



Destinations, Places, People and Profiles of Tourism

ISSN: 2183-0800

www.isce-turismo.com

Volume 9 | Número 1 | Setembro 2017
Volume 9 | Number 1 | September 2017
Volumen 9 | Número 1 | Septiembre 2017



atrocinadores:



O PERFIL DOS VISITANTES E TURISTAS DOS CENTROS DE INFORMAÇÃO DA ROTA DO ROMÂNICO

72

Joaquim Luís Costa

Rota do Românico | Centro de Estudos do Românico e do Território; CEPSE – Grupo de Investigação
Património, Cultura e Turismo

Costa, J. L. (2017). O perfil dos visitantes e turistas dos centros de informação da Rota do Românico. *Tourism and Hospitality International Journal*, 9(1), 72-87

Resumo

Este artigo analisa o perfil dos visitantes e turistas dos centros de informação turística do projeto Rota do Românico para que se conheça, em particular, quem visita estes espaços informativos e a Rota do Românico, no geral. Os dados quantitativos que servem de base a este estudo demonstram que, desde 2013, os fluxos de entradas nos centros de informação estão a decrescer e que a maioria dos visitantes e turistas são locais e dos concelhos vizinhos ao projeto. Os turistas estrangeiros têm pouca expressão quantitativa. Concluiu-se que o impacto da Rota do Românico é ainda muito regional, sendo necessárias mais ações promocionais e de divulgação para captar novos visitantes e turistas, procurando ganhar uma outra projeção, acima da regional. Uma nova aposta nos centros de informação é recomendável para receber quem visita os monumentos do projeto e para divulgar o património românico e turístico da região.

Palavras-chave: Rota do Românico, Centros de informação turísticos, Turismo cultural, Perfil do turista

Abstract

This article analyzes the profile of visitors and tourists of the tourist information centers of the Route of the Romanesque project, so that one can get to know in particular those who visit these information spaces and the Route of the Romanesque in general. The quantitative data that underlie this study show that, since 2013, inflows in information centers are declining and that the majority of visitors and tourists are local and neighboring municipalities to the project. Foreign tourists have little quantitative expression. It was concluded that the impact of the Route of the Romanesque is still very regional, and more promotional and publicity actions are required to attract new visitors and tourists, seeking to win another projection, above the regional one. A new bet in the information centers is recommended to receive those who visit the monuments of the project and to promote the romanescque and tourist heritage of the region.

Keywords: Route of the Romanesque, Tourist information centers, Culture tourism, Tourist profile

Introdução

O Território e a Rota do Românico

Nos vales do Sousa, do Douro e do Tâmega ergue-se um importante património, de cariz românico, expresso em diversos mosteiros, igrejas, capelas, memoriais, torres, pontes e num castelo.

O românico é um estilo artístico europeu, dos séculos XI ao XIV, que, no caso português, e sob o posto de vista histórico, está intimamente ligado à fundação da nacionalidade e testemunha a relevância deste território na história da nossa nobreza e das ordens religiosas. Sob o ponto de vista artístico, o românico do Tâmega e Sousa apresenta características singulares, visíveis na escultura, com capitéis e longos frisos bem desenhados, para os quais se utilizou a técnica do bisel¹ (Rota do Românico, 2011). O Mosteiro do Salvador de Paço de Sousa, em Penafiel, é um exemplo da importância histórica e artística da região. Neste mosteiro, está sepultado Egas Moniz, o aio do primeiro rei de Portugal. É, também, neste imóvel que surgiu o românico nacionalizado, um dialeto inspirado na tradição pré-românica e influenciado por temas do românico coimbrão e portuense (Rota do Românico, 2011).

Com base neste rico património românico, surgiu a ideia de se desenvolver um projeto supramunicipal e público de desenvolvimento regional. O projeto iniciou-se em 1998, no âmbito do PROSOUSA, programa criado pelo Governo português, em 1997, que pretendia a criação de condições para o desenvolvimento das atividades económicas e do emprego no Vale do Sousa (Rota do Românico, 2011). Neste seguimento, em 2008, deu-se início público à Rota do Românico do Vale do Sousa, com 21 monumentos, no seio dos municípios da VALSOUSA - Associação de Municípios do Vale do Sousa (Castelo de Paiva, Felgueiras, Lousada, Paços de Ferreira, Paredes e Penafiel). O sucesso do projeto levou, em 2010, ao seu alargamento para os municípios da NUT III – Tâmega (Amarante, Baião, Celorico de Basto, Cinfães, Marco de Canaveses e Resende) e a integração de mais monumentos (Rota do Românico, 2011).

