

Turismo criativo em espaço rural: proposta para o território das Terras de Sicó

Creative tourism in rural areas: proposal for the territory of Terras de Sicó

Inês Almeida

Universidade de Coimbra, CEGOT, Faculdade de Letras
inesalmeida18@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0643-4446>

Paulo Carvalho

Universidade de Coimbra, CEGOT, Faculdade de Letras
paulo.carvalho@fl.uc.pt
<https://orcid.org/0000-0002-6920-869X>

Luís Silveira

Universidade de Coimbra, CEGOT, Faculdade de Letras
luis.silveira@uc.pt
<https://orcid.org/0000-0002-8030-7074>

Artigo recebido a 14 de outubro de 2021 e aprovado a 20 de dezembro de 2021

Resumo

O turismo criativo é um segmento turístico relativamente recente, reconhecido por explorar a ligação entre visitantes, território e comunidade local de forma sustentável através da criatividade. Considerando a predominância de uma paisagem cársica e a preservação de uma identidade rural bastante rica nas Terras de Sicó (Centro de Portugal), este território apresenta elementos diferenciadores para o desenvolvimento do turismo criativo. Com base na revisão da literatura sobre turismo criativo e, em específico, sobre a sua aplicação em espaço rural, este artigo apresenta (i) uma proposta de modelo conceptual da experiência turística criativa e (ii) uma proposta preliminar de aplicação do desenvolvimento do turismo criativo às nas Terras de Sicó. Foram identificadas cinco temáticas para a exploração do segmento em Sicó - ciclos de produção e de trabalho, artesanato, paisagem cársica, legados históricos e expressões sociais - e delineadas medidas de ação para quatro eixos estratégicos: sensibilização da população local e formação de recursos humanos; apoio à iniciativa privada; abordagem colaborativa/em rede; e promoção do destino e atração de turistas.

Palavras-chave: turismo criativo, experiência turística criativa, destino criativo, espaço rural, Terras de Sicó.

Abstract

Creative tourism is a relatively recent tourism segment, recognized for exploring the link between visitors, territory and local community through creativity in a sustainable way. Considering the predominance of a karst landscape and the preservation of a very rich rural identity in the area of Sicó (Centre of Portugal), this territory has differentiating elements for the development of creative tourism. Based on a literature review on creative tourism and, more specifically, on its application in rural areas, this paper presents (i) a theoretical model proposal of the creative tourist experience and (ii) a preliminary proposal for the development of creative tourism in Sicó. Five themes for the exploitation of the segment in Sicó were identified - cycles of production and labour; handicraft; karst landscape; historical legacies; and social expressions - and several measures are presented for four strategic axes: local population's awareness and training of human resources; support structures for the private sector; collaborative approaches and networks; and promotion of the destination and attraction of tourists.

Keywords: creative tourism, creative tourist experience, creative destination, rural areas, Terras de Sicó.

1. Introdução

O turismo criativo é referido pela primeira vez em 1993 por Pearce e Butler, mas é conceptualizado

apenas em 2000 (Richards & Raymond, 2000). Segundo a UNESCO (2006, p. 3), o turismo criativo “implica uma viagem direcionada para uma experiência autêntica e de envolvimento, com aprendizagem

participativa nas artes, património, ou carácter especial de um lugar, e fornece uma conexão com aqueles que residem nesse lugar e cria uma cultura viva”.

Considerado pela mesma entidade como uma possível nova geração do turismo, o turismo criativo revela-se como uma forma mais sustentável da atividade económica, fortemente ligada às comunidades locais e às especificidades dos territórios. Embora exista ainda um *gap*, tanto em termos de oferta turística como de literatura científica, no que diz respeito ao turismo criativo em espaço rural (Carvalho, Lima, & Kastenholz, 2014; Lee et al., 2016; Richards, 2018), esta realidade tem-se vindo a alterar nos últimos anos (Duxbury, Bakas, de Castro, & Silva, 2021). Se em espaços urbanos a oferta de turismo criativo tende a focar-se nas indústrias criativas, nos espaços rurais começa a haver uma valorização das especificidades locais e das tradições e saberes fazer comunitários através de atividades criativas (Remoaldo et al., 2020), baseadas numa transferência de conhecimentos entre turistas e comunidade local (esta última que não tem necessariamente de estar ligada a indústrias criativas).

Este artigo tem como objetivo principal apresentar uma proposta preliminar para a promoção e desenvolvimento turísticos do território correspondente às Terras de Sícó enquanto destino de turismo criativo. A área em estudo corresponde geomorfologicamente ao Maciço Calcário de Sícó e administrativamente a seis municípios da região Centro de Portugal: Alvaiázere, Ansião, Condeixa-a-Nova, Penela, Pombal e Soure. A paisagem cársica e a adaptação humana às suas características criam elementos diferenciadores para o desenvolvimento do turismo em geral e de experiências criativas em específico. Para atingir o objetivo delineado, procedeu-se a uma revisão da literatura sobre turismo criativo, particularmente em espaço rural, e sobre temáticas do turismo e do património em Sícó. Procedeu-se também à recolha e análise de dados secundários, por forma a caracterizar o território em estudo.

2. Turismo Criativo

2.1. Génesse, evolução e características gerais

A razão mais frequentemente associada à génesse do turismo criativo é a necessidade de dar resposta a alguns problemas que começaram a emergir no turismo cultural, nomeadamente a sua massificação e a standardização da oferta existente (Carvalho et al., 2014; Richards, 2010). No entanto, o turismo criativo não surge apenas como uma nova abordagem do turismo cultural. O turismo criativo vem acrescentar dimensões que ainda não estavam presentes de forma marcada na experiência turística e que são fruto de um contexto mais abrangente da sociedade: (i) a transição de uma economia de consumo de bens para uma economia de experiências (Pine & Gilmore, 1998); (ii) a valorização da *Skilled Consumption* e da *Prosumption* (Richards, 2009), que colocam o consumidor como ativo na produção; (iii) a valorização da criatividade em várias formas (Carvalho et al., 2016), nomeadamente as Cidades Criativas e as Classes e Indústrias Criativas; e (iv) o alargamento do entendimento de património e a democratização da cultura, que permitiram a valorização da paisagem, do património intangível e da cultura vernacular e do quotidiano, e não apenas da *high culture* (Bakas & Duxbury, 2018; Richards, 2009). No contexto específico do turismo também existem fatores que favoreceram o aparecimento do turismo criativo, tais como: (i) a saturação do mercado e consequente necessidade de criar ofertas diversificadas e diferenciadoras (Richards, 2009); (ii) a crescente valorização da sustentabilidade social e cultural no turismo (Brandão, da Silva, & Fischer, 2013); e, como consequência de parte dos fatores referidos anteriormente, (iii) a mudança no perfil e motivações dos visitantes, que se expressa no aumento da procura de experiências autênticas, singulares e participadas (Cruz, Perestrelo, Gato, & Costa, 2019; Remoaldo et al., 2020) e de interações mais próximas com as comunidades locais e as suas tradições e quotidiano (Carvalho et al., 2014; Galvagno & Giaccone, 2019).

Entre o final da década de (19)90 e o início da década de (20)00, surge o denominado Turismo Criativo 1.0., no qual se privilegia a experiência de aprendizagem ativa num ambiente mais formal (*workshops*) e menos ligado ao território (Richards,

2018). A definição da UNESCO (2006), anteriormente apresentada, vai ao encontro da visão do Turismo Criativo 2.0., que se vai afirmando a partir de 2005, no qual a ligação às especificidades do território e o contacto com a comunidade local são privilegiados (Richards, 2018). Esta definição destaca ainda a importância da autenticidade da experiência e da cultura viva, mais ligada a elementos intangíveis e ao quotidiano da comunidade. No Turismo Criativo 3.0. assistimos a uma valorização, não apenas da experiência turística criativa em si mas, de atividades e indústrias criativas na experiência turística. Esta dinâmica ganha relevância a partir de 2010 e revela-se principalmente em meios urbanos, e podendo estar associada a um consumo mais passivo (Remoaldo et al., 2020). A evolução mais recente, o Turismo Criativo 4.0., enfatiza o papel da cocriação na produção da experiência e a relação entre consumidor/visitante e produtor/comunidade local (Duxbury & Richards, 2019; Galvagno & Giaccone, 2019). O Turismo criativo 4.0. começa a ser explorado por volta de 2015. De referir que estas fases não se têm substituído umas às outras, mas somado valor e escala às anteriores (Richards, 2018).

