.*, 2020) é uma iniciativa do Município de Loulé, que entende ser o seu dever para com os seus munícipes a preservação do património local, a valorização do território e o reforço da identidade local. Neste sentido, oferece um conjunto de oficinas orientadas por artesãos locais, onde os participantes aprendem a fazer artefactos ligados às artes tradicionais louletanas. O Loulé Criativo é muito mais que um produto turístico: é a afirmação de uma identidade. Com as oficinas tradicionais, não só são preservados saberes relevantes, como são formados novos mestres e recuperados espaços dedicados às artes e aos ofícios que são, antes do mais, a casa dos artesãos e dos mestres.

No concelho de Montemor-o-Novo, a associação de desenvolvimento local MARCA, criou o projeto de Turismo Criativo "Saídas de Mestre", que consiste num conjunto de oficinas criativas baseadas nos saberes locais que combinam arte, património e ambiente. Estas atividades aliam passeios e visitas com oficinas que permitem ao participante usufruir da prática artística ao mesmo tempo que vivenciam e conhecem o ambiente natural e o património cultural alentejano. Assim, criaram-se seis oficinas: desenho no campo, cestaria para pássaros, cerâmica e propagação de planta, bonecos de meias, cal e carvão, em parceria com artistas, artesãos e entidades locais (Castro *et al.*, 2020).

A Tertúlia Algarvia (Castro *et al.*, 2020) pretende dar a conhecer aos turistas a gastronomia portuguesa, sobretudo a algarvia, convidando todos os turistas da região a ter uma experiência diferente daquela que o produto "sol e praia" oferece. O "Algarve Cooking Vacations" é um programa de férias culinárias de 3-4 dias, no qual os participantes aprendem a fazer diversas receitas tradicionais. Cada aula de cozinha é precedida de uma ou mais atividades complementares que permitem ao visitante conhecer a cultura gastronómica da região, fazendo deste modo a viagem dos locais de produção e de distribuição dos alimentos à mesa. É uma experiência gastronómica completa em que é possível aprender ou saber a origem dos ingredientes e a história dos utensílios, aprender todo o processo de confeção de uma receita.

O "Mosaico – Conímbriga e Sicó" é um projeto de Turismo Criativo alicerçado no Património de Mosaico Romano existente no eixo geográfico composto pelas ruínas da cidade romana de Conímbriga, pela *Villa* Romana do Rabaçal e pelo complexo

monumental de Santiago da Guarda, abrangendo os municípios de Condeixa-a-Nova, Penela e Ansião. As atividades culturais e criativas são desenvolvidas nos Museus, Centros Interpretativos e Sítios Arqueológicos que apresentam ruínas romanas com piso de mosaico ainda intacto. Ao participar nas oficinas do Mosaico, as pessoas conhecem o legado romano, aprendem sobre a arte, os materiais, os motivos e as técnicas do mosaico e criam o seu próprio mosaico, relacionando esta forma de arte antiga às contemporâneas por meio de abordagens de reinvenção (Castro *et al.*, 2020)

Não obstante, os espetáculos criativos vivem, grande parte das vezes, das artes performativas, que são, na maioria dos casos, passivamente consumidas pelos visitantes (Richards e Wilson, 2006; Visser, 2007). Os festivais são frequentemente iniciados por fins de *marketing* local, a fim de aumentar a divulgação dos destinos. No entanto, o objetivo principal de festivais e de eventos não estão diretamente relacionados com o *marketing* do destino, mas sim, promover as artes, a cultura, a preservação de herança ou a regeneração urbana (Rogerson, 2013; Waitt e Gibson, 2013; Plummer, 2017). No entanto, os festivais e os eventos, são facilmente copiados pelas entidades públicas ou privadas de outras cidades, o que frequentemente resulta na reprodução em série da cultura (Richards e Wilson, 2006).

### **1.3. Notas conclusivas**

Na nossa opinião, o Turismo Criativo é um novo segmento de Turismo Cultural e uma alternativa ao turismo dito tradicional, que se encontra em fase de saturação. Este tipo de turismo é considerado uma nova abordagem, pois trabalha com a cultura local e com a criatividade, e tem implícita a sustentabilidade do território, ou seja, a salvaguarda dos seus recursos e das suas tradições. Promove o fortalecimento dos produtos turísticos criativos e inovadores que satisfazem as necessidades do turista.

As atividades desenvolvidas no âmbito do Turismo Criativo acontecem em áreas rurais e urbanas, e na maioria das vezes são aproveitados espaços que já não são utilizados ou frequentados para a realização das suas atividades ou *workshops* criativos.

A *Creative Tourism Network* é uma das inúmeras redes criadas e assumida como a mais importante rede que visa promover o Turismo Criativo, através da promoção de destinos turísticos capazes de acolher turistas com vontade de terem novas experiências, e que queiram potenciar a sua índole criativa.

O objetivo da criação destas redes rege-se por facilitar o desenvolvimento dos grupos culturais, através da partilha de conhecimento, enquanto permite o desenvolvimento e a promoção da economia local.

Neste capítulo foi realizada uma abordagem aprofundada dos diversos autores que se debruçaram sobre o conceito de Turismo Criativo quer à escala nacional quer internacional. Referimos a importância das redes de Turismo Criativo criadas com vista ao desenvolvimento do mesmo. Interpretamos a evolução do turismo e os fatores que o impulsionaram. Por fim analisamos as atividades criativas em todo o mundo com principal destaque para as atividades criativas realizadas em Portugal.

Richards e Raymond na minha opinião foram os autores mais importantes e os que mais evoluíram na definição desta temática, foram os primeiros autores a definir o Turismo Criativo. Foram vários os autores que abordaram este segmento estudando os fatores que o rodeiam, mas em 2000, Richards e Raymond surgem com a primeira definição de Turismo Criativo onde afirmaram que este segmento se baseia na ideia de os turistas desenvolverem todo o seu potencial criativo, através de atividades criativas, onde estes conhecem o passado histórico das regiões e conseguem aprender os seus costumes e tradições, sendo este o conceito mais utilizado por quem estuda o Turismo Criativo.



## **2. Redes, parcerias e políticas como estratégia de desenvolvimento do Turismo Criativo**

Escolhemos o município de Esposende como a nossa área de estudo da dissertação por ser um território de média dimensão. Tem vindo a desenvolver e a potenciar de forma sustentada o turismo. É rico em recursos naturais, e um exemplo disso é o junco, que atrai cada vez mais turistas ao município resultando num crescimento do Turismo Criativo.

Neste capítulo abordamos a importância das redes e plataformas para o desenvolvimento do Turismo Criativo, na medida em que estas redes e plataformas servem como suporte de divulgação do Turismo Criativo e sobre as suas atividades. É ainda analisado o papel dos Sistemas de Informação Geográfica como uma ferramenta analítica para o desenvolvimento do Turismo Criativo.

### **2.1. Redes e plataformas do Turismo Criativo em áreas de pequena e média dimensão e em áreas rurais**

O termo “rede” é conhecido pela sua complexidade, apesar de existir um grande interesse em formar redes e parcerias. É possível identificar diferentes tipos de redes. As classificações podem incluir: ligações entre membros; tipo de troca ou atração; função de rede; rede de distribuição geográfica (Gôja, 2022). Além disso, as redes podem ser descritas como informais, semiformais ou de natureza formal (Conway, 1998; Shaw e Conway, 2000). Halme (2001) acrescenta que as redes podem variar de acordo com o tipo de configuração, tal como é suportado por Smith-Ring (1999), que identifica que um elemento-chave é o da cooperação entre empresas, órgãos governamentais ou organizações, pessoas ou outras entidades que estão ligadas de diversas formas (Morrison *et al.*, 2004).

No que diz respeito ao Turismo Criativo destaca-se a nível internacional a *Creative Tourism Network* (Rede Internacional para a promoção do Turismo Criativo), que foi fundada em 2010 em Barcelona, pela Fundação Sociedade e Cultura (F.U.S.I.C.), que também desenvolveu a plataforma, Barcelona Turismo Criativo, em 2005 (Gôja, 2022). O objetivo principal desta rede é a promoção do Turismo Criativo, divulgando as ofertas

dos seus destinos-membros, concebendo relações entre cidades e regiões que têm potencial para receber este tipo de turistas, que procuram novas experiências. Esta rede abrange um vasto leque de atividades, como por exemplo a pintura, a fotografia, o artesanato, a gastronomia, os cursos de culinária, de pintura de porcelana e escultura. Tratam-se, aliás, de atividades criativas bastante divulgadas (Hung *et al.*, 2016).

Existem algumas instituições parceiras da *Creative Tourism Network* que fazem também parte da rede de Cidades Criativas da U.N.E.S.C.O., como por exemplo, Salvador da Baía (Brasil) em que as atividades desenvolvidas se focam maioritariamente na música. A cidade de Santa Fé (EUA) que se rege pelo desenvolvimento do artesanato e da arte folclórica. A Tailândia, por sua vez, apostou no desenvolvimento da gastronomia, nas massagens, no boxe, na produção de esculturas de frutas, danças tradicionais, na pintura, na música, e também na poesia. O Japão, por sua vez, destacou-se em várias artes, como o artesanato e a arte folclórica, o *design*, o cinema, a gastronomia, as artes dos *media* e, por fim, a música. Por último, Barcelona focou-se na literatura, na criação de mosaicos, na rumba, e na organização de concertos em lugares únicos (Remoaldo *et al.*, 2019). Em Paris centraram-se na criação de atividades relacionadas com o perfume, na pastelaria (em especial nos *croissants*) e na criação de *workshops* de moda. Por sua vez na Áustria foram promovidas diversas atividades focadas nas danças tradicionais, no artesanato, e em atividades de cozinha (Remoaldo *et al.*, 2019).

A Rede de Cidades Criativas da U.N.E.S.C.O. (U.C.C.N.) é mais uma das inúmeras redes desenvolvidas. Foi criada em 2004, tendo em vista a cooperação com e entre as cidades, que identificaram a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável. Atualmente, as 180 cidades de 72 países, que atualmente compõem esta rede, trabalham juntas com dois objetivos comuns: colocar a criatividade e as indústrias culturais no centro dos seus planos de desenvolvimento à escala local e cooperar ativamente a nível internacional (Gôja, 2022). São inúmeras as razões que contribuíram para a criação desta rede, entre as quais, se destacam o fortalecimento da cooperação internacional entre cidades que reconhecem a criatividade como fator estratégico do seu desenvolvimento sustentável; desenvolvimento de polos de criatividade e de inovação e o aumento das oportunidades para criadores e profissionais do setor cultural; melhoria do ingresso e a participação na vida cultural, bem como o

acesso aos bens culturais e serviços, nomeadamente para grupos e indivíduos marginalizados ou vulneráveis (Gôja, 2022).

Relativamente a Portugal, existem nove cidades que fazem parte da rede de Cidades Criativas da U.N.E.S.C.O. Na cidade de Amarante verifica-se um enfoque temático na música, mas, por exemplo, em Barcelos as atividades de Turismo Criativo desenvolveram-se em torno do artesanato e a arte folclórica. Já em Braga, as artes digitais foi o foco de desenvolvimento. Em Óbidos o tema é a literatura. Em Idanha-a-Nova o tema recai sobre a música. Nas Caldas da Rainha, o artesanato e as artes populares foram as principais atividades criativas a serem exploradas. Leiria focou-se principalmente no tema da música. A Covilhã privilegiou o *Design* como a sua atividade criativa preferencial. Por fim, em Santa Maria da Feira a gastronomia é o principal foco de atratividade para os turistas criativos (Gôja, 2022).

O projeto CREATOUR (*Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas*) consiste também num projeto de investigação e inúmeras ações que foram desenvolvidas em finais de 2016 e meados de 2020, tendo vindo a incentivar práticas experimentais e ensaios piloto com vista a uma melhor compreensão das questões emergentes pelo turismo criativo e do seu potencial em cidades de pequena dimensão e áreas rurais em Portugal (Duxbury e Silva, 2020). Com base na intersecção de perspetivas e métodos respeitantes à cultura, turismo e desenvolvimento local, o projeto catalisou e investigou o Turismo Criativo em localidades das regiões Norte, Centro, Alentejo e Algarve, permitindo e entendendo um conjunto de iniciativas e abordagens de desenvolvimento empreendidas numa lógica *bottom-up* (Duxbury e Silva, 2020). Através do projeto CREATOUR foi possível analisar que é exequível desenvolver em Portugal estratégias de Turismo Criativo fora das grandes cidades, apesar de que os desafios postos pela dispersão geográfica e também pela variedade das organizações e iniciativas pedem um acréscimo de atenção à capacitação, formação e orientação, aos recursos que são dedicados ao *marketing* e à necessidade de tempo para aprofundar as redes de conhecimento e o desenvolvimento de parcerias (Duxbury e Silva, 2020). É importante também referir que o Turismo Criativo detém um apreciável potencial quando se fala de inspirar novas ideias para a revitalização da cultura local e dos recursos do património, refazer a autorrepresentação das diferentes comunidades

em face do turismo e encaminhar às localidades de pequena dimensão um valor adicionado nos planos social, cultural e económico (Duxbury e Silva, 2020).

Para promover a colaboração acordada na investigação e na prática, o CREATOUR definiu três objetivos, que se tornaram muito importantes para o projeto:

- Criar espaços para troca de conhecimentos em permanência e através do debate informal e do incremento do processo de aprendizagem e construção do saber, onde os investigadores e organizações participantes podem gerar relações e oportunidades propícias ao cruzamento de tipos complementares de conhecimento (Duxbury e Silva, 2020);
- Permitir aos profissionais assumirem o papel de coinvestigadores, envolvendo assim as organizações que participam em tarefas de investigação e na criação conjunta de conhecimento (Duxbury e Silva, 2020);
- Centrar o foco dos investigadores para a vertente de aplicação prática, fazendo com que tratem os aspetos da aplicação e implementação como parte integrante do projeto no seu todo e, eventualmente, indo além das funções habituais de investigação (Duxbury *et al.*, 2019).

Na Europa, podem também identificar-se vários *clusters* criativos, organizados em plataformas e observatórios. Um dos casos trata-se da *European Cluster Collaboration Platform*, que provê ferramentas de gestão para *clusters* localizados em todo o mundo. Esta plataforma reconhece *clusters* turísticos no Sul da Europa. No entanto, nenhum cluster de Turismo Criativo foi identificado (Scalabrini e Alves, 2022). Existem alguns *clusters* turísticos, como os localizados na Extremadura e Catalunha (Espanha) e na Eslovénia. Existem ainda *clusters* especializados em alguns segmentos turísticos, como o *Cluster* de Turismo Médico localizado na Região de Vojvodina, a Cidade de Belgrado (Sérvia) e também a BIOTECNOMED em Calabria (Itália), o *Cluster* de Inovação Turística nas Canárias (Espanha) e o *NGO Tourism Cluster Montenegro* (Montenegro) focado na hospitalidade e no turismo. As características comuns são que os setores estão ligados às indústrias criativas, produtos criativos e serviços criativos (Scalabrini e Alves, 2022).

Nesta plataforma não encontramos nenhum *cluster* em Portugal, apesar de ser um problema já referenciado nas políticas turísticas do país. Nas “Estratégias do Turismo 2027” (Turismo de Portugal, 2017), os grandes projetos passam pela constituição e promoção de *clusters* e redes, incluindo produtores de bens e serviços para a indústria do turismo (Scalabrini e Alves, 2022). As iniciativas de aglomeração, redes colaborativas e consórcios ajudam na afirmação dos trunfos estratégicos do turismo nacional e contribuem para a competitividade e internacionalização de Portugal, nomeadamente, incluindo a operacionalização do *Cluster* Turismo 2020. Projetos de internacionalização territorial e *clusters* podem reforçar a vocação turística de Portugal (Scalabrini e Alves, 2022).

O Observatório CREATOUR surge como um segmento do projeto CREATOUR, assume uma visão transdisciplinar e com uma reflexão crítica, que visa criar um diálogo entre diferentes áreas de estudo sobre os diversos problemas paradoxais nos diferentes campos temáticos (CES, s.d.). O desenvolvimento deste Observatório permite coordenar e monitorizar os desenvolvimentos em diversos setores como o cultural, criativo e do turismo.

Este projeto constitui-se como um meio de comunicação entre a academia e a sociedade civil, para que haja uma maior partilha de experiências e conhecimento (CES, s.d.). Deste modo o Observatório CREATOUR tem como objetivos a contribuição para a definição de políticas públicas em diferentes perspetivas. Outro dos objetivos visa a proteção e dinamização de ações de formação, capacitação, esclarecimento e consciencialização, que estimulam o diálogo e as reflexões sobre ideias e práticas, e estabelecem ligações entre investigadores (CES, s.d.).

O Observatório pretende ainda a criação de Oficinas de Capacitação, Laboratórios de Estratégia, Ideação e Prototipagem, Oficinas de Mapeamento Cultural, e ainda Cursos de Formação Avançada (CES, s.d.).

Os Sistemas de Informação Geográfica, surgem como uma plataforma de apoio ao Turismo Criativo, na medida em que é possível identificar os locais de Turismo Criativo, analisar a capacidade das regiões para a criação de novos ofícios de Turismo Criativo. Os Sistemas de Informação Geográfica são também importantes na criação de redes e

plataformas e plataformas que possam divulgar o Turismo Criativo, ou seja surgem, como uma capacidade analítica capaz de sustentar o desenvolvimento desta nova forma de turismo.

## **2.2. As atividades turísticas criativas e os seus impactes nas cidades pequenas e de média dimensão e nas áreas rurais**

A partir da década de 1990 foram vários os estudos publicados sobre o desenvolvimento de iniciativas criativas, que recaem, principalmente, em territórios urbanos (Richards, 2011, 2014; Brouder, 2012; Smith, 2016; Remoaldo *et al.*, 2020). No final dos anos de 1990, as cidades tornaram-se centros e entidades de consumo (Crew e Beverstock, 1998). A melhor forma de distinguir as várias cidades foi desenvolver estratégias criativas. Cada lugar tem o potencial para ter uma combinação única de conhecimento, de competências, de ativos físicos, de capital social e de ambiente que tornam os lugares especificamente adequados para atividades criativas específicas (Richards, 2011).

A aplicação nas pequenas cidades de planos baseados na criatividade de regiões muito urbanizadas incita uma falsa representação do seu verdadeiro potencial criativo. McGranahan e Wojan (2007a) comprovaram que uma abordagem urbana desconsidera a capacidade criativa rural aplicando a abordagem de Flórida e adaptando-a a áreas rurais nos Estados Unidos. Seguindo as mesmas bases de raciocínio, diversos autores afirmam que avaliação de pequenas áreas pode falhar usando as mesmas abordagens e técnicas de medição aplicadas em áreas urbanas (Van Heur, 2010; Gülümser *et al.*, 2011). Essas medidas obrigatoriamente devem ter em conta as características específicas de lugares menores, como recursos naturais e culturais, estilos de vida rurais e qualidade de vida.

Carvalho *et al.* (2011) estudaram, na cidade de Loulé (que é um dos municípios pertencentes à *Creative Tourism Network*), que embora os eventos culturais e criativos possam ser importantes para a regeneração do território, não são suficientes para mudar a imagem de uma pequena cidade como a de Loulé (Richards, 2014).

Relativamente à região Norte do país, nos últimos anos têm-se destacado algumas cidades, com especial ênfase para a cidade do Porto. As estratégias de *marketing* e de promoção internacional foram direcionadas durante muito tempo para estes territórios,

augmentando os vários prémios recebidos pela cidade do Porto, que contribuíram para uma imagem muito positiva da região, sobretudo nos segmentos do turismo cultural e do *city break*. Não muito diferente, a situação de *overtourism* que tem vindo a ocorrer com a maior afluência de turistas nesta cidade criou. Por fim, oportunidades para outros territórios, menos urbanizados e com um igual potencial de qualidade em termos de oferta (Remoaldo e Alves, 2020).

Ultimamente, começaram a surgir outros territórios que, de alguma forma, se consideram opositores à cidade do Porto na medida em que, para além da cidade do Porto, outras localidades se destacam por diferentes atividades turísticas. Destacam-se cidades médias como Braga e Guimarães, no turismo cultural e no turismo religioso, que de forma não simultânea no tempo conseguiram a sua certificação pela UNESCO. Contudo, existe a necessidade de apostar em públicos mais diversificados, em novos segmentos, que estão relacionados com o potencial do turismo cultural, e que permitam uma oferta menos padronizada e mais em linha com um presente e futuro, que tem como objetivo ser mais sustentável e que previna a componente ambiental (Remoaldo e Alves, 2020). A rede de pequenas cidades que existem na Região Norte e os diversos pequenos territórios têm demonstrado que permitem ao visitante experienciar uma paisagem e uma cultura que contradiz, em alguns aspetos, os impactes menos positivos da globalização (Remoaldo e Alves, 2020).

