

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/316635235>

Animação Turística, Inovação e Criatividade no Desenvolvimento Rural. O Caso das Aldeias do Xisto

Chapter · April 2017

CITATIONS

5

READS

1,401

2 authors:



Paulo Carvalho

University of Coimbra

207 PUBLICATIONS 398 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Luiz Alves

University of Coimbra

37 PUBLICATIONS 49 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Turismo de passeio pedestre e áreas protegidas em Portugal: práticas, experiências e territorialidades [View project](#)



Jornadas Ibéricas sobre Cultura, Património e Turismo na Sociedade Digital [View project](#)

ANIMAÇÃO TURÍSTICA, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE NO DESENVOLVIMENTO RURAL. O CASO DAS ALDEIAS DO XISTO

Paulo Carvalho

Luiz Alves

Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT)

Universidade de Coimbra

Resumo

O artigo pretende analisar a relevância da criatividade e da inovação nas atividades de animação turística em contexto rural.

A estrutura e os conteúdos da narrativa refletem, por um lado, uma concetualização teórica com vista a apresentar o estado da arte no que concerne aos conceitos matriciais da reflexão (desenvolvimento rural; animação; criatividade; inovação; turismo), e por outro, um estudo de caso centrado no produto turístico Aldeias do Xisto, com o propósito de explicitar os eventos que decorreram nos seus territórios, entre 2014 e 2016, tendo como base a agenda divulgada através da página oficial das Aldeias do Xisto na internet.

A metodologia utilizada na investigação tem como suporte a revisão e discussão de literatura científica da especialidade sobre a temática em estudo, a recolha e tratamento de informação estatística (análise descritiva) e ainda o trabalho de campo (observação direta) que foi fundamental na análise dos dados.

Como principais resultados, referem-se o crescimento e a diversificação das atividades de animação turística, e a relevância (número e diversidade) dos eventos culturais e das atividades com ligação à natureza e ao património natural, os quais configuram também elementos de valorização e diferenciação do destino turístico Aldeias do Xisto.

Palavras-Chave: Turismo, Animação, Criatividade, Inovação, Desenvolvimento Rural, Aldeias do Xisto.

1. Inovação nas políticas e novas oportunidades de desenvolvimento rural

O declínio geral da população e da atividade agrícola nas últimas décadas em Portugal tem conduzido a alterações profundas nas estruturas demográfica, económica e social, e na forma de ocupação e utilização do território em contexto rural. A mitigação ou a resolução de alguns dos problemas mais agudos deste “ciclo vicioso” tem subjacente a criação de condições para a valorização das características locais diferenciadoras, as quais incluem, para além das atividades agrícolas e florestais, outras fileiras da economia rural, como por exemplo, a agroindústria, a produção biológica ou o turismo, através de políticas territoriais integradas.

As dinâmicas rurais são indissociáveis das políticas públicas da União Europeia, designadamente a Política Agrícola Comum e a Política Regional. A primeira, sendo a mais relevante pela sua filiação direta com essa realidade complexa e heterogénea, apresenta no seu longo percurso evolutivo duas tendências principais, a saber: preponderância da agricultura e primazia das orientações produtivistas, as quais caracterizam o período desde o início dos anos 60 até quase ao final dos anos 80 (séc. XX); desde então, mas sobretudo na última década, emerge e consolida-se uma nova perspetiva (pós-produtivista), a qual contribui para a diversificação da base económica e a integração de políticas (Carvalho, 2012). A segunda revela múltiplas ferramentas de acordo com as prioridades e as opções em cada um dos seus períodos de programação e execução, destacando-se os programas de desenvolvimento do potencial regional, os instrumentos integrados de base territorial e os programas de promoção/valorização de recursos endógenos.

Desde 1989 até 2006, a face mais visível dos novos caminhos e instrumentos de política setorial orientados para o desenvolvimento rural foi o Programa de Iniciativa Comunitária LEADER (Ligação Entre as Ações de Desenvolvimento da Economia Rural), o qual constitui uma intervenção pioneira a partir de

uma metodologia ascendente e de um conjunto de intervenções com uma componente territorial muito marcada (Plaza Gutiérrez, 2006), para além de uma abordagem integrada e participativa (Moreno, 2005). Entre os seus principais traços inovadores destacam-se a programação e gestão do território (segundo “zonas de intervenção” que correspondem a uma escala sub-regional) com base em parcerias (“grupos de ação local”) entre diversos agentes de desenvolvimento local, como autarquias, associações culturais e sociais, associações profissionais ou setoriais, empresas, ou mesmo privados a título individual.

