



Munich Personal RePEc Archive

Tourism and the city: urban as a tourist product

Cruz, Ana Rita and Pinto, Hugo

University of the Algarve

June 2008

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/13477/>

MPRA Paper No. 13477, posted 18 Feb 2009 14:28 UTC

A CIDADE E O TURISMO: O URBANO COMO PRODUTO TURÍSTICO

TOURISM AND THE CITY: URBAN AS A TOURIST PRODUCT

ESTE TEXTO É UMA REVISÃO DA COMUNICAÇÃO APRESENTADA NO X
SEMINÁRIO HISPANO-LUSO DE ECONOMÍA EMPRESARIAL EM HUELVA NO
DIA 13 DE NOVEMBRO DE 2008.

Ana Rita Cruz – arcruz@ualg.pt

Universidade do Algarve¹

Hugo Pinto – hpinto@ualg.pt

CRIA – Centro Regional para a Inovação do Algarve (Universidade do Algarve)

CES – Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra²

Resumo:

O turismo urbano é um segmento com uma relevante expansão, assumindo um papel importante na revitalização e na promoção do desenvolvimento económico nas cidades. A comunicação tenta explorar alguns temas relevantes na análise do urbano e da sua interligação com a actividade turística. É apresentada de forma sintética a evolução temporal dos padrões de crescimento urbano, as representações e o conceito de cidade e alguns modelos de desenvolvimento espacial das cidades. No final o turismo urbano é apresentado e discutido, evidenciando as suas relações com o sistema de turismo e a afirmação da cidade enquanto produto turístico. Os temas desenvolvidos no artigo explicitam por um lado o interesse do turismo urbano para o planeamento da cidade enquanto sistema de actividades capaz de promover o desenvolvimento económico, e por outro, a pertinência em estudar este tema utilizando referenciais teóricos e metodológicos transdisciplinares, que misturem vários contributos, da Sociologia à Economia, e que consigam captar de forma mais rica a natureza diversa do turismo e da cidade.

Palavras-chave:

Cidade, Turismo Urbano, Crescimento Urbano, Sistema de Turismo, Produto Turístico.

¹ Mestranda em “Gestão e Desenvolvimento dos Destinos Turísticos”

² Integrado no âmbito do Programa “Governança, Conhecimento e Inovação” beneficia de uma bolsa de Doutoramento da FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia na área científica PACT – Promoção e Administração de Ciência e Tecnologia (referência SFRH/BD/35887/2007)

Abstract:

The urban tourism is a segment with a relevant expansion, assuming an important role in the revitalization and in the promotion of economic development in cities.

The following communication tries to explore some crucial issues in the analysis of the urban dimension and its interconnections with the tourism activities. The evolution of growth urban patterns, the representations and concept of city and models of spatial development are synthetically presented. Urban tourism is presented and discussed, the relations with the tourism system and the affirmation of city as a tourism product. The ideas presented in the communication stress the interest of urban tourism to city planning as a set of economic activities capable of promoting the economic development. The communication also underlines the pertinence in studying these phenomena using transdisciplinary theoretical and methodological frameworks that mix contributes from Economics to Sociology, capturing in a richer way the diversity of tourism in urban areas.

Key-words:

City, Urban Tourism, Urban Growth, Tourism System, Tourism Product.

INTRODUÇÃO

O turismo é assumido como actividade económica de extrema importância para o desenvolvimento territorial. Quer no Algarve quer na Andaluzia o turismo tem sido alavanca importante para um crescimento económico muito expressivo. No entanto, muitas críticas têm sido apontadas ao actual modelo de desenvolvimento turístico destas regiões baseado essencialmente num produto oferecido de baixo valor acrescentado e intimamente relacionado com o “sol e praia”. Tem sido conseqüentemente apontada a necessidade de diversificação do sector com o surgimento de novos produtos complementares. Um dos segmentos turísticos que tem tido um forte crescimento é o turismo urbano.

Este texto procura, de forma exploratória, debater alguns dos pontos importantes numa análise do turismo urbano, do ponto de vista da economia e do planeamento mas tentando manter uma ancoragem forte em autores ligados à Sociologia Urbana. Para este efeito organiza-se em torno de três pontos principais. O primeiro ponto é composto por uma análise da evolução temporal dos padrões de crescimento urbano, mostrando alguns dos aspectos caracterizadores das primeiras cidades dos vales do Nilo, do Tigre do Indo, às cidades industriais e chegando à cidade contemporânea. São também destacados alguns aspectos relacionados com as alterações urbanas em Portugal. Um segundo ponto explora as representações da cidade, como o seu conceito não é linear e como esta se apresenta como uma realidade em mutação com dinâmicas variadas de diferentes dimensões analíticas – económicas, sociais, culturais e políticas. A cidade pode ser representada enquanto um mosaico, tal como foi pelos investigadores da Escola de Chicago, ilustrando a estruturação espacial que reflectia determinantes socio-económicos e étnicos. São rapidamente apresentados modelos de desenvolvimento espacial das cidades. No terceiro ponto são introduzidas algumas das questões centrais para o turismo urbano. É apresentada e discutida a noção de sistema urbano evidenciando as relações de cidade e turismo. No final desta secção é abordado o turismo urbano enquanto produto turístico.

1. EVOLUÇÃO DOS PADRÕES DE CRESCIMENTO URBANO

O crescimento urbano, e a sua evolução, têm sido ao longo do tempo objecto de análise de variadas disciplinas. Para compreender as tendências de desenvolvimento e ordenamento urbano nas cidades é necessário entender também quais os fenómenos que os influenciam, tais como: o comércio, a indústria, o turismo, a globalização, as crises económicas e energéticas, entre outros.