Tendo em consideração a evolução do turismo criativo, alguns elementos basilares e enfatizados no segmento podem ser referidos:

- i. Participação ativa do visitante, numa perspectiva de cocriação da experiência entre produtor e consumidor;
- ii. Possibilidade de autoexpressão criativa por parte do consumidor;
- iii. Promoção da aprendizagem através da experiência criada;
- iv. Inclusão da comunidade no desenvolvimento de experiências e promoção do contacto entre visitante e comunidade local;
- v. Importância da autenticidade e singularidade da experiência, garantidas pelo facto de ser uma experiência cocriada e influenciada pelos inputs do consumidor;
- vi. Estimulo das emoções e das sensações, visto que a experiência ativa recorre aos diferentes sentidos;
- vii. Valorização do intangível, das atividades criativas e do quotidiano das comunidades;
- viii. Posicionamento do ser humano no epicentro da experiência, passando de um papel de contemplação passiva em que recebe apenas informação, para ser parte da criação dessa

informação/experiência, desenvolvendo capacidades e podendo chegar à autorrealização (Bakas & Duxbury, 2018; Brandão et al., 2013; Carvalho et al., 2014; Cruz et al., 2019; Duxbury, 2019; Richards, 2011).

Para além das mais-valias que o turismo em geral pode gerar para o território no qual a atividade se desenrola, existem alguns benefícios que o turismo criativo em específico potencia. Desde logo, o turismo criativo pressupõe uma abordagem mais sustentável do turismo (Duxbury, 2019), que deixa mais retorno para a comunidade, resulta numa menor pressão sobre os recursos patrimoniais e promove uma maior dispersão dos visitantes no destino.

As experiências criativas contribuem para o desenvolvimento, e até para a vitalidade, das indústrias criativas no território (Carvalho et al., 2014). Neste seguimento, são criadas novas formas de rendimento para os produtores e artesãos (Bakas & Duxbury, 2018), sem que a qualidade dos produtos seja prejudicada, visto que passam também a vender experiências e não é alimentada uma produção em massa. O segmento contribui, então, para reduzir o risco de reprodução massiva/de standardização (Richards, 2011), visto que se estão a vender experiências únicas altamente influenciadas pelo consumidor. Ao relacionar-se e depender, frequentemente, de outras atividades económicas, o turismo criativo fomenta a criação de economias de escala e de sinergias (De Sousa, Vareiro, Coelho, Mota, & da Silva, 2019), permitindo um efeito multiplicador e maior coesão na economia local e regional. O segmento permite a diversificação e criação de produtos e narrativas (Richards & Marques, 2012) que no paradigma do turismo tradicional dificilmente seriam criados e promove a preservação e valorização da identidade (Bakas et al., 2019) e do património locais (Cruz et al., 2019). Estes elementos têm impactos positivos ao nível social, como o fomento de uma maior coesão e orgulho identitários (Bakas & Duxbury, 2018), através da valorização da cultura local e da integração da comunidade nas estratégias de desenvolvimento, e a promoção da diversidade cultural e da inclusão social (Carvalho et al., 2014), visto que há um contacto mais profundo entre visitantes e locais e que a cultura de grupos sociais habitualmente segregados pode ser valorizada. O turismo criativo atrai um perfil específico de visitante (Carvalho et al., 2014), com maior rendimento e bastante motivado e educado para a cultura local e

para a necessidade de a preservar. Por último, o segmento pode ser encarado como uma ferramenta de combate à sazonalidade contribuir para a atenuação da sazonalidade da atividade turística no território, visto que parte das atividades criativas podem realizar-se em qualquer época do ano e outras estão associadas a épocas baixas da procura turística (por exemplo, a vindima), e permite o desenvolvimento turístico de territórios sem vocação prévia para tal (De Sousa et al., 2019).

2.2. Experiência turística criativa: proposta de modelo

Apesar de ser um conceito relativamente recente, existem já vários modelos que procuram explicar o turismo criativo, partindo de várias perspetivas.

Richards (2011) salienta a forma como a criatividade pode ser integrada e entregue ao consumidor através da experiência turística criativa. No seu modelo, a criatividade pode estar na atividade em si (aprender, experienciar) ou no ambiente em que se enquadra (ver, comprar), exigindo graus variados de envolvimento do consumidor.

Tan, Kung e Luh (2013) desenvolveram um modelo que tem por base a perspetiva do turista/consumidor. Os autores destacam três dimensões da procura que irão influenciar a experiência: consciência/sensibilidade, necessidades/motivações e criatividade. Estas dimensões irão interagir com o destino, numa dimensão que é referida pelos autores como *Aprender e Interagir* e que congrega o *input* do ambiente, das pessoas e do produto/experiência em si.

Gonçalves e Costa (2019) apresentam um modelo na perspetiva da gestão de um destino turístico criativo. São quatro pilares (território; processo produtivo e componentes do produto turístico; processo de cocriação; e consumidores) que se interligam e influenciam entre si para criar a experiência turística, sendo a governança central nesta gestão.

Ross e Saxena (2019) elaboraram um modelo para a experiência de cocriação participativa de património arqueológico, que pode ser adequado à experiência turística criativa em geral. No centro encontra-se a experiência participada e cocriada, que recorre a elementos tangíveis e intangíveis e

que beneficia dos contributos do fornecedor e do turista.

Atentando a alguns elementos destes modelos, elaborou-se uma proposta de modelo de experiência turística criativa (Figura 1).

Tal como na proposta de Ross e Saxena (2019), a experiência cocriada é o elemento central deste modelo. A experiência pode consistir em quatro tipos de atividades - comprar, ver, experienciar e aprender - que, como se retrata pela gradação de cores, requerem diferentes graus de envolvimento por parte do consumidor (Richards, 2011).

Esta experiência criativa é, ainda segundo Ross e Saxena (2019), influenciada pelos *inputs* do fornecedor (oferta) e do turista (procura). No modelo que agora se apresenta acrescenta-se os *inputs* do território que, segundo o modelo de Tan et al. (2013), é uma dimensão que, confrontada com os atributos do consumidor, vai influenciar a experiência turística criativa. As características do território vão influenciar diretamente a experiência, mas também indiretamente, visto que: o fornecedor, conscientemente, aproveita os recursos endógenos existentes e beneficia do contexto institucional e turístico para delinear as experiências que oferece; e as características do território vão influenciar, inconscientemente (seta cinzenta), a forma como o consumidor participa na experiência criativa.

Os quatro portadores de criatividade (Richards, 2011) - pessoa, processo, produto e ambiente - também estão esboçados no modelo. A criatividade das pessoas está presente nos *inputs* do fornecedor e do consumidor, visto que a sua capacidade criativa vai influenciar e moldar a experiência. A criatividade do ambiente está presente no território e no contexto em que se desenrola a experiência turística; por outro lado, o ambiente criativo pode ser a própria experiência/produto a consumir. A criatividade do processo está presente na experiência em si, sendo uma mescla decorrente da criatividade dos elementos referidos anteriormente, que, no último estágio, resulta no produto criativo.

Os *inputs* do fornecedor/oferta são, essencialmente, as suas aptidões criativas, a sua capacidade de interpretação/*storytelling* do património e/ou experiência que está a vender e todo o conhecimento que detém do território, assim como aptidões específicas, que vão enriquecer a experiência (Richards, 2011; Ross & Saxena, 2019). Os *inputs* do consumidor passam pelas suas aptidões criativas,

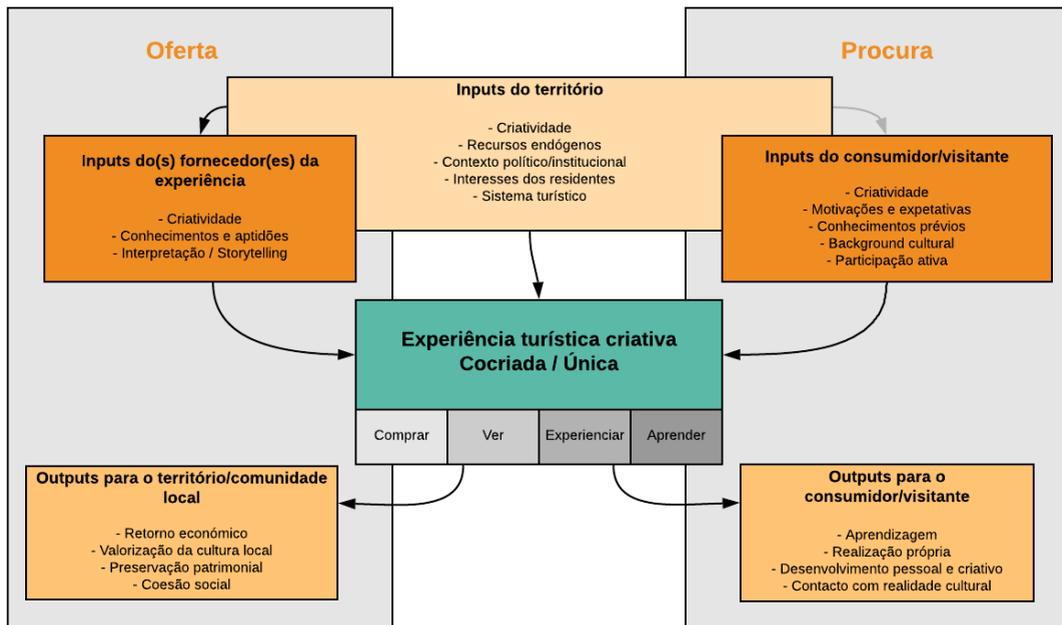


Figura 1

Modelo conceitual da experiência turística criativa.

