

“A Cidade e o Turismo” na Almedina

No livro recentemente publicado, investigadores do CES analisam os fluxos turísticos do centro histórico, avaliando a atractividade das imagens e narrativas com que Coimbra é enunciada no mercado internacional.

Coimbra

Turistas só conhecem a Coimbra da Universidade

Estudo Investigadores do CES defendem estratégia concertada de afirmação que valorize, além do património histórico, a vivência urbana da cidade

Andrea Trindade

A candidatura da Universidade de Coimbra a Património Mundial da Unesco é uma oportunidade imperdível para as diversas instituições da cidade com interesse na área do turismo se sentarem à mesa, definindo uma estratégia concertada de valorização e divulgação do seu património tangível (onde a setecentista Universidade e os seus edifícios ocupam lugar de destaque) e dos patrimónios intangíveis, onde devemos incluir as tradições e a cultura, mas também a partilha da dinâmica actual da urbe.

Conscientes da importância deste momento, investigadores do Centro de Estudos Sociais (CES), laboratório associado da Universidade de Coimbra, fizeram o diagnóstico do turismo na cidade, reflectiram sobre as suas dinâmicas e traçaram desafios. O resultado do trabalho - que incluiu entrevistas a diversos responsáveis institucionais e a agentes de turismo, além de um inquérito a cerca de mil turistas - foi publicado pela Almedina no livro “A Cidade e o Futuro - Di-



Carlos Fortuna e Claudino Ferreira, do Núcleo Cidade Esculturas e Arquitectura do CES

Estudo destaca necessidade de maior cooperação interinstitucional

Com base em entrevistas de várias entidades locais com responsabilidade na política do turismo da cidade e da região (da autarquia, à Turismo do Centro, Universidade e outras), o estudo destaca a necessidade de

uma maior cooperação interinstitucional, de afinamento de uma estratégia concertada de valorização de recursos locais e regionais e de um plano partilhado de comunicação e acção promocional. ◀



nâmicas e desafios do turismo urbano em Coimbra”.

A cidade deve «conceder a sua melhor atenção crítica» à candidatura da Unesco, «de modo a evitar que ela se torne apenas cosmética reputacional que não reforce culturalmente a cidade», mas também a evitar «a aposta numa desenfreada “corrida ao turista”, submetendo a vida cultural da cidade às exigências de um mercado fugaz», consideram os autores.

Um passado... com futuro

Em conversa com o Diário de Coimbra, Carlos Fortuna e Claudino Ferreira concluem que a Universidade e os históricos edifícios da Alta assumem um protagonismo turístico excessivo na cidade. Os operadores turísticos nacionais e internacionais vendem a imagem de Coimbra histórica/arquitectónica, tradicional/estudantil e cultural do fado-canção/Mondego. Promovidas de forma isolada e numa mais lógica «passadista» e contemplativa do que vivida.

Carlos Fortuna lembra que «Coimbra é uma cidade socialmente interessante» e que o futuro do turismo urbano internacional está na valorização dos aspectos sociais. É preciso descobrir a importante valia turística da Baixa e «oferecer experiências, numa cidade mais diversificada e abrangente». Porque não criar circuitos literários, arquitectónicos, de artesanato ou de tascas, que, além de “reter” os turistas por mais tempo, valorizem a economia e a cultura locais? ◀

Valorizar o Rio Mondego e Santa Clara



O excesso de protagonismo turístico da Universidade, contrasta, na análise efectuada, com uma insuficiente valorização de museus como o Machado de Castro, do Jardim Botânico, de Santa Clara-a-Velha ou do Rio Mondego. O Portugal dos Pequenitos, o fado/canção de Coimbra e os míticos episódios da história local (Rainha Santa, Pedro e Inês, as lutas estudantis) têm reconhecido potencial, enquanto a oferta cultural (exposições, espectáculos) é considerada escassa. ◀

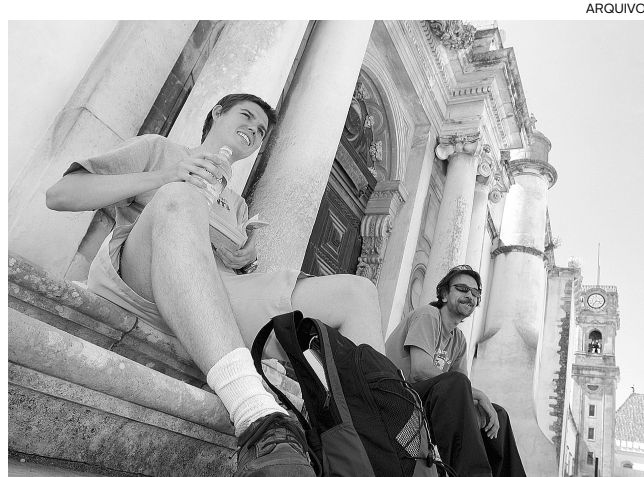
Aproveitar toda a região

Os investigadores encontraram constrangimentos de natureza política na articulação entre municípios e entidades a nível regional, com prejuízo para uma oferta turística de complementaridade. Aproveitar o mar e o sol da Figueira da Foz, a história de Conímbriga ou o património natural do Buçaco em fluxos turísticos de ou para Coimbra seria positivo não só para a cidade mas também para a região, defendem. ◀

Ficam menos de um dia e gastam pouco

Perfil Um inquérito a cerca de mil turistas revela que a duração da visita à cidade é, regra geral, curta, assim como são os gastos

A maioria dos visitantes é do sexo feminino, predominando os adultos jovens (21 a 30 anos) com elevado nível de qualificação escolar. Os estrangeiros são sobretudo oriundos da Europa - só 7,7% vêm de outros continentes -, com italianos em primeiro lugar (24%), seguidos



A Universidade e os seus edifícios são os locais mais procurados

de franceses (17,8%) e espanhóis (16,9%).

A duração da visita é, regra geral, curta: 39,7% ficam menos de um dia e 25,7% ficam entre três e seis horas. As despesas acompanham: 47,2% prevê gastar menos de 50 euros, 28,2% entre 50 e 100 euros e só cerca de 14% dos turistas afirma gastar entre 100 e 200 euros durante a visita.

A Universidade e os seus edifícios (Biblioteca Joanina, Sala dos Capelos) são os locais escolhidos para visita, sendo tam-

bém referidos a Sé Velha, o Botânico e o Portugal dos Pequenitos. Os turistas valorizam a “beleza geral” da Alta e a “hospitalidade dos residentes”. Perto de 60 por cento estão disponíveis para voltar e 90 por cento recomendará o destino a amigos.

Este balanço sobre os fluxos turísticos no centro histórico resulta de um inquérito por questionários, a 1.300 turistas, dos quais foram considerados válidos 951. Foram realizados na Páscoa e Verão de 2008. ◀

Diagnóstico feito, avance a estratégia

Suportada pelo Turismo de Portugal, a investigação realizada por Carlos Fortuna, Claudino Ferreira, Paula Abreu, Paulo Peixoto e Carina Gomes - todos investigadores do Centro de Estudos Sociais e, à excepção da última, docentes da Faculdade de Economia - é pioneira em Coimbra, apesar da cidade ter diversos cursos na área do turismo. O objectivo foi fazer um diagnóstico que permita traçar uma estratégia concertada para afirmação turística de Coimbra. ◀