A aprovação do FEADER (Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural) e a sua aplicação no período de 2007-2013, com três eixos temáticos de atuação/objetivos fundamentais (aumento da competitividade da agricultura e silvicultura; melhoria do ambiente e da paisagem rural; promoção da qualidade de vida nas áreas rurais e diversificação da atividade económica no conjunto dos espaços rurais) veio institucionalizar o desenvolvimento rural como dimensão política integrada e consolidar a abordagem LEADER que agora passa a ser utilizada como metodologia/ferramenta de trabalho nomeadamente para a implementação das medidas relacionadas com a qualidade de vida e diversificação económica rural.

Como menciona a Declaração de Palencia (2014), no contexto do “X Colóquio Ibérico de Estudos Rurais”, a respeito do novo período de programação de políticas públicas (2014-2020) e do que se pretende para o desenvolvimento rural, “para ello han de jugar un papel relevante las políticas inclusivas con enfoque territorial, basadas en la valorización de los recursos endógenos y la participación de la población local. Pero tan o más importante es la incorporación de la perspectiva territorial en todas las políticas públicas, siguiendo las orientaciones de la Estrategia Territorial Europea (ETE)” (SPER, 2016).

Portanto, as políticas de desenvolvimento para o mundo rural, ao centrarem as suas perspetivas na multifuncionalidade, abriram novas oportunidades para as populações e os territórios rurais.

2. Animação no contexto do turismo

É assim que o turismo configura uma das vias complementares para induzir dinâmicas positivas nos territórios rurais (Butler *et al.*, 1998; Sharpley, 2003) através de um conjunto diversificado de instrumentos que ultrapassam o setor agrícola/rural.

Num contexto dominado pelo crescimento e segmentação do turismo, em resposta a uma procura cada vez mais informada, exigente e diversificada, os destinos oferecem produtos cada vez mais especializados, personalizados e facilitadores de experiências singulares e intensas.

A animação em sentido geral corresponde a atividades (diversas modalidades) programadas com o propósito de acompanhar os interesses e as solicitações de “vários tipos de pessoas diferentes” (Almeida, 2003:65).

A animação turística é uma componente da oferta e do produto turístico existente em determinado lugar, a qual é destinada a satisfazer as necessidades dos visitantes ou, dito de outro modo, com base em

Figueiredo (2013:4), a “animação turística é um conjunto de atividades organizadas que proporcionam experiências únicas e são geradoras de um elevado grau de satisfação no turista”.

De acordo com o enquadramento jurídico nacional, por via do Decreto-Lei n.º 95/2013, “são atividades de animação turística as atividades lúdicas de natureza recreativa, desportiva ou cultural, que se configurem como atividades de turismo de ar livre ou de turismo cultural e que tenham interesse turístico para a região em que se desenvolvam (...)”, as quais permitam “vivências diversificadas de fruição, experimentação e descoberta da natureza e da paisagem (...)” ou “promovam o contacto com o património cultural e natural através de uma mediação entre o destinatário do serviço e o bem cultural usufruído, para partilha de conhecimento”.

Apesar da sua complexidade e diversidade (atividades, ambientes, intervenientes), a animação turística “pode ser apontada como um fator de elevada importância para o desenvolvimento económico da região onde atua, como por exemplo, através da criação de emprego a nível local e de rendimentos complementares para as comunidades de acolhimento, através do aumento da duração da estadia e dos gastos dos turistas” (Parreira, 2015:19).

Para além destes efeitos multiplicadores, a citada autora, com base em Marques e Abranja (2009), sublinha ainda “(...) que a animação turística deve proporcionar ao cliente a oportunidade de ocupar o seu tempo com atividades que o possam conduzir à satisfação pessoal, à realização de experiências divertidas e emocionantes, tendo sempre em conta e respeitando o meio envolvente” (Parreira, 2015:16).

À escala nacional é evidente o crescimento das atividades/empresas de animação turística. Em artigo recente, com base nos dados do Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística, referimos que em Portugal Continental o número de agentes de animação turística tem verificado uma evolução considerável desde o final dos anos 80, embora com um crescimento mais acentuado entre 2010 e 2013, o qual corresponde a cerca de 70% do número total de alvarás – em número de 1576 – atribuídos pelo Turismo de Portugal no período de 1989-2014 (Cordeiro, Alves e Carvalho, 2015).