Fonte: Elaboração própria com base em Gonçalves e Costa (2019), Richards (2011), Ross e Saxena (2019) e Tan, Kung e Luh (2013).

pelas suas motivações e expectativas, pelos seus conhecimentos prévios sobre o território e os elementos valorizados na experiência, pela sua bagagem cultural e pela sua abertura e aptidão a desempenhar um papel ativo na experiência (Duxbury, 2019; Richards, 2011; Ross & Saxena, 2019; Tan et al., 2013). Por fim, os *inputs* do território são: a criatividade dos espaços (ambiente), indivíduos (classe criativa), processos e produtos (indústrias criativas) que se desenvolvem e atuam no destino; os recursos endógenos passíveis de se produzirem de forma criativa; a influência positiva ou negativa que o contexto político e institucional do território detém sobre a atividade turística; os interesses dos residentes; e a forma como o sistema turístico está organizado no destino (Gonçalves & Costa, 2019; Richards, 2011).

A experiência turística criativa irá gerar *outputs* para o território e comunidade local, assim como para o consumidor/visitante. Os principais benefícios para o território passam (i) pelo retorno económico, e por três elementos que se influenciam entre si: (ii) a valorização da cultura local, (iii) a preservação patrimonial e (iv) a promoção da coesão social. Os principais *outputs* para o consumidor/visitante são: (i) a possibilidade de aprendizagem, que é um dos objetivos principais desde a gênese do turismo

criativo; (ii) o sentimento de realização própria; (iii) a possibilidade de desenvolvimento pessoal e criativo; (iv) e a oportunidade de contactar de forma mais direta, profunda e autêntica com uma cultura distinta (Brandão et al., 2013; Carvalho et al., 2016; Gonçalves & Costa, 2019).

3. Turismo Criativo em Espaço Rural

A realidade económica e a imagem do espaço rural têm sido, ao longo dos séculos, associadas a uma grande dependência em relação ao setor primário (Álvarez-García, Maldonado-Erazo, Río-Rama, & Sánchez-Fernández, 2019). No entanto, este panorama tem vindo a alterar-se na Europa, especialmente nas últimas três décadas, em grande parte como resultado de políticas públicas da União Europeia para a diversificação de atividades no espaço rural (Bakas et al., 2019).

Através de quadros de financiamento europeus e, nesse contexto, de programas e instrumentos com foco nas áreas rurais e de baixa densidade, tem sido possível, para além de modernizar a produção agrícola (Bakas et al., 2019), valorizar atividades económicas como a agroindústria ou o turismo (Carvalho & Alves,

2017). Entre os vários programas lançados, destaca-se, no âmbito desta investigação, o Programa de Iniciativa Comunitária LEADER e as suas configurações posteriores por inovarem com uma abordagem *bottom-up* na gestão dos fundos comunitários (Carvalho & Alves, 2017), visto que essa gestão, ao invés de partir de órgãos centrais, cabe a uma organização supramunicipal que desenvolve os seus projetos com base em parcerias com os agentes locais. Como se verá mais à frente, este programa influenciou grandemente a ação da Terras de Sicó - Associação de Desenvolvimento.

Nesta conjuntura, o turismo é considerado como uma ferramenta atividade potenciadora de desenvolvimento rural (Bakas & Duxbury, 2018). Segundo a Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR), o Turismo em Espaço Rural representa um “conjunto de atividades e serviços realizados e prestados mediante remuneração em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de atividades e serviços complementares de animação e diversão turística, com vista a proporcionar aos clientes uma oferta completa e diversificada” (DGADR, 2020).

Apesar dos benefícios que o desenvolvimento turístico pode gerar em áreas rurais, há que ter em consideração os riscos inerentes, caso não se sigam modelos turísticos sustentáveis e adaptados às especificidades territoriais, nomeadamente a estandardização da imagem projetada e da oferta existente no espaço rural, a descaracterização e comodificação dos elementos identitários das comunidades e a diminuição da qualidade de vida e alienação dos residentes (Bakas et al., 2019; Kastenholz, 2013). Neste sentido, Carvalho et al. (2014) consideram que o turismo criativo, enquanto alternativa diferenciadora e sustentável, pode constituir-se como uma solução para evitar uma oferta turística massificada e estandardizada no espaço rural.

Embora o segmento do turismo criativo tenha sido, até recentemente, predominantemente associado às áreas urbanas (Cruz et al., 2019; Duxbury, 2019), quer pela concentração da oferta turística nas grandes cidades (Duxbury, 2019; Richards, 2019), quer pela falta de estudos científicos sobre a aplicação desenvolvimento do turismo criativo em espaço rural (Álvarez-García et al., 2019; Lee et al., 2016), Kastenholz et al. (2012, citado por Carvalho et al., 2014) assumem que o espaço rural apresenta

algumas particularidades com grande potencial para o desenvolvimento do turismo criativo. De facto, a oferta turística em espaço rural já tinha um grande cunho de criatividade antes do segmento existir e ser conceptualizado. Veja-se as atividades associadas ao agroturismo, as experiências ligadas à gastronomia (por exemplo, as provas de queijos) e às atividades tradicionais (por exemplo, a vindima na região do Douro), entre outras atividades em espaço rural que apelam às sensações, à criatividade e à participação ativa dos turistas (Carvalho et al., 2014).

Richards (2019) e Remoaldo et al. (2020) defendem que não se deve procurar replicar modelos de turismo criativo de grandes cidades, muitas vezes alicerçados nas indústrias e classes criativas, no espaço rural, mas focar-se no consumo criativo de recursos endógenos e de elementos identitários e tradicionais através de estratégias *bottom-up*. Nesta perspetiva, uma abordagem de base comunitária poderá ser uma mais-valia para o sucesso do turismo criativo em destinos rurais, visto que a experiência é, na maioria das vezes, centrada nas tradições e no quotidiano dessas populações. Segundo Oliveira, Diógenes e de Almeida (2021), o turismo de base comunitária contribui particularmente para o desenvolvimento sustentável ao nível socioambiental e económico, permitindo a preservação de modos de vida tradicionais e atribuindo protagonismo aos atores e interesses locais.

Bakas e Duxbury (2018) e Duxbury (2019), com base no projeto CREATOUR - iniciativa de colaboração entre vários centros de investigação e entidades públicas e privadas portuguesas para a investigação e implementação de projetos de turismo criativo em pequenas cidades e áreas de baixa densidade no país -, identificam algumas estruturas para a promoção e venda de atividades criativas em espaço rural: (i) ofertas individuais (repetidas) - frequentemente oferecidas através de catálogos de empresas de animação turística; (ii) mediadores e redes localizadas; (iii) séries de *workshops* e/ou eventos, geralmente com um tema central; (iv) unidades de alojamento e outros espaços, nomeadamente museológicos, com ofertas ou atividades criativas pontuais ou residências artísticas; (v) festivais de pequena escala; e (vi) iniciativas para a comunidade - veículo para que os residentes ganhem conhecimentos, apoiem o desenvolvimento turístico e se constituam como consumidores.