A abordagem de Giddens (2002) sugere que as primeiras cidades têm origem cerca de 3500 a.C., nos vales do Nilo, no Egipto, do Tigre, no que hoje é o Iraque, e no Indo, onde fica o Paquistão. Roma, com cerca de 300 000 habitantes, foi de longe a maior cidade antiga, fora da China. A arrumação das cidades antigas, apesar da diversidade de civilizações, sempre apresentou aspectos comuns. As muralhas existiam com uma dupla função: constituíam defesa militar mas também separavam a comunidade urbana e rural; o centro da cidade era constituído, geralmente, por um espaço público amplo, que incluía um mercado funcionando como espaço de comércio. No centro das cidades os edifícios tinham um carácter predominantemente religioso ou político (templos, palácios ou tribunais) e aqueles que se destinavam a habitação eram propriedade de governantes ou elite. As classes menos privilegiadas habitavam a periferia. Era também frequente nestas cidades, os diferentes grupos religiosos ou étnicos ocuparem bairros separados onde não só viviam mas também trabalhavam. As ruas não eram mais do que passagens, embora algumas fossem já amplas e permitissem a existência de sistemas rodoviários (somente com fins militares). Por este motivo na cidade tradicional a comunicação era lenta e muito limitada.

Na análise temporal dos padrões de crescimento urbano podem identificar-se vários momentos. Segundo Henriques (2003) os motores de desenvolvimento das cidades foram ao longo do tempo o comércio, a indústria e mais recentemente o turismo. O modelo das cidades assentes no comércio desenvolveu-se até ao século XVIII momento a partir do qual a revolução industrial veio dar à fábrica uma importância central no desenho das cidades. Neste contexto até à primeira metade do século XX assistiu-se à ascensão da cidade industrial paralelamente a um inevitável processo de urbanização e fuga para as cidades (que sustentava a indústria), dando origem a uma especialização funcional e social dos espaços. A partir dos anos 70 do século passado a crise petrolífera desacelerou o ritmo de crescimento das cidades sendo um ponto de ruptura com o paradigma da cidade industrial e do Fordismo enquanto modelo caracterizador da actividade económica. Na década de 80 com o relançamento da economia começou a dar-se um processo de reestruturação de muitas cidades (actividades, estilos de vida, entre outros), que conduziu ao fortalecimento de identidades próprias. Nos anos 80 e 90 o turismo afirma-se como actividade central para as cidades.

Em Portugal, as primeiras cidades correspondiam apenas às sedes de diocese. Na Idade Média apenas nove povoações possuíam esse estatuto: Braga, Porto, Viseu, Lamego, Guarda, Coimbra, Lisboa, Évora e Silves. Mais tarde, a outras vilas também foi atribuído o estatuto de cidade devido a questões demográficas, económicas ou religiosas. A promoção das povoações a cidade, em Portugal, pelo poder central foi sempre relativamente comedida, no entanto, a partir de 1974 (com a legislação aprovada depois da Revolução de Abril) até à actualidade, o número de cidades elevou-se de apenas 43 para 150. Gaspar, Henriques e Vale (1998) mostraram as reconfigurações económicas e sociais relacionando com as recentes alterações urbanas em Portugal. Esta análise é ilustrada pelo mapa da figura 1, onde se evidencia a tendência para o despovoamento do interior e a metropolização de grande parte do litoral do continente.

As diferenças entre as cidades tradicionais e as cidades tal como se apresentam actualmente são facilmente identificadas: de um modo geral, nos países industrializados, 60 a 90% da população vive actualmente em zonas urbanas, sendo que também nos países em vias de desenvolvimento a tendência para a urbanização dos espaços é crescente. Por outro lado, há um fenómeno que permanece como elemento identificativo de uma cidade – é que esta constitui-se como tal por oposição ao campo. A segregação de espaços, comunidades, indivíduos foi sempre um elemento caracterizador da cidade: criaram-se espaços para abastados e pobres, espaços para lazer e trabalho, entre outros. É neste contexto que se identifica o problema comum às cidades actuais e às cidades tradicionais: segregação e as grandes distâncias socio-espaciais.

