



ID: 103122846

11-01-2023

O Conhecimento ao Serviço da Sociedade

A influência do Turismo Criativo na criação de uma experiência memorável

Ana Filipa Vicente
Ferreira*



Após um período de reflexão obrigatória sobre o futuro do turismo, devido à pandemia Covid-19, os destinos turísticos sentiram necessidade de inovar com ofertas diferentes, criando produtos estratégicos que respondam às necessidades atuais. O novo perfil de visitante e/ou turista já não se satisfaz com uma boa experiência – procura experiências turísticas únicas que o surpreendam e o incluam durante todo o processo de produção e consumo.

Embora o conceito de turismo criativo tenha surgido no ano 2000, pelos autores Raymond e Richards, hoje torna-se uma vertente turística

estratégica para proporcionar experiências autênticas e imersivas aos visitantes, e que lhes possibilita a participação ativa em atividades desenvolvidas com o objetivo principal de aumentar a criatividade e a sustentabilidade turística de um determinado destino. Implícita neste processo está a ligação entre a criatividade e a identidade cultural do destino, proporcionando uma experiência ao visitante através de atividades com contacto direto com os costumes e as tradições da comunidade. Estas atividades permitem a autoaprendizagem envolvendo o indivíduo na sua produção, assumindo-se os próprios visitantes como cocriadores da sua própria experiência e, por outro lado, desenvolvem a regeneração e a revitalização de espaços culturais e de experiências tradicionais, permitindo assim uma mais-valia cultural a níveis local e regional, partindo das potencialidades materiais e imateriais do território.

Fomentar o Turismo Criativo, promovendo parcerias num trabalho em rede com todos os stakeholders, em destinos onde a procura turística seja deficitária ou muito sazonal, assegura a criação de valor nas dimensões educativa, cultural, social e económica, capaz de trazer um desenvolvimento inclusivo, integrado e sustentável, que permite aumentar a prosperidade, a harmonia e a coesão entre destinos. O Turismo Criativo deve ser, assim, visto como uma chave inovadora para resgatar a identidade local, contribuindo ainda para a diferenciação e para a competitividade do destino.

Desse modo, a oferta turística de um destino pode ser mais atrativa e sustentável, com um leque de experiências genuínas e inclusivas, que garantam um maior envolvimento do visitante nas características identitárias da comunidade local e, consequentemente, uma ex-

periência memorável, conduzindo a uma maior perceção de qualidade dos serviços e produtos e a um aumento de satisfação e fidelização do visitante e/ou turista. ◀

Professora no Politécnico de Leiria
Escola Superior de Turismo
e Tecnologia do Mar
Doutoranda em Turismo
na Universidade de Sevilha

(artigo escrito com o actual
acordo ortográfico)



Embora o conceito de turismo criativo tenha surgido no ano 2000, pelos autores Raymond e Richards, hoje torna-se uma vertente turística estratégica para proporcionar experiências autênticas e imersivas aos visitantes