

CONTRIBUIÇÕES PARA O DISCURSO CRIATIVO NA CIDADE DE SANTARÉM

CONTRIBUTIONS TO THE CREATIVE DISCOURSE IN THE CITY OF SANTARÉM

Rui Carvalho

ISLA Santarém

ruicarvalho@islasantarem.pt

Resumo

A criatividade tem sido apontada em inúmeros estudos turísticos como fator de regeneração urbana, de inovação territorial e como forma de diferenciação de destinos turísticos detentores de uma riqueza cultural tangível e intangível. O turismo criativo tem permitido de variadíssimas formas (aposta em clusters criativos, nas industriais criativas, criação de eventos, utilização criativa dos espaços, criação de atmosferas e experiências criativas) não apenas o desenvolvimento de competências por parte dos vários agentes do ecossistema criativo (ex: através da cocriação, consumo especializado), mas também uma distinção em relação aos destinos de turismo cultural tradicionais.

A cidade de Santarém, localizada no centro de Portugal, desempenha um papel importante no turismo nacional, onde o seu património histórico-cultural constitui um papel fundamental na ativação dos recursos turísticos de base local e regional, contribuindo para a formação de uma oferta turística forte e coesa. Baseado no trabalho desenvolvido pelo autor sobre o potencial do turismo criativo na região do Médio Tejo, a presente investigação exploratória tem como objetivo contribuir para combater as lacunas da literatura de turismo criativo acerca da oferta e procura criativas na região e concorrer para a possível ativação de recursos tangíveis e intangíveis, capazes de serem adaptados aos pressupostos do turismo criativo presentes naquela cidade e região. Apesar da escassez de estudos sobre turismo criativo e esta região, é o objetivo desta pesquisa exploratória contribuir para o desenvolvimento efetivo deste nicho de mercado.

Para tal, foi analisado o novo Plano de Valorização Turística para o Município de Santarém lançado no final de 2018 e confrontado com os pressupostos do turismo criativo. O autor procedeu assim à consulta de dados secundários complementares (websites institucionais, website do município, das entidades regionais de turismo, de projetos criativos em desenvolvimento, entre outros) e à técnica de análise de dados de forma a analisar o “discurso” criativo presente no documento. Confrontando estudos anteriores sobre o potencial do consumo especializado de experiências criativas em festivais culturais no Médio Tejo, a abordagem criativa ao Festival Nacional de Gastronomia de Santarém e o documento estratégico referido anteriormente, o autor procurou analisar o discurso criativo presente na principal estratégia turística da cidade para os próximos anos.

Apesar de se tratar de uma pesquisa exploratória, foi possível ao autor destacar a escassa menção à criatividade e economia criativa no documento analisado, apesar de algumas exceções em relação a algumas das áreas estratégicas apontadas no plano estratégico. A abordagem criativa do turismo é mencionada principalmente em relação ao produto da gastronomia e do vinho (residências gastronômicas-criativas) e em termos de requalificação do centro histórico, eventos e programação cultural para a cidade. Deve-se acrescentar uma estratégia criativa, às iniciativas indicadas no documento, permitindo assim a ativação de recursos culturais tangíveis e intangíveis, contribuindo, portanto, para a elaboração de experiências criativas, para potencializar a participação ativa do turista de formas inovadoras. O maior evento gastronômico da cidade deve contar com uma dimensão gastronômica cosmopolita e cocriação como um processo fundamental de interação com os turistas através de experiências criativas. A regeneração do centro histórico deve ser desenvolvida de forma a combinar iniciativas como o “Verão In. Str... é um espanto!” com indústrias culturais e criativas, técnicas de *storytelling*, eventos criativos que contribuam para a criação de um ambiente criativo na cidade, entre outras iniciativas criativas.

Palavras-chave: *Criatividade, Turismo Criativo, Plano estratégico de turismo, Santarém*

Abstract

Creativity has been pointed out in many tourist studies as a factor of urban regeneration, territorial innovation and as a form of differentiation of tourist destinations with a tangible and intangible cultural richness. Creative tourism allows in a wide variety of forms (creative clusters, creative industries, creative events, the creative use of spaces, the creation of atmospheres and creative experiences) not only the development of skills by various agents of the creative ecosystem (ex: through co-creation and specialized consumption), but also a distinction in relation to traditional cultural tourism destinations.

The city of Santarém, located in the centre of Portugal, has an important role in national tourism, where its historical and cultural heritage plays a fundamental role in the activation of local and regional tourism resources, contributing to the formation of a strong tourism supply. Based on previous work developed by the author on the potential of creative tourism in the Médio Tejo region, this exploratory research aims to fill the gap in creative tourism literature about creative supply and demand in the region and contribute to the possible activation of tangible and intangible cultural resources, capable of being adapted to the basis of creative tourism present in that city. Despite the scarcity of studies on creative tourism in this region, it is the objective of this exploratory research to contribute to the development of this niche market.

To this end, the new Strategic Tourism Plan for the Municipality of Santarém, presented at the end of 2018, was analyzed. The author proceeded to consult complementary secondary data (institutional websites, the municipal website, regional tourism entities, active creative projects, among others) and used data analysis technique in order to analyze the creative "discourse" present in the document. Building on previous studies, about the potential of the specialized consumption of creative experiences in cultural festivals in the Médio Tejo region, the creative approach to the National Gastronomy Festival in Santarém and the strategic document referred above, the author sought to analyze the creative discourse present in the city's main tourist strategy for years to come.

In spite of this exploratory research, it was possible for the author to highlight the scarce mention of creativity and creative economy in the analyzed document, despite some exceptions in relation to some of the strategic areas pointed out in the strategic plan. The creative approach to tourism is mentioned mainly in relation to the product of gastronomy and wine (gastronomic-creative residences) and in terms of the requalification of the historical centre, events, and cultural programming for the city. It should be added a creative strategy, to the initiatives indicated in the document, thus allowing the activation of tangible and intangible cultural resources, contributing, therefore, to the elaboration of creative experiences, to enhance the active participation of the tourist in innovative ways. The largest gastronomic event in the city should include a cosmopolitan gastronomic dimension and co-creation as a fundamental process of interaction with tourists through creative experiences. The regeneration of the historic centre should be developed by combining initiatives such as the "Verão In. Str ...é um espanto!" with cultural and creative industries, storytelling techniques, creative events contributing to the creation of a creative ambience in the city among other creative initiatives.

Keywords: *Creativity, Creative Tourism, Strategic Tourism Plan, Santarém*