Existem, contudo, alguns desafios a ter em consideração no desenvolvimento de experiências criativas em espaço rural. Estas Algumas destas áreas ainda são (entendidas como) frequentemente remotas e consideradas como pouco atrativas, sendo necessário desenvolver estratégias para apelar aos turistas a deslocarem-se a estes territórios (Bakas & Duxbury, 2018). O elevado nível índice de envelhecimento da população (Baixinho et al., 2020; Richards, 2019), a possibilidade de existência de barreiras linguísticas (especialmente em povoações mais isoladas e com uma população envelhecida) e de choques culturais (Blapp & Mitas, 2018) e a falta de conhecimentos sobre os recursos patrimoniais e potencialidades turísticas do território e de aptidões e conhecimentos empresariais (nas áreas da comunicação, do *marketing*, da estruturação e operacionalização de produtos, entre outras) por parte da população em geral e dos (possíveis) fornecedores de serviços turísticos em específico (Duxbury, 2019; Richards, 2019) em espaços rurais podem dificultar o desenvolvimento de iniciativas de base local voltadas para o turismo (criativo). Alguns autores identificam ainda a dificuldade na comunicação e articulação entre atores locais (Remoaldo et al., 2020).

Em relação à falta de conhecimentos dos agentes locais, desenvolver iniciativas/atividades para a comunidade - para que esta adquira conhecimentos sobre o seu património e ganhe um maior sentimento de pertença - pode ser uma importante ferramenta estratégia relevante (Duxbury, 2019). Para atrair visitantes a estes territórios, principalmente numa primeira fase, os festivais e eventos de pequena escala (em termos de infraestruturas necessárias e de número de participantes) são uma aposta viável, visto que possibilitam o envolvimento de vários tipos de atividades e agentes criativos, têm maior poder de atração de participantes e visibilidade/alcance que atividades individuais e permitem a redução de riscos (de custos-benefícios, de adesão, entre outros) associados à implementação de novas atividades/ideias criativas (Bakas & Duxbury, 2018; Bakas et al., 2019; Duxbury et al., 2021).

A literatura existente sobre o segmento apresenta ainda outros elementos que dão resposta aos desafios referidos e que são essenciais para o sucesso do turismo criativo em espaço rural: (i) a aposta em mercados de nicho; (ii) a valorização de elementos distintivos do território; (iii) a existência

de uma entidade pública ou privada que sustente a logística da oferta; (iv) a definição de meios de suporte e de tutoria aos agentes e comunidade locais; (v) o desenvolvimento de redes de cooperação, de comunicação e de partilha de conhecimentos e recursos entre os agentes locais; e (vi) a necessidade de desenvolver estratégias robustas de *marketing* (Baixinho et al., 2020; Duxbury, 2019; Duxbury et al., 2021; Remoaldo et al., 2020; Richards, 2019).

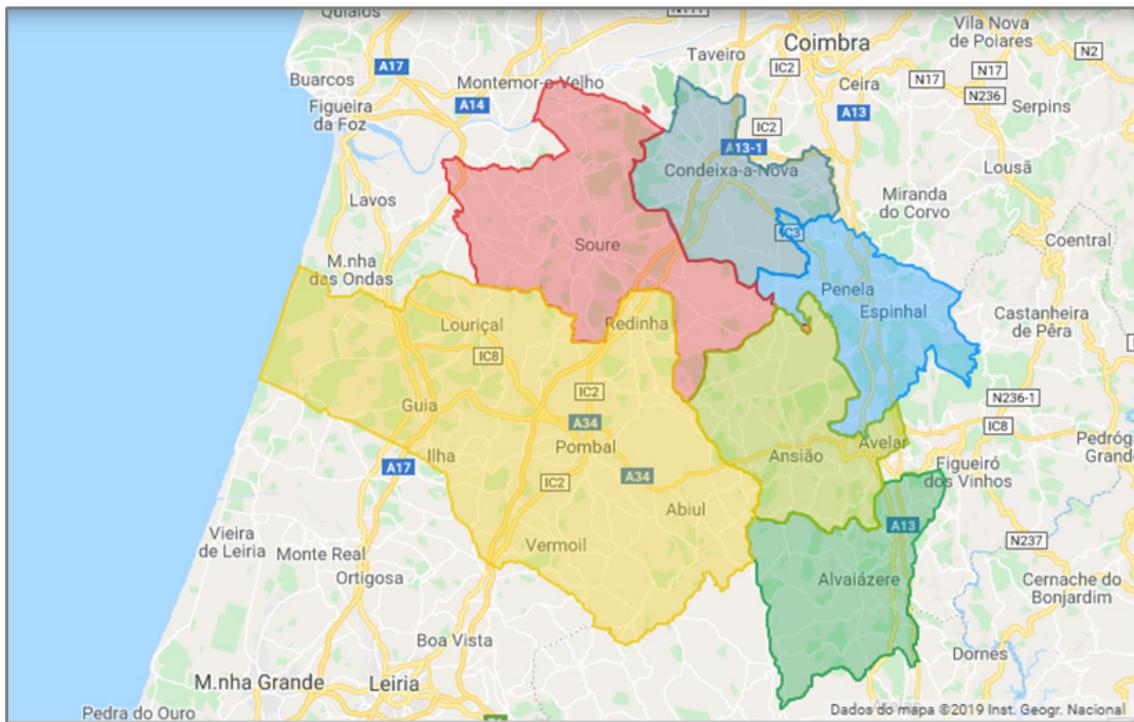
4. Turismo criativo nas Terras de Sicó

4.1. Contextualização geográfica do território

As paisagens cársicas são caracterizadas pela magreza dos solos, pela escassez de água à superfície e pela primazia da rocha calcária (que resulta em formações cársicas - campos de lapiás, canhões fluvio-cársicos, *buracas* e outros - com grande valor científico e, em muitos casos, uma grandiosidade estética única). Estas características dificultam a ocupação humana e criam contextos rurais muito específicos, nomeadamente em Portugal, como a construção dos muros de pedra solta para dividir terrenos, a pastorícia tradicional, a agricultura de sequeiro e a sacralização de formações cársicas como as *buracas* e as serras (Cunha, 2003).

Cunha, Dimuccio e Paiva (2018) descrevem o Maciço Calcário de Sicó como “um mosaico paisagístico complexo, diversificado e muito interessante do ponto de vista estético e cultural.” (p. 1231). Esta paisagem de elevado valor geomorfológico localiza-se na Orla Mesoceno-zóica Ocidental (Cunha et al., 2018)” e corresponde, em termos administrativos, a parte do território de seis municípios do Centro Litoral de Portugal (Figura 2): Alvaiázere, Ansião e Pombal (Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria), e Condeixa-a-Nova, Penela e Soure (Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra). Os seis municípios estão integrados no Sítio Rede Natura 2000 Sicó-Alvaiázere (Lopes et al., 2015).

Em 1995 surge a Terras de Sicó - Associação de Desenvolvimento, uma associação de direito privado que congrega os seis municípios correspondentes à área do Maciço Calcário de Sicó e outros associados públicos e privados locais, com o objetivo de promover o desenvolvimento intermunicipal do território. A



Escala: 0 _____ 10 Km

Legenda: Amarelo - Pombal; Vermelho - Soure; Azul escuro - Condeixa-a-Nova; Azul claro - Penela; Verde claro - Ansião; Verde escuro - Alvaiázere

Figura 2

Municípios que constituem o território das Terras de Síc.

Fonte: Terras de Síc (2021)

Associação de Municípios da Serra de Síc (ADSICÓ), criada em 1988, precedeu este projeto (Lopes et al., 2015).

Embora o território de Síc apresente uma localização estratégica muito favorável (com a proximidade às cidades de Coimbra e de Leiria) e acessibilidades rodoviárias de qualidade, tanto no eixo Norte-Sul (IC2, A17, A13) como no eixo Este-Oeste ou Litoral-Interior (IC8), a perda de população é uma tendência no território desde os anos (19)50 (Silva, 2011) que se registou novamente nos Censos mais recentes: no seu conjunto, os seis municípios perderam em média 8% de população em 2021 comparativamente a 2011 (INE, 2021). Em termos de percentagem de população com mais de 65 anos em 2020, apenas Condeixa-a-Nova (19.5%) apresenta valores inferiores à média nacional (22.3%) e da região Centro (24.6%). Alvaiázere apresenta a percentagem mais alta de idosos (31.6%), seguindo-se Soure (30.4%) e Penela (29.5%) (Pordata, 2021). Conclui-se, portanto, que as Terras de Síc seguem a tendência nacional, particularmente dos territórios rurais e do interior, de perda e envelhecimento da

população, necessitando de políticas para a dinamização económica e social do território.