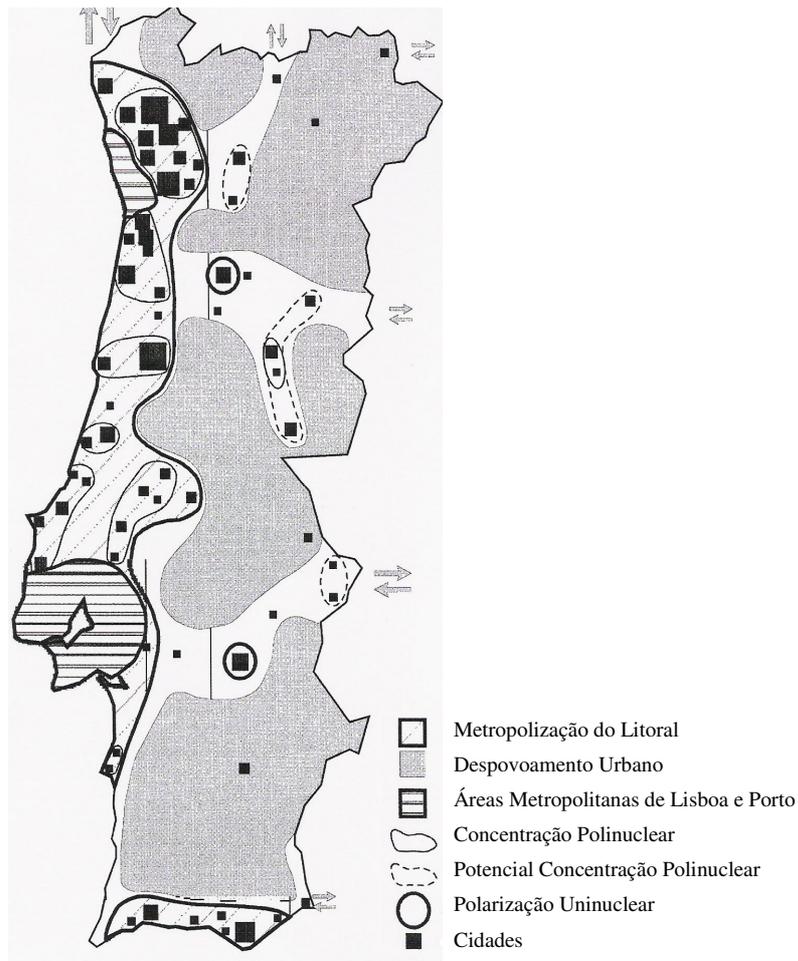


Figura 1 – Organização Espacial de Portugal

Fonte: Gaspar, Henriques e Vale (1998: 72)

No ponto seguinte é elaborada uma reflexão em torno do conceito de cidade que permite identificar as diferentes formas de organização física destes espaços, através de abordagens de vários autores, analisar os critérios que admitem que um determinado local seja categorizado como uma cidade, bem como a importância que determinadas cidades ganham relativamente a outras.

2. REPRESENTAÇÕES DA CIDADE

Na actualidade a urbanização é um traço caracterizador de como as sociedades se organizam. Segundo Henriques (2003: 32) estima-se que aproximadamente, à escala global 46% da população mundial reside em áreas urbanas, projectando-se para 2030 um valor de 61%.

As cidades são espaços de diversidade, complexos e com dimensões variadas. Como refere a autora “[a] cidade é uma realidade em mutação, uma vez que qualquer representação que se faça dela tende a ser transitória.” Uma cidade tem dinâmicas económicas, sociais, culturais, políticas, dependendo fortemente das diferentes características da cidade: a dimensão, a densidade, as diferenças funcionais. Uma definição síntese de cidade deverá incorporar não só os elementos comuns mas também os elementos que podem variar na sua realidade.

O conceito de cidade não é linear. Existem vários factores que têm influência na discussão dos critérios que fazem de um determinado espaço uma cidade havendo por isso mais do que uma definição de cidade que varia consoante o país e a cultura.

Os critérios para se considerar uma comunidade urbana como uma cidade estão dispersos por países e organizações, segundo a legislação em vigor em cada país, por exemplo:

Na Dinamarca bastam 250 habitantes para uma comunidade ser considerada uma cidade;

Na Islândia, apenas 300 habitantes;

Em França, é necessário um mínimo de 2 mil habitantes;

Em Portugal e Espanha, a partir de 10 mil habitantes tem-se uma cidade;

A Organização das Nações Unidas considera uma cidade apenas as áreas urbanizadas que possuam mais de 20 mil habitantes.

Os primeiros estudos sociológicos sobre a vida urbana desenvolvem-se sobre a problemática da extensão da pobreza e das diferenças entre os bairros das cidades. A partir daí cresceu uma corrente sociológica, designada Escola de Chicago (que integrou dois importantes contributos de Robert Park e Louis Wirth), que estudou a cidade de Chicago devido ao elevado grau de desenvolvimento que apresentava e, simultaneamente, às fortes desigualdades sociais verificadas. Os sociólogos membros desta corrente de pensamento usaram a imagem de um mosaico como metáfora para explicar o conceito de cidade, justificando que esta comparação designava a distribuição residencial dos grupos sociais e das comunidades étnicas no meio urbano. Segundo Wirth (Wirth, 1938 cit. in Giddens, 2002):

O grau em que podemos considerar o mundo contemporâneo como «urbano» não depende inteira ou adequadamente da proporção da população total que vive nas cidades. A influência que as cidades exercem sobre a vida social e humana é maior do que o rácio da população urbana indica, pois a cidade é não só o local de habitação e de trabalho do homem moderno, como constitui o centro de fomento e de controlo da vida económica, política e cultural que levou as comunidades mais remotas do mundo para a sua órbita e transformou num cosmos lugares, pessoas e actividades diversas.

Uma outra definição de cidade surge com Grafmeyer (1994: 13) que explica que a cidade de uma forma imediata é nada mais do que “um reagrupamento de populações e de actividades duravelmente estabilizadas sobre um território restrito”. A cidade é simultaneamente território e população configurada pelo nó de relações entre os seres sociais.

A forma como a cidade se desenvolve e cresce é também enfoque de análise para Grafmeyer (1994), que mostra a figura da centralidade como um dos aspectos caracterizadores do seu desenvolvimento concêntrico. Esta centralidade é potenciadora da regulação das trocas económicas, do poder, das regras de coexistência, da divisão técnica e social do trabalho, dos locais de cultura e lazer e, também, dos serviços oferecidos no centro da cidade. É por isso de esperar que as comunidades urbanas constituam o subúrbio da cidade, pois o crescimento geográfico e territorial da cidade desenvolve-se em torno do centro.