São proporcionadas atividades assentes em relevantes elementos da cultura portuguesa, ligados à história e às tradições, que concluem muitas narrativas e certezas da existência de um património imaterial e material que tem de ser preservado, com o objetivo de construir um futuro assente nos pilares de herança cultural e na partilha e aprendizagem (Remoaldo e Alves, 2020).

Para além da oferta de diversas atividades criativas, no âmbito, por exemplo, da gastronomia, que demonstram um presente que enraíza no passado do povo português (como os cuscus em Bragança) e dos pequenos festivais rurais (por exemplo, *L Burro i L Gueiteiro*, *Encontrarte Amares*), destaca-se um elemento integrante fundamental na Região Norte, sobretudo do espaço mais litoral, que tem deixado traços no território pela sua importância na economia local e regional, como é o caso do turismo criativo industrial de S. João da Madeira (Remoaldo e Alves, 2020).

Por seu turno, Esposende e a VERDE NOVO focaram-se no interesse pelos recursos que a terra nos pode oferecer, com o aproveitamento do junco e do linho, enquanto a ADERE se inclinou principalmente nos espaços naturais, usando a criatividade para os distinguir, ao passo que a ADRAT, focou-se na revitalização da olaria negra de Vilar de Nantes (Remoaldo e Alves, 2020).

No decorrer do Projeto CREATOUR, os caretos de Podence (que foram aproveitados pela DESTEUQUE) conseguiram asseverar a sua identidade e foram declarados pela UNESCO como património cultural imaterial da humanidade, o que significa que poderão no futuro servir de base a várias atividades criativas que venham a ser ponderadas no interior da Região Norte (Remoaldo e Alves, 2020).

A LRB, por sua vez, na especialidade da realidade aumentada, juntou o tradicional ao tecnológico, o que permitiu aos visitantes desafiarem-se, mostrando que a tecnologia não pode ser esquecida mesmo quando se trata do património tradicional (Remoaldo e Alves, 2020).

O aproveitamento da existência das programações culturais já bem consolidadas em diversos municípios é muito importante para as instituições-piloto pois estas integram as suas atividades no programa dos pequenos festivais locais e feiras de produtos regionais que têm sido uma aposta em inúmeros municípios. De facto, esta estratégia foi utilizada por algumas instituições piloto da Região Norte (Gôja, 2022). O projeto-piloto Escritivo, do Município de Esposende, é um dos exemplos, uma vez que aproveitou atividades culturais já sólidas (a Feira de Artesanato do Município de Esposende) para a divulgação da arte do junco (Remoaldo e Alves, 2020). O projeto “Cá se fazem cuscos”, da Câmara Municipal de Bragança, é outro exemplo de projeto-piloto, que beneficiou da consolidada programação do Lombada—Festival de Música e Tradição (um festival de música tradicional transmontana, que valoriza a ruralidade, as tradições e as atividades associadas ao pão, a segada e a malha), para introduzir um *workshop* sobre confeção de cuscos. A inclusão na programação de atividades culturais já consolidadas revelou-se cada vez mais numa mais-valia, uma excelente estratégia de *marketing*, e permitiu a definição de um produto mais completo (Remoaldo e Alves, 2020).



Foram vários os aspetos positivos detetados nas atividades desenvolvidas pelas instituições-piloto da Região Norte, mas um dos mais notáveis aspetos positivos deriva do facto de utilizarem, nas suas atividades criativas, matéria-prima endógena, como o junco, o linho e o barro, que não cria impacte no ambiente, integrando-se numa perspetiva de economia circular, com a utilização perspicaz das ferramentas existentes na natureza e que permite às comunidades locais obter mais-valias através da dinamização da economia local a partir da comercialização de produtos endógenos (Remoaldo e Alves, 2020).

Num cômputo geral, as atividades criativas que foram desenvolvidas pelas dez instituições-piloto da Região Norte cativaram um vasto número de participantes em locais pouco convencionais através da utilização de lugares escassamente urbanizados para a realização das atividades relacionadas com as tradições locais (Gôja, 2022). As atividades criativas suscitaram o interesse, a curiosidade e a criatividade dos participantes, permitindo a criação de sinergias entre os vários *stakeholders* da região, o que revelou uma excelente interação entre visitantes, organizadores e a comunidade local. Tais iniciativas resultaram numa partilha intergeracional de públicos (idosos, crianças e adultos) (Remoaldo e Alves, 2020). A partilha intergeracional foi utilizada em várias atividades desenvolvidas pelas dez instituições-piloto da Região Norte, através, por exemplo, das oficinas criativas adequadas para adultos e crianças, oferecidas no seio da programação do Festival “*L Burro i L Gueiteiro*”, realizado de forma itinerante pelas aldeias de Miranda do Douro, ou pelas atividades criativas (oficinas, visitas guiadas ou lanches campestres) inseridas na programação do Festival Encontrarte Amares (Remoaldo e Alves, 2020).

As atividades criativas que foram desenvolvidas pelas instituições-piloto da Região Norte foram essenciais para a evolução económica dos territórios de baixa densidade. De facto, a redescoberta do interior e dos espaços rurais, assim como a valorização do seu património cultural material e imaterial, são elementos decisórios que vêm confirmar a estes espaços de baixa densidade novas funcionalidades e perspetivas, quer a nível económico, quer a nível social e cultura (Remoaldo e Alves, 2020).

A evolução destas atividades facilitou o potenciamento dos recursos endógenos das pequenas cidades e áreas rurais da região, através da oferta de um vasto conjunto de

atividades, o que possibilitou o reforço e a competitividade do território através de uma abordagem turística sustentável e vinculada por um trabalho de cooperação e parceria entre diversos *stakeholders* locais que estão particularmente vocacionados para a cooperação das comunidades locais e para a dinamização económica destes territórios (Remoaldo e Alves, 2020).

### **2.3. Notas conclusivas**

No capítulo dois abordámos os diferentes tipos de redes, parcerias e políticas como estratégia de desenvolvimento do Turismo Criativo.

Conseguimos identificar os diferentes tipos de rede e as suas classificações como por exemplo as ligações entre membros, tipo de troca ou atração, função ou função de rede, rede de distribuição geográfica. As redes podem ser descritas como informal, semiformal ou de natureza formal e podem variar de acordo com o tipo de configuração.

Quanto ao Turismo Criativo exploramos a *Creative Tourism Network* (Rede Internacional para a promoção do Turismo Criativo), criada em 2010 em Barcelona pela Fundação Sociedade e Cultura (F.U.S.I.C.), que visa a promoção do Turismo Criativo, através da divulgação de ofertas dos seus destinos-membros, criando relações entre cidades e regiões que acreditam ter o potencial para receber os chamados turistas criativos, que procuram o seu enriquecimento pessoal através de novas experiências.

Após abordarmos o tema relativo a Portugal, destacamos nove cidades que fazem parte da rede de Cidades Criativas da U.N.E.S.C.O, entre elas Amarante, Barcelos, Braga, Óbidos, Caldas da Rainha, Leiria, Covilhã, Santa Maria da Feira e Idanha-a-Nova, no qual se focaram em diferentes atividades criativas.

Os impactes das atividades turísticas criativas em zonas de pequena e media dimensão e áreas de dimensão rural foi outro dos temas abordados por nós, em que conseguimos perceber a importância da exploração dos recursos endógenos nas pequenas cidades e áreas rurais da região, resultante de um conjunto de atividades que fortalecem o território através de uma abordagem turística sustentável, vinculada pela cooperação e parceria entre os demais *stakeholders* locais que se vocacionam na cooperação das

comunidades locais e para a dinamização económica destas regiões rurais e de pequena e media dimensão.

### **3. Metodologia de investigação**

Neste capítulo debruçamo-nos sobre a metodologia utilizada no estudo que realizámos. Os objetivos fundamentais do mesmo prendem-se com o contributo dos SIG para o desenvolvimento do Turismo Criativo no município de Esposende.

Durante a nossa pesquisa utilizámos uma abordagem mista, com destaque para a metodologia qualitativa, decorrente da aplicação de três inquéritos por entrevista aplicados a agentes políticos, sobre as suas perceções sobre o crescimento do Turismo Criativo no município de Esposende e também sobre a importância da utilização dos SIG no desenvolvimento do mesmo.

A utilização de uma metodologia mista de modo integrado e complementar é apoiada por Tashakkori e Teddlie (2003), assumindo que as pesquisas com recurso a diferentes métodos se complementam entre si e que nenhuma por si só é suficiente. Por sua vez, Creswell e Clarl (2011), defendem que os métodos mistos permitem um maior grau de compreensão.

No decurso deste estudo, a investigação realizada baseou-se na triangulação metodológica. Na nossa opinião é a metodologia que melhor se aplica ao estudo de caso e aos objetivos propostos no mesmo, uma vez que conecta a experiência do inquirido (método qualitativo) com os dados estatísticos recolhidos *a priori* (método quantitativo). Com a utilização de dados primários e secundários acreditamos no desenvolvimento de um estudo mais completo e que proporciona uma compreensão mais holística da realidade.

#### **3.1. Principais fontes primárias e secundárias**

No estudo que nos propusemos desenvolver foi utilizado um quadro metodológico múltiplo, onde foram utilizadas fontes primárias e secundárias, com vista a garantir o cumprimento dos objetivos anteriormente enunciados. Relativamente às fontes secundárias destacam-se as que se equacionam a seguir.

Para uma maior clarificação de conceitos e como resposta à problematização teórica que sustenta o presente estudo foi utilizada uma análise documental. Pretendeu-se com esta análise obter uma averiguação da situação territorial no município de Esposende, em

termos socioeconómicos e da atividade turística, usando em simultâneo, ferramentas de SIG para cartografar diversas variáveis, tendo constituído uma importante fonte primária no nosso estudo.

Quanto a outras fontes primárias utilizadas foram, também, realizados inquéritos por entrevista a três dirigentes de instituições do município, que poderão dinamizar o Turismo Criativo. Para o efeito, foi solicitado um pedido de autorização às instituições, prevendo-se o preenchimento do consentimento livre e informado para participação no estudo. Dos resultados destes inquéritos, pretendeu-se apurar informação relevante usando uma Análise de Conteúdo.

### **3.2. A construção de um *Web SIG***

No âmbito do desenvolvimento da nossa dissertação de mestrado, foi acordado, juntamente com a Câmara Municipal de Esposende, um estágio curricular que terminou no dia 29/09/2023. O objetivo deste estágio foi desenvolver a parte prática da dissertação com a apoio dos técnicos superiores e agentes autárquicos do município, através da recolha de informação sobre o Turismo Criativo e variáveis que serviram para concretizar o *Web SIG*.

Para a elaboração do presente *Web SIG* foram vários os procedimentos necessários. Em primeiro lugar, procedeu-se à realização de cartografia temática de síntese para o município, tendo em consideração recursos levantados e armazenados em base de dados.

Desta forma, foram efetuados ao longo desta dissertação vários mapas em ArcGIS 10.8®. Para os quais, destacam-se as seguintes tarefas para a sua construção. Quanto ao mapa dos alojamentos em Esposende, foi necessário realizar um levantamento dos alojamentos existentes no município de Esposende e posteriormente organização numa tabela de Excel. Para a construção desta tabela, utilizamos a latitude e a longitude de cada alojamento, de modo a tornar visível a sua localização no mapa. Definimos a tipologia dos alojamentos, ou seja, se eram hotéis ou alojamentos locais. Após este levantamento, guardamos a tabela de Excel como CSV (separado por vírgulas). A análise dos dados foi efetuada em ArcGIS e procurou identificar-se a tendência de localização destes alojamentos em determinadas áreas geográficas. Para o efeito, calculou-se a densidade dos alojamentos, empregando-se a ferramenta “*Kernel Density*”.

Outros mapas foram realizados, tais como o da população residente em 2021 e a variação da população residente por freguesia entre 2011 e 2021. Os dados foram, uma vez mais, organizados numa tabela de Excel. Após este levantamento, guardamos a tabela de Excel como CSV (separado por vírgulas) e os dados foram posteriormente tratados e representados sobre a forma de mapa.

Os dados resultantes de um levantamento de pontos de interesse turísticos no município de Esposende foram segmentados em 11 categorias, como a tipologia, o telefone, o *E-mail*, o *website*, o horário, o idioma, a acessibilidade, o período de atividade, a distância ao centro através do trajeto mais rápido, as imagens e por fim as observações. Acompanhadas pela informação da latitude e longitude (x e y) e tratados da mesma forma que a restante informação geográfica.

Por seu turno, no que respeita à proposta da nossa *App* de *Web SIG*, começamos por trabalhar com as *shapefiles* de Esposende resultantes da análise em ambiente *Desktop*. Posteriormente, a inserção das diversas variáveis no ArcGIS Online foi feita através da transformação dos dados em *shapefile* para *kml*, com o emprego da ferramenta “*Layer to Kml*.” No ArcGIS 10.8®.

Após as camadas devidamente carregadas no ArcGIS Online, foram criadas quatro rotas para os turistas através da opção “Criar camada de Rotas”, e selecionamos as atrações a serem visitadas pelos turistas nessas respetivas rotas.

De seguida, criamos a aplicação a ser disponibilizada ao turista, optando-se pela alternativa de “*Media Map*”. Após escolher-se o modelo de aplicação, selecionamos o mapa com os pontos de interesse, as rotas e os alojamentos no separador “Mapa”. Além disso, no separador de “Interatividade” procuraram-se adicionar alguns elementos úteis para a pesquisa, orientação e organização da informação disponibilizada, através da inclusão dos ícones de legenda na aplicação, de pesquisa, de captura de ecrã, a bússola, a lista de camadas, e, por fim, os ícones de aumentar e diminuir o *zoom* do mapa.

Um último procedimento necessário foi a criação de uma página de capa da aplicação que intitulamos “App Esposende – Conheça o nosso município” e o separador “Sobre” com a informação sobre a conceção e idealização da App. A aplicação foi disponibilizada ao público e gerou-se um *QR Code* para se abrir diretamente no telemóvel.

### 3.3. A aplicação de um inquérito por entrevista

Foram realizados inquéritos por entrevista a três agentes municipais com uma duração média de 20 minutos. Para o efeito, foi disponibilizado um consentimento informado com a informação dos objetivos da investigação (Anexo 8.2). As entrevistas inserem-se nos objetivos do estudo, que passa por aferir a importância do Turismo Criativo na sustentabilidade das regiões e analisar a importância dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG) na dinamização do turismo no município de Esposende. As três entrevistas realizadas tinham, também, o objetivo de determinar os impactes sociais, económicos e turísticos percecionados pelos agentes autárquicos, com a finalidade de melhorar a atividade turística em Esposende, e potenciar o Turismo Criativo no município. As entrevistas foram feitas a duas técnicas municipais e a um coordenador de divisão, como podemos ver na Tabela 1, tendo todos, pelo menos, o grau de licenciado, em diferentes áreas científicas. O Coordenador da divisão gere a divisão dos Sistemas de Informação, é mestre em Sistemas de Informação e tem uma licenciatura pré-Bolonha em Engenharia Eletrónica Industrial. As duas técnicas superiores entrevistadas pertencem à divisão de Sistemas de Informação, sendo uma delas técnica superior e licenciada em Arquitetura, enquanto a outra técnica superior é licenciada e mestre em Engenharia Geográfica.

Tabela 1 - Idade, área de atuação e nível de escolaridade dos agentes entrevistados

Idade	Categoria	Nível de escolaridade
56	Técnica superior	Licenciatura em Arquitetura
53	Técnica superior	Licenciatura e Mestrado em Engenharia Geográfica
52	Coordenador de divisão	Mestrado em Sistemas de Informação e Pré Bolonha em Engenharia Eletrónica Industrial

Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados dos inquéritos realizados.

O guião de entrevista foi elaborado com base nos objetivos propostos na presente investigação (Anexo 8.1). Na Tabela 2 foram considerados os grupos temáticos considerados e o respetivo número de perguntas.

Tabela 2 – Grupo temático e número de perguntas do guião por entrevista

Grupo temático	Número de perguntas
Papel da autarquia	1
Turismo em Esposende	5
Turismo Criativo	4
SIG	4
Perfil do entrevistado	3

Fonte: Elaboração própria tendo por base o guião de entrevista.

Foram ainda realizados dois pré-testes, no dia 2/10/2023, a duas pessoas, com o objetivo de determinar o tempo médio de duração das entrevistas, e para testarmos o tipo de perguntas usado, a sua sequência e a necessidade de incluir mais perguntas no guião.

As entrevistas foram transcritas e foi realizada uma Análise de Conteúdo.

### **3.4. Notas conclusivas**

Na nossa investigação foi utilizada uma metodologia com recurso à triangulação metodológica, que procurou integrar dados secundários e primários. Foi usada uma abordagem qualitativa através da aplicação de inquéritos por entrevista aplicados a agentes políticos, tentando obter as suas opiniões relativas ao crescimento do Turismo Criativo no município de Esposende e ainda sobre como os Sistemas de Informação Geográfica foram importantes no desenvolvimento do mesmo. Neste capítulo abordamos os objetivos dos inquéritos feitos por entrevista aos agentes autárquicos, a temática em que as questões se basearam e o perfil dos agentes entrevistados.



#### **4. Caraterísticas gerais do município de Esposende**

Esposende foi o município escolhido como estudo de caso, pertence ao distrito de Braga e é limitado a norte por Viana do Castelo, a sul pela Póvoa de Varzim, a este por Barcelos e a Oeste pelo Oceano Atlântico. O principal objetivo deste capítulo é traçar o diagnóstico sociodemográfico e turístico do município de Esposende. Serão aprofundados temas como o envelhecimento da população, a taxa de natalidade e de mortalidade no município de Esposende, procurando apoiar o estabelecimento de algumas linhas orientadoras que nortearam a análise dos resultados da presente investigação. Passando à caracterização do turismo em Esposende, iremos abordar o crescimento do setor no município, e o que que contribuiu para esse crescimento, através da análise de inúmeras variáveis representadas abaixo.

##### **4.1. Caraterização sociodemográfica de Esposende**

Esposende é um município que pertence ao distrito de Braga, juntamente com outros catorze concelhos. Limitado por três município e a poente pelo Oceano Atlântico, Esposende apresenta uma área de noventa e cinco quilómetros quadrados, o que representa 3,41% da área do distrito de Braga. O município é atravessado a sul pelo Rio Cávado e pelo Rio Neiva a norte. Em 2021, Esposende contava com 35.138 habitantes (INE, 2022).

O crescimento demográfico do município de Esposende em contraste com algumas regiões do território nacional justifica-se através de vários fatores, estando em particular evidência o fator litoral/interior (INE, 2017). As questões frequentemente relacionadas com a concentração territorial da população, através da litoralização e resultante despovoamento do interior, colocam entraves à sustentabilidade demográfica de várias regiões (INE, 2017). O litoral urbanizado e económica e demograficamente mais dinâmico e apelativo, em contraste com o interior predominantemente rural, menos desenvolvido e demograficamente repelente, é um dos motivos que explica o fenómeno da litoralização *per se* (Ferrão, 2002). A formação de aglomerações urbanas ligadas entre si, através do desenvolvimento e respetivo

investimento em infraestruturas de transporte e comunicação, que se alinham com a implantação de instituições de ensino superior, contribuem de forma significativa para a dinâmica económica e demográfica, predominantemente nos territórios urbanos (Ferrão, 2002).

Foi acordado entre a Universidade do Minho e os autarcas de Esposende, a abertura de um polo universitário dedicado à ciência e à tecnologia marinha. Atualmente, Esposende conta com a Escola Profissional de Turismo, que funciona como um elemento que contribui para a fixação da população no município, e para a atratividade económica da região. É também importante relevar o contributo dos elementos natural e migratório, e avaliar se os territórios demonstram capacidade para assegurar algum vigor demográfico através de saldo natural ou se dependem de movimentos migratórios (Ferrão, 2002), designadamente quando se procura entender qual é a capacidade de um município para atrair ou repelir população flutuante, como são os turistas.

