

TURISMO EM ESPAÇO RURAL E ANIMAÇÃO: A PERCEPÇÃO DOS ALUNOS DE RLT

**(em Actas do III Congresso Internacional de Animação Sociocultural.
UTAD: Pólo de Chaves)**

Autor:

Prof. Dr. Xerardo Pereiro –antropólogo-

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)

Pólo de Chaves

Correio electrónico: xerardo@miranda.utad.pt mirantropos@hotmail.com

Página Web: www.miranda.utad.pt/~xerardo

Resumo

Analiso, neste texto, a relação entre turismo em espaço rural e a animação turística, desde a perspectiva dos alunos da Licenciatura em Recreação, Lazer e Turismo do Pólo da UTAD em Chaves. O objectivo do texto é dar a conhecer a visão que os futuros profissionais do turismo têm sobre o papel que a animação deve ter no turismo em espaço rural.

Agradecimentos

Muito agradeço aos alunos de RLT a sua participação no processo de investigação.

TURISMO EM ESPAÇO RURAL E ANIMAÇÃO

Turismo em espaço rural

“Os turistas rurais são os coelhos e as galinhas de antes” (Mónica Martínez, antropóloga da Universitat Autònoma de Barcelona, Palestra ministrada em Chaves, 7-03-2005, inédita)

O modelo de desenvolvimento turístico de massas foi resultado da civilização

urbana e industrial (Bote Gómez, 1988: 10). Este fenómeno caracterizou-se pela extensão e pela concentração da sua dimensão, características que, sob a perspectiva da oferta, geraram e continuam a gerar, porém, efeitos adversos no visitante. Entre esses efeitos, podemos identificar, por exemplo, a criação de uma visão incompleta e inclusivamente estereotipada do país ou zona visitada. Esses efeitos reflectem-se também nos habitantes e comunidades receptoras que podem criar, por sua vez, uma imagem estereotipada e falsa do turista, para além de correrem o risco de se tornarem dependentes do turismo e da uniformização da cultura local.

No entanto, esta estratégia de desenvolvimento turístico não é a única possível: existem outras estratégias nas quais o turismo pode gerar efeitos positivos no turista (Bote Gómez, 1988: 11), tendo efeitos como o desenvolvimento da personalidade, a recuperação das energias físicas e psíquicas, o fomento da cooperação e a amizade com a população residente, a percepção empática da cultura local, etc. Para além disso, o turismo também pode gerar benefícios na população local receptora, permitindo a tomada de consciência da cultura própria, o estímulo de zonas desfavorecidas, a mudança social, a potenciação dos recursos naturais e socioculturais (conservação da arquitectura, a protecção do meio natural, a recuperação do património cultural, etc.). Para que isto aconteça, devemos planificar o desenvolvimento turístico, evitando um desenvolvimento espontâneo e não controlado.

Deste modo, o meio rural apresenta um conjunto de grandes possibilidades, no momento de desenvolver essas estratégias alternativas (“artesãs”) que o podem distinguir face ao turismo de massas do litoral e de algumas cidades. Aqui, é fundamental entender que o turismo rural segue o princípio da “alterotropia”, ou seja, do desejo dos turistas em visitar a alteridade (o “outro”) e sair do seu ambiente quotidiano – mesmo que esse outro possa ficar geograficamente perto – na procura de repouso, jogo e descoberta (Cavaco, 2004). O turismo rural seria, assim, a procura de uma excitação controlada, isto é, a busca de emoções intensas, em pessoas e sociedades rotineiras. Significaria uma experiência de descontrolo controlado (Elias e Dunning, 1990).

De acordo com a União Europeia, o “**turismo rural**” é qualquer actividade turística em espaço rural (Bote Gómez, 1988: 14). Portanto, desde essa

perspectiva, o turismo rural engloba actividades como “agroturismo” (turismo numa exploração agrária), o ecoturismo ou o “turismo verde”. Uma definição em uso em Portugal é a da Direcção Geral de Turismo:

“O Turismo no Espaço Rural (TER) consiste no conjunto de actividades e serviços realizados e prestados mediante remuneração em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de actividades e serviços complementares de animação e diversão turística, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural.” (DGT, <http://www.dgturismo.pt/Artigo.aspx?ID=14>)

Desde outra perspectiva, alguns autores preferem falar de “**turismo em áreas rurais**” (Crosby e Moreda, 1996) referenciando a forma diferenciada como se pratica turismo nesse espaço rural. De acordo com estes autores, este turismo rural segue um modelo claramente diferenciado do turismo de massas do litoral. O ecoturismo ou o agroturismo são algumas modalidades de turismo em espaço rural.