A partir desta visão é possível verificar uma analogia com o modelo de von Thünen sobre a Teoria da Localização Agrícola. Esta teoria foi desenvolvida no século XIX (1826) pelo geógrafo alemão von Thünen e, de um modo geral, aponta para o desenvolvimento concêntrico do espaço urbano, a partir do centro, em função dos preços. Ou seja, existindo uma relação entre a forma como se processa o uso do solo em áreas urbanas e rurais, a lógica de localização é dominada pela possibilidade de pagar por localizações mais próximas do centro (figura 2). Assim, e tendo em conta a extensão de solo que determinadas actividades necessitam, não possuem capacidade para se localizar próximas do centro (Lopes, 2001).

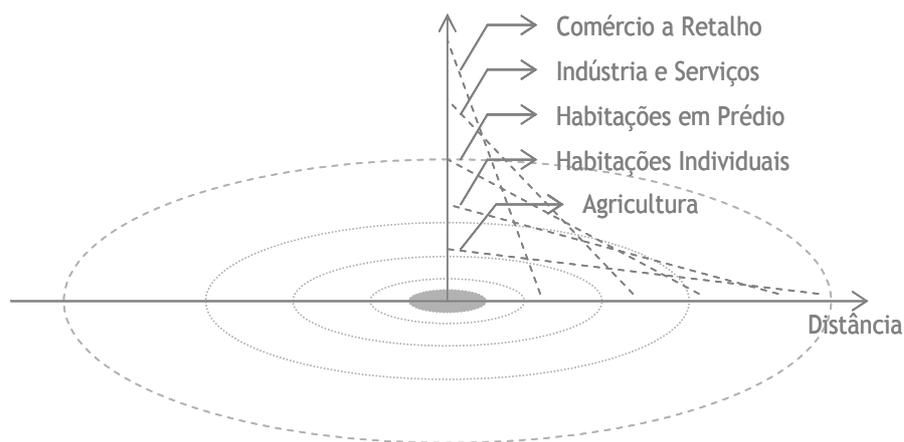


Figura 2 - Utilização do Solo Urbano

Fonte: Adaptado de Lopes, 2001: 250

Uma pergunta relevante introduzida por Law (2002: 27) é porque se tornam alguns lugares importantes e outros menos. Existem duas influências importantes que segundo o autor devem ser referidas. A primeira influência é a chamada base económica – as cidades crescem porque são capazes de produzir bens e serviços e integrar-se nos fluxos comerciais. Esta razão é bastante evidenciada pela expansão das cidades industriais no século XIX e na primeira metade do século XX. O carácter da indústria depende de local para local derivando de recursos locais, comunicações e população (como as qualificações ou estrutura etária). Deste modo geram-se diferentes tipos de cidades, por exemplo, as cidades navais ou as metalúrgicas. A dependência destes diferentes tipos de recursos humanos e naturais e a sua distribuição assimétrica origina padrões diversificados de cidades. A segunda influência foca o que se designa por teoria dos lugares centrais – que mostra como as cidades se organizam em torno das principais actividades (como explicitado pelo modelo clássico de von Thünen e alargado posteriormente por outros autores como Christaller). A abordagem ecológica da análise urbana, desenvolvida pela Escola de Chicago, revela que o crescimento das cidades acontece de acordo com as características do meio ambiente. Por exemplo, as cidades do litoral tendem a desenvolver-se em torno do porto. Park (1952) defendia que os padrões de localização, movimento e realocação das cidades eram consequência do desenvolvimento de diferentes bairros a partir dos ajustamentos feitos pelos habitantes, à medida que tentavam sobreviver e lutar por melhores condições de vida. No entanto, esta é também uma abordagem que encontra enquadramento no desenvolvimento concêntrico das cidades. Park (citado em Giddens, 2002), estabeleceu que o desenvolvimento das cidades, sendo principalmente consequência do aumento da população, ocorre a partir das zonas centrais (caracterizadas pela mistura entre empresas e edifícios decadentes de habitação), formando anéis com características idênticas e que os tornam homogêneos. O anel seguinte às zonas centrais integra bairros antigos que alojam trabalhadores manuais com estabilidade laboral e, logo depois, os subúrbios. Hawley (1968), sucessor de Park na abordagem ecológica, tornou mais abrangente a sua visão ao considerar não só a habitação mas também, a diferenciação e especialização de cada espaço (ou anel) urbano. Cada grupo social desempenha um papel específico do qual muitos outros grupos dependem ou vice-versa, determinando assim a sua localização. Os grupos económicos (bancos, seguros, entre outros), por exemplo, fornecem serviços-chave para a comunidade e é nessa lógica que se localizam no centro (Giddens, 2002).

Paradoxalmente, a expansão dos subúrbios e das cidades dormitório tem contribuído para a decadência dos centros urbanos. O comércio tende a mudar-se para longe do centro e desta

forma estabelece-se um ciclo de deterioração, no qual quanto mais se expandem os subúrbios progressivamente mais aumentam os problemas dos que habitam os centros das cidades (aumentam as taxas de criminalidade e de desemprego, tornando indispensável aumentar as despesas com a segurança social e policiamento). Assim, quanto mais se expandem os subúrbios maior é a crise dos centros urbanos.

Actualmente a análise urbana tem de associar aspectos globais e locais, uma vez que os factores que influenciam o desenvolvimento urbano local fazem parte de processos de grande alcance e, do mesmo modo, as mudanças que se verificam cada vez com mais frequência nas cidades, reflectem as alterações que surgem a nível internacional (Giddens, 2002).