3. Criatividade e inovação no turismo rural

A criatividade (Richards e Wilson, 2007) e a inovação (Hall e Williams, 2008) configuram instrumentos fundamentais das políticas de revitalização e regeneração (não só rural, também em contexto urbano) que pretendem desenvolver e promover o seu potencial cultural, de tal forma que o turismo criativo pode consubstanciar uma oportunidade para diversificar a oferta turística e valorizar os recursos existentes, e assim contribuir para aumentar a capacidade de atração, competitividade e inovação do destino (Fernandes, 2016).

A criatividade assume um papel relevante enquanto elemento diferenciador da atividade/experiência turística e pode constituir um vetor fundamental para recuperar e valorizar a identidade dos locais e dos seus valores culturais, como também como motor de desenvolvimento económico dos territórios e propulsor de

um turista mais envolvido, mais interessado na aprendizagem e na interação com o contexto de visita (Richards e Wilson, 2006; Carvalho, 2013).

Cayeman (2014:14), com base em Richards e Raymond (2000), identifica um conjunto de vantagens do turismo criativo em relação ao turismo cultural convencional (centrado na visita a atrações culturais sem a participação ativa dos turistas e frequentemente estandarizado e massificado), designadamente: criar valor com mais facilidade; permitir aos destinos inovar com novos produtos, o que confere vantagem competitividade face a outros destinos; contribuir para a formação de valores por parte dos turistas; induzir menos infraestruturas físicas; conduzir a práticas turísticas mais sustentáveis.

A partir da diversidade de aceções do turismo criativo, é possível identificar como principais elementos comuns as experiências autênticas que permitem ao turista desenvolver o seu potencial criativo, o envolvimento ativo e participativo do turista com a comunidade anfitriã, e a participação do turista na produção da sua experiência (Cayeman, 2014; Fernandes, 2016).

As experiências criativas estão relacionadas com as atividades do quotidiano das comunidades, como por exemplo, o artesanato, a gastronomia, a pintura, a escultura, a dança, o teatro, a literatura ou as festas, e permite aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo por via da participação ativa em diversas experiências de aprendizagem, associadas aos locais (destinos) de visita.

Os espaços rurais integram recursos que podem ser muito valorizados na criação de produtos turísticos criativos, designadamente em contexto de turismo cultural. A oferta de experiências interativas e dinâmicas remete para a singularidade dos lugares e a personalização das experiências, que são fatores decisivos na afirmação dos destinos com características rurais (Carvalho, 2013).

De entre os eventos culturais e criativos em meio rural, destacam-se os que promovem a ligação entre o turismo e determinadas atividades produtivas ou culturais, como, por exemplo, a vinha e o vinho ou as festividades (ciclo etnográfico), com o propósito de oferecer experiências únicas aos visitantes.

No caso do enoturismo trata-se de um segmento de elevado crescimento com forte ligação aos territórios no qual se desenvolve e à gastronomia, através “das suas diferentes formas de desenvolvimento: dos eventos e festivais enoturísticos, à experiência proporcionada em quintas e adegas, até às rotas enoturísticas” (Santana, 2016:99). Para o sucesso da experiência contribui o produto vinícola (adegas, caves, quintas, eventos), a atratividade do destino (incluindo atividades organizadas ao ar livre) e o produto cultural (alojamento, restauração, lojas de especialidade), conforme referem Getz e Brown (2006), e Santana (2016).

Contudo, a inovação em contexto rural não encerra a nível do produto, pois assume importância também a nível do processo, “onde se destaca a cooperação entre diversos setores económicos das regiões”; a nível organizacional, “através da cooperação entre atores locais, e inovação ao nível das atitudes, com a introdução de uma cultura de cooperação”, conforme assinala Parreira (2015:26), com base no trabalho de Madureira *et al.* (2013).

Para explicitar a relevância das atividades (de animação) nos programas complementares ao alojamento, recorreremos ao exemplo do produto turístico Aldeias do Xisto.