4.2. Turismo em Síc

Analisando os recursos turísticos destacados nas estratégias da Terras de Síc e promovidos nos sítios da internet de cada município deste território (Quadro I), é possível encontrar elementos transversais. A valorização do património natural, em particular do património cársico, através de atividades de turismo de natureza e de turismo ativo/desportivo é mencionada em todos os municípios. Os elementos de património cultural construído também estão presentes em cada município, com destaque para o património da romanização e para os castelos e muralhas medievais. O segmento do turismo religioso é valorizado, sobretudo através dos Caminhos de Santiago e da Rota Carmelita. Condeixa-a-Nova e Pombal apresentam uma oferta museológica e associada a figuras históricas relevante. Alvaiázere e Ansião destacam-se pela valorização dos produtos endógenos, em particular do chicharo, do azeite, do queijo,

Quadro I	
Elementos turísticos promovidos nas Terras de Sícó, por município.	
Terras de Sícó	Património natural: Maciço Calcário de Sícó; Sítio Rede Natura 2000 Sícó-Alvaiázere Romanização Produtos endógenos
Município de Alvaiázere	Gastronomia: Capital do Chicharo; outros produtos endógenos Turismo religioso: Rota Carmelita e Caminhos de Santiago Turismo ativo/de natureza: percursos pedestres Património natural: Serra de Alvaiázere, Nascente do Olho do Tordo, Grutas, Algares e Megalapiás (património cársico); mancha de carvalho cerquinho e Mata do Carrascal Outros: património pré-industrial, arqueológico e arquitetónico/religioso
Município de Ansião	Romanização: Complexo Monumental de Santiago da Guarda Turismo religioso: Rota Carmelita e Caminhos de Santiago Produtos endógenos e etnografia: Ciclo do Pão; ranchos folclóricos Turismo de natureza/ativo: valorização da mancha de carvalho cerquinho; BTT; percursos pedestres; caça
Município de Condeixa-a-Nova	Romanização: Ruínas de Conímbriga; Museu Monográfico de Conímbriga; Museu PO.RO.S Museologia associada a figuras locais: Casa Museu Fernando Namora; Galeria Manuel Filipe Património Natural: Buracas do Casmilo e Campo de Lapiás (paisagens cársicas); Reserva Natural Paul da Arzila Outros: património religioso; património civil (palácios)
Município de Penela	Romanização: Espaço-Museu da Villa Romana do Rabaçal Castelos de Penela e de Germanelo Aldeias do Xisto: Ferraria de São João; Praia Fluvial da Louçainha; Cascata da Pedra da Ferida Património cársico: Centro de Interpretação do Sistema Espeleológico do Dueça Património religioso: Rota Carmelita; São João do Deserto Turismo ativo/de natureza: percursos pedestres e BTT Outros: Sítios arqueológicos; miradouros; pelourinhos; Rotas do Património, da Natureza e das Aldeias
Município de Pombal	Património natural: Serra de Sícó e Vale do Poio (património cársico); Mata Nacional do Urso Castelo de Pombal Museu Municipal: Museu de Arte Popular Portuguesa; Museu Marquês de Pombal Rotas culturais: Rota Pombalina; Roteiro de Figuras Históricas Turismo de natureza/ativo: percursos pedestres Outros: Praia do Osso da Baleia; Jardins; festas do Bodo; património construído
Município de Soure	Património cársico: Toca do Ladrão e outras buracas; Serra de Sícó Termalismo: Amieira, Bicanho e Azenha Museu Municipal Conjunto do Castelo de Soure, ruínas da da Igreja de Nossa Senhora de Finisterra e Necrópole Romanização: Ponte das Eiras/dos Mouros; villa romana de Dordiais; vestígios musealizados Património arqueológico: vestígios de ocupação humana no período Neolítico e na Idade do Ferro; fornos de cal Etnografia e folclore: ranchos e outros grupos de folclore; festivais de folclore Gastronomia: Pão de Ló de Soure Eventos: Festas de S. Mateus - FATACIS; mostra de artesanato, gastronomia e cultura locais Outros: património religioso; património civil; património industrial

Fonte: Elaboração própria com base em Município de Alvaiázere (2021), Município de Ansião (2021), Município de Condeixa-a-Nova (2021), Município de Penela (2021), Município de Pombal (2021), Município de Soure (2021) e Terras de Sícó (2021)

do mel, do fumeiro, das ervas aromáticas, do vinho e dos doces e compotas. Penela tem a particularidade de condensar na sua área administrativa geopatrimónio de morfologia calcária e xistosa.

Embora o sítio da internet do Município de Soure não apresente uma página de promoção turística, alguns recursos turísticos são enunciados na página respeitante a cada freguesia, com destaque para o património

nio religioso e etnográfico, para os vestígios arqueológicos de vários períodos e povos, assim como para o termalismo, o museu municipal e o castelo medieval.

Embora existam algumas atrações turísticas com uma procura considerável - por exemplo, o Museu Monográfico de Conímbriga registou 106.378 visitantes em 2018 (DGPC, 2021) -, o envolvimento dos visitantes com o restante território e o retorno para as comunidades locais é diminuto. Os valores da estada média dos turistas nos municípios das Terras de Sicó (Quadro I) são prova da capacidade reduzida de manter os turistas no território por mais do que um dia. Salienta-se, contudo, o tempo de estada média de turistas domésticos em Soure (2,3 dias), presumivelmente fruto da procura das Termas do Bicanho que pode ser direcionada para atividades complementares nos municípios vizinhos.

Com base nestes pressupostos e nas similaridades temáticas de grande parte dos recursos turísticos existentes nos seis municípios, considera-se benéfico para este território apresentar-se como um destino e uma marca turística únicas, com produtos estruturados e concertados entre as diversas entidades, por forma a tornar o destino mais atrativo, ampliar o alcance da divulgação da oferta turística e aumentar a estada média dos turistas. A Terras de Sicó tem contribuído para isso através de vários projetos desenvolvidos no âmbito de programas comunitários como o LEADER e o PROVERE (Saron & Hespanhol, 2015). As suas estratégias anteriores focaram essencialmente o património da romanização e os produtos alimentares endógenos.

Em 2012 foi implementado o projeto PROVERE *Villa Sicó - Programa de Valorização Económica dos Espaços da Romanização*, liderado pela Terras de Sicó. Nesse contexto, foi criada uma imagem de marca do destino/produto e, posteriormente, lançadas iniciativas e materiais de promoção com grande foco nas marcas de romanização existentes no território. Para além da valorização do património da romanização, recurso âncora da estratégia de dinamização turística, outros projetos complementares foram implementados nos seguintes âmbitos: (i) turismo de natureza e promoção da paisagem cársica; (ii) valorização de produtos endógenos (particularmente artesanais e gastronómicos); (iii) desenvolvimento de produtos temáticos; e (iv) desenvolvimento da oferta de alojamento em Sicó (Terras de Sicó, 2021).

Alguns dos mais recentes projetos da Terras de Sicó são a implementação da Rede de Aldeias do

Calcário, a certificação de produtos alimentares e a candidatura das construções em pedra solta a Património Mundial da UNESCO (Terras de Sicó, 2021). Considera-se, no entanto, que estas medidas não são suficientes para que Sicó se desenvolva enquanto destino competitivo: é necessário criar ofertas de animação turística, e, neste sentido, as experiências criativas podem ser uma opção distintiva para o destino.

4.3. Experiências turísticas criativas para Sicó

Tendo em conta a predominância de uma paisagem cársica e a preservação de uma identidade rural bastante rica no território de Sicó, a relação entre comunidade e território está marcada por expressões culturais e atividades económicas distintas e autênticas que se convertem em ativos patrimoniais valorizados no turismo criativo.

O destino já apresenta alguma oferta criativa dispersa que se enquadra nas estruturas de formatos identificados por Bakas e Duxbury (2018) e Duxbury (2019): a Culnatur apresenta em catálogo *workshops* criativos com artesãos locais (ofertas individuais; mediadores) e tem parceria com autarquias para realizar atividades com os residentes (iniciativas para a comunidade); O Tamanco (alojamento) oferece *workshops* pontuais com artesãos e classes criativas para visitantes e comunidade local e promove residências artísticas (ofertas individuais; iniciativas para a comunidade); várias entidades públicas lançaram em parceria o MosaicoLab (série de eventos/*workshops*) no âmbito do projeto CREATOUR; o Ti Milha (festival de pequena escala) tem optado por integrar vários *workshops* criativos no seu cartaz de atividades; entre outros. Considerando a relevância do projeto CREATOUR para os avanços teórico na área do turismo criativo (em espaço rural) e para o desenvolvimento da oferta do segmento em Portugal, destaca-se, no contexto territorial de Sicó, a ativação do “piloto” “Mosaico - Conímbriga e Sicó” (série de eventos/*workshops*). Através de uma parceria liderada pela entidade MosaicoLab, o projeto promove “iniciativas culturais e atividades criativas no seio dos Museus, dos Centros Interpretativos e Sítios Arqueológicos (...), proporciona aos seus visitantes experiências ativas e de aprendizagem em torno do Património de Mosaico Romano” (CREATOUR, 2021). Num eixo que liga as

Quadro II

Estada média em estabelecimentos hoteleiros das Terras de Sicó em 2019, por município

	Alvaiázere	Ansião	Condeixa-a-Nova	Penela	Pombal	Soure
Turistas domésticos	1.2	1.2	1.5	1.6	1.4	2.3
Turistas internacionais	1.9	1.0	1.5	1.8	1.9	1.7
Estada média (global)	1.6	1.1	1.5	1.6	1.5	1.8

Fonte: Pordata (2021).