Nesta linha, que destaca a forma e a prática social e não apenas o espaço onde é praticado, o antropólogo Agustín Santana (1999: 183) define o turismo rural como uma forma de “turismo alternativo”(Smith e Eadington, 1994):

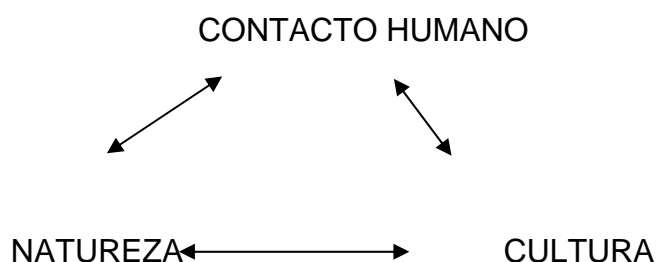
“... o uso ou aproveitamento turístico do contorno rural, aténdose ás premisas do desenvolvimento sostenible, caracterizado por xerar efectos eminentemente positivos (conservación do patrimonio, protección do medio, etc.), promoverse en áreas “non invadidas”, incluír a poboación local como actores culturais, ser minoritario e promover, a través de encontros espontáneos e da participación, o contacto cultural”.

Nesta perspectiva, e seguindo a Cohen (1979: 5-38) o turismo rural pode ser considerado uma experiência de turismo cultural, através da qual os habitantes urbanos procuram, no espaço rural, a autenticidade que eles pensam perdida nos espaços urbanos. Ainda de acordo com este ponto de vista, o turismo rural tem formas experimentais, ou seja, este tipo de turista experimenta e prova estilos de vida diferentes do próprio e adopta formas existenciais, procurando

um novo centro espiritual, resultado da estadia e da viagem.

Segundo a perspectiva da economia cultural, o espaço rural deixa de ser única e exclusivamente um espaço de produção agrária para se converter em espaço de consumo. Poderíamos dizer que o espaço rural passa a elaborar novas produções (paisagem, ruralidade, tranquilidade, raízes, identidades, etc.), para a sua reprodução sócio-económica. O agro e o agrário passaram a ser “rural” e “campo”, e o turismo rural pode ser pensado como um produto e uma nova forma de consumo. O turismo rural é um motor e uma consequência dessa mudança cultural (Santana, 2000):

“El turismo es sólo una de las influencias externas que impulsan al entorno rural y sus moradores al cambio continuo, a la reformulación de sí mismos y su medio. Es importante recordar, mantener ciertos vínculos con el pasado no vivido, pero ello no ha de impedir habitar el presente de la mejor forma posible”.



Podemos pensar, portanto, que o turismo rural é também uma manifestação da mudança das sociedades agrárias e industriais para sociedades pós-industriais (Portela e Castro Caldas, 2003). De facto, desde os anos 1980 que os tipos de turismo mudam e são definidos pela actividade (rafting, cicloturismo, turismo de aventura...) ou pelo espaço donde tem lugar (rural, verde, agroturismo...). Em ambos os casos, elaboram-se produtos específicos que não são tão novos (Santana, 2002), pois combinam os cinco tipos de turismo definidos, já em 1977, pela antropóloga Valene Smith. A combinação de turismo cultural, turismo histórico e turismo étnico, segundo a tipologia de Valene Smith (1992) resulta numa variedade de produtos (artes, monumentos,

património cultural...) consumidos pelo chamado “turismo cultural”.

Neste sentido, o turismo rural também pode ser entendido como um elo contínuo rural-urbano, como um campo de fluxos –*ethnoscapes*, *technoscapes*, *finanscapes*, *mediascapes*, *ideoscapes*- (Appadurai, 1990), sob a dominação (Santana, 2002), ou melhor, a hegemonia urbana. Resultado desta hegemonia, o turismo rural tem mercadorizado o espaço rural, tem desenvolvido “hobbies”, mas também tem recriado identidades familiares e comunitárias. Não podemos esquecer que o turismo adoptou e adopta as formas sociais de cada época e sociedade. Também é certo que o turismo rural tem sido produtor e não só produto, tendo um papel importante no desenvolvimento local. Outras vezes, o abuso retórico do turismo rural tem-se convertido numa metáfora de salvação de zonas em declive, mas isto não deixa de ser uma panaceia. É o que Manuela Ribeiro (2004: 54) denomina como “ideologia do turismo”, ou seja, uma concepção de que o turismo vai trazer desenvolvimento só com recursos e de que deve ser priorizado sobre outras estratégias.