Com a designação atual de Rota do Românico e integrando 58 monumentos em 12 concelhos, o projeto pretende assumir um papel de excelência no *touring* cultural, capaz de posicionar a região como um destino turístico ao nível do românico, passível de complementar a oferta económica da região ou, numa outra perspetiva, compensar a tradicional monoddependência industrial, procurando melhorar a qualidade ambiental e física do território e a melhoria da imagem interna e externa da região (Machado & Magalhães, 2016).

Para além da necessária componente infraestrutural, refletida na conservação e valorização dos monumentos românicos e na promoção de acessibilidade para os cidadãos com mobilidade reduzida, entendeu-se que o plano de ação deveria incluir uma componente imaterial para disponibilizar informação e conhecimento científico

¹ Técnica escultórica realizada de forma oblíqua sobre uma aresta, formando superfícies chanfradas, em forma de meia-lua (Morujão & Fernandes, 2013).

(Machado & Magalhães, 2016). Neste âmbito, foram instalados painéis informativos bilingues com informação histórica e arquitetónica nos 58 monumentos, assim como um sistema de sinalização turística na rede viária, nos 12 municípios (Machado & Magalhães, 2016). Desenvolveu-se materiais de comunicação, dos quais destacamos uma monografia, em três volumes, com a história dos monumentos, guias turísticos, um sítio na internet (rotadoromânico.com) e uma linha de merchandising. Criou-se, também, o CERT – Centro de Estudos do Românico e do Território para fomentar o conhecimento científico.

As crianças, em idade escolar, não foram esquecidas. Através do Serviço Educativo, procura-se apoiar as instituições escolares e culturais na realização de atividades. Desde 2010, as atividades deste serviço chegaram a 11.790 alunos.

Ainda dentro da componente imaterial, a Rota do Românico tem vindo a criar, igualmente desde 2010, centros de informação turísticos. Uma das particularidades dos centros de informação de Alcoforados, Arnoia, Ferreira, Pombeiro, Paço de Sousa e de Vilar é se situarem nas proximidades ou no interior dos monumentos. Estes espaços dispõem de área de atendimento, possibilitando a visita a esse monumento, o agendamento de visitas ao restante património românico ou a articulação de atividades lúdico-pedagógicas, em colaboração com os demais serviços da Rota do Românico (Rota do Românico, 2011).

Aos seis espaços mencionados, devemos juntar mais dois, com outras singularidades. Enquanto o centro de informação de Paredes está vocacionado para atividades escolares e eventos expositivos, o situado no Espaço Douro & Tâmega, em Amarante, está inserido num ambiente polivalente de promoção e venda de produtos locais, sob a responsabilidade da Dolmen – Desenvolvimento Local e Regional, C.R.L.²

Para além da sua abrangência funcional, os oito centros de informação são uma mais-valia na estratégia de promoção da Rota do Românico, pois o seu foco é a informação, um bem essencial para o setor turístico.

De Lucca Filho (2003), expõe que o turismo exige tempo livre, motivação para viajar e recursos financeiros. Contudo, a estes itens junta-se um outro, a informação, sendo um item presente em toda a cadeia turística. Ao programarem a sua viagem, os visitantes precisam de informação. Mas esta continua a ser importante não só no ato de se alojarem ou na escolha do local das refeições, mas inclusive nos sítios a visitar (De Lucca Filho, 2003). Neste sentido, De Lucca Filho e Viera (2005) observam diversas tipologias que os centros de informação podem assumir, sendo que uma delas é o apoio a museus, parques ou ecoturismo. Consequentemente, os postos de informação turísticos desempenham um papel proeminente no ato de informar, devendo constituir-se num local seguro, onde os visitantes e os turistas (De Lucca Filho, 2003) encontram informações indispensáveis de determinado sítio.

² Com sede em Marco de Canaveses e delegações em Amarante, Baião e Cinfães, a Dolmen – Desenvolvimento Local e Regional, C.R.L. é uma cooperativa de direito privado, apolítica e que tem por objeto a promoção, apoio e desenvolvimento das potencialidades endógenas do território da sua área social, por sua iniciativa ou em colaboração com organismos ou serviços oficiais ou privados, nacionais ou internacionais, tendo em vista o desenvolvimento local e regional na persecução da melhoria das condições de vida das populações (Dolmen, 1993).