Ruínas da cidade romana de Conímbriga (Condeixa-a-Nova), a Villa romana do Rabaçal (Penela) e o Complexo monumental de Santiago da Guarda (Ansião), a Rota do Mosaico oferece visitas guiadas temáticas, programas de *workshops*, um evento anual e várias outras iniciativas criativas (MosaicoLab, 2021).

Considerando as características e recursos turísticos do território, foram identificadas cinco temáticas centrais para o desenvolvimento de experiências turísticas criativas, assim como algumas atividades específicas no âmbito de cada uma (ver Anexo 1):

- **Ciclos de produção e de trabalho:** Nesta temática, pretende-se estimular o contacto com o quotidiano de profissões tradicionais e com as várias fases de produção de certos produtos alimentares. As estratégias da Terras de Sicó têm focado a promoção e certificação de produtos endógenos (queijo, mel, azeite, chicharo, entre outros) numa perspetiva sobretudo de venda dos produtos; contudo, o turista atual procura, para além de consumir produtos de qualidade e típicos, aumentar o seu conhecimento sobre esses produtos (Pulido-Fernández, Casado-Montilla, & Carrillo-Hidalgo, 2019), o que pode ser explorado através do turismo criativo (em atividades de participação nas diversas fases de produção - por exemplo, a apanha da azeitona, a limpeza da mesma, a transformação em azeite e a prova final - ou em *workshops* de confeção de produtos endógenos, como o é o caso do Queijo Rabaçal) e, assim, contribuir para aumentar as receitas para os produtores;
- **Artesanato:** A origem do turismo criativo está fortemente associada à promoção de *workshops* nos ateliês/casas de artesãos locais (Richards, 2009). Sendo que o artesanato tem alguma expressão no território de Sicó, o

turismo criativo pode ser uma importante ferramenta alavanca de valorização, preservação e transmissão entre gerações de saberes fazer (alguns em risco de extinção, como é o caso do Bracejo da Ilha, Pombal);

- **Paisagem cársica:** O curso é o principal recurso agregador e diferenciador dos municípios das Terras de Sicó. O usufruto e interpretação desta paisagem podem ser realizados através de abordagens criativas como a fotografia ou o desenho;
- **Legados históricos:** Para além do importante legado romano, o território de Sicó é marcado por acontecimentos (como a Reconquista Cristã e as Invasões Francesas) e figuras históricas (D. Sesnando, Marquês de Pombal, entre outros) de diferentes épocas da história da Humanidade. Estes legados podem ser explorados através de experiências que requerem criatividade e desenvolvimento de aptidões por parte do consumidor, nomeadamente através de recriações históricas e de experiências de arqueologia;
- **Expressões da vida social:** Algumas comunidades do território de Sicó têm práticas sociais de lazer que englobam elementos criativos, como é o caso dos ranchos folclóricos (a título de exemplo, o Rancho Folclórico e Etnográfico da Casa do Povo de Mações de D. Maria (Alvaiázere) e o Rancho Folclórico de Pousaflores (Ansião)) que contribuem para a preservação de tradições, trajes típicos e cancioneiros locais/regionais. Estas atividades podem converter-se numa experiência turística diferenciadora.

Transpondo o modelo da experiência turística criativa desenvolvido (Figura 1) para o território de Sicó, verifica-se que o destino apresenta elementos que podem ser explorados nos quatro níveis de

Quadro III

Recomendações para o desenvolvimento das Terras de Sícó enquanto destino de turismo criativo.

Sensibilização da população local e formação de recursos humanos	Desenvolvimento de iniciativas de sensibilização de associações e grupos locais para os benefícios do turismo criativo;
	Desenvolvimento de atividades para a promoção do conhecimento e usufruto do património da região por parte dos residentes;
	Identificação e contacto com possíveis providenciadores de experiências criativas (artesãos, grupos culturais e outros indivíduos);
	Capacitação de recursos humanos através de cursos profissionais e cursos de curta duração nas áreas do turismo, património, línguas e outros, em parceria com a Escola Profissional, Artística e Tecnológica de Pombal e com a Escola Tecnológica e Profissional de Sícó;
	Criação de bolsa de moderadores/agentes turísticos que sirvam de intermediários entre visitantes e comunidade local.
Apoio à iniciativa privada	Criação de gabinete de apoio e tutoria a agentes locais para a implementação e gestão de ofertas criativas;
	Divulgação e apoio na candidatura a programas de financiamento.
Abordagem colaborativa/em rede	Criação de plataformas (reuniões presenciais, fóruns online) para a partilha de conhecimentos e experiências entre agentes do território;
	Estabelecimento de parcerias com unidades de alojamento e restauração para a criação de vouchers de desconto e outras iniciativas conjuntas;
	Criação de pacotes temáticos que agreguem ofertas turísticas de diferentes entidades (por exemplo, um workshop gastronómico em cada município da rede).
Promoção do destino e atração de turistas	Aposta nos eventos existentes com cariz criativo e/ou tradicional e com potencial atrativo, para dinamizar atividades criativas no espaço e promover a oferta criativa do destino;
	Promoção das ofertas criativas nas principais atrações culturais do destino;
	Desenvolvimento de uma marca visual forte, que seja acompanhada de materiais e campanhas promocionais direcionadas para mercados chave.

Fonte: Elaboração própria (2021).

envolvimento na experiência criativa: comprar, ver, experienciar e aprender. Falta criar mais oferta e desenvolver mecanismos de estruturação e divulgação integrada. Grande parte dos *inputs* do território já existem, nomeadamente os recursos endógenos com valor criativo (expressões artesanais, saberes fazer singulares, entre outros), a criatividade dos processos e produtos locais e o contexto político/institucional favorável (existe um órgão com a missão de desenvolvimento integrado do território, Terras de Sícó - Associação de Desenvolvimento, que atua em parceria com as autarquias locais e que tem alguns projetos de desenvolvimento turístico em andamento que poderão incluir dinâmicas de turismo criativo, nomeadamente a Rede de Aldeias do Calcário). Dois elementos menos robustos nos *inputs* do território são: a aferição dos interesses e inclusão dos residentes no desenvolvimento turístico e a (falta de) estruturação do sistema turístico no destino. Os *inputs* do(s) fornecedor(es) são um dos elementos mais frágeis do destino, sendo necessário apostar na sensibilização e formação da população local para a riqueza cultural e turística do seu território e dotá-la de aptidões mais específicas e especializadas na área do turismo (criativo) e do domínio de idiomas. Sendo que os *inputs* do consumidor são externos ao destino, cabe às entidades locais desenvolver iniciativas para captar mercados alvo de valor acrescentado. Para

assegurar os *outputs* para a comunidade local é relevante criar mecanismos de comunicação direta com os residentes e monitorizar os impactos das atividades turísticas nos mesmos; no caso dos *outputs* para os consumidores, a aplicação de inquéritos de satisfação poderá ser uma ferramenta relevante de avaliação e desenvolvimento contínuo.

Partindo de alguns dos desafios e linhas de ação apresentados na secção 3 do artigo e das maiores fragilidades identificadas para o desenvolvimento de turismo criativo nas Terras de Sícó, apresentam-se algumas recomendações para quatro eixos estratégicos (Quadro III).

5. Conclusões

Este artigo teve por objetivo essencial apresentar uma proposta preliminar para o desenvolvimento das Terras de Sícó (território com uma forte componente rural localizado no Centro de Portugal) enquanto destino de turismo criativo.

Com base em contributos anteriores, um modelo teórico da experiência turística criativa foi apresentado. A experiência criativa cocriada é o elemento central do modelo, que requer diferentes níveis de envolvimento por parte do consumidor conforme o tipo de atividade. A experiência é influenciada, direta

e indiretamente, pelos *inputs* do fornecedor, do consumidor e do território/ambiente no qual a atividade se enquadra. Por fim, a experiência tem *outputs* (impactos) tanto para o território como para o consumidor.