Na realidade, o turismo rural é apenas uma das formas de desenvolvimento, muitas vezes complementar de outras, e deve ser entendido desde uma perspectiva integral, endógena e participativa se quer realmente contribuir para o desenvolvimento rural.

Animação

A primeira vez que se utilizou o termo “animação” foi em 1955, na Áustria, no decurso de uma reunião da UNESCO. O seu desenvolvimento teve lugar na década de 1960, na França (López de Ceballos e Salas Larrazábal, 1988: 22).

Depois da 2ª Guerra Mundial, a França teve que reconstruir as suas cidades. A construção de novas urbanizações e bairros acarretou a necessidade de reconstruir o sentido de comunidade e a animação foi o instrumento ao serviço deste fim. Posteriormente, a animação foi utilizada também em aldeias e contextos rurais que tinham perdido o seu sentido de identidade. O termo animação universalizou-se rapidamente pelo mundo cultural francês, sendo adoptado pela UNESCO. No mundo anglo-saxão, a tradução do termo foi o conceito de “community development” (López de Ceballos e Salas Larrazábal, 1988: 23).

No Conselho de Europa, acordou-se utilizar indistintamente as duas denominações, pois no fundo trabalham com os mesmos actores e têm a mesma finalidade: dinamizar as energias existentes no seio de um grupo ou comunidade (Grosjean e Inberg, 1985).

Face às actividades educativas, culturais e de assistência social desenvolvidas nos diferentes países europeus, uma grande parte da população não tinha acedido nem a mais igualdade, nem a mais participação nos trabalhos da comunidade. A instrução popular, a educação popular e a assistência social partiam de um modelo paternalista, orientado para indivíduos particulares, pelo que não aumentava a autoconsciência e autodesenvolvimento dos grupos e comunidades. Para além disso, aquelas actividades não estavam ligadas aos processos de emancipação e aumentavam a desigualdade em vez de diminuí-la (López de Ceballos e Salas Larrazábal, 1988: 23).

A animação sociocultural tendeu a ultrapassar a educação popular, realizando outro tipo de trabalho cultural. Tentou encontrar novas formas que substituirão a etapa anterior – caracterizada por cursos, matrículas, aulas, palestras, diplomas, etc. A animação sociocultural procurou uma nova interrelação entre o animador e os animados, utilizando uma metodologia participativa: dinâmica de grupos, análise institucional, investigação participativa (López de Ceballos e Salas Larrazábal, 1988: 24).

Turismo e animação

A relação entre turismo e animação é cada vez mais debatida. Tal discussão advém, no meu ponto de vista, de uma necessidade do mercado turístico em ocupar o tempo de estadia do turista, distender a duração da estadia e fidelizar o turista. Apostar na animação tem, portanto, um significado mercantil básico: a animação é uma estratégia de cativação turística. A animação pode aparecer numa oferta turística, como algo complementar, como mais um produto da oferta turística ou como um produto central na oferta turística que relega outros aspectos para um segundo plano.

Numa outra óptica a animação turística – seja aplicada em hotéis, casas TER, por empresas específicas ou pelas comunidades receptoras de turistas – tem outra dimensão que é a possibilidade de criar um espaço de

enriquecimento intercultural, entre locais e visitantes. Isto implica considerar a animação como um simples negócio turístico, no qual se procura a mera recreação e alienação, mas também como uma oportunidade de intercâmbio que contribui para o entendimento mútuo entre pessoas vindas de diferentes universos sociais e culturais.

COMO OS ALUNOS DE RLT ENTENDEM O BINÓMIO TER-ANIMAÇÃO

O modelo de pesquisa

O modelo aplicado é o criado pelo professor Fidel Martínez Roget, da Universidade de Santiago de Compostela. O objectivo deste modelo é descobrir quais os aspectos a ter em atenção no momento de projectar uma casa TER. A técnica de investigação fundamental foi o inquérito por questionário. No caso dos alunos de RLT do pólo de Chaves, seguindo o modelo do Prof. Fidel Martínez, foram aplicados aos mesmos, entre os anos 2000 e 2005, dois inquéritos por questionário. O primeiro questionário consistia em perguntas abertas e o segundo em perguntas fechadas. O primeiro questionário perguntava aos inquiridos por 5 tipos de aspectos a considerar: socioeconómicos, culturais, geográficos, técnicos (da construção), e outros aspectos. No segundo inquérito, os alunos tinham que valorizar, numa escala de 0 a 10 valores, cada um dos critérios referenciados pelos peritos em turismo inquiridos pelo Prof. Fidel Martínez.