A densidade populacional diminuiu, entre 2011 e 2016, em 273 dos 308 municípios que compõem o território nacional. Lisboa registou uma perda de 1 278 habitantes por Km<sup>2</sup> enquanto o Porto registou menos 475 habitantes por Km<sup>2</sup>, assumindo-se assim como as maiores perdas a nível municipal (INE, 2017). Apesar do decréscimo registado, estes dois municípios continuavam a ser dos mais densamente povoados, apenas superados pelos municípios de Amadora e Odivelas. O padrão de densidade populacional evidenciava que o povoamento era mais intenso no litoral, no território que medeia entre Viana do Castelo e Setúbal, e de Lagos a Vila Real de Santo António, em contraste com os municípios do interior, que registavam valores inferiores a 50 habitantes por Km<sup>2</sup>, justificados pelo despovoamento verificado na generalidade desses territórios (INE, 2017). Neste contexto, o município de Esposende beneficiava da sua posição nesta área de forte intensidade demográfica

Portugal, entre 2011 e 2016, registou uma taxa de crescimento populacional anual médio de -0,45%, justificado pelos movimentos naturais e migratórios negativos de -0,21% e -0,23%, respetivamente (INE, 2017). Durante este período, Portugal perdeu 232 825 habitantes, sendo que, 110 356 resultaram do saldo natural e 122 469 por via do saldo migratório (INE, 2017). Em 2021, os resultados do último recenseamento da

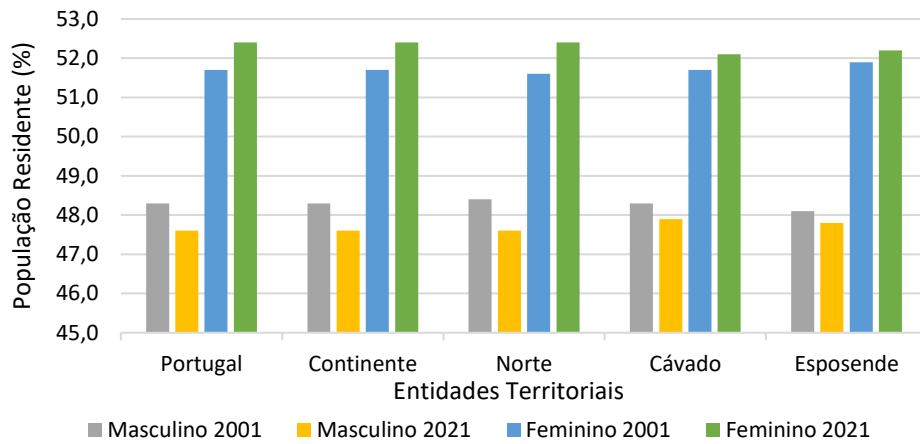
população portuguesa evidenciavam um decréscimo populacional de 2,1% relativamente ao ano de 2011 (INE, 2022).

O envelhecimento da população tem sido no decorrer das últimas décadas um dos traços mais evidentes na evolução demográfica ocorrida em Portugal (Rosa, 2012; Bandeira, 2014; INE, 2019). Este envelhecimento da população deriva da diminuição da natalidade e da fecundidade (uma natalidade menor resulta em menos população jovem e em população com idades mais avançadas) e ainda devido ao aumento da esperança de vida. Se, por um lado, o aumento da esperança de vida representa um avanço nos cuidados à saúde e no desenvolvimento socioeconómico, por outro lado, a crescente longevidade pode representar impactes negativos na capacidade da renovação da população, em particular da população em idade ativa, o que leva a desafios como o mercado de trabalho, o sistema de proteção social e a organização familiar (Cabral, 2013).

Em 2016, os municípios que apresentavam um maior índice de envelhecimento, localizavam-se no interior das regiões Norte e Centro e do Alto Alentejo, com particular diferença em relação às Áreas Metropolitanas e respetivas áreas limítrofes e face às Regiões Autónomas. Esta situação de envelhecimento registava um índice acima de 300 (300 idosos por cada 100 jovens) em 48 municípios localizados sobretudo em sub-regiões do interior continental (INE, 2017).

Esposende apresentou, de qualquer modo, um crescimento da população residente desde os Recenseamentos Gerais da População e Habitação de 2011. O sexo feminino apresentou o maior aumento do número de residentes. Com base nos censos de 2021 (INE, 2022), os residentes do sexo feminino passaram a representar 52,2% da população do município (Figura 2). Uma das razões para tais resultados poderá estar associada ao tipo de atividade predominante no município, associada à atividade hoteleira.

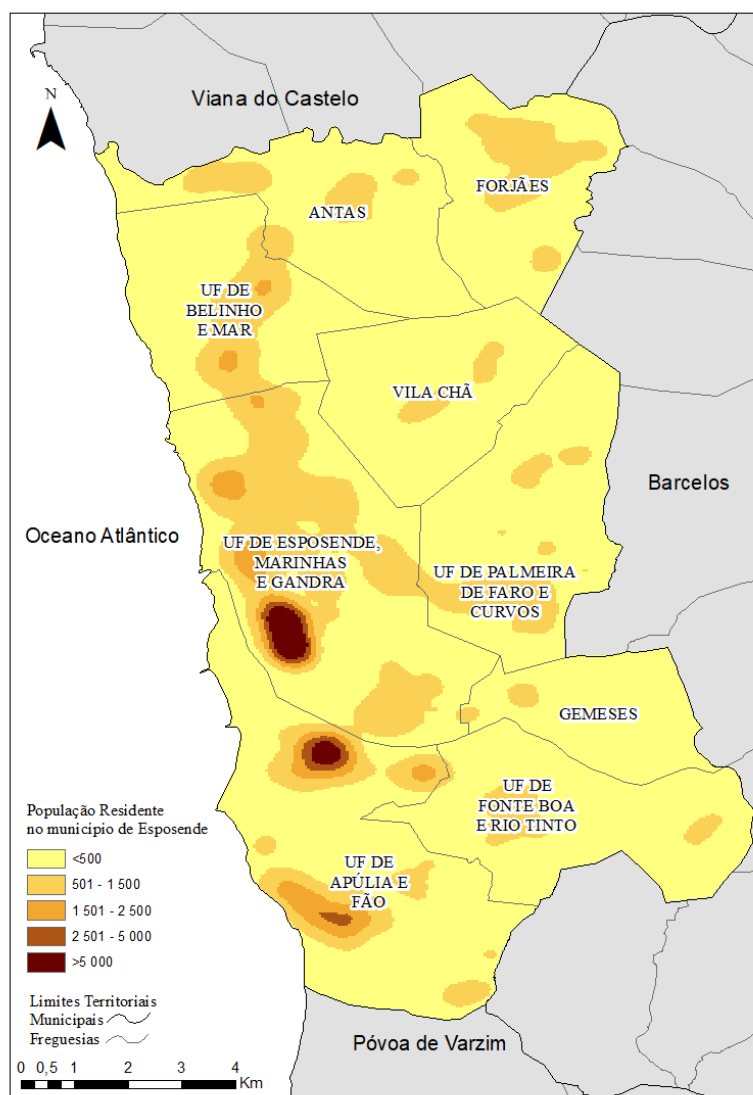
Figura 2- Percentagem da população residente por sexo em Esposende e noutras entidades territoriais, em 2001 e 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do PORDATA 2023.

Apesar de tudo, a União de freguesias de Esposende, Marinhas e Gandra concentra maior parte da população com 12 262 habitantes, enquanto as freguesias localizadas no interior são as menos povoadas (*e.g.*, Gemeses – 1 113 habitantes, Vila Chã – 1 255 habitantes e UF de Fonte Boa e Rio Tinto – 1 838 habitantes – Figura 3).

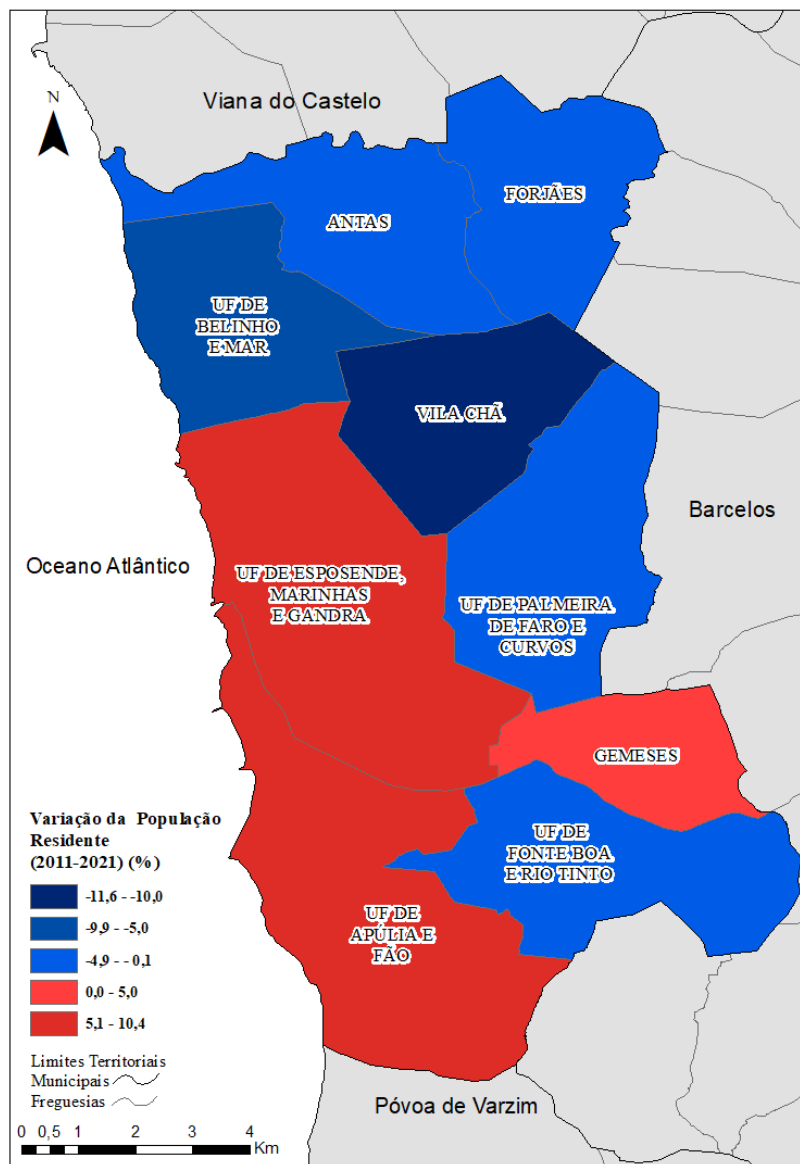
Figura 3 – Distribuição da população residente, por freguesia ou União de Freguesias, em Esposende em 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

A tendência de litoralização no município é visível, *grosso modo*, pela taxa de variação da população residente em Esposende, registada entre 2011 e 2021. Esposende registou neste período um crescimento 46,6%, mas deu-se essencialmente graças ao aumento da população nas Uniões de Freguesias de Esposende, Marinhãs e Gandra com uma taxa de variação de 10,36% e de Apúlia e Fão com uma taxa de variação de 7,48%. Em contraste com esta variação positiva, a freguesia de Vila Chã registou uma taxa de variação da população residente negativa com uma taxa de variação de -11,56%, tal como se pode depreender da análise da Figura 4.

Figura 4 – Variação da população residente, por freguesia ou por União de Freguesias, em Esposende entre 2011 e 2021

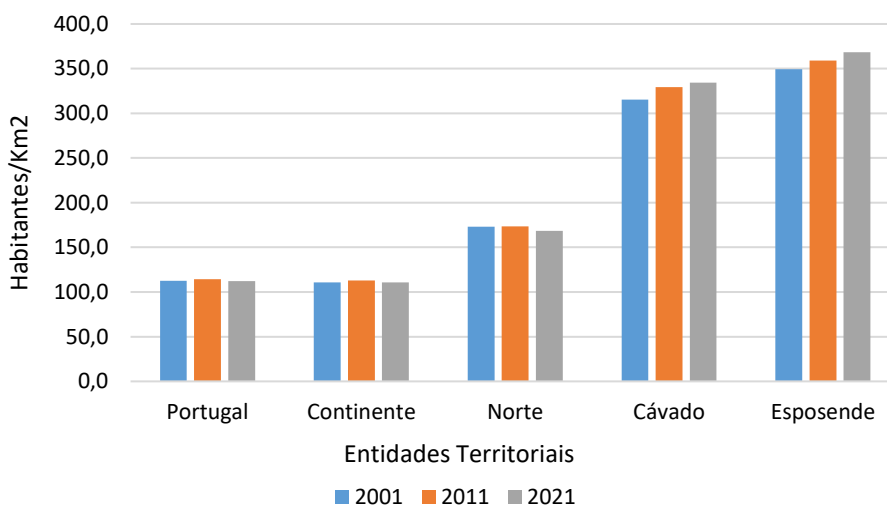


Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

Um outro indicador relevante que se associa a esta variação da população residente, prende-se com a densidade populacional. O município de Esposende tem uma densidade populacional de 368,2 habitantes por Km<sup>2</sup> (Figura 5), superior à da região Norte e também à média nacional (112,2 habitantes por Km<sup>2</sup>). Esta elevada densidade populacional pode tornar-se num ponto positivo do município, se for bem regulada pelas políticas urbanísticas do município e pela gestão ambiental. Em oposição a estes

fatores, a elevada densidade populacional pode ser um fator de pressão sobre os recursos naturais e de património, com a sobrelotação de espaços, elevada despesa em novos edifícios de apoio aos habitantes, como por exemplo, escolas, hospitais, e outros edifícios públicos.

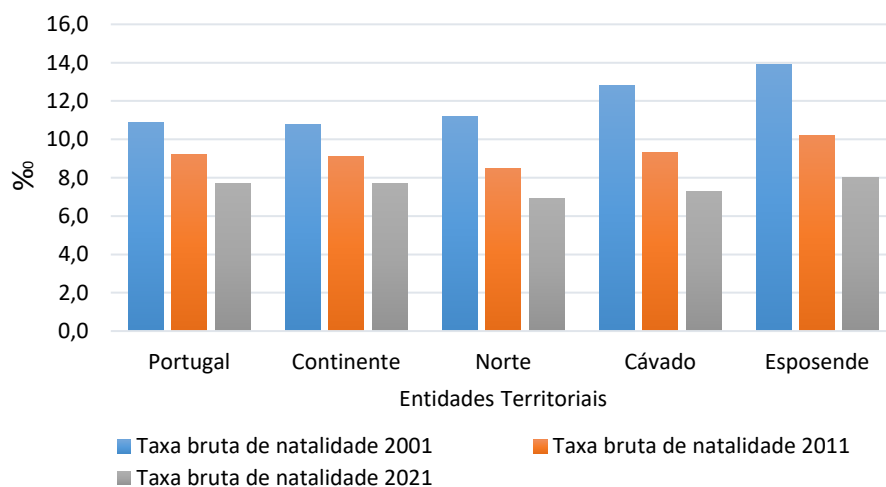
Figura 5 - Densidade populacional em Esposende e noutras entidades territoriais, em 2001, 2011 e 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do PORDATA 2023.

Quanto à taxa bruta de natalidade, conseguimos perceber que apresenta um recuo entre o ano de 2011 e 2022 de 2,2 nados-vivos por 1000 habitantes (Figura 6). Este recuo na taxa de natalidade é um fator muito importante, pois apresenta um claro risco para a sustentabilidade demográfica do concelho. Esta análise pode ser justificada como consequência do saldo migratório, em que os habitantes mais jovens e em idade de ter filhos, migram para áreas mais urbanizadas, com o objetivo de uma melhor qualidade de vida, muitas vezes para territórios mais próximos das Áreas Metropolitanas. O município de Esposende ter vindo a apresentar uma crescente urbanização do seu território, apesar de representar valores inferiores aos das cidades perto das grandes metrópoles. Ao contrário da urbanização, a taxa bruta de natalidade regista uma média superior (9,4‰) à média da região norte (7,3‰), como podemos constatar na Figura 6.

Figura 6 - Taxa bruta de natalidade em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021

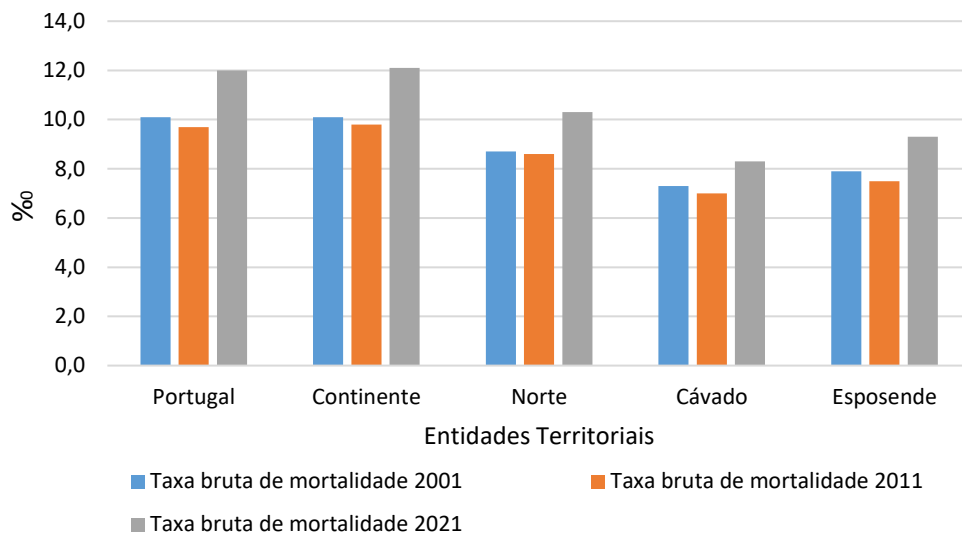


Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do PORDATA 2023.

Relativamente à análise da taxa de bruta de mortalidade, conseguimos identificar que é inferior à taxa de mortalidade da região do Alto Minho e da região Norte, e não muito diferente da média nacional. Quando analisados os resultados de 2021 da taxa de mortalidade, conseguimos perceber que o seu valor aumentou, tal como nas outras entidades territoriais em resultado do envelhecimento da população portuguesa. Apesar deste aumento, é inferior à média da região Norte e Continental. A qualidade de vida e bem-estar no município, bem como as idades mais jovens da sua população são fatores importantes que podem justificar uma média mais baixa que a média nacional como podemos observar na Figura 7.



Figura 7 -Taxa bruta de mortalidade em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021

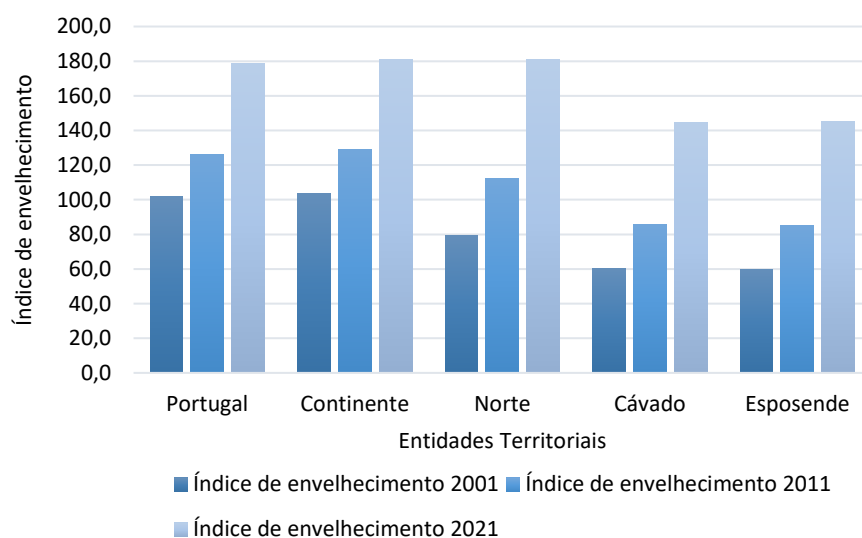


Fonte: Elaboração própria tendo por base dos dados do PORDATA 2023.

Passando agora para a análise social do município de Esposende, a temática do envelhecimento surge acompanhada de diversos receios. Deverão ser tomadas medidas de combate ao envelhecimento para que este índice não continue no seu curso normal de evolução, como por exemplo, combater o isolamento e a pobreza dos idosos, as crescentes necessidades de cuidados médicos especializados e regulares, a inclusão das pessoas seniores na sociedade atual, através da arte, cultura e do desporto sénior (PORDATA, 2015).