As cidades podem representar desde territórios que se assumem como verdadeiros países ou espaços mais exíguos em termos populacionais. Mesmo cidades com a mesma dimensão podem ter identidades próprias de graus distintos. Uma grande cidade dormitório tende a ter menor identidade própria quando comparada com uma cidade com o mesmo nível populacional mas que seja, por exemplo, a capital regional. A dinâmica de uma cidade não é indiferente ao que acontece nas cidades vizinhas e às cidades com que se relaciona. O que acontece nas cidades, potenciando o desenvolvimento ou não, dependente de numerosos factores e actores intervenientes, quer traços mais físicos quer outros de natureza intangível.

3. TURISMO URBANO

3.1 Sistema de Turismo

A delimitação do turismo é uma tarefa difícil: é um sector transversal onde a oferta é constituída por um complexo de actividades cuja procura resulta de motivações variadas e em constante mudança. Várias actividades do sector são utilizadas pelo turista em regime de ‘não-exclusividade’, ou seja, fornecendo bens e serviços que também servem os residentes. Certas actividades são facilmente identificáveis como turísticas, as agências de viagens, os operadores turísticos, a hotelaria; algo que se torna mais difícil se analisarmos a restauração, os transportes públicos, as acessibilidades, os serviços recreativos, desportivos e culturais, entre outros. Deste modo o turismo é um sector que envolve transversalmente, directa e indirectamente, múltiplas actividades económicas da região e que tem um forte efeito multiplicador. A complexidade de actuar estrategicamente no turismo deriva da grande quantidade de actores que envolve, e que têm de ser compreendidos como elementos muito importantes para o desenvolvimento de todo o sector. As empresas, as câmaras municipais, as agências de desenvolvimento, e outros agentes institucionais assumem todos papéis centrais no desenvolvimento do sector, que será apenas possível com um elevado esforço de concertação.

Segundo Bull (1992) apesar das discordâncias sobre a delimitação do turismo existem elementos que todos consideram fundamentais: as necessidades e motivações dos turistas, a selecção de destinos, viajar para fora de casa, a interacção entre visitantes e operadores turísticos, e finalmente os impactos sobre os turistas, a comunidade, a economia e o ambiente. Esta visão sistémica pode ser o ponto de partida para uma abordagem integrada do sector, de modo a influenciar a decisão e planeamento das actividades. Mill and Morrison (1985), Gunn (1988) e Edgell (1984, 1990), alguns dos autores pioneiros na aplicação de sistema ao turismo, sugerem que o sistema de turismo é composto por quatro componentes: mercado, viagens, destinos e marketing. O mercado examina a decisão de viajar ou de praticar turismo. Assim os modelos do comportamento do consumidor são mecanismos de análise dos processos que estão na base das escolhas e decisões dos turistas: para onde, quando e como viaja, a procura turística. As viagens analisam os fluxos turísticos prevendo a sua evolução, os

grandes segmentos e os tipos de transporte utilizados, que resultam no conhecimento do formato da procura turística. Os destinos, englobando as atracções e serviços, devem saber actuar interactivamente, através de uma estratégia clara e um ambiente regulador favorável. O Marketing é o meio através do qual as áreas-destino chegam aos potenciais visitantes e mercados. O sistema básico de turismo não opera isolado, sofre a influência de numerosos factores externos tais como: a extensão e a qualidade dos recursos naturais e culturais, o tecido empresarial, a capacidade de organização e governação. Licínio Cunha (2006) defende que o sistema funcional de turismo constitui o fulcro de todo o desenvolvimento da actividade turística uma vez que reflecte as interacções que se estabelecem entre os elementos que o integram. De um modo geral, o sistema de turismo está em interacção com outros sistemas (económico, social, político legal, tecnológico e ecológico) e é composto por vários sub-sistemas: o sujeito turístico e o objecto turístico (a empresa, a localização, entre outros), e por este motivos a complexidade do sistema de turismo é um todo que não pode ser entendido através de um olhar unilateral, Baud-Bovy (1982).

A visão sistémica do turismo admite apontar para uma indústria turística sendo esta constituída por uma grande diversidade de organizações que oferecem bens e serviços aos visitantes. Bull (1992) à semelhança de Holloway (1989) tentou classificar esta indústria em sectores propondo a seguinte estrutura: transportes, alojamento, atracções construídas, serviços de suporte ao sector privado, serviços de suporte ao sector público e intermediários. Em Portugal a necessidade de criar uma divisão por sectores da indústria tem sido sentida, tendo existido algumas tentativas de construir uma Conta Satélite de Turismo (CST). Os sectores identificados para a CST são o alojamento, os transportes, a restauração, as rent-a-car, os serviços recreativos e de lazer, os serviços culturais e as atracções. Em sentido estrito o turismo não é uma indústria. A diversidade faz com que as receitas e custos associados ao sector estejam dispersas por um leque alargado de actividades. O turismo é marcadamente associado ao sector dos serviços, por definição fornecendo um produto de natureza intangível. As PME's predominam, situação que tem desvantagens - associadas principalmente à limitada dimensão comercial e pouca capacidade de negociação, e vantagens – tendência para as receitas permanecerem no destino. Os agentes turísticos são caracterizados por uma forte interdependência que pode ser rentabilizada caso se efectue uma combinação de esforços que resultem na clusterização. A criação de parcerias estratégicas pode ser vista como um factor-chave para potenciar o investimento. Os projectos a desenvolver deverão ter uma lógica integrada, geradores de massa crítica em empresas, saberes e estruturas de apoio capazes de acrescentar valor. Os projectos ancorantes de desenvolvimento serão aqueles que evidenciam capacidade para criarem polarizações de actividades, contribuindo para a estruturação da oferta turística e na consolidação dos fluxos de investimento.