No seguimento da revisão da literatura e da contextualização geográfica e turística do território em análise, identificaram-se elementos estruturantes para o desenvolvimento do turismo criativo nas Terras de Sicó. Foram definidas cinco temáticas diferenciadoras e transversais a todos os municípios de Sicó para a exploração do turismo criativo nas Terras de Sicó: ciclos de produção e de trabalho; artesanato; paisagem cársica; legados históricos; e expressões sociais. Confrontando o modelo teórico desenvolvido com a realidade do território de Sicó, a fragilidade do sistema turístico (*inputs* do território), a falta de formação captação de recursos humanos especializados e de sensibilização da população para temáticas relacionadas com o património local e o turismo (*inputs* do território e do fornecedor) e a ineficácia e/ou inexistência de iniciativas de captação e retenção de turistas (influencia os *inputs* do consumidor) foram identificados como os elementos mais frágeis do destino. Destaca-se a importância da Terras de Sicó - Agência de Desenvolvimento para a existência de um contexto político/institucional favorável. Foram ainda apresentadas recomendações para a implementação com sucesso do turismo criativo nas Terras de Sicó com foco em quatro eixos estratégicos: sensibilização da população local e formação de recursos humanos; apoio à iniciativa privada; abordagem colaborativa/em rede; e promoção do destino e atração de turistas.

Os contributos deste artigo são, sobretudo, empíricos. A proposta apresentada para as Terras de Sicó pretende constituir-se como uma perspetiva inovadora para o território em estudo, abordando temáticas, atividades específicas, fragilidades e estratégias que podem ser otimizadas e utilizadas na atuação de entidades públicas e privadas do território. Caso a aplicação desenvolvimento do turismo criativo ao território de Sicó seja encarada de forma sistémica e planeada e numa abordagem de base comunitária e de trabalho em rede, liderada pela Terras de Sicó - Associação de Desenvolvimento ou outra organização, poder-se-á constituir uma marca de destino criativo rural.

Sendo este artigo essencialmente uma proposta de desenvolvimento turístico aplicado a um territó-

rio específico, crê-se que a maior limitação seja a falta de auscultação das diversas partes interessadas no destino Sicó. Consequentemente, considera-se que seria pertinente auscultar a perspetiva da oferta, da procura e dos residentes, sobre a viabilidade do desenvolvimento do segmento no território de Sicó e numa ótica de implementação de estratégias sustentadas e colaborativas para definir uma marca de destino criativo.

Em termos de linhas de investigação futuras, existem, ainda grandes *gaps* de literatura no que concerne ao segmento que devem ser estudados, nomeadamente a sua aplicação em espaço rural (Duxbury, 2019; Lee et al., 2016), a perspetiva da procura (Serra, Borges, & Marujo, 2020; Tan et al., 2013) e as especificidades do *marketing* aplicado ao segmento (Bakas & Duxbury, 2018). É fulcral que, para além de abordagens conceptuais, se estude a aplicação do turismo criativo em casos reais, de forma a gerar conhecimento que possa sustentar a ação dos intervenientes locais. No caso das Terras de Sicó em concreto, seria pertinente auscultar a perspetiva da oferta, da procura e dos residentes, para que se possa desenvolver estratégias sustentadas e colaborativas para definir uma marca de destino criativo.

Bibliografia

- Álvarez-García, J., Maldonado-Erazo, C., Río-Rama, M., & Sánchez-Fernández, M. (2019). Creative Tourism in Small Cities and Rural Areas: A Bibliographic Review. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 9, 63-94.
- Baixinho, A., Santos, C., Couto, G., Albergaria, I. S. de, Silva, L. S. da, Medeiros, P. D., & Simas, R. M. N. (2020). Creative tourism on islands: A review of the literature. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), 1-25. <https://doi.org/10.3390/su122410313>
- Bakas, F., & Duxbury, N. (2018). Development of rural areas and small cities through creative tourism: The CREATOUR project. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 8, 74-84.
- Bakas, F., Duxbury, N., Remoaldo, P., & Matos, O. (2019). Social utility of small-scale art festivals with creative tourism in Portugal. *International Journal of Event and Festival Management*, 10(3), 248-266.
- Blapp, M., & Mitos, O. (2018). Creative tourism in Balinese rural communities. *Current Issues in Tourism*, 21(11), 1285-1311. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1358701>

- Brandão, P., da Silva, F., & Fischer, T. (2013). Potencialidades do Artesanato no Desenvolvimento de Destinos Turísticos Criativos e Sustentáveis. *Tourism & Management Studies*, 1, 195-202.
- Carvalho, P., & Alves, L. (2017). Animação Turística, Inovação e Criatividade no Desenvolvimento Rural. O caso das Aldeias do Xisto. In F. Sousa, J. Pereira, & M. Lopes (Eds.), *Animação Sociocultural. Turismo Rural e Desenvolvimento Comunitário* (pp. 171-179). Chaves: Intervenção.
- Carvalho, M., Lima, J., & Kastenholz, E. (2014). Criatividade Cultural - que oportunidade para destinos rurais?. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12, 635-648.
- Carvalho, R., Ferreira, A., & Figueira, L. (2016). Cultural and Creative tourism in Portugal. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14, 1075-1082. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.071>
- CREATOUR: creatour.pt/ (Acedido em 04 de dezembro de 2021).
- Cruz, A., Perestrelo, M., Gato, M., & Costa, P. (2019). Connecting the dots: contributions to the creative tourism dynamics in Portugal. *Tourism & Management Studies*, 15, 23-32. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15SI03>
- Cunha, L. (2003). Maciço de Sicó. Valorização dos recursos naturais e criação de emprego a nível local. In L. Caetano (Coord.), *Territórios, do global ao local e trajetórias de desenvolvimento* (pp. 185-198). Coimbra.
- Cunha, L., Dimuccio, L., & Paiva, I. (2018). Geopatrimónio cársico e desenvolvimento local no Maciço de Sicó. Livro de actas do II Encontro luso-afro-americano de Geografia Física e Ambiente. *II Encontro luso-afro-americano de Geografia Física e Ambiente. Guimarães, 4-8 junho* (pp. 1227-1233).
- De Sousa, B., Vareiro, L., Coelho, D., Mota, L., & da Silva, F. (2019). Criatividade no turismo e envolvimento do visitante: o estudo de caso de Loulé (Portugal). *Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR*, 9, 62-77.
- DGPC. *Estatísticas de visitantes de museus, palácios e monumentos tutelados pela DGPC 2014-2018*. Disponível em http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/totaism_m_p2014_2018.pdf
- Direcção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural: www.dgadr.gov.pt/ (Acedido em 20 de setembro de 2021).
- Duxbury, N. (2019). Creative tourism in small cities and rural areas: Lessons from the CREATOUR Project, Portugal. Tourism in function of development of the Republic of Serbia. Tourism as a Generator of Employment - Thematic Proceedings II. *TISC - Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja*. Vrnjačka Banja, 30 May - 1 June (pp. 64-81).
- Duxbury, N., Bakas, F. E., de Castro, T. V., & Silva, S. (2021). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1-17. <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics. In *A Research Agenda for Creative Tourism* (pp. 1-14). <https://doi.org/10.4337/9781788110723.00008>
- Galvagno, M., & Giaccone, S. C. (2019). Mapping Creative Tourism Research: Reviewing the Field and Outlining Future Directions. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(8), 1256-1280. <https://doi.org/10.1177/1096348019862030>
- Gonçalves, F., & Costa, C. (2019). Modelo de Desenvolvimento e Implementação do Turismo Criativo. O caso do Galo de Barcelos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32, 25-36.
- INE. (s.d.). *Plataforma de Divulgação dos Censos 2021 - Resultados Preliminares*. Obtido em 17 de setembro de 2021, de INE: https://www.ine.pt/scripts/db_censos_2021.html
- Kastenholz, E. (2013). Turismo Rural - Perspetivas e Desafios. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 20, 69-79.
- Lee, A. H. (2016). Food clusters and creative tourism development: A conceptual framework. *The Journal of Rural and Community Development*, 11, 72-88.
- Lopes, A. S. P. P., Sargento, A. L. M., Moreira, J. R. M., Fernandes, M. E., & Lavrador, E. L. L. (2015). *Estratégia de desenvolvimento local : GAL Terras de Sicó 2020 : uma parceria, um compromisso*. Disponível em [iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/1463](http://online.ipleiria.pt/handle/10400.8/1463)
- MosaicoLab: mosaicolab.pt/ (Acedido em 04 de dezembro de 2021).
- Município de Alvaiaçere: www.cm-alvaiaçere.pt/ (Acedido em 20 de setembro de 2021).
- Município de Ansião: www.cm-ansiao.pt/ (Acedido em 20 de setembro de 2021).
- Município de Condeixa-a-Nova: www.cm-condeixa.pt/ (Acedido em 20 de setembro de 2021).
- Município de Penela: www.cm-penela.pt/ (Acedido em 20 de setembro de 2021).
- Município de Pombal: www.cm-pombal.pt/ (Acedido em 20 de setembro de 2021).
- Município de Soure: www.cm-soure.pt/ (Acedido em 04 de dezembro de 2021).
- Oliveira, A., Diógenes, C. & de Almeida, D. (2021). Lazer e protagonismo social: uma experiência de turismo comunitário no nordeste brasileiro. *Cadernos de Geografia*, 43, 67-80. https://dx.doi.org/10.14195/0871-1623_43_5
- Pine, B., & Gilmore, J. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, 97-105.
- PORDATA. (s.d.). *Estada média nos alojamentos turísticos: total, residentes em Portugal e residentes no estran-*