O município de Esposende tem sofrido um aumento do índice de envelhecimento, que tem acompanhado a média de crescimento nacional (Figura 8). Em dez anos o índice de envelhecimento em Esposende duplicou, passando de 85,3 para 150,4 idosos por cada 100 jovens. Apesar deste aumento, este índice é ainda inferior à média do Alto Minho e da região Norte.

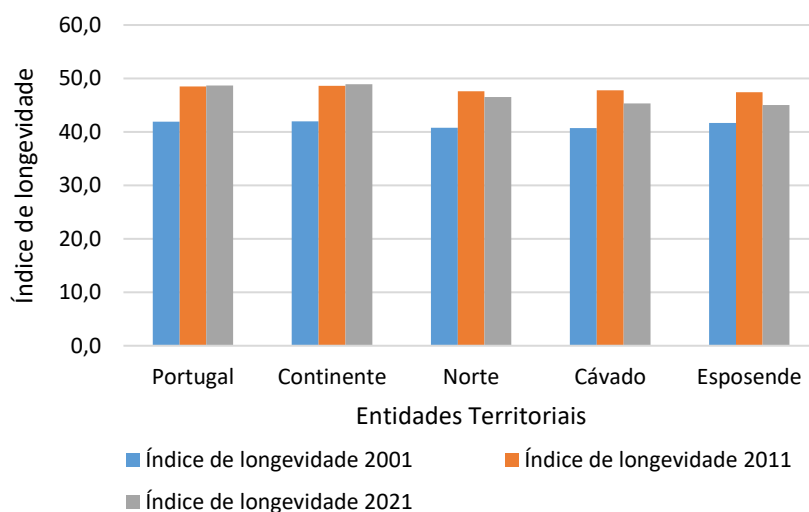
Figura 8 - Índice de envelhecimento em Esposende e noutras entidade territoriais em 2001, 2011 e 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do PORDATA 2023.

O índice de longevidade representa o número de pessoas com 75 ou mais anos por 100 idosos. Desde 2011, o índice de longevidade recuou, apresentando agora um valor de 45,1 pessoas com 75 ou mais anos por 100 habitantes, tendo descido cerca de dois valores (Figura 9). Este índice tem acompanhado a média nacional, estando apenas mais distanciada do índice de longevidade da região do Alto Minho.

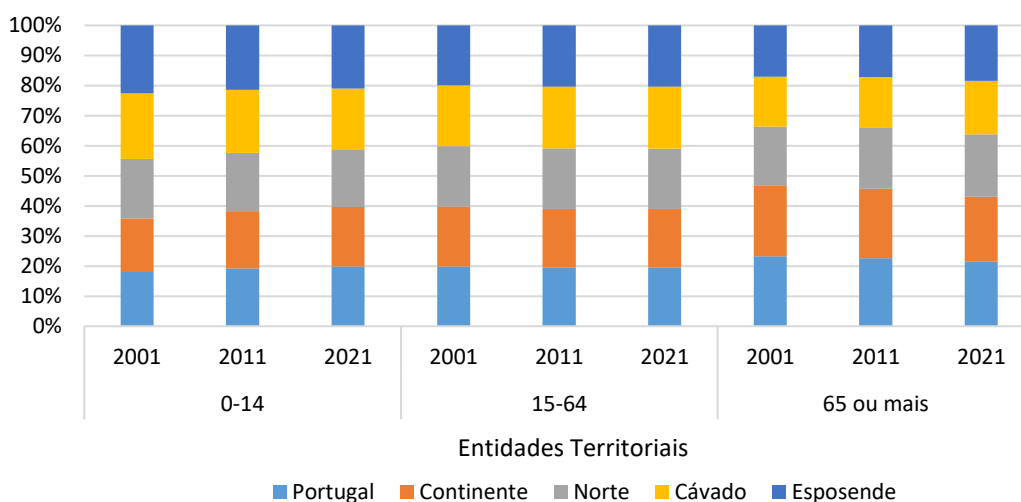
Figura 9 - Índice de longevidade em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do PORDATA 2023.

Mediante a análise da Figura 10 relativa à população por grandes grupos etários, constata-se que a maioria da população se situa na faixa etária entre os 15 e os 64 anos, fator relevante para a dinamização de atividades económicas ligadas ao setor do turismo. Por outro lado, houve um aumento significativo de pessoas com 65 ou mais anos após 2011, registando-se agora 7 403 pessoas seniores. O aumento da percentagem de idosos justifica-se possivelmente pelo êxodo do município dos mais jovens, que saem na procura de melhores condições de vida.

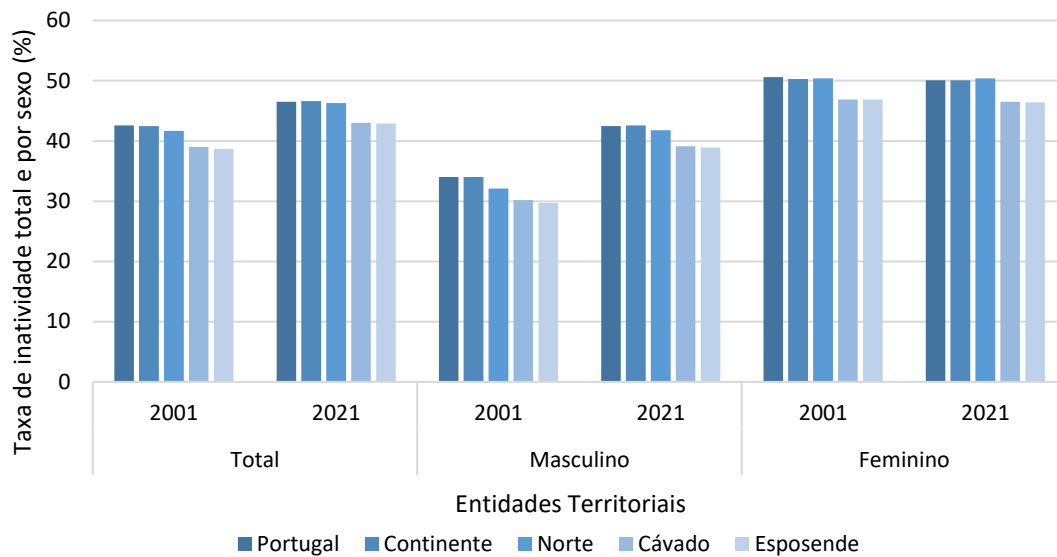
Figura 10- Percentagem de população residente por grandes grupos etários em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do PORDATA 2023.

Na Figura 11 temos referenciados os dados sobre a taxa de inatividade total e por sexo no município de Esposende. Sendo assim, a percentagem de população inativa aumentou 4,1% desde os censos de 2001. Em 2021 a taxa de inatividade era de 42.9%. A tendência socioeconómica em análise pode ser contrariada através da criação de novos postos de trabalho, muitos deles ligados ao turismo, a melhorias das condições de vida, tendo em vista, também, o inverter a tendência de saída de jovens através de políticas que permitam fixá-los (Figura 11).

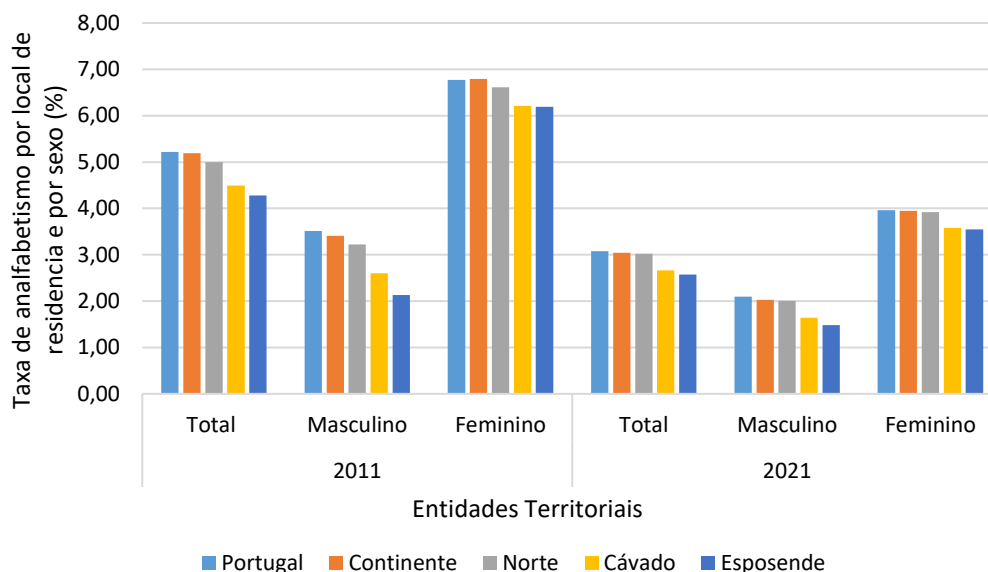
Figura 11- Taxa de inatividade total e por sexo em Esposende e noutras entidades territoriais em 2001, 2011 e 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do PORDATA 2023.

Ainda no que concerne à análise do perfil sociodemográfico, com interesse para o desenvolvimento da atividade turística, na Figura 12 é possível observar que a taxa de analfabetismo por local de residência é claramente superior no que respeita aos indivíduos do sexo feminino, apesar de um recuo entre 2011 e 2021, de 6,19% para 3,55%, assim como o sexo masculino de 2,13% para 1,48%. Em 2011 um dos motivos da menor instrução feminina (Figura 12) surge facto de ainda persistir algumas situações em parte das mulheres apenas se focarem nas tarefas domésticas e na criação dos seus filhos, abdicando assim das suas carreiras profissionais, deixando apenas ao encargo do homem sustentar a família. Entre 2011 e 2021 vemos que em Esposende a taxa de analfabetismo diminuiu significativamente, fruto de uma maior instrução das pessoas, o que se revela particularmente interessante para um município que procura articular as suas opções estratégicas assentes na diversificação económica com base no seu capital humano.

Figura 12- Percentagem de população analfabeta por local de residência em Esposende e noutras entidades territoriais em 2011 e 2021



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

#### 4.2. Principais traços da atividade turística no município de Esposende

Nas regiões menos desenvolvidas, as interfaces e infraestruturas empresariais e tecnológicas ligadas à agricultura, à floresta, ao turismo, às energias renováveis, aos recursos naturais, património arquitetónico, cultural, artístico (incluindo as artes e os ofícios tradicionais) e paisagístico precisam de estar conectadas com os principais centros de decisão e inovação, de forma a dinamizarem um desenvolvimento económico mais diversificado através de vantagens comparativas (Câmara Municipal de Esposende, 2016). É, aliás, partindo dessa premissa que se justifica a realização da presente dissertação de mestrado.

A agricultura e a floresta devem ser promovidas enquanto atividades com importantes funções económicas, em ligação com as indústrias conexas, devendo garantir-se inovação e diferenciação, gerando produtos de maior valor acrescentado (Câmara Municipal de Esposende, 2016). Neste contexto, é fundamental potenciar o seu contributo para o desenvolvimento dos territórios rurais e para a projeção externa do país, tendo ainda em conta outros valores e vetores como a paisagem, a cultura e o turismo. Também as economias residenciais e de consumo (decorrentes do turismo

interno e externo, dos emigrantes em férias ou dos residentes imigrantes) são fundamentais para aumentar a dotação de bens e serviços transacionáveis (Câmara Municipal de Esposende, 2016). Por outro lado, é necessário reforçar a atenção na educação e nas competências, o que significa intervenções centradas na criação de sistemas mais eficientes de educação, emprego e formação, assegurando que as intervenções em matéria de capital humano são diferenciadas e ajustadas de acordo com as necessidades e os desafios de desenvolvimento de cada região (Câmara Municipal de Esposende, 2016).

Com vista à revisão do PEDTE 2025 (Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esposende) foi realizada na Câmara Municipal de Esposende, uma análise onde se procuraram identificar argumentos recentes que suportem o desenvolvimento do turismo no município de Esposende. Foram ainda realizadas diversas reuniões com os diferentes *Stakeholders* com o objetivo de identificarem quais são as suas expectativas e desejos quanto ao desenvolvimento do turismo no município (Câmara Municipal de Esposende, 2016). Após concluída a análise, constatou-se que Esposende possui diversos recursos turísticos, contabilizando um vasto conjunto de monumentos, património religioso, património arquitetónico, património imaterial e material, património natural, assim como recursos caraterísticos do território, como a gastronomia, que gera uma elevada afluência ao município (Câmara Municipal de Esposende, 2016).

O PEDTE 2025 assumiu o papel de orientação futura para o desenvolvimento do turismo em Esposende e, para além disso, deve permitir alcançar e consolidar os objetivos, assim como tornar Esposende numa referência de destinos turísticos (Câmara Municipal de Esposende, 2016). Este plano estratégico centrou-se em quatro objetivos gerais:

- Análise e diagnóstico da evolução do turismo em Esposende em resultado da implementação do PEDTE 2009-2015;
- Elaboração do Plano de Dinamização Turística de Esposende 2016-2018;
- Definição de orientações estratégicas do Desenvolvimento Estratégico do Turismo em Esposende com vista ao horizonte 2025;
- Propostas de ações para o Plano de Dinamização Turística de Esposende 2016-2018.

O PEDTE suporta-se em diversos princípios, entre os quais a sustentabilidade ambiental, económica e sociocultural. A atratividade e a competitividade são também dois princípios muito importantes, podendo ainda acrescentar a qualidade e transversalidade, o benefício para a comunidade local, e por fim, o princípio da ética e responsabilidade social (Câmara Municipal de Esposende, 2016). Relacionados com estes princípios, foram descritos ainda os valores que suportaram a realização do PEDTE, entre os quais o território, a comunidade, a identidade, a autenticidade, a unicidade, a singularidade e a modernidade (Câmara Municipal de Esposende, 2016).

O resultado de todas as reuniões realizadas, debates e após serem ouvidos os *Stakeholders*, a Câmara Municipal procurou definir a visão turística para Esposende, que assenta em posicionar Esposende como um município com um excelente potencial turístico, em que o seu desenvolvimento assenta nos atributos natureza, tranquilidade e mar, possuindo recursos naturais e culturais próprios para experiências únicas ao longo de todo o ano (Câmara Municipal de Esposende, 2016).

No seguimento deste contexto, foi ainda definida a missão para Esposende enquanto destino turístico, que passa por impulsionar a indústria do turismo, com vista à criação de emprego e riqueza local, baseados em dinâmicas de investimento e empreendedorismo, que permitam garantir uma oferta turística diferenciadora (Câmara Municipal de Esposende, 2016).

Após os objetivos gerais terem sido expostos, foram ainda definidos objetivos estratégicos do PEDTE, como citado em Câmara Municipal de Esposende (2016).

- *Aperfeiçoar a qualificação e o nível de formação;*
- *Fomentar a continuidade do desenvolvimento do turismo em Esposende;*
- *Criar eventos icónicos, com identidade local, desenvolvendo oportunidades e iniciativas de animação e atratividade;*
- *Criar dinâmicas de melhoria de infra-estruturas e aperfeiçoamento de produtos, serviços e experiências;*
- *Qualificar a oferta e a experiência do visitante e do turista;*
- *Estimular o conhecimento e a inovação;*

- *Promover a qualidade de vida dos residentes e gerar desenvolvimento e prosperidade local;*
- *Melhorar a promoção e a comunicação.*

No seguimento dos objetivos estratégicos, foram definidos quatro eixos estratégicos de desenvolvimento do PEDTE: o desenvolvimento do turismo e dinâmicas territoriais; o conhecimento, inovação e tecnologia; marca do destino, informação e promoção, e por fim, a qualificação do destino e dinamização da oferta (Câmara Municipal de Esposende, 2016).

No seguimento do PEDTE, um outro programa intitulado “Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022)” centrou-se no estabelecimento de um plano a curto prazo, que no âmbito da qualificação do destino, teve como objetivo solidificar a sua sustentabilidade, fomentar o crescimento e, assim, obter vantagens competitivas, com base num investimento em novos ativos a construir e instalar no município (Câmara Municipal de Esposende, 2018). Foram definidas ações estratégicas com o período temporal de 2020-2022, com o objetivo de melhorar o posicionamento competitivo de Esposende enquanto destino turístico. Incluiu ações de carácter estruturante que necessitam de tempo para a sua realização, uma vez que o território necessita de criar condições para a sua conceção e execução (Câmara Municipal de Esposende, 2018).

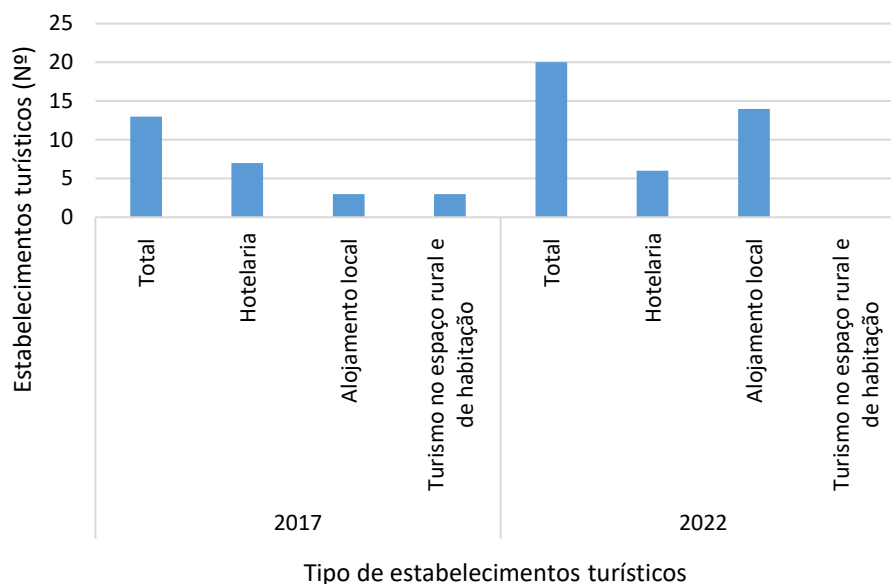
Quanto às ações prioritárias (2018-2020), basearam-se em ações de continuidade, em que os projetos e o seu desenvolvimento e concretização eram mais imediatos e cujos impactes no destino, resultam em melhorias quantitativas e qualitativas a curto prazo, quer seja a nível de crescimento e estruturação da oferta, quer seja do ponto de vista da sustentabilidade do destino (Câmara Municipal de Esposende, 2018).

Tendo por base as opções estratégicas do município para o crescimento e estruturação da oferta, a Figura 13 representa o número e tipo de alojamentos turísticos em Esposende entre 2017 e 2022. Desde já conseguimos constatar que o número total de alojamentos aumentou (desde 2017) 78,6%, muito graças ao crescimento do alojamento local que cada vez mais se torna uma solução viável e menos dispendiosa quando comparada com hotéis.



Enquanto a construção de um hotel é bastante dispendiosa e dependente de vários fatores externos, o alojamento local não padece de tantos entraves tornando fácil aos proprietários o aluguer das casas. O turismo no espaço rural e de habitação diminuiu em relação a 2017, deixando mesmo de ser praticado no município de Esposende, como podemos confirmar na Figura 13.