Se tivermos em atenção as particularidades em que se desenvolve a Rota do Românico, podemos caracterizar os seus centros de informação como espaços informativos para acolhimento e apoio a visitantes e turistas, onde estes podem aceder, de modo didático e interativo, a informação sobre a arte românica, efetuar visitas a monumentos e, simultaneamente, receber informações gerais sobre a região. Estes espaços trabalham numa lógica de complementaridade com outros meios disponibilizados pelo projeto para conhecer o território, como por exemplo aplicações para dispositivos móveis ou visitas virtuais, passando pelas parcerias territoriais, com a disponibilização de informação em hotéis, restaurantes ou nos postos de turismo municipais.

O Perfil dos Visitantes e Turistas dos Centros de Informação

Definido o papel dos centros de informação da Rota do Românico, importa analisar o perfil dos seus visitantes e turistas, procurando novos dados que ajudem a entidade a caracterizar, de modo mais concreto, quem são os seus visitantes e turistas, promovendo a tomada de decisões, se necessário. Como sugerem Salgado, Godinho e Milheiro (2012), o comportamento do consumidor em turismo obriga a repensar constantemente as estratégias de marketing nas empresas e organizações turísticas. A Rota do Românico, como projeto turístico de desenvolvimento regional e mediante serviços que promovem a excelência do *touring* cultural, deve estar atenta aos comportamentos dos seus visitantes e turistas, com intuito de responder às diferentes motivações - desde viajar por motivos especificamente culturais ou conciliar as atrações culturais com o principal motivo da viagem (Marujo, Serra & Borges, 2013:5) - dos consumidores quando escolheram o território e os monumentos do projeto para visitar.

De referir que o perfil dos visitantes e dos turistas já foi objeto de uma primeira caracterização, através de uma investigação efetuada por Duarte Pinheiro, para a obtenção do grau de mestre em Turismo. Para o estudo, Pinheiro (2015) baseou-se em dois questionários, um para turistas e um outro para visitantes, aplicados de forma aleatória, entre os anos de 2011 e 2012. As conclusões demonstram que os turistas têm uma idade compreendida entre os 25 e os 35 anos e entre os 50 e os 65 anos. Nos visitantes, a média de idade situa-se entre os 47 e os 51 anos. Os dois grupos têm uma escolaridade elevada, estando bem informados sobre o território e a Rota do Românico. Possuem um nível cultural e um rendimento médio ou alto. São maioritariamente portugueses, com forte presença do norte de Portugal, no caso dos visitantes. Todavia, existem turistas provenientes de outras nacionalidades, como Dinamarca, Itália, Bélgica ou Canadá, mas com menor expressão quantitativa (Pinheiro, 2015).

Metodologia

O presente estudo, ao contrário do de Pinheiro (2015), baseia-se nos registos de entrada dos centros de informação da Rota do Românico, desde maio de 2010 (mês de abertura dos primeiros quatro centros de informação) a dezembro de 2016 (último mês de um ano civil completo de registos). Os registos em questão cadastram informações facultadas pelos visitantes e turistas que acederam, de forma livre e não agendada, aos centros de informação, nomeadamente a Faixa Etária, estruturada em quatro categorias (menores de 18 anos; entre os 19 e os 39 anos de idade; dos 40 aos 65 anos e, a última categoria, para maiores de 66 anos); Mês de visita e, por fim, a Localidade, sendo este item dividido em três categorias (Território da Rota do Românico, registando as entradas de visitantes e turistas dos doze concelhos do projeto; Nacionais, para os visitantes e turistas dos restantes concelhos portugueses e Estrangeiros, para outras nacionalidades). Nos itens Faixa Etária e Localidade, temos ainda a categoria Indeterminado para representar todos aqueles aos quais, por algum motivo, não foi possível, ao Técnico afeto ao centro de informação, perguntar ou determinar esses itens. Não vamos analisar os dados no que concerne ao sexo, habilitações literárias ou rendimentos, porque desde a criação dos registos, em 2010, que estas opções não foram consideradas. O mesmo sucedeu com a distinção entre visitante (que se desloca temporariamente a um sítio, no mesmo dia) e turista (aquele que pernoita).

Nesta análise, iminentemente quantitativa, foram excluídos os registos dos centros de informação de Paredes e o de Amarante, devido a poderem enviesar os dados. Como referido em secção anterior, o espaço de Paredes está mais vocacionado para atividades pedagógicas e culturais, abrindo ocasionalmente, enquanto o segundo, como está inserido numa loja multifuncional, é procurado pelos seus visitantes por variadas razões e não exclusivamente pela Rota do Românico.