Na análise da parte prática (estudo de caso), esta investigação optou pela recolha e tratamento estatístico descritivo, com base no *software* aplicativo *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS - v. 21.0), dos dados disponíveis sobre os eventos do calendário de animação das Aldeias do Xisto (mediante a consulta da página oficial na internet). Os resultados, até ao momento, permitem destrinçar as tipologias de eventos, a evolução do número de atividades na escala de tempo, e a sua distribuição geográfica.

4. Aldeias do Xisto: inovação, criatividade e animação

As Aldeias do Xisto resultam de um conjunto planeado de intervenções para o desenvolvimento integrado de territórios rurais em contexto de baixa densidade, no interior da Região Centro de Portugal, através de ações concretas que gravitam designadamente em função do turismo, do lazer e do património, com o apoio de diversos instrumentos de gestão territorial (desenvolvimento regional, desenvolvimento rural, turismo, entre os mais relevantes).

O lançamento da ideia fundadora decorreu no contexto da Ação Integrada de Base Territorial (AIBT) do Pinhal Interior (2000-2006), através do Programa das Aldeias do Xisto, o qual abriu caminho às (primeiras) intervenções em matéria de infraestruturas básicas, arranjos urbanísticos de espaços públicos, recuperação de imóveis públicos e particulares, para melhorar as condições de habitabilidade e assegurar as condições mínimas necessárias aos investimentos em turismo e lazer, designadamente o alojamento, as atividades e os agentes de animação, os equipamentos culturais, os equipamentos desportivos, entre outros.

Na linha dos objetivos principais de uma intervenção integrada de desenvolvimento regional, com o propósito de contribuir para a requalificação territorial e a revitalização económica e social dos lugares, importa destacar a ambição de constituir uma rede de sítios notáveis e de assegurar a génese de um agente institucional para gerir e dar continuidade ao referido projeto. Assim nasceu a Rede das Aldeias do Xisto e a ADXTUR – Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto.

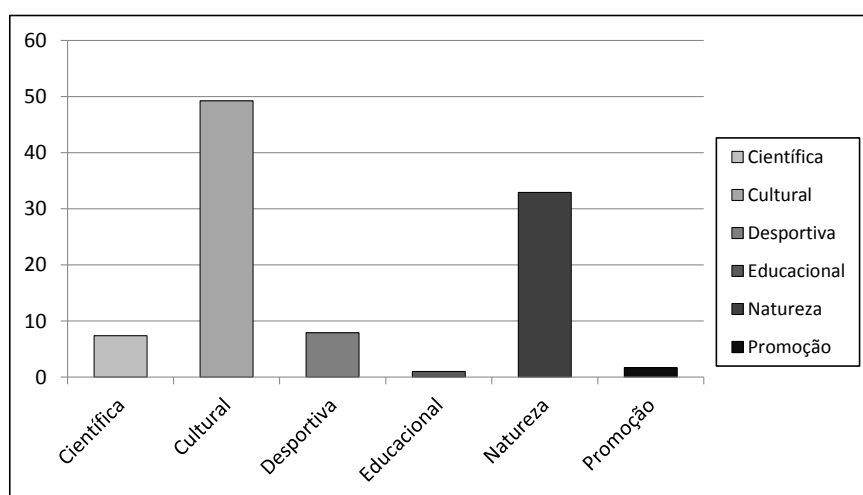
No presente a Rede das Aldeias do Xisto é constituída por 27 lugares distribuídos por quatro unidades de paisagem, a saber: Serra da Lousã (12: Aigra Nova; Aigra Velha; Candal; Casal de São Simão; Casal Novo; Cerdeira; Chiqueiro; Comareira; Ferraria de São João; Gondramaz; Pena; Talasnal); Serra do Açor (5: Aldeia das Dez; Benfeita; Fajão; Sobral de São Miguel; Vila Cova de Alva), Zêzere (6: Álvaro; Barroca; Janeiro de Baixo; Janeiro de Cima; Mosteiro; Pedrógão Pequeno), Tejo/Ocreza (4: Água Formosa; Figueira; Martim Branco; Sarzedas).

A ADXTUR, por sua vez, congrega cerca de duas dezenas de municípios e mais de uma centena de operadores privados, e desenvolve um conjunto de atividades com vista a preservar, promover e valorizar as paisagens culturais e naturais das Aldeias do Xisto, bem como a gerir de forma inovadora e criativa a marca e o produto turístico.