O total da amostra de inquiridos no pólo de UTAD em Chaves foi de 142 alunos, dos quais aproximadamente 80 % pertenciam ao género feminino. Os inquiridos têm uma idade mínima de 20 anos e a maior parte não chega aos 30 anos. O inquérito foi aplicado na sala de aula e preenchido em pequenos grupos de trabalho de entre 2 e 6 elementos. O inquérito foi aplicado, anualmente, a todas as turmas do curso de turismo, desde o ano 2000, na disciplina de “turismo cultural” – leccionada por mim, desde tal data. Convém sublinhar que o grau de motivação dos alunos no preenchimento dos inquéritos foi sempre alto.

A percepção dos alunos

O primeiro inquérito aplicado manifesta o valor atribuído aos diferentes

aspectos ponderados, que foram os seguintes:

a) Os aspectos socioeconómicos mais mencionados foram: a criação de emprego, a viabilidade económica, a existência de oferta complementar, o fomento da economia e o emprego locais, a integração da casa com o tipo de vida da população local, a formação dos empregados na área do turismo, a diminuição da sazonalidade, o estudo de avaliação de impactos.

b) Os aspectos culturais sublinhados foram: a revitalização de actividades culturais locais, a recuperação de património cultural, escutar as populações locais, integrar a cultura local na casa TER, apresentar a casa como um “produto cultural”, praticar uma boa receptividade desenvolver uma educação cultural, comunicação entre residentes e turistas, o envolvimento da comunidade local, uma gastronomia com produtos biológicos, um calendário de animação anual, a realização de jogos tradicionais, a criação de um ambiente calmo.

c) Os aspectos geográficos mais destacados foram: a localização, a proximidade da cidade e as acessibilidades, a fixação da população na zona rural, a conservação de espaços naturais e a paisagem, a promoção de uma agricultura biológica, a promoção de percursos pedestres, a sinalização da casa.

d) Nos aspectos técnicos do edifício devem primar: os equipamentos para o lazer do turista (ex.: piscina), a adaptação à arquitectura local, a utilização de energias alternativas, a qualidade das habitações, o conforto, o aproveitamento dos materiais existentes na zona, a decoração com artesanato local, o estilo arquitectónico original, a restauração e preservação de uma arquitectura pre-existente, o enquadramento na legislação TER.

e) Outros aspectos a ter em atenção são: a gastronomia regional, a sinalização da casa, a profissionalização dos promotores, uma oferta de actividades diversificadas, a formação da comunidade local de modo a prestar um bom serviço, a apresentação dos modos de vida locais, a segurança, o

fomento dos contactos entre locais e turistas, a hospitalidade, a aposta na elaboração de actividades de lazer (actividades de natureza, jogos tradicionais), a promoção turística, a animação turística, o associativismo, o desenvolvimento endógeno integral, as boas práticas ecológicas.

Posteriormente, no segundo inquérito por questionário, pediu-se aos alunos que indicassem, por ordem de importância, os cinco grupos de aspectos referenciados anteriormente. A ordem de importância atribuída foi a seguinte: 1.º os aspectos culturais, 2.º os aspectos socioeconómicos, 3.º os aspectos geográficos, 4.º os aspectos técnicos da casa, 5.º outros aspectos.

Outro dos exercícios deste segundo inquérito solicitava a classificação, por ordem de importância, das respostas dadas pelos inquiridos da amostra do Prof. Fidel Martínez. Este exercício pode servir de contra-teste e, simultaneamente, para comparar as visões dos alunos de RLT com a dos técnicos de turismo inquiridos. Antes de qualquer consideração, convém mencionar que, neste segundo exercício, há maior leque de respostas no inquérito aplicado pelo Prof. Fidel Martínez, pelo que surgem elementos que não tinham sido focados pelos alunos de RLT. Nos aspectos socioeconómicos: a introdução da mulher rural no mundo empresarial e os planos de marketing; nos aspectos culturais: a potenciação da língua autóctone; nos aspectos geográficos: a existência de um elemento diferenciado de atracção; nos aspectos técnicos: a insonorização e a intimidade oferecidas, as zonas de leitura, a ausência de barreiras arquitectónicas; nos outros aspectos: tornar prioritário a baixa densidade de projectos TER e a promotores com primeira actividade no TER.