Os registos não foram, até ao momento, objeto de análise pormenorizada na Rota do Românico. A entidade só tem usado os números totais para averbamento nos relatórios anuais de atividades. De assinalar, também, que os números a apresentar, apesar de globais e objeto de levantamento metódico, devem ser analisados com alguma relatividade, devido a terem sido registados ao longo dos anos por diversos profissionais e estagiários. Ou seja, estes dados devem ser encarados como um indicador e não como uma realidade absoluta, devendo, também, num futuro próximo, ser cruzados com as estatísticas e estudos elaborados pelo serviço de Turismo da Rota do Românico, referentes aos grupos com marcação, para se ter uma perceção mais aproximada sobre o perfil dos visitantes e turistas que visitam os monumentos do projeto.

Apresentação e Análise dos Dados

De maio de 2010 até dezembro de 2016, entraram 21.938 visitantes e turistas nos centros de informação da Rota do Românico.

Por Faixa Etária (ver Gráfico 1), e embora não se consiga saber em concreto a idade de 64% dos visitantes, os dados disponíveis permitem observar que os visitantes e turistas com idade entre os 19 e os 65 anos são os que acedem em maior número aos centros de informação. Estaremos, assim, a falar de indivíduos em idade laboral e que aproveitam os tempos livres para conhecer o património românico da região. Os seniores são, pelo contrário, os que menos acedem aos espaços. Estes dados são coincidentes com a análise efetuada por Pinheiro (2015), em virtude da maioria dos seus inquiridos também se situarem em faixas etárias abaixo dos 65 anos de idade.

Observando a evolução anual (ver Gráfico 2), constatamos que 2012 foi o melhor ano com 5.110 visitantes. Desde então, os valores têm decrescido, embora, em 2016, se tenha verificado uma ligeira recuperação. Para esta quebra de visitantes, a principal razão radica no fecho, sobretudo nos dias da semana, destes espaços. A ocorrência de serviços externos (visitas guiadas, oficinas pedagógicas...) e a perda de recursos humanos afetos aos centros têm condicionado o regular funcionamento destes espaços.

Se analisados estes números por espaços informativos (ver Gráfico 3), aferimos que o centro de informação de Vilar, seguido do espaço no Mosteiro de Pombeiro são os que mais entradas registam.

O centro de informação situado na Torre dos Alcoforados é o que menos acessos tem, porque foi o último a abrir ao público, em janeiro de 2016.

Uma das surpresas negativas encontra-se em Paço de Sousa. O centro de informação situa-se no interior da torre sineira do Mosteiro, classificado como monumento nacional desde junho de 1910. Para os fracos números deste centro de informação, importa considerar os motivos já mencionados para a quebra de visitantes a partir de 2013. De todos os centros de informação, este é um dos que se encontra melhor situado, devido à importância histórica e artística do mesmo. Acreditamos que a taxa de visitantes pode crescer, desde que se reúnam as condições necessárias.

No que diz respeito à proveniência dos visitantes e turistas que acedem aos centros (ver Gráfico 4), a sua maioria (49%) vive nos doze concelhos de intervenção do projeto. Seguem-se os que residem no restante território nacional, com 45%. Quanto aos visitantes e turistas nacionais, apesar de numa parte considerável não conseguirmos saber a sua origem (numa percentagem de 95%), nos restantes foi possível identificar 51 localidades de quase todas as regiões continentais e insulares. Temos visitantes de Alcácer do Sal, de Almada, de Castelo Branco ou de Lisboa. Contudo, a maior parte dos visitantes e turistas provêm dos concelhos da região norte e dos concelhos limítrofes ao território de intervenção do projeto. Os concelhos do Porto, Guimarães, Braga e Santo Tirso são disso exemplos. Estes dados, ainda que demonstrem que o projeto é conhecido em todo o país, reforçam, no entanto, o cariz regional do mesmo, pois a maior parte dos visitantes e turistas é dos concelhos da Rota do Românico e dos concelhos em seu redor.

O facto deste projeto se centrar em património intimamente relacionado com as comunidades locais (dos 58 monumentos, 45 são imóveis religiosos que maioritariamente funcionam como paroquiais) pode ser um motivo para a taxa elevada de visitantes locais. Testemunhos de visitantes locais dizem que foi com a Rota do

Românico que começaram a entender e a sentir de uma outra forma o mosteiro, a igreja ou a capela que frequentam habitualmente. Outro exemplo desta relação de proximidade ao património é a Torre de Vilar, que tem o centro de informação mais visitado. O espaço situa-se no interior da torre senhorial de Vilar, que, nas freguesias em seu redor, é conhecida popularmente por "Torre dos Mouros", incentivando a curiosidade para a visitar porquanto, segundo os locais, ajudou a defender a terra contra os mouros.