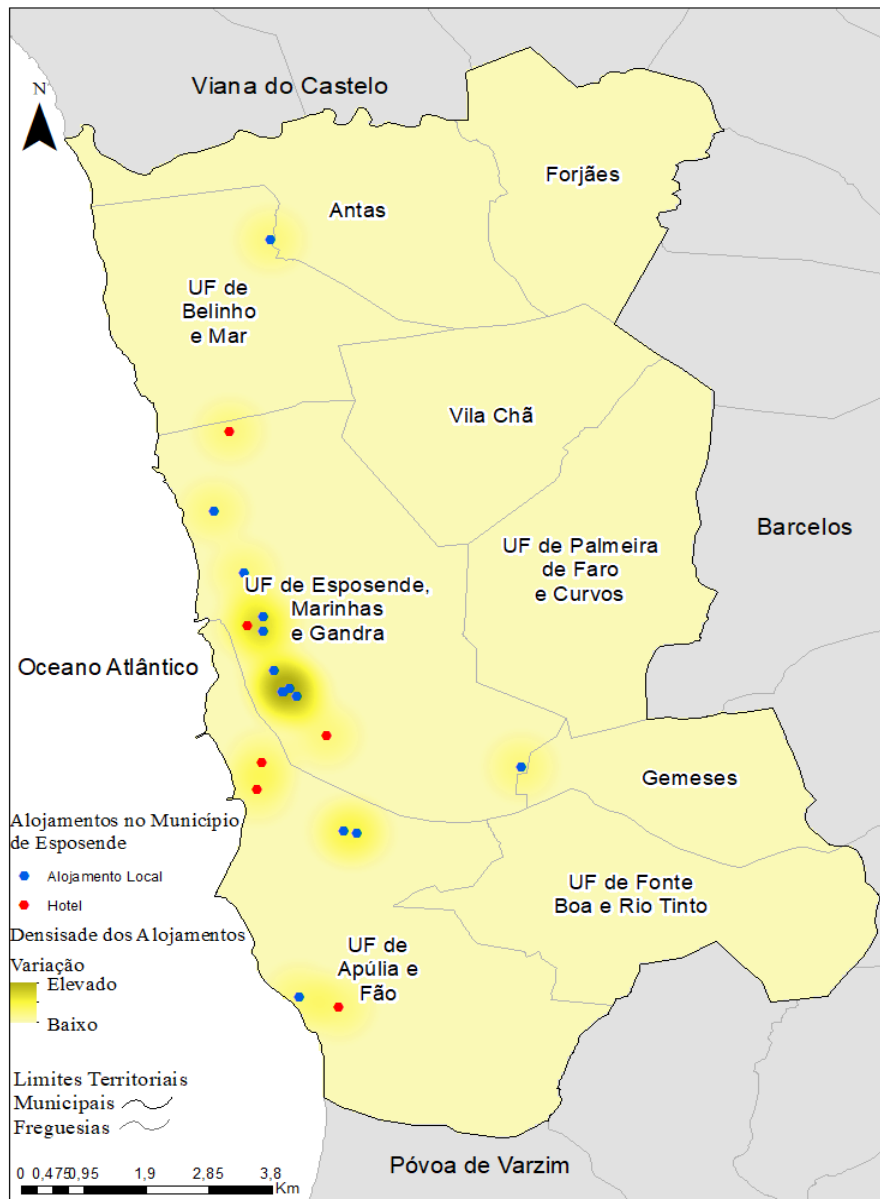
Figura 13- Número e tipo de alojamentos turísticos em Esposende em 2017 e 2022



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

No ano de 2023, a localização destes estabelecimentos turísticos ocorria, sobretudo, nas freguesias mais litorais do município (Figura 14). Nas Uniões de Freguesias de Esposende, Marinhas e Gandra e de Apúlia e Fão localizavam-se a maioria dos alojamentos. Esta tendência de litoralização de equipamentos turísticos é justificada por serem as áreas geográficas mais povoadas (cf. Figura 3) e onde estão localizados todos os serviços necessários aos habitantes ou turistas. De facto, são as freguesias onde se poderá retirar um maior proveito económico através de uma maior taxa de ocupação.

Figura 14 – Distribuição de alojamentos nas freguesias e União de Freguesias em Esposende em 2023



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

Tal pode depreender-se pela análise de dormidas e hóspedes. Na Tabela 3 pode analisar-se o número de dormidas em Esposende entre 2011 e 2021, sendo que podemos de imediato reparar que as dormidas entre 2011 e 2017 cresceram nas entidades territoriais identificadas na região norte. Este aumento do número de dormidas esteve diretamente relacionado com o crescimento do turismo no país. À medida que o turismo foi crescendo, mais alojamentos foram criados, novos postos comerciais foram criados,

sobretudo nas freguesias mais litoralizadas, combatendo assim a taxa de desemprego no país. Tudo isto contribuiu como uma bola de neve para o crescimento económico do país e principalmente para cimentar a posição de Portugal como um país cada vez mais turístico. Esposende acompanhou a tendência e teve um aumento de 112,09% de dormidas entre 2011 e 2021 (Tabela 3). O caso muda de figura entre 2017 e 2021, denotando-se o período da pandemia mundial, que fez parar a economia do país, assim como o crescimento turístico até então visto.

Tabela 3 - Dormidas em Esposende e noutras entidades territoriais entre 2011 e 2021

	Dormidas 2011	Dormidas 2017	Varição 2011/2017	Dormidas 2021	Varição 2017/2021
Portugal	23 837,305	65 385,210	174,29%	37 332,422	-42,90%
Norte	3 497,085	9 008,846	157,61%	6 142,067	-31,82%
<b>Esposende</b>	<b>58,818</b>	<b>124,751</b>	<b>112,09%</b>	<b>88,020</b>	<b>-29,44%</b>
Barcelos	-	40,251	-	35,991	-
Braga	211,357	525,419	148,59%	401,994	-23,49%
Guimarães	109,822	311,737	183,85%	198,465	-36,33%
Viana do Castelo	67,441	223,866	231,94%	203,985	-8,88%
Caminha	-	84,052	-	77,678	-
Ponte de Lima	-	75,917	-	73,285	-
Porto	1 485,246	3 782,858	154,69%	1 874,637	-50,44%
Póvoa de Varzim	129,171	197,525	52,91%	161,872	-18,04%
Vila do Conde	-	71,383	-	41,274	-

Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados cedidos pela Câmara Municipal de Esposende.

Na Tabela 4, podemos observar o número de hóspedes entre 2011 e 2021, tendo uma análise similar ao número de dormidas. O número de hóspedes aumentou significativamente entre 2011 e 2017, também justificado pelo desenvolvimento do turismo. Esposende registou um aumento do número de hóspedes entre 2011 e 2017 na ordem dos 117,08% (Tabela 4), acompanhando assim a média de crescimento da região norte, tendo sido superior inclusive comparativamente a outras entidades territoriais da região Norte. Entre 2017 e 2021 registou-se uma queda abrupta do número de hóspedes, não só em Esposende, mas por todo o país, devido à influência do período de Covid-19.

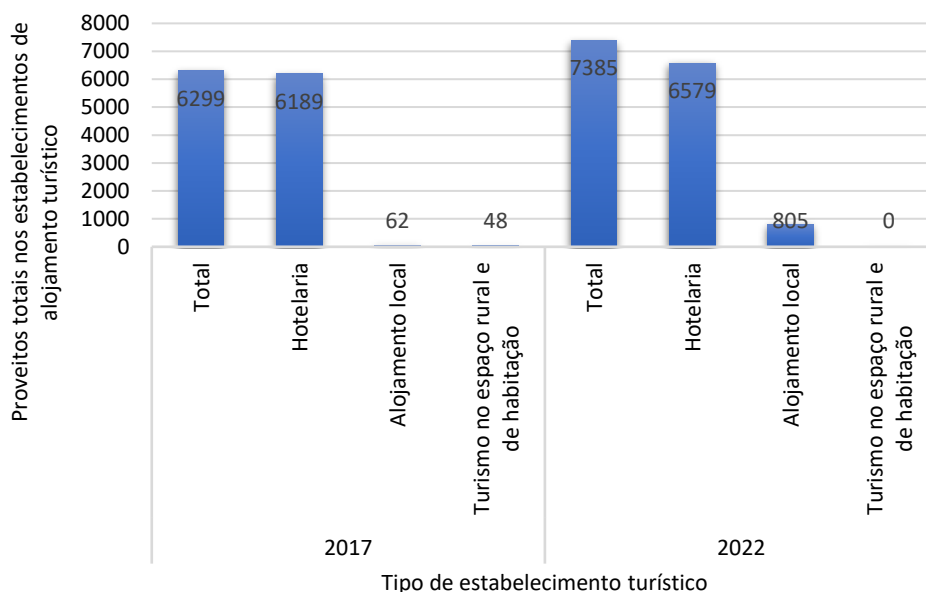
Tabela 4 - Hóspedes em Esposende e noutras entidades entre 2011 e 2021

	Hóspedes 2011	Hóspedes 2017	Variação 2011/2017	Hóspedes 2021	Variação 2017/2021
Portugal	9 753,99	23 953,77	145,57%	14 462,011	-39,62%
Norte	2 010,42	4 892,61	143,36%	3 348,702	-31,55%
<b>Esposende</b>	<b>24,776</b>	<b>53,784</b>	<b>117,08%</b>	<b>41,307</b>	<b>-23,19%</b>
Barcelos	-	22,755	-	16,345	-
Braga	188,188	302,948	60,98%	218,892	-27,74%
Guimarães	71,417	185,554	159,81%	113,327	-38,92%
Viana do Castelo	40,066	119,491	198,23%	100,080	-16,24%
Caminha	-	43,694	-	42,247	-
Ponte de Lima	-	39,649	-	36,594	-
Porto	802,570	1 876,720	133,83%	913,883	-51,30%
Póvoa de Varzim	63,904	89,595	40,20%	77,702	-13,27%
Vila do Conde	40,066	37,169	-7,23%	24,800	-33,27%

Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados cedidos pela Câmara Municipal de Esposende.

Com a análise da Figura 15, consegue-se de imediato reparar que o número de proveitos totais por estabelecimento turístico de Esposende em 2022 aumentou cerca de 1086€ comparativamente com o ano de 2017. Estes valores patenteiam o valor de mercado do setor de hotelaria e alojamento em contexto nacional, não refletindo ainda os efeitos da inflação a que o país tem estado sujeito durante o ano de 2023. O alojamento local foi o que mais aumentou, sendo um tipo de alojamento que é utilizado durante menos tempo, e também por ser mais barato. Muitas vezes é frequentado por peregrinos que fazem os Caminhos de Santiago. O total de proveitos da hotelaria também aumentou de 2017 para 2022 cerca de 390€. Por sua vez, o turismo no espaço rural e de habitação não regista qualquer proveito, uma vez que é uma forma de alojamento que já não existe no município de Esposende, como podemos ver na Figura 15.

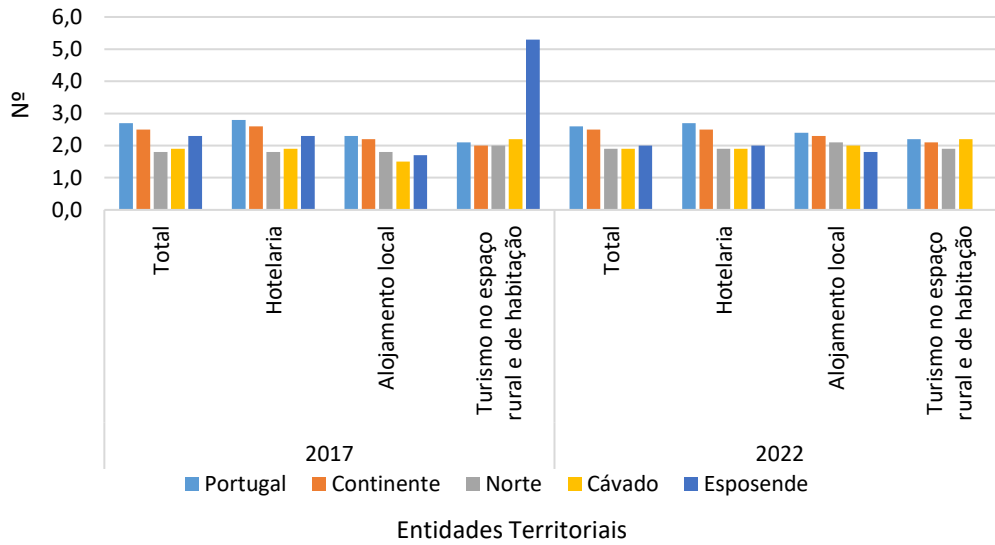
Figura 15 - Proveitos totais por tipo de estabelecimento turístico em Esposende em 2017 e 2022



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

Passando à análise da Figura 16, onde se pode observar a estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende, conclui-se que a estada média diminuiu em 0,3 noites entre 2017 e 2022 no município de Esposende (Figura16). Esta diminuição sucede-se devido ao período pandémico, em que o turismo foi um dos setores mais afetados não só no município de Esposende, mas também em todo o país. Muitos estabelecimentos de alojamento turístico não conseguiram resistir à crise causada pela pandemia e tiveram inclusive de fechar portas. A estada média nos estabelecimentos hoteleiros em Esposende diminuiu contrariando assim a média nacional. Por seu turno, as estadas nos alojamentos locais aumentaram, acompanhando deste modo a média nacional como podemos ver na Figura 16.

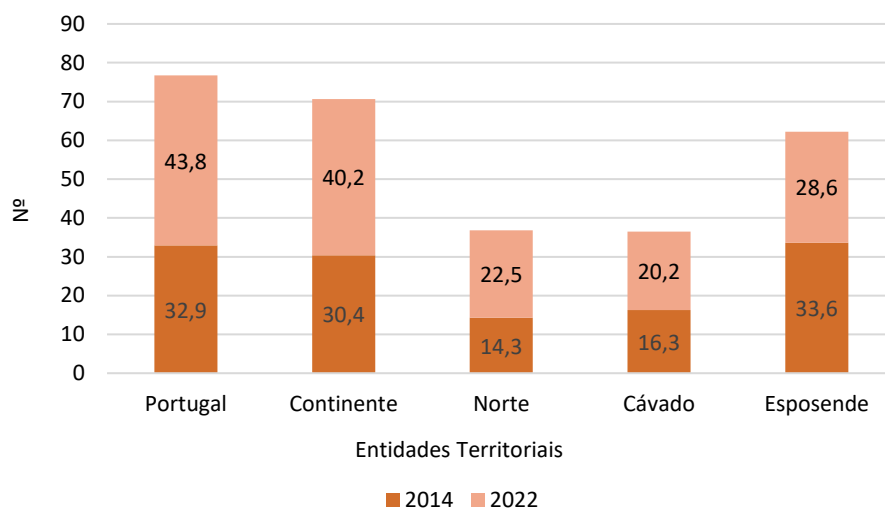
Figura 16 - Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais em 2017 e 2022



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

Na Figura 17 é possível observar a capacidade de alojamento dos estabelecimentos de alojamento turístico por 1000 habitantes em Esposende e noutras entidades territoriais. Destaca-se uma diminuição de 33,6 para 28,6 hóspedes na capacidade dos alojamentos por 1000 habitantes em Esposende, em contraste com as restantes entidades territoriais mencionadas na Figura 17, que revelaram um aumento da capacidade de alojamento por 1000 habitantes. Esta diminuição da capacidade de alojamento está diretamente relacionada com a diminuição do número de hotéis em Esposende assim como dos alojamentos de turismo em espaço rural e de habitação. O grande crescimento do turismo em Portugal reflete-se no aumento da capacidade de alojamento por 1000 habitantes nas restantes entidades territoriais como podemos ver na Figura 17.

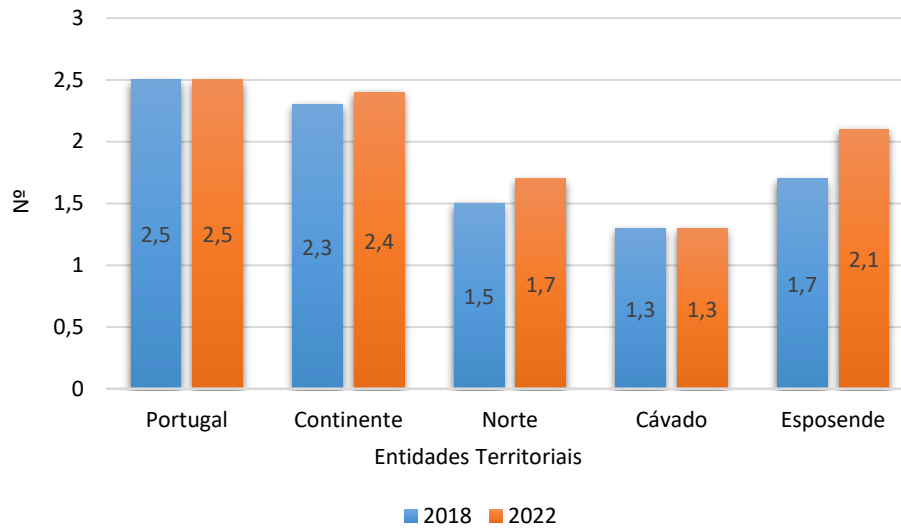
Figura 17- Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico por 1000 habitantes em Esposende e noutras entidades territoriais em 2014 e 2022



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

Além de se observar a capacidade de alojamento para receber turistas no município de Esposende, é importante entender a proporção entre o número de hóspedes e habitantes. Na Figura 18 é possível observar o número de hóspedes por habitante nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais entre 2018 e 2022. Consegue-se constatar um aumento de 1,7 para 2,1 hóspedes por cada residente no município de Esposende acompanhando assim o aumento da mesma variável na região Norte do país. Este aumento do número de hóspedes por habitante está diretamente relacionado com o crescimento do turismo em Esposende, como podemos confirmar na Figura 18.

Figura 18 - Hóspedes por habitante nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais em 2018 e 2022



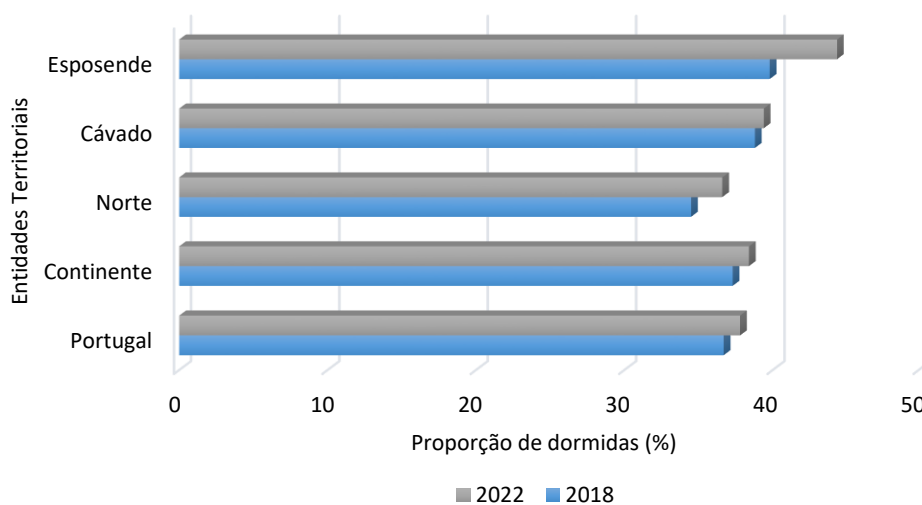
Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

Relativamente à Figura 19, vemos representada a proporção de dormidas entre julho e setembro nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais, entre 2018 e 2022. É possível constatar-se que em Esposende houve um aumento de 4,6% na proporção de dormidas entre julho e setembro, como se pode depreender da Figura 19.

Esse aumento foi maior do que nas restantes entidades territoriais. Com a análise desta variável conseguimos justificar uma ideia há muito discutida pela comunidade regional, Esposende é, de facto, um município, em termos turísticos, de veraneio, ou seja, durante os meses de verão, em Esposende, regista-se um aumento significativo do número de turistas, enquanto, nos restantes meses esse número baixa drasticamente. Cabe aos agentes autárquicos, e às pessoas responsáveis pelo turismo no município combater essa tendência, quer seja através do aumento das atividades turísticas mais diversificadas oferecidas ao longo do ano ou do aumento do número de infraestruturas dedicadas ao turismo.