A visão sistémica do turismo tem importantes consequências de política. Soluções parciais puramente técnicas não são viáveis uma vez que o planeamento exige a noção das interacções internas e externas do sistema. O planeamento deverá ser um processo estratégico, socialmente construído através de uma aproximação holística. As políticas devem ser objecto de compatibilização com as especificidades sociais económicas e físicas de cada destino.

3.2 Turismo e Cidade

A relação entre cidade e turismo esteve até há pouco tempo confrontada com uma visão que encarava a cidade como espaço apenas emissor de turistas. Esta concepção estruturou-se nos anos 50 e 60 (do século XX) como refere Henriques (2003) com base em estudos que focavam o aumento da procura turística e o estilo de vida urbano. O turismo era visto como uma fuga da cidade, abandonar o urbano para regressar ao campo, à serra ou ao mar. O meio

urbano era um espaço adverso para o lazer, associado principalmente ao trabalho, em particular as indústrias.

A partir da década de 70 começou a construir-se a imagem da cidade que compatibilizava a emissão e atracção de turistas. A cidade enquanto destino turístico constituiu uma política com vista à inversão do processo de declínio que muitas atravessavam. Os anos 80 e 90 consolidam o turismo urbano como actividade com impacto importante na dinâmica económica, geradora de emprego e riqueza, revitalizadora da imagem e valorização funcional das cidades. Vários factores, como a revitalização de centros históricos, diversificação de práticas culturais, interesse pelo património e urbanismo, procura de animação, diversão e consumo, catapultaram a cidade para um lugar destaque no turismo. As cidades podem assumir-se como um destino turístico capaz de oferecer um leque alargado de bens e produtos turísticos. Como refere Henriques (2003) a maior parte das previsões na evolução do turismo revelam um grande optimismo relativamente à capacidade de expansão nos segmentos associados ao turismo urbano, a saber: visitas a centros históricos, eventos desportivos e culturais, visitas de incentivos e congressos e compras, todos ligados aos novos paradigmas de viagens de curta duração facilitadas pelo aumento de share das companhias low cost no mercado aéreo.

Neste sentido, Henriques (2003) apresenta duas tipologias relacionadas com os destinos turísticos urbanos. A primeira, proposta por Page (1995) divide as cidades turísticas de acordo com os seus recursos patrimoniais, históricos e culturais bem como outros recursos locativos e a sua diversidade em termos de prestação de serviços.

Tipologia	Exemplos
Cidades Capitais e Capitais Culturais	Londres, Paris, Nova Iorque, Roma
Centros Metropolitanos, Cidades Históricas dentro de Muralhas e Pequenas Cidades	Canterbury, York
Grandes Cidades Históricas	Oxford, Cambridge, Veneza
Áreas no Centro das Cidades	Manchester
Revitalização de Frentes de Rio	Docas de Londres, Sidney Darling Harbour
Cidades Industriais	Bradford
Resorts Marítimos e Desportos de Inverno	Lillehammer
Complexos de Diversão Turísticos	Disneyland, Las Vegas
Centros de Serviços Turísticos Especializados	Lurdes
Cidades de Arte/Culturais	Florença

Quadro 1 – Tipologias dos Destinos Urbanos (Page, 1995)

Fonte: Elaboração Própria Baseado em Henriques (2003: 44-45)

Judd e Fainstein (1999) avançam com uma tipologia que distingue apenas três tipos de cidades turísticas: as Cidades Resort (locais destinados a actividades de visitantes), as Cidades Históricas Turísticas (possuem identidade cultural própria que as constitui desde há muito tempo como locais de visita) e as Cidades Reconvertidas (que construíram infra-estruturas para atrair visitantes ou adaptaram as existentes anteriormente ligadas a actividades abandonadas).

Estas tipologias introduzem diferentes tipos de cidades que constituem igualmente diferentes tipos de produtos turísticos urbanos e que têm públicos-alvo diferenciados. Por este motivo é muito importante perceber a especificidade dos produtos turísticos e de que forma as cidades se constituem como tal.

3.3. O Turismo Urbano como Produto Turístico

A ideia de que o meio urbano é gerador de desequilíbrios, é massificador e impessoal está de certo modo generalizada na sociedade contemporânea. Em boa verdade esta assumpção tem como base a concepção de que o regresso ao meio rural é essencial para que se revitalizem as antigas formas de relações sociais e humanas. Contudo, Baptista (1999) defende que a realidade actual do meio rural revela que estamos perante campos urbanizados, ou seja, campos transformados pela tecnologia que permite planear as actividades que se podem desenvolver neste meio (e.g., agricultura) e pela apropriação urbana destes meios através do aumento da mobilidade populacional (e.g., substituição das populações tradicionais pela população migrante da cidade para o campo e o fenómeno turístico). Actualmente o meio rural é encarado pelo turismo como um santuário natural com o objectivo de revitalizar os seus visitantes, no entanto, os equipamentos hoteleiros e as novas actividades dos seus residentes, embora conferindo uma atmosfera tradicional, não deixam de ser representações do meio urbano, que permitem uma reutilização deste espaço físico com finalidades urbanas.

As diferenças entre turismo rural e turismo urbano esbatem-se se olhadas desta perspectiva, mas no que se refere ao turismo urbano o processo de urbanização não consiste somente na “acção da cidade sobre o campo nem o acréscimo da população das cidades pela vinda dos rurais, mas [é também] a invenção de um modo de vida em vias de se tornar universal...” (Rambaud, 1969 cit. in Baptista, 1999: 284). Este processo é no entanto experimentado de formas diversas devido às especificidades nacionais, regionais e locais e, por este motivo, apesar de universal, detém um carácter único consoante à adaptação aos factores económicos, sócio-culturais e ambientais.