Os mesmos dados permitem também verificar que a projeção internacional é, por agora, reduzida. Do total de visitantes, apenas 6% são estrangeiros, provenientes de três continentes e de 18 nacionalidades: da Oceânia (Austrália e Nova Zelândia), das Américas (com visitantes do Brasil, Canadá e Estados Unidos da América) e da Europa. Das 18 nacionalidades, 13 são europeias. Temos visitantes e turistas lituanos, holandeses, austríacos e suíços. Todavia a Espanha, com 3,6% de entradas, seguida da França e Alemanha, cada um com 1,3% do total, são os três países com maior número de visitantes. Nestes números, e como verificado para os acessos locais e nacionais, notamos novamente a questão da proximidade: os turistas dos países mais próximos de Portugal são os que mais visitam a Rota do Românico.

No que concerne aos meses de visita (ver Gráfico 5), existem diferenças entre as três categorias de visitantes e turistas. Junho é o mês com mais visitantes e turistas dos doze concelhos da Rota do Românico. Por sua vez, agosto é o mês preferido para os nacionais e estrangeiros.

De destacar que os turistas estrangeiros não são sazonais, isto é, não visitam numa determinada época. Os dados revelam que as visitas são transversais a todo ano. É particularmente necessário mencionar este dado devido aos turistas espanhóis.

É comum considerar-se que na altura da Páscoa temos, nomeadamente no norte de Portugal, um aumento de turistas do reino vizinho. A este dado, devemos acentuar que os espanhóis são um povo que aprecia a arte românica. Sucede que os dados obtidos demonstram que essa procura não se sente de forma evidente neste projeto, nomeadamente nas visitas aos centros de informação. Se tivermos em consideração que a Páscoa acontece entre o dia 22 de março e o 25 de abril, nos dados referentes a estes dois meses constatamos que o número de espanhóis é inferior ao número de turistas do mesmo país, durante o mês de agosto.

Conclusões

Se por um lado este estudo confirmou algumas das conclusões de Pinheiro (2015) aquando da sua investigação, nomeadamente nas faixas etárias e proveniência dos visitantes e turistas; por outro lado, este estudo permite traçar o perfil de quem acede aos centros de informação e, deste modo, ajudar a aprofundar o perfil geral de quem visita a Rota do Românico.

Os números dos visitantes e turistas registados como indeterminados é um fator que inviabiliza uma análise mais concreta. Uma nova fórmula de recolher os dados nos centros de informação terá de ser encontrada, para que futuras análises sejam mais

assertivas. Deveria existir uma diferenciação entre visitantes e turistas. Os itens habilitações literárias, rendimentos e outros aspetos sociodemográficos deveriam ser também considerados nos novos registos.

Por razões históricas e artísticas, a Rota do Românico ocupa um lugar central na promoção turística dos vales do Sousa, do Douro e do Tâmega. É inegável a sua importância. Contudo, falta ganhar mais projeção, em virtude dos dados recolhidos demonstrarem um projeto conhecido sobretudo na região norte. Os visitantes locais e dos concelhos vizinhos são a maioria. A pouca afluência de visitantes do centro e sul do país e a taxa reduzida de estrangeiros ajudam a enquadrar esta visão.