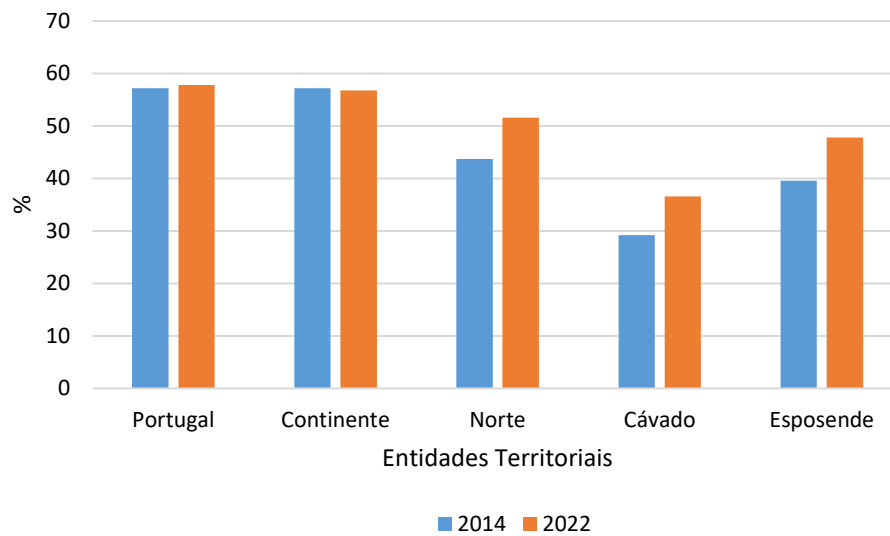
Figura 19 - Proporção de dormidas entre julho-setembro nos estabelecimentos de alojamento turístico em Esposende e noutras entidades territoriais em 2018 e 2022



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

Com a análise da Figura 20, pode também verificar-se um aumento da proporção de hóspedes não residentes em Esposende de 8,2%. Assim como na generalidade das restantes entidades territoriais abaixo mencionadas, este indicador patenteia que o número de hóspedes não residentes em Esposende aumentou, verificando-se uma maior de afluência de hóspedes vindos de outras regiões. Este aumento deve-se ao crescimento do turismo em Esposende. Cada vez mais, os turistas elegem Esposende como o seu destino turístico, devido à sua fantástica localização costeira, a sua gastronomia, ou até pelas suas boas acessibilidades.

Figura 20 - Proporção de hóspedes não residentes em Esposende e noutras entidades territoriais em 2014 e 2022



Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados do INE 2023.

A Tabela 5 permite sintetizar uma matriz SWOT sobre a atividade turística no município de Esposende, servindo de orientação para o quadro empírico que suportou a presente dissertação e a discussão de resultados apresentados adiante.

Tabela 5- Matriz SWOT sobre o quadro socioeconómico, demográfico e desenvolvimento da atividade turística no município de Esposende

<b>Potencialidades</b>	<b>Fragilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O município de Esposende apresenta uma densidade populacional de 368,2 habitantes por Km<sup>2</sup>, superior à da região Norte e também à média nacional.</li> <li>• Crescente urbanização do território de Esposende.</li> <li>• Elevada taxa bruta de natalidade quando comparada com a média da região Norte.</li> <li>• Diversos conjuntos monumentais, património natural e outros recursos característicos e diferenciais do território, como a gastronomia.</li> <li>• Revisão do PEDTE 2025 (Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Esposende) foi realizada na Câmara Municipal de Esposende.</li> <li>• Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necessidade de boa regulação pelas políticas urbanísticas do município e pela gestão ambiental.</li> <li>• Maior pressão sobre os recursos naturais e de património, com a sobrelotação de espaços.</li> <li>• Elevada despesa em novos edifícios de apoio aos habitantes e à atividade turística, como por exemplo, escolas, hospitais, hotéis e outros edifícios públicos de suporte à atividade.</li> <li>• Risco para a sustentabilidade demográfica do concelho no futuro, com o aumento do índice de envelhecimento de 85,3 para 150,4 idosos por cada 100 jovens em 10 anos.</li> <li>• Elevada sazonalidade da atividade turística, constatado através do aumento em 4,6% nas dormidas nos meses de julho a setembro, entre 2018 e 2022.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificação de atividades económicas baseados nos novos quadros de financiamento plurianual.</li> <li>• Macrotendência da Europa 2030, onde se privilegia o crescimento inclusivo e o desenvolvimento de produtos sustentáveis.</li> <li>• Posição de Portugal como um país de grande ligação ao mercado turístico.</li> <li>• Valorização de novos produtos turísticos desencadeado por uma procura mais centrada na experiência e na co-criação.</li> <li>• Rota de Caminho de Santiago pode contribuir para o aumento da atividade turística nos próximos anos associado ao segmento do turismo religioso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento dos preços na generalidade dos pacotes turísticos associados à inflação e ao contexto de incerteza causado pela guerra.</li> <li>• Lacunas institucionais de atuação em turismo.</li> <li>• Reduzida capacidade de atuação dos intervenientes regionais e nacionais.</li> <li>• Necessidade de medidas de combate ao envelhecimento para que o mesmo não continue no seu curso normal de evolução.</li> </ul>

Fonte: Elaboração própria, tendo por base o levantamento de informação sobre a caracterização sociodemográfica, económica e da atividade turística do município.

### 4.3. Notas conclusivas

Em Portugal, tal como em diversos outros territórios, observamos uma diminuição das taxas de natalidade e fertilidade, acompanhada de um aumento na esperança média de vida. Isto resulta no envelhecimento da população, um fenómeno demográfico que afeta tanto a base como o topo da pirâmide etária.

Os dados demográficos indicam que nunca houve tantos indivíduos com 65 anos ou mais em Portugal como atualmente. Este envelhecimento é atribuído ao aumento do conhecimento técnico e científico, bem como à melhoria substancial das condições de vida em comparação com décadas passadas.

Apesar de algumas preocupações associadas a essa tendência demográfica, o desafio da sociedade portuguesa não é exclusivamente demográfico. Na verdade, uma das questões essenciais a serem consideradas é que a população de Portugal continuará a envelhecer e, portanto, está também relacionado com a nossa capacidade de repensar nossas abordagens diante de uma estrutura populacional com características distintas.

No contexto de Esposende, que é o objeto de estudo da presente dissertação, verifica-se uma crescente urbanização do território associada à tendência de litoralização e à ascensão da prática turística no município. Decorrente da análise efetuada, o PEDTE 2025 centrou-se como orientação futura para o desenvolvimento do turismo em Esposende e, para além disso, deverá permitir alcançar e consolidar os objetivos, assim como tornar Esposende numa referência de destinos turísticos. É suportado por diversos princípios, entre os quais a sustentabilidade ambiental, económica e sociocultural.

Esposende tem uma missão enquanto destino turístico, impulsionar a indústria do turismo, com vista à criação de emprego e riqueza local, com base em dinâmicas de investimento e empreendedorismo, que possam assegurar uma oferta turística diferenciadora.

## **5. Análise das perceções dos agentes autárquicos sobre a importância do Turismo Criativo na sustentabilidade das regiões, e o contributo dos Sistemas de Informação Geográfica no município**

No presente capítulo analisamos os dados obtidos através dos inquéritos por entrevista realizados aos agentes autárquicos da Câmara Municipal de Esposende.

Num primeiro momento, analisamos as perceções dos agentes autárquicos sobre o papel do Turismo Criativo na sustentabilidade das regiões, seguindo-se o contributo dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG) na dinamização do turismo no município de Esposende. Num segundo momento, analisamos o perfil dos agentes inquiridos, bem como a sua área de atuação no município de Esposende

### **5.1. Análise das entrevistas realizadas aos agentes autárquicos**

#### **5.1.1. Perceção sobre o contributo do turismo para o desenvolvimento económico do município de Esposende**

Neste subcapítulo são analisadas as respostas dos agentes autárquicos entrevistados. São caracterizadas as perceções dos entrevistados sobre os impactes que o Turismo e os SIG desempenham no desenvolvimento sustentável do município.

Começámos por aferir as suas perceções sobre o contributo do turismo para o desenvolvimento económico do município de Esposende e o seu papel na sustentabilidade do mesmo (consultar guião de entrevista em anexo – Questão 1 - *Na sua opinião, o turismo tem potenciado o desenvolvimento económico do município de Esposende? E qual tem sido o seu papel na sustentabilidade da região?*). Os três inquiridos foram da opinião que o turismo é importante para o desenvolvimento económico do município. Dois dos entrevistados referiram ainda a importância de Esposende ter um número considerável de alojamentos que são segunda habitação e que este facto contribui para o desenvolvimento económico do município. Por sua vez, o Engenheiro José António, considerou que o Caminho de Santiago e o *Kitesurf* são atividades que ao longo do ano potenciam esse contributo para o desenvolvimento da economia em Esposende, tal como é expresso na seguinte narrativa.

*O turismo, na minha opinião, é o grande motor da região. As pessoas vêm passar cá as férias e a cidade quase quadruplica o número de habitantes. O Caminho de Santiago e o kitesurf ao longo do ano também potenciam esse desenvolvimento – Engenheiro José António.*

Passando à análise do que mais atrai os turistas ao município de Esposende (Questão 2- *Na sua opinião, o que é que mais atrai os turistas ao município de Esposende? Porquê?*), os três entrevistados foram perentórios na sua resposta, afirmando que a posição junto à faixa costeira é, sem dúvida, o elemento que mais atrai os turistas a Esposende, tal como destacou a Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira.

*Sem dúvida, o Atlântico. Somos um concelho que perante a sua dimensão, temos uma faixa de 15 km de mar, e mesmo a nível de rio, com o incremento de diversas atividades náuticas de rio – Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira.*

No que diz respeito a qual seria o papel da autarquia no desenvolvimento do setor do turismo (Questão 3 - *Qual considera ser, neste momento, o papel da autarquia no desenvolvimento do setor do turismo no município?*), as respostas foram idênticas, atribuindo um papel de dinamizador à autarquia no desenvolvimento do turismo, com a criação de atividades, desenvolvimento de infraestruturas de apoio ao turismo, a promoção de eventos e até as parcerias com comerciantes locais. As duas seguintes narrativas confirmam esta perceção.

*É um parceiro, no fundo um facilitador, e um dinamizador também. A ideia passa por criar infraestruturas a nível de alojamento, por exemplo. A construção do novo parque da cidade, os passadiços, o apoio ao ICNF do Parque Litoral Norte, e criar infraestruturas de apoio, enquanto parceiro, sustenta esse papel da autarquia. Também a promoção de eventos como gastronomia, o Caminho de Santiago – Engenheiro José António.*

*A autarquia está a tentar desenvolver diversas atividades para potenciar o turismo, desde a promoção de eventos, como parcerias com os comerciantes locais - Arquiteta Fátima Sampaio.*

### 5.1.2. Perceção sobre necessidades para um crescimento sustentado do turismo e tipos de impactes

Na Questão 4 (*Na sua perspetiva, o que falta no município para que se opere um crescimento sustentado do turismo?*), as repostas variaram, desde a fixação de operadores ou entidades singulares durante todo o ano, de modo a contrariar o turismo sazonal. Uma maior parceria entre as instituições privadas e o município também foi destacado ou a melhoria dos transportes públicos no município, constituem medidas que podem contribuir para um crescimento sustentado do turismo no município de Esposende, tal como é salientado nas seguintes narrativas.

*Uma maior parceria entre privados e o município – Engenheiro José António*

*Falta tentar fixar uma serie de operadores, ou seja, entidades singulares, que possam de forma sustentada, não só na temporada de verão, mas também durante todo o ano se fixar-se em Esposende – Engenheira Geografa Alexandra Oliveira*

*Os transportes principalmente. Sem carro, as pessoas não se conseguem movimentar para lado algum. Na altura escolar ainda se vêem alguns autocarros, mas chegando ao verão, ficamos órfãos de transportes públicos – Arquiteta Fátima Sampaio*

Na questão seguinte (Questão 5 - *Que tipo de impactes sociais tem revelado o desenvolvimento do turismo, no município de Esposende?*), os entrevistados afirmaram que o desenvolvimento do turismo em Esposende, melhora a qualidade de vida em Esposende, cria emprego sazonal na altura do verão, dando oportunidade a jovens de estudarem e trabalharem ao mesmo tempo no verão.

Após perguntar sobre se o município está devidamente preparado para receber turistas durante todo o ano [Questão 6 - *Na sua opinião, de que modo o município de Esposende está preparado (infraestruturas, alojamentos, restaurantes, atividades, comércio local) para receber turistas durante todo o ano?*], a falta de um maior número de alojamentos, a escassez de transportes foram dois temas mencionados nas respostas dos entrevistados. Pelo contrário, a restauração merece destaque pela positiva, uma vez que consideraram como um ponto forte de Esposende ao longo de todo o ano, tal como é salientado na seguinte narrativa.

*Ainda está incipiente. Ao longo desta faixa de 15 km ao longo do Atlântico, apenas temos um café diretamente voltado para o mar, o que é pouco para um município com uma costa tão extensa. O facto de as pessoas se deslocarem através de viatura própria e o facto de*

*não haver transportes públicos que consigam fazer ligação às praias revela ainda poupa preparação para receber turistas durante todo o ano. A falta de transporte público e o facto de não haver estacionamento, durante os fins de semana, deixando a cidade entupida, contribuem para que não seja ainda possível receber turistas durante todo o ano – Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira.*

### **5.1.3. Perceções sobre o Turismo Criativo**

Passando agora às perguntas sobre o Turismo Criativo no município de Esposende, começámos por perguntar qual a opinião dos entrevistados sobre este segmento e se consideravam ser importante para a sustentabilidade da região (Questão 7 - *Qual é a sua opinião sobre o Turismo Criativo? Considera que esta forma de turismo é importante na sustentabilidade do município de Esposende?*). Assim como na resposta à Questão 1 (*Na sua opinião, o turismo tem potenciado o desenvolvimento económico do município de Esposende? E qual tem sido o seu papel na sustentabilidade da região?*) os três responderam afirmativamente, ou seja, que é uma forma de turismo que cada vez mais cativa e atrai os turistas a Esposende, e que pode contribuir para o desenvolvimento da economia local.

*Sim, cada vez mais há essa vontade. As pessoas quando estão de fim de semana procuram desanuviar e procuram interagir com algo autóctone nas regiões. Querem experienciar com as próprias mãos nessas atividades criativas, ao invés de optarem por ir à praia – Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira.*

Relativamente à Questão 8 [*Na sua opinião, qual é o potencial do Turismo Criativo em Esposende? (Elevado, Médio, Baixo). Porquê?*], os entrevistados consideram que o potencial do Turismo Criativo em Esposende é elevado, tal como se pode depreender da síntese da Tabela 6.



Tabela 6 – Potencial do Turismo Criativo em Esposende segundo os agentes autárquicos

	Elevado potencial	Médio potencial	Baixo potencial
Engenheiro José António	x		
Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira	x		
Arquiteta Fátima Sampaio	x		

Fonte: Elaboração própria tendo por base os dados das entrevistas realizadas.

A seguinte narrativa demonstra também a importância do Turismo Criativo no município.

*Potencial elevado, pois tudo o que é novo as pessoas gostam de experimentar e variar. Esposende conta com muitos recursos, principalmente vindos da natureza, que podem potenciar esse crescimento do Turismo Criativo – Arquiteta Fátima Sampaio.*

Quanto à Questão 9 (*Quais são, na sua perspetiva, as principais atrações ou recursos que podem ser explorados para promover o Turismo Criativo em Esposende?*), a resposta recaiu sobre alguns recursos provenientes da natureza que Esposende tem, como o junco, o sargaço, a agricultura e até a pesca, e inclusive sobre o *Kitesurf*, apesar desta última não poder ser considerada como uma atividade de Turismo Criativo.

*O Turismo Criativo tem potencial pelo facto de que cada vez mais as pessoas o procurarem. Na minha ótica, vejo o junco, a questão da pesca, e também a agricultura, como potenciais focos de Turismo Criativo. Existe uma feira na Apúlia onde se vendem os produtos locais. Existe uma atividade anual em que as pessoas fazem kitesurf e acabam por ajudar na monitorização e limpeza do rio, o que para mim já conta como Turismo Criativo – Engenheiro José António.*

Na Questão 10 tencionámos saber quais eram os principais desafios e oportunidades na implementação do Turismo Criativo em Esposende (*Quais são os principais desafios e oportunidades que vê na implementação do Turismo Criativo em Esposende?*). As respostas foram diversas, insistindo nas dificuldades, tais como a dificuldade de fixação enquanto ofício e a proximidade do Turismo Criativo aos jovens. Por outro lado, potenciar outros recursos é uma das oportunidades do Turismo Criativo.

*A cativação de um público mais jovem. Captar público com uma literacia maior nas questões da comunidade. Pessoas mais conscientes. Potenciar outros recursos é outra das oportunidades vistas na implementação do Turismo Criativo – Engenheiro José António.*

#### **5.1.4. O papel dos Sistemas de Informação Geográfica**

Na temática dos SIG (Sistemas de Informação Geográfica), procurou saber-se de que forma esta ferramenta pode ser importante na dinamização do Turismo Criativo em Esposende (Questão 11 - *Na sua perspetiva, de que forma os SIG podem ser importantes na dinamização do Turismo Criativo em Esposende?*), tendo os entrevistados concordado que pode ser uma ferramenta muito importante na dinamização do Turismo Criativo, podendo potenciar áreas mais interiores do município. Os seus serviços de localização também são bastante importantes, na perspetiva do Engenheiro José António. Também consideraram os SIG importantes a nível da promoção de atividades realizadas em Esposende.

*Os SIG têm o componente de mostra, a nível do Web. É um cartão de visita. Permite identificar o que existe e ter capacidade de explorar o que não existe. Por outro lado, consegue planear o dia da pessoa, conseguindo maximizar, por exemplo, os fins de semana ou os dias em que vier praticar turismo no concelho. Atualmente as pessoas acabam por lidar com os SIG sem se aperceberem, como por exemplo no Google Maps – Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira.*

Na questão seguinte quisemos saber a opinião dos entrevistados sobre a importância de um Web SIG na gestão do território de Esposende [Questão 12 - *Na sua opinião, qual é a importância de um Web SIG (sistema de informação do território, que permite ao utilizador, através de um navegador de internet, consultar e manipular informações georreferenciadas) para a gestão do território de Esposende? Que tipo de informação ou funcionalidades gostaria de ver incorporadas neste Web SIG?*], sendo considerado como uma mais-valia para o território, através da caracterização dos locais e da sua disponibilidade. É uma ferramenta em que o utilizador pode atualizar diretamente a informação sem ter de recorrer a terceiros.

*Sem dúvida que cada vez mais se avança nesse sentido, do contributo do utilizador. A nível de informação geográfica num território, constitui uma mais-valia. Permite ao utilizador atualizar a informação sem ter de recorrer a terceiros. A informação que está sempre atualizada é um grande benefício para outras áreas de atuação relacionadas com os SIG -*  
Engenheira Geógrafa Alexandra Oliveira.

Na Questão 13 quisemos saber quais os principais desafios ou obstáculos na implementação de um *Web SIG* em Esposende (*Quais são os principais desafios ou obstáculos que podem surgir na implementação de um Web SIG em Esposende?*). As respostas foram claras, destacando a capacidade financeira, a falta de infraestruturas, ou seja, a falta de disponibilidade de instituições que queiram desenvolver um *Web SIG* e a informação muitas vezes desatualizada, constituem um desafio à sua implementação. Por outro lado, o facto de o município estar todo coberto de *Internet* é um ponto positivo a favor da implementação de um *Web SIG*.

*Quanto aos obstáculos, as infraestruturas, isto é a disponibilização das entidades dispostas a promover esses Web SIG, e a divulgação que pode ser insuficiente –*  
Engenheiro José António.

## **5.2. Proposta de um *Web SIG* para o município de Esposende**

Após o levantamento das necessidades em termos de disponibilização de informação geográfica sobre o turismo junto dos agentes autárquicos e das potenciais fragilidades e potencialidades inerentes, coube-nos fazer uma proposta de *Web SIG* para o município de Esposende.

Decidimos, então, desenvolver uma App em que os turistas ou os habitantes possam ter acesso a informação eletrónica gratuita, através de um *Scan* de *QR Code*, relativamente a alguns pontos turísticos, tais como museus, atividades náuticas, festas e romarias, alojamentos (quer hotéis, quer alojamento local).