O produto turístico urbano é difícil de delimitar por dois motivos: em primeiro lugar a cidade pode ser perspectivada “como um todo, como entidade distinta formada por estruturas físicas, funções, actividades, atmosferas e mesmo valores simbólicos que de algum modo estão associados ao nome de uma cidade”(Ashworth e Voogd, 1990 cit. In Henriques, 2003: 127) e em segundo lugar a cidade pode ser associada “a alguns serviços específicos, infra-estruturas ou atributos que [lhe] estão associados” (Ashworth e Voogd, 1990 cit. In Henriques, 2003: 127). Assim é possível dividir o produto turístico urbano em dois: o produto-nuclear e os elementos contributivos (respectivamente).

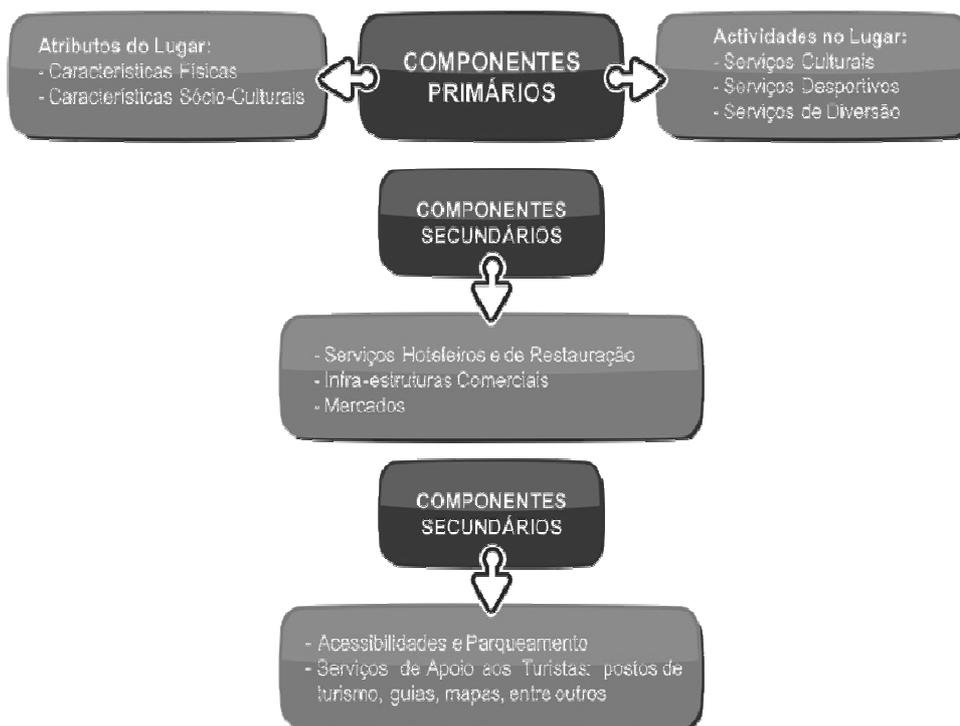


Figura 3 – Componentes do Produto Turístico Urbano

Fonte: Elaboração própria adaptado de Henriques, 2003: 128)

Na concepção de Jansen-Verbeke (1988) o produto turístico urbano é constituído por componentes primárias, secundárias e adicionais, como se ilustra na figura 3. As componentes primárias referem-se aos aspectos relacionados com a actividade no lugar (serviços culturais, desportivos e de diversão disponíveis) e com os atributos do lugar (recursos históricos e patrimoniais, recursos ambientais e também recursos culturais), as componentes secundárias relacionam-se com os serviços hoteleiros, restauração e comércio, e as componentes adicionais referem-se às acessibilidades ao local, estacionamento e infra-estruturas de apoio aos turistas. O conjunto destas componentes define o nível de desenvolvimento da cidade enquanto produto turístico.

Rubio (2006) mostra como a cidade turística, no caso específico de Barcelona, é uma projecção ideal da própria cidade. Esta visão representativa tende a ser útil como imagem estereotipada capaz de dar ao turista uma visão rápida, mas efémera e superficial que pode por vezes confundir a realidade da própria cidade.

Dias (2003), refere que a atractividade dos destinos turísticos urbanos é influenciada por diversos factores: a imagem construída e passada pelos media para os mercados turísticos, a variedade de serviços e recursos disponíveis bem como a qualidade dos mesmos e a capacidade para manter, no longo prazo, a eficácia do desenvolvimento da actividade turística (e.g., conservação do produto turístico, mão-de-obra qualificada, campanhas de comercialização eficazes). Deve realçar-se, contudo, que estes factores podem ter mais influência na atracção de turistas de determinadas cidades, uma vez que existem locais ricos em recursos históricos e patrimoniais (por exemplo) que por si só têm uma forte capacidade de atrair visitantes. Nestes casos, o esforço no sentido de controlar os factores de interferência na captação de mercados turísticos é menor do que no caso de cidades que detêm menos recursos. Moraes (2006) acrescenta a relevância da compatibilização da competitividade e da sustentabilidade na cidade turística, algo que parece ser uma utopia moderna. A construção

do produto turístico dá-se em várias etapas, e como Morales (2006) explicitou para o caso de Lanzarote, dá-se em várias etapas condicionado por questões estruturais, naturais e urbanas, mas também de oportunidades legislativas com a aprovação de determinados regulamentos e planos de ordenamento.