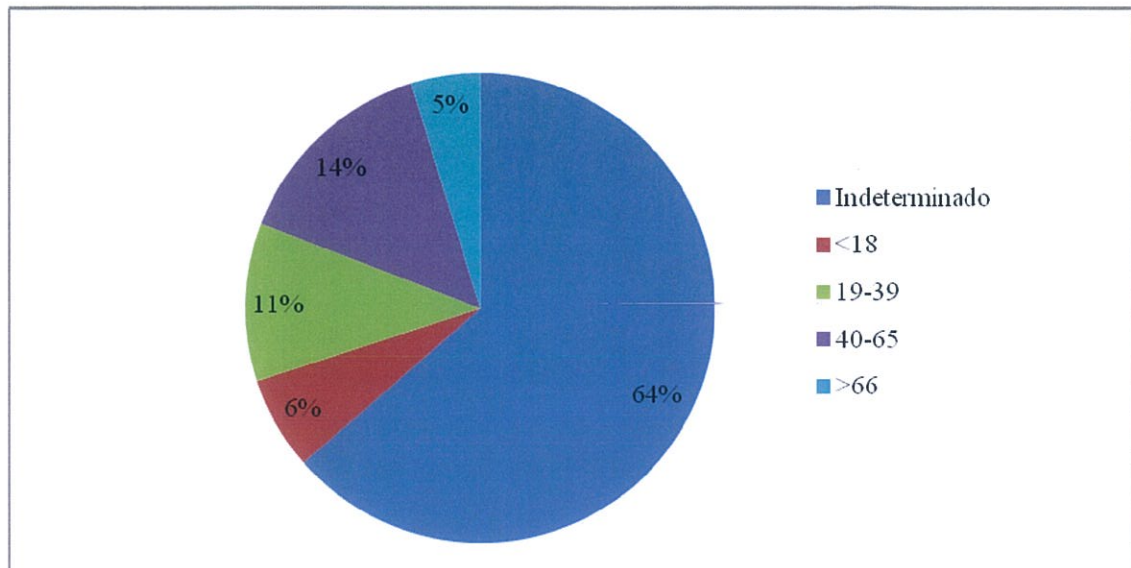
Uma nova campanha promocional do projeto, de abrangência nacional, poderia ser uma hipótese a considerar. Neste plano, os séniores devem ser tidos em consideração, por ser a faixa etária com menor representatividade. A estratégia seria reforçada com os centros de informação. Estes espaços podem desempenhar um papel proeminente no projeto. Embora os visitantes nos centros de informação estejam a decrescer desde 2013, consideramos que o total de entradas desde 2010 é francamente positivo, justificando a necessidade de se apostar nestes espaços, através de mais recursos humanos e, eventualmente, de novas funcionalidades. A sua abertura permanente, toda a semana, é recomendável, para promover turisticamente a região, com base numa arte que uniu povos aquando da Reconquista Cristã e que, agora, une doze concelhos.

Referências

- De Lucca Filho, V. & Viera, A. (2005). *Centros de informações turísticas: Revisão da literatura*. UCS (pp.1-9). Consultado em 19 dezembro 2016. Disponível em <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt7-centros-de-informacoes.pdf>.
- De Lucca Filho, V. (2003). *Serviços em centros de informações turísticas* (pp.1-5). Consultado em 19 dezembro 2016. Disponível em http://www.feg.unesp.br/~delamaro/quiosques/artigo_cit.doc.
- Dolmen (1993) - *Estatutos da Dolmen - Desenvolvimento Local e Regional*, CRL. Marco de Canaveses: Dolmen. Consultado em 15 de março de 2017. Disponível em <http://www.dolmen.co.pt/docs/AprEstatutosDolmen20160607.pdf>.
- Machado, R. & Magalhães, R. (2016). A humanidade do património histórico: A conservação e a salvaguarda na Rota do Românico. In XII Congresso Internacional sobre Patologia e Reabilitação de Estruturas, *Atas* (pp.1-9). Porto: FEUP.
- Marujo, N., Serra, Jaime & Borges, M. R. (2013). Turismo cultural em cidades históricas: A cidade de Évora e as motivações do turista cultural. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 6 (14),1-10.
- Morujão, M. R., & Fernandes, P. A. (2013). *Guia juvenil*. Lousada: Rota do Românico.
- Pinheiro, D. (2015). O perfil do turista no destino Rota do Românico. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 24, 21-28.
- Rota do Românico (2010-2016). *Registos de entradas dos centros de informação: 2010-2016*. Lousada: Rota do Românico. Arquivo.