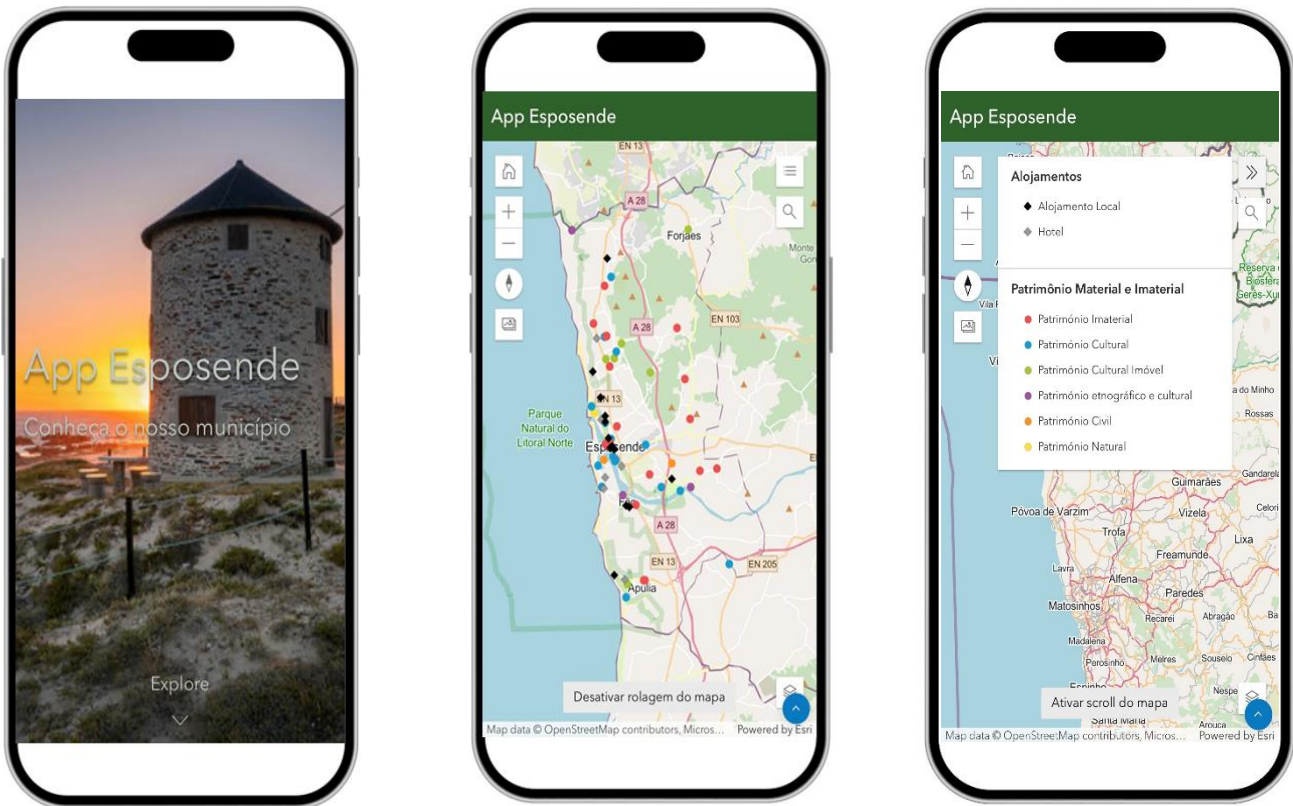
Esta aplicação pode ser vantajosa para o município de Esposende de várias formas. Em primeiro lugar, encontram-se identificados os diversos pontos turísticos e alojamentos numa plataforma única e mais ágil para o utilizador final. É, também, uma aplicação

gratuita e sem custos de manutenção. Por outro lado, proporciona ao turista informação sobre os diversos pontos turísticos e alojamentos, combatendo assim a desinformação

Um dos principais objetivos de desenvolvimento da aplicação surge da necessidade de facilitar a comunicação e cooperação entre a Câmara Municipal e as entidades privadas do setor do turismo e hotelaria. Com esta aplicação, as instituições podem carregar a informação ou até atualizar a mesma de forma gratuita na aplicação, sem necessitar da intermediação de algum agente autárquico, contribuindo, assim, para a visibilidade da sua empresa numa plataforma de gestão comum partilhada com a instituição camarária.

Na Figura 21 encontra-se sintetizada a informação da aplicação disponibilizada em telemóvel para o turista ou residente. Ao clicar-se em “Explorar” é possível visualizar um mapa com os pontos turísticos e os alojamentos levantados *in loco* durante o desenvolvimento da dissertação de mestrado e a realização do estágio curricular. Além disso, é disponibilizada uma legenda do mapa para que os utilizadores se possam inteirar dos recursos turísticos ou infraestruturas levantadas.

Figura 21 – Proposta da “App Esposende – Conheça nosso município”

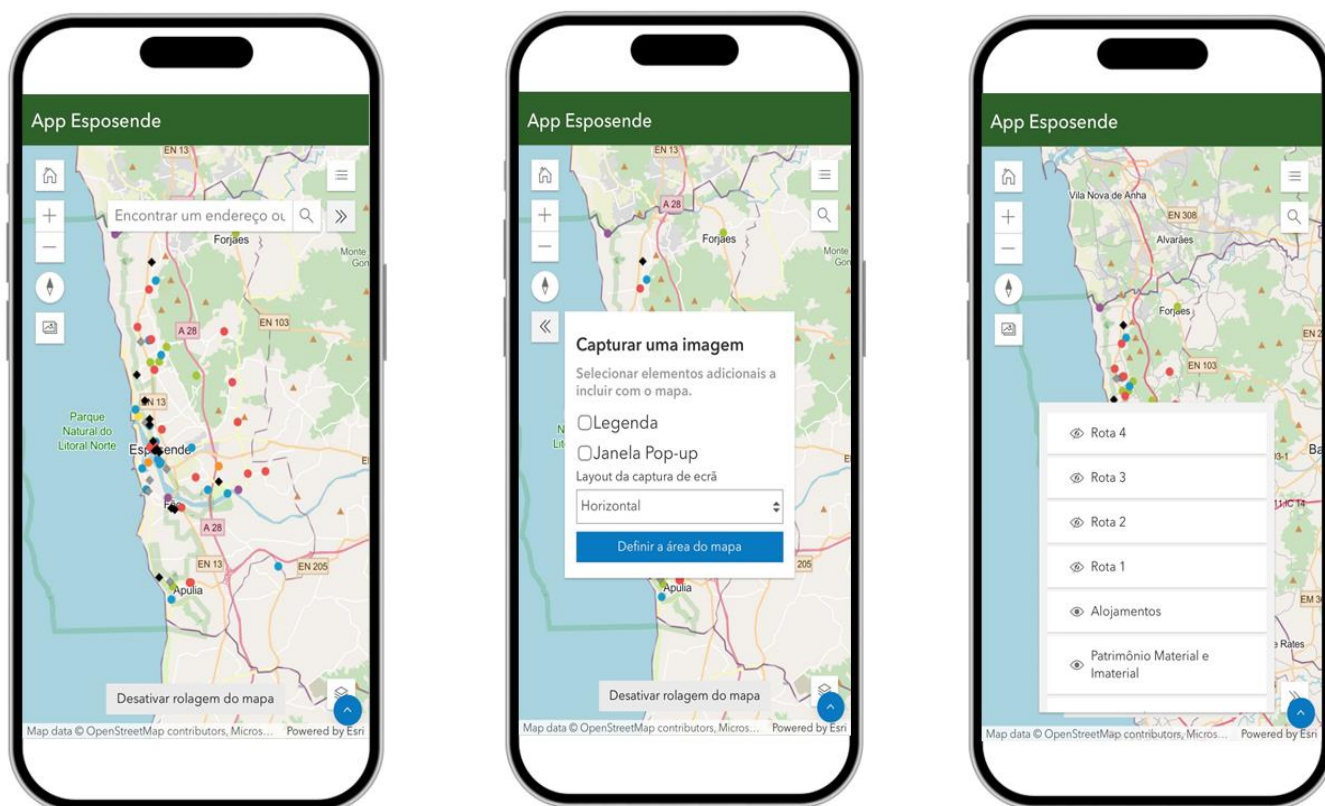


Fonte: Elaboração própria, tendo por base o trabalho de campo realizado.

Na Figura 22 é possível visualizar parte de outras funcionalidades que os turistas poderão explorar, designadamente a barra de pesquisa em que o turista localiza algum ponto que esteja referenciado. Será possível, de igual modo, usar a opção de captura de ecrã em casos em que não seja possível aceder à internet durante a realização de determinada visita. Por seu turno, a bússola serve como orientação geográfica para o turista.

Acresce ainda o facto de o utilizador poder ativar ou desativar qualquer uma das camadas, ficando só com as camadas visíveis que sejam do seu interesse.

Figura 22 – Algumas soluções de pesquisa na “App Esposende – Conheça o nosso município”



Fonte: Elaboração própria, tendo por base o trabalho de campo realizado.

Durante a construção desta aplicação, procurou-se também sintetizar um conjunto de rotas para os turistas visitarem em diferentes dias e com duração distinta quando visitam o município de Esposende. As quatro rotas criadas foram concebidas com base nas ferramentas SIG e nas perceções dos agentes autárquicos que foram entrevistados.

Uma breve síntese das quatro rotas criadas (Junco, Sargaço, Marítima e Moinhos) foi elaborada na Tabela 7, contemplando informação sobre o início e fim da rota, a duração e os principais locais a visitar.

Tabela 7 – Descrição das rotas definidas para a visita ao município de Esposende – início/fim, duração e principais locais a visitar

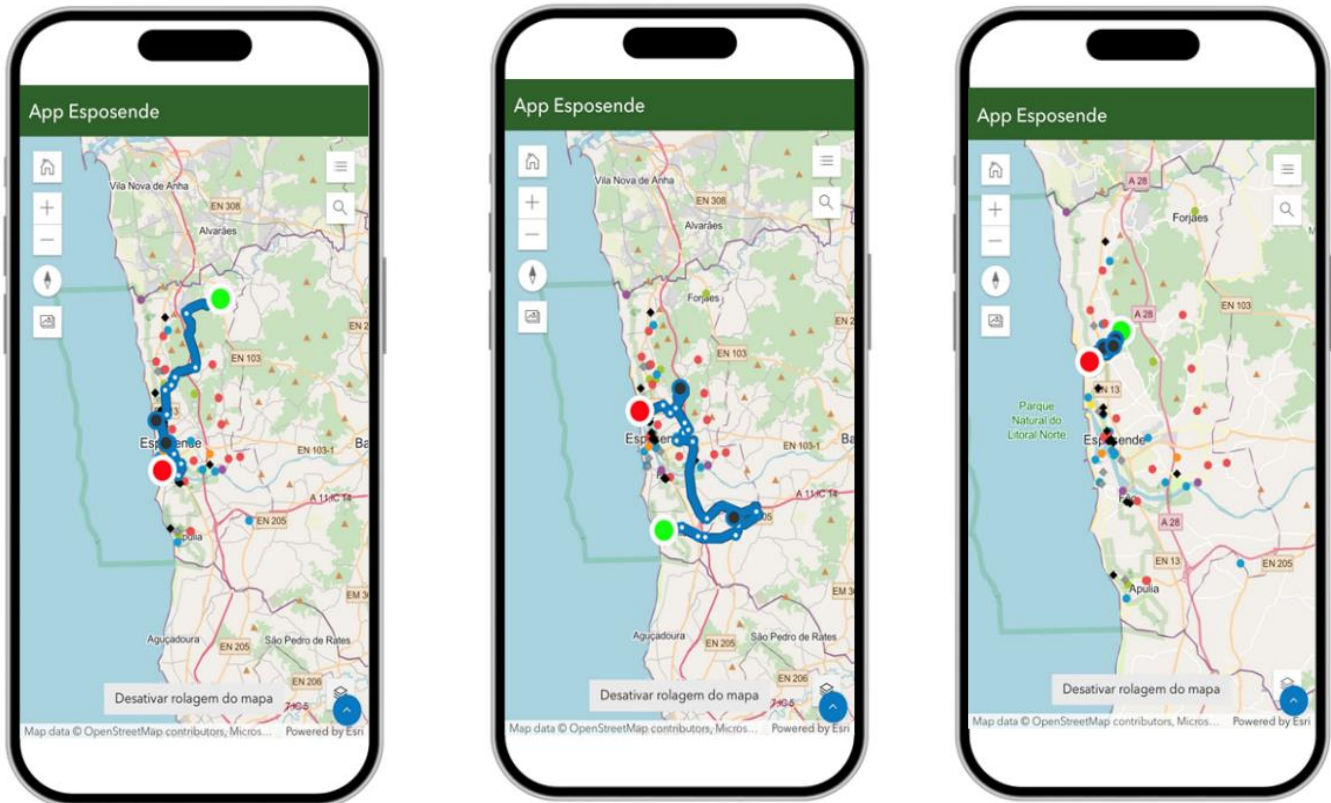
<b>Designação da rota</b>	<b>Início</b>	<b>Fim</b>	<b>Duração</b>	<b>Principais locais a visitar</b>
Rota do Junco	Centro Interpretativo do Junco	Axis Ofir Beach Resort Hotel	Tem uma duração de 8 horas, com as pausas para lanche e almoço incluídas	Forte de São João Baptista, Museu Municipal de Esposende, Esposende 2000
Rota do Sargaço	Museu do Sargaço	Esposende Surf School	Tem uma duração de 8 horas, com as pausas para lanche e almoço incluídas	Equivau - Centro Hípico Quinta do Vau, Centro Interpretativo de São Lourenço
Rota Marítima	Museu Marítimo de Esposende	Hostel Eleven	Tem uma duração de 8 horas, com as pausas para lanche e almoço incluídas	Kook Proof, Centro de Mergulho e Ecologia Marinha, North Birding Tours
Rota dos Moinhos	Parque dos Moinhos D'Abelheira	Sun & Sand GuestHouse	Tem uma duração de 8 horas, com as pausas para lanche e almoço incluídas	ESTU Turismo, Centro de Educação Ambiental, Casa-Museu Viana de Lima

Fonte: Elaboração própria, tendo por base o trabalho de campo realizado.

Na Figura 23, encontram-se identificadas algumas rotas criadas para que os turistas possam simplificar o planeamento do seu dia de férias, seja de forma individual ou em família. Foi feita a combinação de alguns pontos turísticos, alguns dos quais ligados às atividades náuticas, outros a visitas a museus e ainda à escolha de determinado alojamento para a sua estadia.

Esta proposta de rotas é um primeiro exercício desenvolvido, tendo em conta as particularidades e interesses do próprio município, mas poderão ser criadas mais rotas, caso seja o interesse por parte da Câmara Municipal.

Figura 23 – Disponibilização de várias rotas na “App Esposende – Conheça o nosso município”

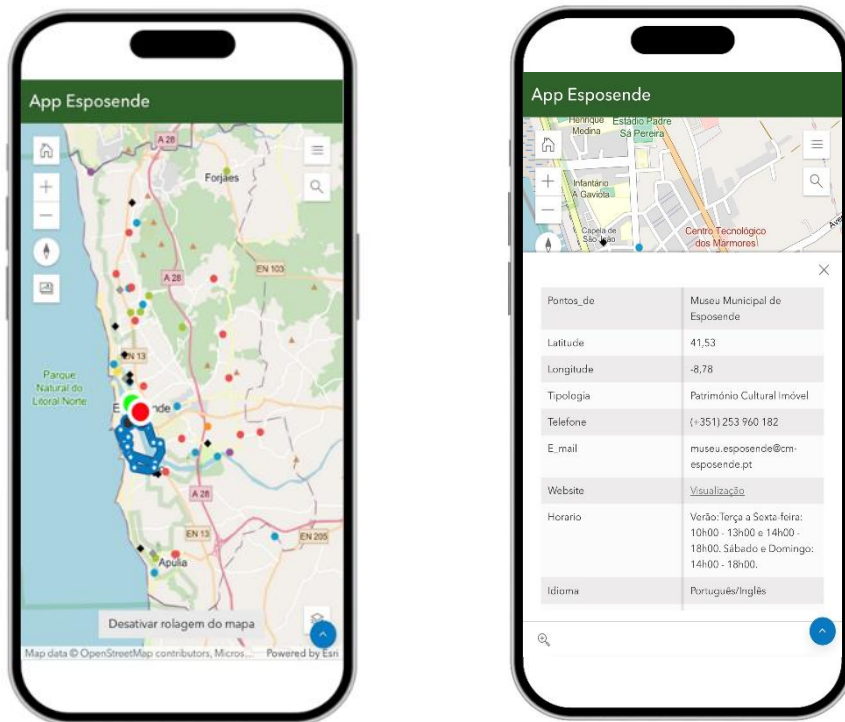


Fonte: Elaboração própria, tendo por base o trabalho de campo realizado.

A Figura 24 patenteia o modo como a rota pode ser visualizada. Importa salientar que o turista ao carregar em qualquer ponto referenciado no mapa, abre uma janela com a informação sobre esse local (designadamente o horário, o e-mail ou o telefone do local a visitar).



Figura 24 – Modo de visualização dos pontos de interesse na “App Esposende – Conheça o nosso município”



Fonte: Elaboração própria, tendo por base o trabalho de campo realizado.

No sentido de qualquer utilizador poder ter acesso a esta informação, sugere-se que a Câmara Municipal possa disponibilizar na Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte e noutros locais estratégicos do município, o *QR Code* da App Esposende, onde os turistas podem fazer *Scan* com a câmara fotográfica do respetivo telemóvel.

Figura 25 – *QR Code* da “App Esposende – Conheça o nosso município”



Fonte: Elaboração própria, tendo por base o trabalho de campo realizado.

Prevê-se que esta aplicação possa ir sendo atualizada ao longo dos próximos anos, permitindo rever eventuais erros que possam surgir associados ao *software* e à volatilidade das infraestruturas e equipamentos disponíveis no município.

### **5.3. Notas conclusivas**

Após a realização das entrevistas, é notório que os três entrevistados consideram o turismo muito importante no crescimento económico e sociodemográfico do município de Esposende.

Os agentes autárquicos entrevistados concordaram que a sua localização e a gastronomia, são dos fatores que mais atraem os turistas ao município de Esposende. Em contraste com esta vantagem, assumem que os transportes públicos, as escassas infraestruturas dedicadas ao turismo no município e a dificuldade em combater a sazonalidade que existe em Esposende, são aspetos negativos que precisam de ser combatidos para um crescimento sustentado do turismo.

Quando abordados sobre o Turismo Criativo, os entrevistados assumem diferentes definições sobre a temática, mas todos concordaram que é uma forma de turismo importante para o crescimento sustentado do turismo em Esposende e da economia local. Também foram unânimes quando afirmam que fixar o Turismo Criativo como um ofício é o principal desafio desta forma de turismo.

Quanto aos Sistemas de Informação Geográfica, os entrevistados consideram que é uma ferramenta bastante importante para o crescimento sustentado do turismo. A sua capacidade de localização, e de armazenamento de dados, são as principais vantagens da utilização desta ferramenta. A constante necessidade de atualização e o elevado custo de implementação são, na opinião dos agentes autárquicos, fatores negativos para a implementação desta ferramenta.

Foi desenvolvida uma App sobre os pontos de interesse turístico e com os alojamentos do município, permitindo aos turistas acederem de forma gratuita à informação sobre os respetivos locais. Trata-se de uma aplicação que pode facilitar a cooperação com as entidades e agentes do setor turístico e da hotelaria presentes no município.

## **6. Conclusões e Recomendações**

### **6.1. Principais Ilações**

Com este estudo pretendeu-se averiguar o contributo dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG) para o desenvolvimento do Turismo Criativo no município de Esposende. Uma das ilações retiradas desta investigação é que o município de Esposende é um território de média dimensão e os agentes autárquicos têm tentado desenvolver e potenciar de forma sustentada o turismo. É rico em recursos naturais, e um exemplo disso é o junco, que atrai cada vez mais turistas ao município, resultando num crescimento do Turismo Criativo.

O Turismo Criativo em Esposende pode servir inúmeros propósitos. Usando o Turismo Criativo como uma vantagem competitiva possibilita ao turista obter uma experiência única e memorável, que resulta numa promoção entusiasta deste modo de turismo. Este segmento de turismo poderá ser utilizado em Esposende como uma estratégia para desenvolver as capacidades dos turistas para manusearem um determinado tipo de ferramentas e instrumentos, e adquirirem técnicas criativas diferentes do que estavam habituados.

Com base nos propósitos da presente investigação, conclui-se que o município de Esposende oferece infraestruturas necessárias para a realização de mais atividades turísticas, em especial de Turismo Criativo, uma vez que detém serviços com qualidade que sustentam essas atividades. Outra característica prende-se com o facto de o município apresentar alojamentos de qualidade e património material e imaterial. De igual forma, ficou patente durante a investigação, designadamente com a aplicação do inquérito por entrevista, que os habitantes de Esposende são hospitaleiros.

Após a aplicação do inquérito por entrevista aos agentes autárquicos reconhecemos que é benéfico o desenvolvimento dos SIG em Esposende, e que estes muito podem contribuir para o desenvolvimento do Turismo Criativo no município, quer na realização de novas atividades, quer na localização das mesmas. Com o desenvolvimento do Turismo Criativo, espera-se a diversificação do mercado turístico, podendo contribuir

para valorizar os serviços municipais e a própria valorização dos comerciantes e da atividade comercial ligada aos produtos endógenos.