A oferta de lazer/turismo das Aldeias do Xisto tem como pilares o alojamento (com mais de oito dezenas de unidades, em diversas tipologias, destacando-se o turismo rural), as praias fluviais (quatro dezenas), os percursos pedestres (por centenas de quilómetros), os trilhos e os centros de BTT, as lojas (com ênfase para os produtos manufaturados selecionados, do tradicional ao moderno) e os eventos.

A análise ao calendário de eventos das Aldeias do Xisto (segundo os dados disponíveis em <http://aldeiasdoxisto.pt/agenda>), no período entre 2014 e 2016, revela a importância do território na criação e desenvolvimento de um conjunto de iniciativas que muito contribuem para tornar a Rede das Aldeias do Xisto como um produto com oferta estruturada, para fazer face à procura dos últimos anos, nos mercados nacional e internacional.

Com efeito, nos três anos em análise, realizaram-se 417 eventos, com uma média de 139 iniciativas por cada ano. A organização e segmentação dos dados por tipologia de atividade (Figura 1), permite a identificação de seis domínios principais: científico, cultural, desportivo, educacional, natureza, promoção.



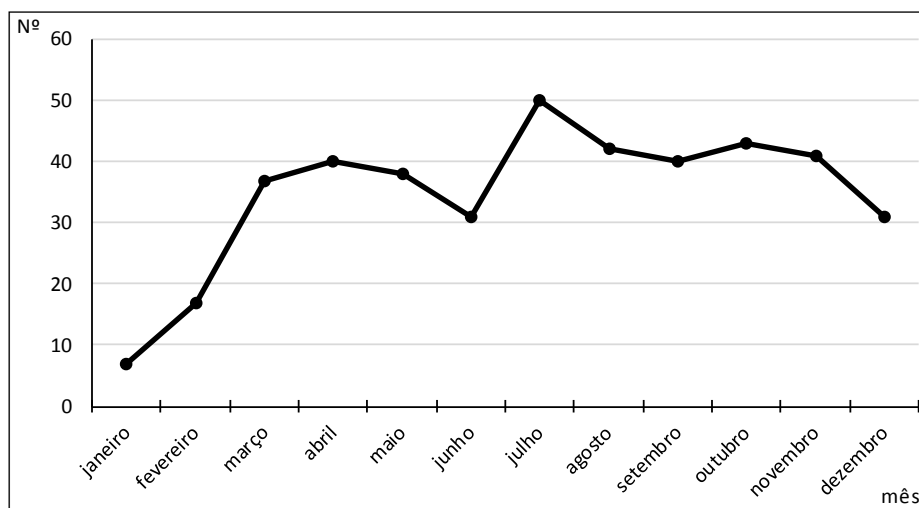
Elaboração própria com base em <http://aldeiasdoxisto.pt/agenda> (último acesso a 3/3/2017)

Figura 1 – Eventos realizados nas Aldeias do Xisto, entre 2014 e 2016, por tipologia (em %)

No seio destes, predominam as atividades no domínio cultural (como feiras, festivais, recriações, exposições, ciclo etnográfico, *workshops*, entre outros), com 49,2% do total de eventos realizados. Destaque, de igual modo, para os eventos com forte ligação à natureza e ao património natural (percursos pedestres, canoagem, entre outros), correspondendo a 32,9% das iniciativas que ocorreram nas Aldeias do Xisto entre 2014 e 2016. As iniciativas de índole desportiva (*trail running*, BTT, cicloturismo, carrinhos de rolamentos), inseridas em calendários competitivos nacionais e/ou internacionais, registaram um crescimento significativo (de 9 para 14, respetivamente) no período analisado (como resultado da conclusão de vários investimentos em equipamentos e infraestruturas de apoio a estas atividades), perfazendo 7,9% do total de atividades. Em sentido inverso, as iniciativas de carácter científico, decresceram de ano para ano (com um máximo de dezoito, em 2014, e um mínimo de duas, em 2016), correspondendo, no global, a 7,4% dos eventos do

calendário de animação. Por fim, os eventos de promoção da marca Aldeias do Xisto (em feiras de turismo e outras) representaram 1,7% das iniciativas, enquanto que as de carácter educativo (sobretudo ocupação de tempos livres), tiveram um peso de 1% da oferta do território.

Por sua vez, a análise da distribuição dos eventos inseridos na agenda Aldeias do Xisto (Figura 2), permite concluir que, em média, se realizaram 11,6 atividades por mês, entre 2014 e 2016.