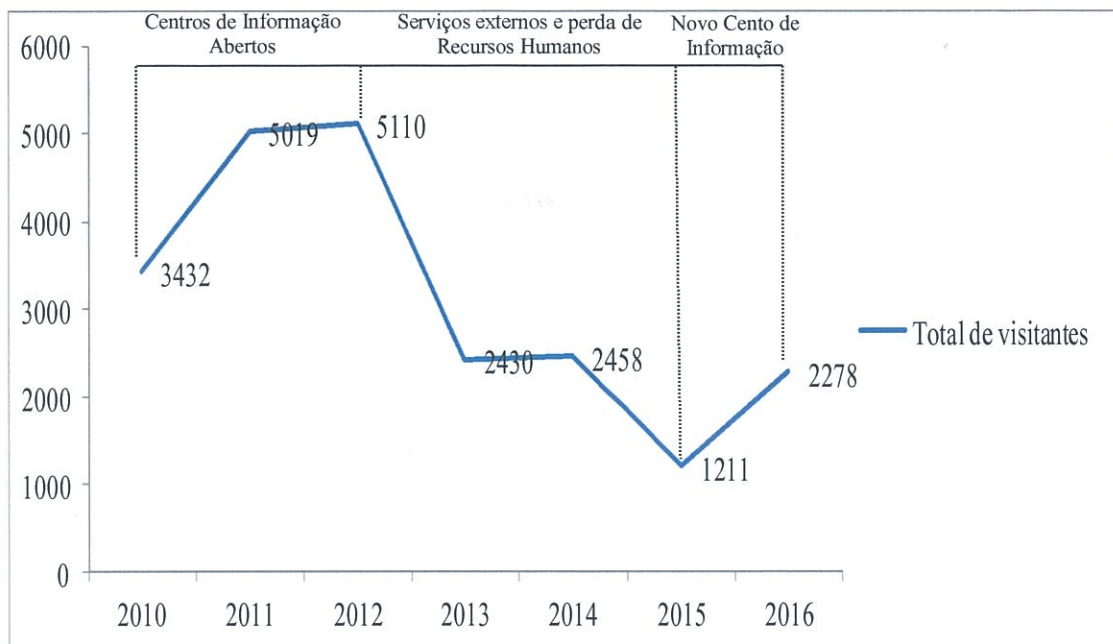
Rota do Românico (2011). *Rota do Românico*. Lousada: Rota do Românico. Consultado em 20 dezembro de 2016. Disponível em <http://www.rotadoromanico.com>.

Salgado, M., Godinho, A., & Milheiro, E. (2012). Informação turística: DMC Turismo Serra da Estrela. *Tourism & Management Studies*, 8, 88-98. Consultado em 20 dezembro 2016. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S218284582012000100010.



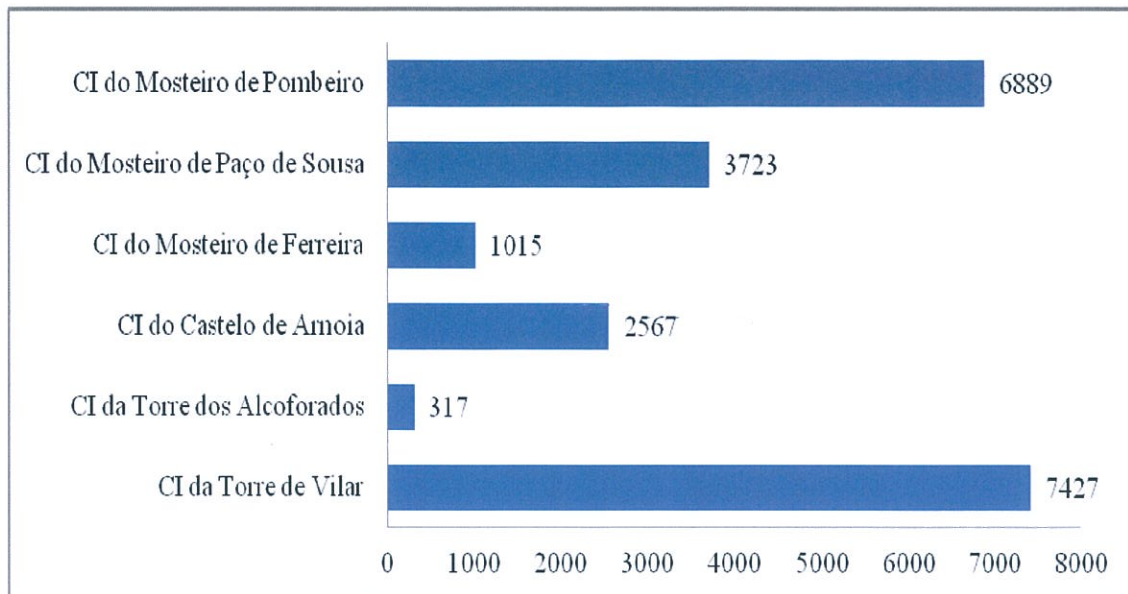
Fonte: Elaboração própria a partir de Rota do Românico (2010-2016)

Gráfico 1: Faixas etárias dos visitantes nos centros de informação (2010-2016)