Deste modo, o desenvolvimento da “App Esposende – Conheça o nosso município” pode beneficiar todas as partes, na medida em que serve os turistas com a informação que contém, serve as entidades turísticas, porque podem expor os seus serviços, e serve, em última instância, a Câmara Municipal de Esposende, porque vêm valorizados o tempo e a capacidade de cooperação com as entidades turísticas na manutenção da aplicação e promoção turística do município, designadamente de um segmento turístico que pretendem valorizar.

## **6.2. Limitações**

No que toca a limitações identificadas no decorrer deste estudo, destacamos o número de entrevistas realizadas, uma vez que muitos dos agentes autárquicos, devido aos seus compromissos profissionais, não demonstraram possibilidade para a realização das mesmas. Ainda assim, é de salutar que as entrevistas realizadas demonstraram tratar-se de uma boa representação (amostra) do conhecimento sobre o desenvolvimento do setor turístico, do Turismo Criativo e da utilização dos SIG como ferramenta para valorização dos destinos turísticos.

Outra das limitações foi o facto de não ter havido, no decurso da presente investigação, a possibilidade de auscultar as perspetivas de comerciantes e habitantes locais, ficando sem saber que problemas, opiniões ou soluções teriam sobre o desenvolvimento do setor turístico no município.

## **6.3. Propostas para Futuras Investigações**

Relativamente a futuros estudos, consideramos que o papel dos SIG no desenvolvimento do turismo noutras entidades territoriais, pode ser bastante proveitoso usando a nossa metodologia, na medida em que poderá ser uma forma de desenvolvimento ou consolidação da promoção do turismo. Estas formas de investigação permitem analisar o trabalho que está a ser efetuado e futuros trabalhos a

serem desenvolvidos por parte das autarquias em termos de planeamento, a médio e longo prazo.

Em suma, com esta investigação pode concluir-se que os SIG podem contribuir para o desenvolvimento do Turismo Criativo no município de Esposende. É uma forma de valorização das infraestruturas e equipamentos existentes no município, reforçando a promoção do município e a preservação da cultura e tradições presentes.

Na Tabela 8, vertemos algumas propostas a curto, médio e longo prazo, que podem promover o Turismo Criativo e os Sistemas de Informação Geográfica em Esposende.

Tabela 8 – Propostas para serem aplicadas a curto, médio e longo prazo, para a promoção do Turismo Criativo e dos SIG em Esposende

<b>Curto Prazo</b>	<b>Médio Prazo</b>	<b>Longo Prazo</b>
Uma maior promoção e um maior reconhecimento dos seus intervenientes, uma vez que as oficinas de Turismo Criativo atraem turistas de todo o país e até turistas estrangeiros. Colocação da <i>App</i> no posto de turismo em Esposende.	Desenvolvimento de atividades e formações relacionadas com a importância dos SIG no desenvolvimento do Turismo Criativo, por parte da Câmara Municipal de Esposende. Desenvolvimento e estruturação de novos conteúdos na <i>App</i> por parte de empresas com capacidade financeira para tal.	Desenvolvimento de formações e palestras com trabalhadores de ofícios de Turismo Criativo na Escola Superior de Hotelaria e Turismo em Esposende. Criação de uma disciplina de Turismo Criativo na Escola Superior de Hotelaria e Turismo em Esposende, utilizando as oficinas de Turismo Criativo como locais onde os alunos possam realizar os respetivos estágios.

Fonte: Elaboração própria, tendo por base o trabalho de campo realizado.

## 7. Bibliografia

Almeida, R., Cunha, T., & Valois, T. (2005). *Gerenciamento dos Riscos do Turismo de Aventura na Bahia*. Bahia, Faculdade Ruy Barbosa.

Almeida, L. (2021). *Recria - Brazilian Experiences and creative tourism network, Brazil, Creative Tourism activating cultural resources and engaging creative travellers*. Edited by Duxbury, N, Albino, S, Carvalho, C, 179-199.

Bakas, F.E., Duxbury, N., Silva, S., & Vinagre de Castro, T. (2020). Connecting to place through creative tourism. In Cabeça, S.M., Gonçalves, A.R., Marques, J.F. e Tavares, M. (eds.), *Creative Tourism Dynamics: Connecting Travellers, Communities, Cultures, and Places*. Editora Grácio, Coimbra, Portugal, pp. 119 – 139.

Bandeira, M.L. (Dir.) (2014). *Dinâmicas demográficas e envelhecimento da população portuguesa*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Brouder, P. (2012). Creative Outposts: Tourism's Place in Rural Innovation. *Tourism Planning & Development*, 9(4), 383-396.

Cabral, M.V. (Coord.) (2013). *Processos de envelhecimento em Portugal: usos do tempo, redes sociais e condições de vida*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Câmara Municipal de Esposende (2016). *Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo em Esposende 2025*.

Câmara Municipal de Esposende (2018). *Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende 2008-2022*.

Carvalho, M.L., J., & Kastenholz, E. (2014). Criatividade Cultural. *Revista de Turismo e Património Cultural*, 12(3), 635–648.

Carvalho, R. (2011). *Os eventos culturais e criativos poderão ou não contribuir para uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro?* Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural, Tomar, Escola Superior de Gestão, Instituto Politécnico de Tomar, 127 p.

Carvalho, M. (2013). *Cultura e Turismo Criativo na Experiência Integral do Turismo Rural*. Dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo, Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro, 183 p.

Castro, V.T., Duxbury.N., Silva, S., Bakas, F., Carvalho, C., Querol, S.L., Borges, R., Albino, S., Gonçalves, A., Remoaldo, P., & Matos, O. (2020). *Turismo Criativo. Guia para Profissionais – Como regenerar comunidades e lugares aliando cultura, turismo e criatividade?* – CREATOUR, Centro de Estudos Sociais, 8 p.

CES ( s.d.). Observatório CREATOUR. Centro de Estudos Sociais, Universidade de Coimbra.

- Conway, S. (1998). *Developing a classification of network typologies*. In O. C. Organising Committee (Ed.), Abstract book 14th EGOS colloquium, Maastricht, July 9-11, Maastricht: Maastricht University.
- Cortada, D.M. (2006). El diálogo turismo y cultura. *Revista Pensar Iberoamericana*, Nº 8, 1683–3783.
- Crew, L., & Beverstock, J. (1998), Fashioning the city: cultures of consumption in contemporary urban spaces, *Geoforum*, 29(3), 287-308.
- Creswell, J.W., & Plano Clark, V.L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). Sage.
- Daniel, A. (2010). Caracterização do Sector Turístico em Portugal. *Revista de Estudos Politécnicos*, 8 (14), 255-276.
- Duxbury, N., Bakas, F. E. e Carvalho, C. P. de (2019). Why is research–practice collaboration so challenging to achieve? A creative tourism experiment. *Tourism Geographies*, 21(4), 318-343.
- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics. In N. Duxbury e G. Richards (Eds.), *A research agenda for creative tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 1-14.
- Duxbury, N., & Silva, S. (2020). *CREATOUR- Catalisando o Turismo Criativo em Cidades de pequena dimensão e em Áreas Rurais*: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Ferrão, J. (2022). Portugal, três geografias em recombinação: Espacialidade, mapas cognitivos e identidades territoriais, *Lusotopie*, 2, 151-158.
- Filho, L., Batista, J., Cacho, A., & Soares, A. (2017). Mobile Applications and Tourism: A Quantitative Study Applying the Theory of Planned Behavior. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 9(2), 179–199.
- Gôja, R. (2022). O Turismo Criativo nos territórios de baixa densidade do Noroeste de Portugal. Estudo dos projetos-piloto do projeto CREATOUR, 5(3), 71-99.
- Gomes, L. (2012). *O turismo criativo: experiências na cidade do Porto*. Dissertação de Mestrado em Turismo, Porto, Faculdade de Letras, Universidade do Porto, 88 p.
- Guerreiro, A., & Marques, J.F. (2017). Visita guiada à Fábrica de Antiguidades: Sociologia, turismo e autenticidade. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7(1), 8–22.
- Gülümser, A.A., Baycan-Levent, T., & Nijkamp, P. (2011), Measuring regional creative capacity: a literature review for rural-specific approaches. Research Memorandum 2011-15, Faculty of Economics and Business Administration, VU University Amsterdam.
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps. An analysis based on the Utaut-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 50–64.

- Halme, M. (2001). *Learning for sustainable development in tourism networks*, *Business Strategy and the Environment*, 10, 100-114.
- Hung, W.-L., Lee, Y.-J., & Huang, P.-H. (2016), Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism, *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763-770.
- INE (2013). Proveitos do Setor do Alojamento Turístico Mantêm Tendência de Crescimento- Atividade Turística. Instituto Nacional de Estatística, 1-11.
- INE (2017), *Retrato Territorial de Portugal*, Lisboa.
- Itaú Cultural (2012). *Relatório de Economia Criativa 2010: Economia criativa uma opção de desenvolvimento*. São Paulo: Secretaria da Economia Criativa, 33-36.
- Jelinčić, D.A., & Žuvela, A. (2012). Facing the challenge. Creative tourism in Croatia. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 78–90.
- Korez-Vide, R. (2012). Promoting sustainability of tourism by creative tourism development, How far is Slovenia? *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 6(1), 77–102.
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. London: Earthscan.
- Landry, C. (2010). *Experiencing imagination: travel as a creative trigger*, *Creative Tourism: A Global Conversation*. Santa Fé, Sunstone Press, 33-42.
- Marques, L., & Richards, G. (2014). *Creative Districts Around the World*. Breda: NHTV.
- Mack (2005). *Qualitative Research Methods: a data collector's field guide*. North Carolina: Family Health Internacional, 12-24.
- Mcgranahan, D., & Wojan, T. (2007). *Recasting the creative class to examine growth processes in rural and urban counties*. *Regional Studies*, 41(2), 197-216.
- Morrison, A., Lynch, P., & Johns, N. (2004). International tourism networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (3), 197-202.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience, *Tourism Management*, 27(6), 1141-1152.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand, *Tourism Management*. 24(2), 203-216
- Pine, B., & Gilmore, J. (1999). Welcome to the experience economy. *Harvard Business review*, 76(4), 97-105.
- Plummer, A. (2017). The new urban crisis: How our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class—and what we can do about it, by Richard Florida. *Journal of Urban Affairs*, 40(6), 892-893.
- Ray, P.H., & Anderson, S.R. (2000). *The cultural creatives*. New York: Three Rivers Press.
- Raymond, C. (2003). *Cultural renewal + tourism: Case study—Creative tourism*. New Zealand.



Remoaldo, P., & Alves, J. (2020). CREATOUR - Catalisando o Turismo Criativo em Cidades de pequena dimensão e em Áreas Rurais: O caminho percorrido e a percorrer para o desenvolvimento do Turismo Criativo na Região Norte: Imprensa da Universidade de Coimbra. Duxbury, N, Silva, S. pp. 41-47.

Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I.V., Lopes, H.S., Ribeiro, V., Gôja, R. ...Pereira, M (2019). Good and not-so-good practices in creative tourism networks and platforms: an international review in A Research Agenda for Creative Tourism. Duxbury, N, Richards, R. 167–181.

Remoaldo, P., Matos, O., Gôja, R., Alves, J., & Duxbury, N. (2020). Management practices in creative tourism: Narratives by managers from international institutions to a more sustainable form of tourism. *Geosciences*, 10(2), 1–12.

Remoaldo, P., & Cadima Ribeiro, J. (2022). *Definition and evolution of creative tourism: How can it contribute to the sustainability of territories?* United Kingdom: Emerald, 7-33.

Richards, G. (2003). *Cultural tourism research methods*. Amsterdam: Great Britain by TJ international.

Richards, G. (2000). World culture and heritage and tourism. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 9–18.

Richards, G. (2010). Creative tourism and local development. In R. Wurzburguers, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.). *Creative tourism: A global conversation* (pp. 78-90). Santa Fé: Sunstone Press.

Richards, G. (2008). Cultural tourism: global and local perspectives, *Journal of Cultural Economics*, 32(3), 231236.

Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: the state of Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.

Richards, G. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 119-144.

Richards, G. (2020). What is creative tourism? A retrospective view. In Gonçalves, A.R., Marques, J.F., Tavares, M.and Cabeça, S.M. (eds.) *Creative Tourism: The CREATOUR Recipe Book*. CinTurs Research Centre, University of Algarve, Faro, Portugal, pp. 39-10.

Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.

Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.

Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development*. London: Routledge.

Richards, G.; Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practices*, 4(2), 1-11.

- Rogerson, C. (2013). Urban tourism, economic regeneration and inclusion: Evidence from South Africa. *Local Economy*, 28(2), 188-202.
- Rosa, M.J.V. (2012). *O Envelhecimento da Sociedade Portuguesa*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Scalabrini, E., & Alves, J. (2022). "Some examples of best practices in Creative Tourism: how do entrepreneurs fit in the market and possible clusters?" In Remoaldo, P., Alves, J., Ribeiro, V. (eds.). *Creative Tourism and Sustainable Territories*, Emerald Publishing Limited. pp.103-131.
- Schuman, H., & Presser, S. (1981). *Questions and Answers in Attitude Surveys*. Academic Press, New York: Practical Tourism Research.
- Shaw, E.; Conway, S. (2000), *Networking and the small firm*. In S. Carter & D. Jones-Evans (Eds.), pp. 367-383, *Enterprise and Small Business*. Harlow: Financial Times/Prentice Hall.
- Simpson, M. (2008). Community benefit tourism initiatives – a conceptual oxymoron. *Tourism Management*, 29(1), 1–18.
- Smith, M.K. (2016), *Issues in Cultural Tourism Studies*, 3rd edition, Abingdon and New York, Routledge.
- Smith-Ring, P. (1999), *Processes facilitating reliance on trust in interorganizational networks*. In M. Ebers (Ed.), pp. 113-145, *The Formation of Inter-organisational Networks*, Oxford, University Press, Oxford.
- Tan, S.-K., Kung, S.-F., & Luh, D.-B. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003). *Handbook of mixed methods in social & behavioral research*. Sage Publications.
- Traynor, R. (2007). *Qualitative methods: an introduction to key concepts*. Cidade? University of New South Wales.
- Uddin, S. (2017). Social network analysis in project management. *Journal of Modern Project Management*, 5(1), 107-109.
- UNESCO (2006). *Towards sustainable strategies for Creative Tourism*, Santa Fe, Novo México: UNESCO Creative Cities Network.
- Van Heur, B. (2010). Small cities and the geographical bias of creative industries research and policy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 2(2), 189-192.
- Vieira, N.D. (2006). *Turismo Ativo em Portugal. Um retrato do setor*, Monografia realizada no âmbito da disciplina de seminário do 5o ano da licenciatura em Desporto e Educação Física, na área de Recreação e Tempos Livres, Porto, Faculdade de Desporto, Universidade do Porto.

Virginija, J. (2016). Interaction between cultural/creative tourism and tourism/cultural heritage industries. In I. Butowski (Ed.). *Tourism – from empirical research towards practical application* (pp. 137-156). Rijeka: InTech.

Visser, G. E. (2007). *Festival tourism in Urban Africa: The case of South Africa*. In C. M. Rogerson & G. E. Visser (Eds.), *Urban tourism in the developing world: The South African experience*. New Brunswick: Transaction, 101-126.

Waitt, G., & Gibson, C. (2013). The spiral gallery: non-market creativity and belonging in an Australian country town. *Journal of Rural Studies*, 30, 75-85.

## 8. Anexos

### 8.1. Anexo das entrevistas aos agentes autárquicos

#### Guião de Entrevista

Este estudo insere-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado denominada “O contributo dos Sistemas de Informação Geográfica para o desenvolvimento do Turismo Criativo no município de Esposende”, realizada por Daniel Veloso, aluno do mestrado em Sistemas de Informação Geográfica da Universidade do Minho. O presente estudo tem como objetivos principais, aferir a importância do Turismo Criativo na sustentabilidade das regiões e analisar a importância dos Sistemas de Informação Geográfica (SIG) na dinamização do turismo no município de Esposende. A presente entrevista tem como objetivo determinar os impactes sociais, económicos e turísticos percecionados pelos agentes autárquicos, com a finalidade de melhorar a atividade turística em Esposende, e potenciar o Turismo Criativo no município.

*Vou começar por lhe fazer algumas perguntas relacionadas com a sua perceção sobre o turismo no município de Esposende.*

#### **Parte 1: Turismo em Esposende**

1. Na sua opinião, o turismo tem potenciado o desenvolvimento económico do município de Esposende? E qual tem sido o seu papel na sustentabilidade da região?
2. Na sua opinião, o que é que mais atrai os turistas ao município de Esposende? Porquê?
3. Qual considera ser, neste momento, o papel da autarquia no desenvolvimento do setor do turismo no município?
4. Na sua perspetiva, o que falta no município para que se opere um crescimento sustentado do turismo?
5. Que tipo de impactes sociais tem revelado o desenvolvimento do turismo, no município de Esposende?

6. Na sua opinião, de que modo o município de Esposende está preparado (infraestruturas, alojamentos, restaurantes, atividades, comércio local) para receber turistas durante todo o ano?

### **Parte 2: Turismo Criativo em Esposende**

7. Qual é a sua opinião sobre o Turismo Criativo? Considera que esta forma de turismo é importante na sustentabilidade do município de Esposende?
8. Na sua opinião, qual é o potencial do Turismo Criativo em Esposende? (Elevado, Médio, Baixo). Porquê?
9. Quais são, na sua perspetiva, as principais atrações ou recursos que podem ser explorados para promover o Turismo Criativo em Esposende?
10. Quais são os principais desafios e oportunidades que vê na implementação do Turismo Criativo em Esposende?
11. Na sua perspetiva, de que forma os SIG podem ser importantes na dinamização do Turismo Criativo em Esposende?
12. Na sua opinião, qual é a importância de um WebSIG (sistema de informação do território, que permite ao utilizador, através de um navegador de internet, consultar e manipular informações georreferenciadas) para a gestão do território de Esposende? Que tipo de informação ou funcionalidades gostaria de ver incorporadas neste WebSIG?
13. Quais são os principais desafios ou obstáculos que podem surgir na implementação de um WebSIG em Esposende?

### **Parte 3: Observações e comentários adicionais**

*Gostaríamos de saber se tenciona acrescentar algum comentário ou questão adicional sobre os temas tratados.*

14. Quer dar sugestões que gostaria de partilhar relacionadas com o Turismo Criativo e a criação de um WebSIG em Esposende?

#### **Parte 4: Informações pessoais para caracterização sociodemográfica**

*Vamos finalizar esta entrevista fazendo-lhe algumas perguntas do foro pessoal.*

15. Por favor, indique a sua área de atuação (técnico municipal, membro de associação, vereador da Câmara Municipal, outro).

16. Que idade tem?

17. Qual é o seu nível de escolaridade?

Obrigado pela participação!

## **8.2. Consentimento informado, livre e esclarecido para a participação em investigação**

### CONSENTIMENTO INFORMADO, LIVRE E ESCLARECIDO PARA A PARTICIPAÇÃO EM INVESTIGAÇÃO

No âmbito da investigação de mestrado em Geografia – Especialização em Sistemas de Informação Geográfica, com o título «O contributo dos Sistemas de Informação Geográfica para o desenvolvimento do Turismo Criativo no município de Esposende» e orientação da Professora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo e do Professor Hélder Tiago da Silva Lopes, vimos, por este meio, solicitar a sua participação num inquérito por entrevista sobre o desenvolvimento do turismo criativo no município de Esposende.

Desta forma, além da participação no estudo, através da colaboração na definição de alternativas para o planeamento da atividade turística neste município, declara-se, para os devidos efeitos legais, o consentimento para a gravação do conteúdo decorrente desta entrevista e a divulgação do seu nome na redação da dissertação.

A decisão em participar neste estudo é totalmente livre e voluntária, não resultando dela nenhum prejuízo ou benefício pessoal.

A entrevista não terá uma duração superior a 30 minutos. Agradecemos a sua colaboração, que em muito contribuirá para o sucesso desta investigação.

Declaro que me foi dada a oportunidade de esclarecer todas as dúvidas que considere importantes para tomar uma decisão sobre a minha colaboração na investigação, pelo que me considero esclarecido sobre a mesma e aceito nela participar de forma voluntária.

Esposende, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2023

Assinatura: \_\_\_\_\_