Elaboração própria com base em <http://aldeiasdoxisto.pt/agenda> (último acesso a 3/3/2017)

Figura 2 – Evolução mensal do número acumulado de eventos (2014-2016) nas Aldeias do Xisto

Numa observação mais apurada, é possível identificar que os meses considerados como época alta no setor do turismo em Portugal (de junho a setembro), congregam o maior número de eventos ao longo dos três anos, com 39,1% do total registado. Por outro lado, no cômputo geral, os meses de janeiro e fevereiro são os que apresentam menor número de iniciativas, totalizando em conjunto apenas 5,8% do volume total analisado. Ainda assim, podemos considerar que a agenda de eventos inserida no calendário de animação do território Aldeias do Xisto procura contribuir para a minimização do efeito da sazonalidade (por maior procura do território nos meses de verão), disponibilizando de forma constante ao longo do ano uma oferta diversificada e estruturada, com o intuito de captar turistas/visitantes e de ser atrativo durante todo o ano, com vista a dinamizar o alojamento, a restauração, as empresas de animação turística, as associações locais e demais entidades que exercem atividade nas quatro unidades de paisagem que compõem as Aldeias do Xisto (Serra da Lousã, Serra do Açor, Zêzere, Tejo-Ocreza). Assim, entre os meses de março e dezembro, a oferta de eventos e atividades pelos parceiros da marca Aldeias do Xisto, é constante, apenas com pequenas variações.

A análise à distribuição geográfica dos eventos/atividades das Aldeias do Xisto permite compreender o dinamismo das entidades locais na promoção do território. Neste domínio, destacam-se os concelhos da Lousã e Proença-a-Nova com 13,7 e 11,8%, respetivamente, do total de 417 eventos realizados no contexto da rede. Num segundo patamar, sobressaem oito concelhos que apresentam mais de 20 eventos no conjunto

dos três anos em análise, como sejam: Fundão (7,2%), Oleiros (7%), Góis (6,5%), Miranda do Corvo (5,8%), Penela (5,8%), Pampilhosa da Serra (5,3%), Pedrógão Grande (5%) e Vila de Rei (5%). A este nível assumem especial relevância os municípios que integram a Serra da Lousã (Castanheira de Pera, Figueiró dos Vinhos, Góis, Lousã, Miranda do Corvo, Pedrógão Grande e Penela) que, entre 2014 e 2016, desenvolveu 44,8% dos eventos realizados nas Aldeias do Xisto.

5. Notas finais

O interesse dos turistas em integrar cada vez mais atividades participativas e criativas no seu programa de visita decorre do objetivo de realizar experiências únicas e não reproduzíveis (Pine e Gilmore, 1999, citados por Carvalho *et al.*, 2011).

A aprendizagem embora centrada na cultura (artes e ofícios, gastronomia, entre outros) também pode incluir a espiritualidade e a natureza (Richards e Raymont, 2000) o que significa que a viagem tende a incluir vários tipos de interesses turísticos.

O rural como contexto criativo revela diferentes configurações, desde os refúgios criativos aos *clusters* criativos, e pode proporcionar diversas experiências culturais aos seus visitantes, orientadas para pequenos grupos, privilegiando a aprendizagem e o conhecimento à simples observação (Carvalho, 2013).

No decurso de três períodos de programação e execução de políticas públicas (2000-2006; 2007-2013; 2014-2020), as Aldeias do Xisto passaram de um projeto visionário para um produto turístico de referência, com múltiplas atividades e experiências alicerçadas em elementos diferenciadores.

O calendário de eventos, no período de 2014 a 2016, revela o dinamismo das Aldeias do Xisto, por via da ADXTUR e dos parceiros envolvidos na dinamização dos seus territórios, com um número significativo de atividades (mais de quatro centenas, o que significa uma média superior a onze eventos em cada mês), desenvolvidas de forma relativamente regular ao longo do ano, em diversos domínios, destacando-se as atividades culturais (49,2%) e os eventos ligados à natureza e ao património natural (32,9%). A subunidade da Serra da Lousã e em particular o município da Lousã denotam uma dinâmica intensa, sendo responsáveis por quase 45% e 14%, respetivamente, do total de eventos em estudo.