Importante também é referir que a grande diferença entre as cidades industriais e as cidades que agora se voltam para a actividade turística reside na forma como são planeadas: na cidade industrial (como vimos) os distritos industriais ficavam isolados do centro. O turismo urbano, pelo contrário, integra-se na cidade e transforma-a num espaço para ser consumido. Assim, o turismo contribui de forma decisiva para o melhoramento não só da imagem mas também da sua oferta de bens e serviços e dos modos de organização, o que é benéfico para residentes e visitantes.

O cluster de actividades, bens e produtos que constitui as cidades tornam-na num destino turístico onde, a diferenciação de cada local permite que compitam nos produtos turísticos nos quais são mais fortes.

CONCLUSÃO

O turismo urbano assume-se como segmento relevante para o desenvolvimento económico regional, quer como instrumento de diversificação do produto turístico existente (como no caso do Algarve ou da Andaluzia) quer na revitalização económica (como é o caso de muitas cidades europeias). O interesse de estudar a cidade e o urbano é um tema recorrente nas ciências sociais. A Economia, a Sociologia, a Geografia, entres outras disciplinas, têm dado grande atenção à influência do fenómeno urbano na sociedade humana. Enquanto dimensão importante na análise do turismo a cidade foi até recentemente menosprezada, vista como simples emissora de turistas. Apenas recentemente a cidade obteve a atenção enquanto produto turístico. Esta mudança deve-se não só à contínua expansão da actividade turística mas também a uma nova concepção de cidade enquanto local lúdico e não apenas de trabalho tal como iconizado pelas cidades industriais.

O artigo que se apresentou tentou de forma despretensiosa explorar alguns assuntos relevantes na análise do urbano e da sua interligação com a actividade turística. Ao longo das duas primeiras secções foram apresentados a evolução temporal dos padrões de crescimento urbano, as representações e o conceito de cidade, modelos de desenvolvimento espacial das cidades. Na terceira secção o turismo urbano é apresentado e discutido, evidenciando as relações com o sistema de turismo e a afirmação da cidade enquanto produto turístico.

Com as reflexões provocadas por este texto surgem dois corolários importantes. O primeiro é a grande utilidade que o turismo urbano pode assumir enquanto sector capaz de promover o desenvolvimento territorial, em particular da cidade, assumindo um papel muito relevante nos processos de planeamento estratégico. O segundo aspecto é o interesse em estudar este tema, em particular utilizando referenciais teóricos e metodológicos transdisciplinares. Esta abordagem transdisciplinar da planificação urbana e da cidade como produto turístico enquanto fenómeno economicamente relevante e condicionado, defendida inter alia por Lebos (2005) ou Turégano (2007), é útil para captar de forma mais rica a natureza multi-dimensional do turismo na cidade.

REFERÊNCIAS

- Baptista, Luís V. (1999) Mito Rural, Ruralidade, Campos e Cidades, in Fórum Sociológico, n.º 1 e 2 (2ª série), pp.: 283-288.
- Baud-Bovy, M. (1982) New Concepts in Planning for Tourism and Recreation, in Tourism Management, 3(4), pp.: 308-313.
- Bull, C. (1992) Tourism in Australia. Part 1, Landscape Australia 1/1992, pp.: 16 – 20.
- Dias, Reinaldo (2003) Planejamento do Turismo – Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil, São Paulo: Atlas.
- Edgell, D.L. (1990) International Tourism Policy. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Edgell, D.L. (1984) US Government Policy on International Tourism, Tourism Management, 5(1), pp.: 67-70.
- Gaspar, J., Henriques, E. B. e Vale, M. (1998) Economic Restructuring, Social Re-composition and Recent Urban Changes in Portugal, in Geojournal, n.º 43, pp.: 63-76.
- Giddens, Anthony (2002), Sociologia, 3ª Ed., Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Grafmeyer, Yves (1994), Sociologia Urbana, Mem Martins: Publicações Europa-América.
- Gunn, C. A. (1988), Tourism Planning, 2.ª edição, Nova Iorque: Taylor and Francis.
- Henriques, Cláudia (2003) Turismo, Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável, Lisboa: Edições Sílabo.
- Holloway, J.C., (1989) The Business of Tourism, Londres: Pitman.
- Law, Christopher M. (2002) Urban Tourism – The Visitor Economy and The Growth of Large Cities, 2ª Edição, London: Continuum.
- Lebos, Sonja (2005) *City as a (touristic) product*, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 3, nº 1, pp.: 13-29.
- Lopes, A. Simões (2001), Desenvolvimento Regional, 5.ª edição, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mill, R. C., e Morrison, A. M. (1985), The Tourism System: An Introductory Text, Nova Jérсия: Prentice-Hall.
- Moraes, A. D., (2006) *Competitividade e sustentabilidade: é possível as cidades turísticas serem sustentáveis e competitivas ao mesmo tempo?*, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 4, nº 3, pp.: 443-446.
- Morales, A. G., (2006) *Urbanismo y crecimiento turístico en Lanzarote durante la Segunda Mitad del Siglo XX*, Papeles de Geografía, 44, pp.: 39-57.
- Rubio, S. P., (2006) *La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística*, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 4, nº 1, pp.: 13-28.
- Tyler, D., Guerrier, Y. e Robertson, M. (eds) (1998) Managing Tourism in Cities – Policy, Process and Practice, West Sussex: John Wiley.
- Turégano, M. A., (2007) *Turismo, economia y planificación urbana: una relacion compleja*, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 5, nº 1, pp.: 53-67.