Relativamente à ordem e à frequência de respostas de um e outro inquérito, existem grandes coincidências entre a percepção dos alunos de RLT e a amostra do Prof. Fidel Martínez, pois o grau de frequência das respostas e a sua ordem de importância coincidem, de forma genérica. Existem também algumas pequenas diferenças, pois os alunos outorgam, em linhas gerais, e em todos os itens, maior importância às actividades complementares da casa TER, à viabilidade económico-financeira do projecto, à utilização de energias alternativas, à ausência de barreiras arquitectónicas, à reabilitação de arquitectura rural, à sinalização da casa, à entrada da mulher rural no mercado

de emprego empresarial e à comunicação entre visitantes e população local.

Podemos concluir que a percepção da maioria dos alunos de RLT do pólo de Chaves coloca a animação sociocultural num primeiro plano. Os aspectos culturais destacados dizem respeito às actividades socioculturais, que no ponto de vista destes futuros profissionais devem ser prioritários e ser o critério básico para a abertura de um projecto desta natureza. Além disso, outros elementos integrados noutras categorias dizem respeito ao papel que a animação deve ter nos projectos TER, como foi mencionado anteriormente. Não podemos adivinhar o futuro, mas podemos conhecer quais as visões e pontos de vista dos futuros profissionais do turismo, o que sem dúvida poderá ser um factor a considerar por onde vamos caminhar.

Sublinhamos, assim, que o turismo em espaço rural não deve reduzir-se à simples oferta de alojamento convencional, devendo adoptar uma perspectiva de desenvolvimento integral, na qual a animação tenha um papel central no contributo para a redefinição dos chamados espaços rurais e das comunidades que habitam e pretendem habitá-los.

Bibliografia citada

-BOTE GÓMEZ, V. (1988): Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local. Madrid: Editorial Popular.

-CAVACO, C. (2004): “Permanências e mudanças nas práticas e nos espaços turísticos”, em Simões, O e Cristovão (org.): TERN. Turismo em Espaços Rurais e Naturais. Coimbra: Edições Inovar para Crescer – Instituto Politécnico de Coimbra, pp. 25-38.

-COHEN, E. (1979): “The impact of tourism on the hill tribes of northern Thailand”, em International Asienforum n.º 10, pp. 5-38.

-CROSBY, A. e MOREDA, A. (1996): Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.

-ELIAS, N. e DUNNING, E. (1990): A Busca de Excitação. Lisboa: DIFEL.

-GROSJEAN, E. E INBERG, H.(1985): Animación Sociocultural. Madrid: Ministerio de Cultura.

-LÓPEZ DE CEBALLOS, P. e SALAS LARRAZÁBAL, M. (1988): Formación de animadores y dinámicas de la animación. Madrid: Popular.

-PORTELA, J. E CASTRO CALDAS, J. (coords.) (2003): Portugal Chão. Oeiras: Celta editora.

-RIBEIRO, M. (2004): “Pelo Turismo é que vamos/podemos ir (?). Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento rural”, em Simões, O. e Cristovão, A. (org.): TERN. Turismo em Espaços Rurais e Naturais. Coimbra: Edições Inovar para Crescer – Instituto Politécnico de Coimbra, pp. 41-56.

-SANTANA TALAVERA, A (1999): “Identidade e Turismo Rural”. Un producto diferente para unha demanda similar?”, em AA.VV.: O feito diferencial galego. Antropoloxía. Santiago de Compostela: Museo do Pobo Galego, pp. 181-193.

-SANTANA, A (2000): “O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol?”, em Serrano, C. e outros (orgs.): Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas: Papyrus, pp. 151-171.

-SANTANA, A (2002): “Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social”, em III Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável: “O rural como nova opção de oferta para o turismo”, 14-16 de Maio de 2002. Universidade de Santa Cruz do Sul (www.antropologiasocial.org).

-SMITH, V. L. (ed.) (1992, or. 1977): Anfitriones e invitados. Madrid: Endymion.

-SMITH, V. L. e EADINGTON, W.R.E. (1994): Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism. Chicesster: John Wiley and Sons.