- geiro. Obtido em 17 de setembro de 2021, de PORDATA: <https://www.pordata.pt/Municipios/Estada+m%c3%a9dia+nos+alojamentos+tur%c3%adsticos+total++residentes+em+Portugal+e+residentes+no+estrangeiro-758>
- PORDATA. (s.d.). *População residente: total e por grandes grupos etários (%)*. Obtido em 17 de setembro de 2021, de PORDATA: [https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%c3%a7%c3%a3o+residente+total+e+por+grandes+grupos+et%c3%a1rios+\(percentagem\)-726](https://www.pordata.pt/Municipios/Popula%c3%a7%c3%a3o+residente+total+e+por+grandes+grupos+et%c3%a1rios+(percentagem)-726)
- Pulido-Fernández, J., Casado-Montilla, J., & Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism. *Heliyon*, 1-8.
- Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., Gôja, R., Araújo Alves, J., Ribeiro, V., Pereira, M., & Xavier, C. (2020). An International Overview of Certified Practices in Creative Tourism in Rural and Urban Territories. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 1-29. <https://doi.org/10.1177/1096348020950792>
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. In R. Wurzbürger, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.), *Creative Tourism: A global conversation* (pp. 78-90). Santa Fe: Sunstone Press.
- Richards, G. (2010). Tourism development trajectories- From culture to creativity? *Encontros Científicos*, 6, 9-15.
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2018). Panorama of Creative Tourism Around the World (Panorama do turismo criativo no mundo). *Seminário Internacional de Turismo Criativo*. Recife, Brasil.
- Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(SI), 7-10. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15SI01>
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4, 1-11.
- Ross, D., & Saxena, G. (2019). Participative co-creation of archaeological heritage: Case insights on creative tourism in Alentejo, Portugal. *Annals of Tourism Research*, 79, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102790>
- Saron, F., & Hespanhol, A. (2015). Os efeitos dos programas de desenvolvimento rural LEADER e PRODER em territórios rurais deprimidos de Portugal: o caso das Terras de Sicó. *Ateliê Geográfico*, 63-87.
- Serra, J., Borges, M. R., & Marujo, N. (2020). Perfil do turista criativo na região Alentejo: Análise exploratória às suas características sociodemográficas e motivacionais. In N. Marujo, M. R. Borges, & J. Serra, J. (Eds.), *Turismo Criativo no Alentejo: A Experiência do Projeto CREATOUR* (pp. 127-150). Castelo Branco: Caderno do Século.
- Silva, C. (2011). *Sicó - A dimensão cultural das paisagens. Um Estudo de Turismo nas suas vertentes Cultural e Natureza*. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Tan, S., Kung, S., & Luh, D. (2013). A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- Terras de Sicó: www.terrasdesico.pt/ (Acedido em 17 de setembro de 2021).
- UNESCO. (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*. Santa Fe, USA.

Anexo 1: Propostas de atividades criativas a explorar em Sicó, segundo a temática

Temática	Atividade	Descrição
Ciclos de produção e de trabalho	Passeio com pastor	Conhecer a paisagem na perspetiva do pastor e participar no seu quotidiano. Esta iniciativa poderá ser particularmente interessante de aplicar nas aldeias incluídas no projeto Aldeias do Calcário.
	Visita a moinhos de vento	Visita guiada e participação no trabalho que do moinho (o Moinho do Monte da Ovelha, em Pousaflores (Ansião), poderá ser uma boa opção, por ainda se manter em funcionamento, pela raridade desse tipo de exemplar e por já existirem atividades esporádicas no mesmo).
	Participação ativa no ciclo de produção de vários produtos endógenos	Participar ou observar as fases de produção de vários produtos, com particular ênfase para o produto de Denominação de Origem Protegida “Queijo Rabaçal”, mas também para o azeite “Serra de Sicó”, o mel “Serra de Sicó” e o vinho “Terras de Sicó”. (azeite, queijo, vinho, etc.)
	Atividades em festivais e eventos	Integração de atividades (<i>workshops</i> , competições, degustação, etc.) em eventos já existentes: Feira Nacional de Artesanato e Tasquinhas de Pombal, Feira do Pinhão de Ansião, Festival Gastronómico do Chicharo (Alvaiázere), Feira de S. Mateus (Soure), entre outros.
	Um dia com...	Passar um dia com um artesão (de cestaria, latoaria, trapologia, cantaria e outros), agricultor, entre outras profissões tradicionais; participar nas suas atividades diárias. Esta iniciativa poderá ser particularmente interessante de aplicar nas aldeias incluídas no projeto Aldeias do Calcário.
Artesanato	Curso de iniciação ao Bracejo	Série de <i>workshops</i> com as várias fases de produção do Bracejo (cestaria): apanha, secagem, produção artesanal, partilha de histórias das artesãs, etc.
	<i>Workshops</i> e trabalho ao vivo de artesãos	Promoção do trabalho de artesãos locais em espaços públicos, museológicos, de alojamento turístico, através de venda de produtos, <i>workshops</i> e trabalho ao vivo. Destaque para o trabalho de cantaria, que tem na sua base o aproveitamento da pedra calcária.
	Atividades em festivais e outros eventos	Integração de atividades de artesanato que fomentem a participação dos visitantes em eventos já existentes: <i>workshops</i> , criação participada de peças, conversas com artesãos.
Paisagem Cárstica	Experiências/cursos de espeleologia	Promoção de <i>workshops</i> e cursos de espeleologia em parceria com o GPS - Grupo Protecção Sicó e com o NEC - Núcleo de Espeleologia de Condeixa.
	Atividade de construção de muros de pedra solta	<i>Workshops</i> de recriação dos muros de pedra solta e manutenção de muros existentes.
	Percurso com apanha de ervas aromáticas	Percurso de apanha de ervas aromáticas (como o estragão, o louro, a salva, o orégão, a erva-de-santa-maria e a lavanda) com guia local (explicação dos benefícios e significado cultural das ervas).
	Percurso fotográfico por Sicó	Percursos de interpretação da paisagem cárstica através da fotografia.
	Percurso de <i>sketchers</i> por Sicó	Percursos de interpretação da paisagem cárstica através do desenho.
Legados Históricos	Os produtos de Sicó no tempo dos romanos: refeição recriada	Atividades pontuais (ou por marcação) de recriação de uma refeição nos tempos da romanização, com base em produtos locais.
	Experiências de arqueologia	<i>Workshops</i> ou cursos de arqueologia nos vários locais com valor arqueológico em Sicó: Ruínas de Conimbriga, Castelos de Pombal, e Penela e Soure, Complexo Monumental de Santiago da Guarda, vestígios megalíticos, etc.
	Recriações participadas	Atividades pontuais ou por marcação nas quais os visitantes podem participar em ambientes de encenação de várias épocas e acontecimentos com valor histórico no território: romanização, invasões francesas, época pombalina, reconquista cristã e marca dos templários no território, etc.
Expressões sociais	Participação no contexto real de grupos culturais locais	Participação no ensaio de ranchos típicos locais, grupos de cantares, grupos de teatro e outro tipo de grupos culturais locais.
	Atividades em eventos	Integração de atividades dinâmicas e participadas pelo público com associações e grupos culturais locais (por exemplo, ranchos e grupos de cantares).