Consideramos que em futuras investigações seria pertinente: analisar as atividades numa base mais alargada de tempo (desde a génese da ADXTUR); estudar as entidades responsáveis pela programação/organização das ações de animação, incluindo preocupações de avaliação das mesmas; realizar uma abordagem dos operadores turísticos relacionados com os eventos, por forma a conhecer a procura e avaliar os seus efeitos (utilização dos alojamentos turísticos, atividade das empresas de animação, entre outros indicadores); estudar a experiência turística e conhecer a opinião dos participantes nas atividades realizadas; encontrar exemplos (nacionais e internacionais) com escala adequada a uma análise comparativa.

Referências Bibliográficas

- Almeida, Paulo Santos (2003) *A Contribuição da Animação Turística para o Aumento das Taxas de Ocupação de Uma Região*, Aveiro, Universidade de Aveiro.
- Butler, Richard; Hall, Michael; Jenkins, John (1998) *Tourism and recreation in rural areas*, Chichester, John Wiley & Sons.
- Carvalho, Mariana Cabral de (2013) *Cultura e turismo criativo na experiência integral do turismo rural*, Aveiro, Universidade de Aveiro.
- Carvalho, Paulo (2012) *Ordenamento e Desenvolvimento Territorial*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Carvalho, Rui; Ferreira, Ana; Figueira, Luís (2011) O contributo dos eventos culturais e criativos para a criação de uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro. O caso do Med de Loulé, *Book of Proceedings International Conference on Tourism & Management Studies*, Vol. 1, p.10.
- Cayeman, Charline (2014) A importância do turismo criativo para a sustentabilidade da atividade turística nas grandes cidades: o exemplo de Barcelona para o estudo de caso de Lisboa, Lisboa, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Cordeiro, B., Alves, L., Carvalho, P. 2015, O ecoturismo em Portugal: uma análise exploratória aos agentes de animação turística e a sua particular relação com o ecobusiness, *Turydes (Revista Turismo y Desenvolvimento)*, Vol. 8(18), 19 pp.
- Fernandes, Íris (2016) *Turismo Criativo em Lisboa*, Coimbra, Universidade de Coimbra.
- Figueiredo, Helena Maria (2013) O papel da animação turística na programação de atividades complementares ao alojamento: proposta de modelo de intervenção, Tomar, Instituto Politécnico de Tomar.
- Getz, Donald e Brown, Graham, 2006, Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis, *Tourism Management*, Vol. 27(1), pp. 146-158.
- Hall, Michael e Williams, Alan (2008) *Tourism and Innovation*, London, Routledge.
- Moreno, Luís (2005): “Novas dinâmicas no espaço rural”, in Medeiros, Carlos Alberto (Coord.): *Geografia de Portugal. Atividades Económicas e Espaço Geográfico*, Lisboa, Círculo de Leitores, pp. 93-107.
- Monteiro, Andresa (2016) *Turismo Criativo em Loulé*, Coimbra, Universidade de Coimbra.
- Parreira, Cristina de Jesus (2015) *Animação Turística no Alentejo: sobre a oportunidade para criar um serviço aeronáutico inovador*, Évora, Universidade de Évora.
- Plaza Gutiérrez, J., 2006, Territorio, geografía rural y políticas públicas. Desarrollo y sustentabilidad en las áreas rurales, *Boletín de la A.G.E.*, Nº. 41, pp. 69-95.
- Richards, G. e Raymond, C., 2000, Creative Tourism, *ATLAS News*, Nº. 23, pp. 16-20.
- Richards, G. e Wilson, J., 2006, Developing creativity in tourism experiences: a solution to the serial reproduction of culture?, *Tourism Management*, Vol. 27 (6), pp. 1209-1223.
- Richards, Greg e Wilson, Julie (2007) *Tourism, Creativity and Development*, London, Routledge.
- Sharpley, Richard (2003): “Rural tourism and sustainability – A Critique”, in Hall, Derek; Roberts, Lesley; Mitchell, Morag (Eds.): *New Directions in Rural Tourism*, Aldershot, Ashgate, pp. 38-53.
- Santana, Isabel Borges (2016) *O Enoturismo na Região Demarcada do Douro: A Festa das Vindimas como produto turístico*, Coimbra, Universidade de Coimbra.
- Sper, 2016, Declaração de Palencia [<http://www.sper.pt/declaracao-de-palencia-2014/>], (Acesso 3 março 2016).