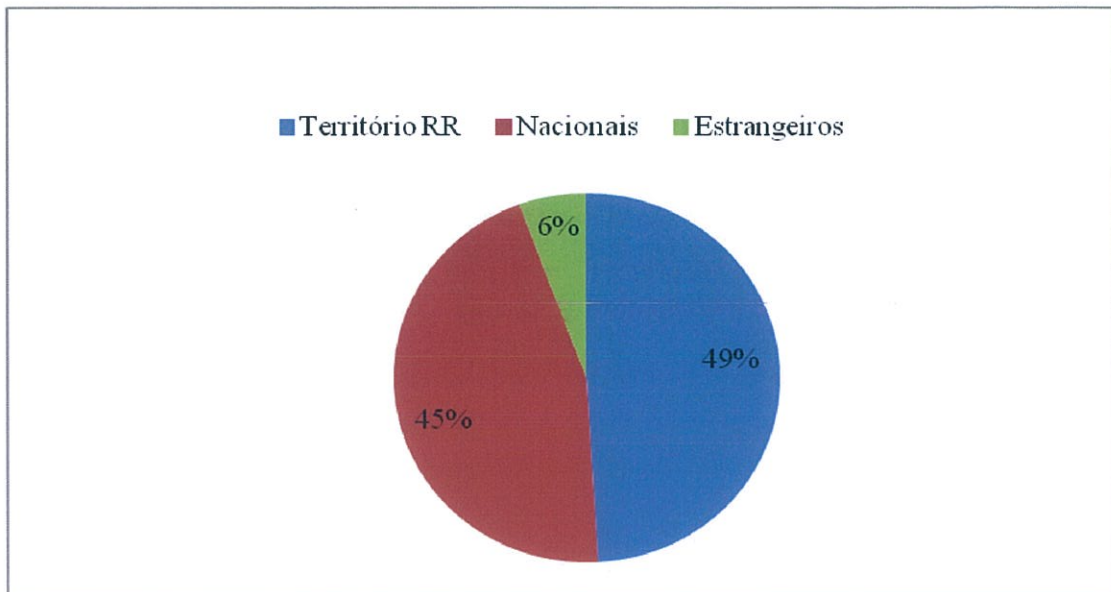
Fonte: Elaboração própria a partir de Rota do Românico (2010-2016)

Gráfico 2: Evolução anual das entradas nos centros de informação (2010-2016)



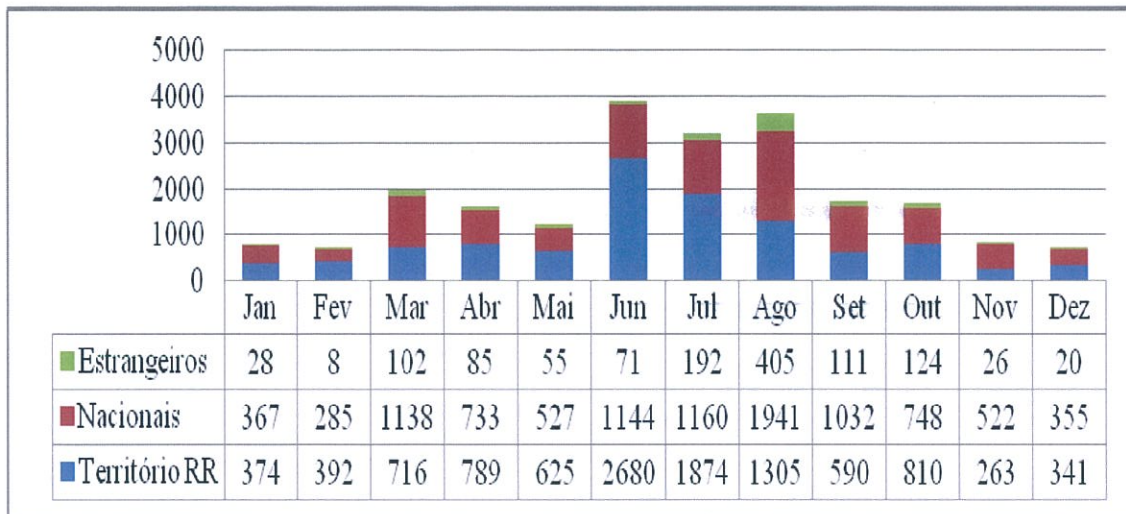
Fonte: Elaboração própria a partir de Rota do Românico (2010-2016)

Gráfico 3: Total de entradas nos centros de informação (2010-2016)



Fonte: Elaboração própria a partir de Rota do Românico (2010-2016)

Gráfico 4: Proveniência dos visitantes (2010-2016)



Fonte: Elaboração própria a partir de Rota do Românico (2010-2016)

Gráfico 5: Total de entradas, por mês, nos centros de informação (2010-2016)