

O novo perfil do turista e a formação profissional de agentes turísticos

Maria José Vieira
maria.jose.geografia@gmail.com

Resumo

O turismo em evolução atravessou, o de sol-mar e o cultural, para o turismo de interação e multissensorial, no qual os consumidores estão mais exigentes, pelo que a dinâmica turística terá de abraçar a sustentabilidade e a criatividade. A transmissão da autenticidade do lugar ao turista necessita de mão-de-obra especializada, sendo, por conseguinte, necessário adequar os programas de formação profissional, a novas unidades de formação de curta duração (UFCD). Face a esta dinâmica importa completar, adequar e atualizar os referenciais de formação com novas UFCD, como por exemplo a geografia da paisagem e a geografia dos sabores, nomeadamente na valorização da gastronomia regional, direcionados para o novo perfil do turismo e do turista.

Palavras-chave: Turismo de interação e multissensorial; sustentabilidade criativa; formação profissional; geografia dos sabores e geografia da paisagem.

Introdução

O modelo de sociedade atual tornou-se insustentável, particularmente nas áreas rurais do interior onde, contrariamente às cidades, perdura a situação de despovoamento e de abandono do património natural e cultural. Para suplantar tais assimetrias regionais será necessário uma interferência inovadora assente na formação profissional.

Em Portugal o abandono escolar e/ou a falta de interesse em formação, relaciona-se com a saída profissional, isto é, os cursos não garantem emprego. Os cursos existentes nas entidades formadoras são de programação geral. Por exemplo, um curso de técnico de turismo não aborda questões da gastronomia, nomeadamente o estudo dos pratos típicos de cada região e a sua confeção. Além disto, estes cursos não demonstram a alternativa que a formação poderá proporcionar em termos de oportunidade de emprego, reestruturação profissional e pessoal, ou de desemprego continuado.

O turismo em evolução atravessou o de sol-mar (1ª geração), o cultural (2ª geração), e mais recentemente o turismo de interação e multissensorial (3ª geração). Com o crescimento do turismo emerge a (re)construção e a (re)montagem da economia, considerada o novo diamante da economia nacional (Costa, 2017).

O turista da terceira geração está muito mais exigentes, logo a oferta dos agentes turísticos terá de ser muito mais profissionalizada, com maior e melhor conhecimento técnico-prático, orientada para a sustentabilidade e criatividade.

Para que ocorra tal transformação, a qualificação da mão-de-obra nos cursos de técnico de turismo terá de ser orientada para a importância do aproveitamento sensorial da paisagem.

Todas as questões apresentadas assumem particular importância no interior rural de Portugal, uma vez que esta nova geração de turismo apenas contribuirá para o desenvolvimento deste território se os agentes turísticos estiverem devidamente capacitados para explorar esta oportunidade. A formação

profissional tem neste sentido um papel de fornecer as competências necessárias para tal.

Com este trabalho pretende-se, por um lado, discutir sobre o contributo que a formação profissional na área de turismo, poderá ter na resposta aos novos desafios do turismo e do perfil de turista. E, por outro lado, alertar para importância que os referenciais de formação em turismo poderão ter no desenvolvimento do interior rural de Portugal. Este possui vastas áreas ainda por explorar do ponto de vista turístico (Kastenholz *et al.*, 2014).

Por último propõe-se algumas modificações para os cursos de técnicos de turismo, nomeadamente a adequação destes ao novo perfil do turista e ao turismo criativo, assim como a integração de algumas componentes científicas, focando no domínio da geografia, como por exemplo a paisagem ou o estudo de pratos típicos das regiões. Apesar de igualmente necessária a adequação destes cursos em outros domínios científicos, tal não será considerado neste escrito.

1. A falta de capital humano nas áreas rurais

O planeamento de uma região tem de englobar todos os seus aspetos físicos e humanos. No que se refere à componente humana, as estratégias elaboradas pelos sucessivos governos para travar o despovoamento necessitam de ser abordadas de outra forma. A aposta incidirá sobre um conjunto de medidas de especialização de novos agentes turísticos, por exemplo através da formação profissional com sensibilidade e conhecimento sobre as potencialidades das paisagens do rural.

Uma das características da ruralidade prende-se com as baixas densidades, reduzido número de entidades, poucas pessoas para interagir

e falta de economia. Esta falta de densidade, de instituições e de economia nos espaços rurais condiciona o seu desenvolvimento.

Importa superar a ideia de um mundo rural marginalizado relativamente à estrutura económica e social, que persiste na consciência das pessoas (Ferrão, 2000).

Mas não são só as questões políticas as responsáveis pelas condições atuais do mundo rural, as construções e pressões sociais atuam como uma barreira invisível, que é necessário desconstruir.

A solução para o interior e o rural de Portugal, também não se encontra nos instrumentos de gestão territorial com carácter normativo, que são incapazes de valer-se das “oportunidades de desenvolvimento”.

Nem mesmo o planeamento estratégico se tem destacado neste sentido (Fonseca, 2006).

O turismo é que tem tido um papel fulcral na dinamização dos espaços rurais. Por isso importa que o aproveitamento da riqueza cultural, da paisagem e seu valor natural, seja transmitido nas escolas e/ou entidades de formação que certificam técnicos de turismo. A falta de especialização de como dinamizar a geografia existente nas áreas rurais e do interior de Portugal resulta no seu não aproveitamento.

Os locais teriam de se tornar conhecidos como produtos, nos quais se estabelecem estratégias, com vista à sua promoção, criando uma imagem positiva do lugar, e comunicação deste através de marketing territorial. Criando um espaço ativo no qual se considera as questões geográficas, a cultura, a educação (Ratti, 1995), o ambiente e a formação.

Considera-se um bem social a proliferação de programas que incentivem a ida das pessoas para os espaços rurais, o *empowerment* de cada região será tanto mais importante e rico,

quanto mais população conseguir atrair. Os espaços rurais do interior apresentam variadas potencialidades ainda por explorar, como a singularidade da paisagem ou a gastronomia local.

De acordo com Cavaco (2004), a paisagem deve ser alvo de proteção e de valorização, no entanto, porém tal não inviabilizada uma relação entre património natural e atividade económica. Serão estas novas sinergias que permitirão uma interação do desenvolvimento turístico no espaço rural. A preservação, proteção e valorização ambiental e a exploração turística das áreas rurais é que permite o desenvolvimento sustentável destas áreas.

Contudo, para que ocorra interesse pelo desenvolvimento do rural, será pertinente que se alarguem algumas medidas que cativem o interesse das pessoas no setor do turismo, sendo um bom exemplo disso a formação profissional na área do turismo, como tem vindo a ser feito no espaço nacional. Mas, que não se revela capaz, porque a maioria dos programas de formação de quadros médios, é incompleta e muito genérica, pois não contempla temas que seriam primordiais, como a paisagem e tudo o que a constitui, nem acompanha a evolução do turismo.

2-Formação profissional em turismo como revitalizador económico do rural e do interior de Portugal

A geografia do interior português tem inúmeros recursos paisagísticos por idealizar, que as associações de desenvolvimento rural, ou outras entidades (*e.g.* autarquias) podem, em conjunto com a formação profissional, valorizar. A maior parte destes locais possui tanto de beleza como de vazio humano, pelo que é fundamental a formação de recursos humanos tenha um

outro “olhar sobre o rural”, através de programas de educação financiados e com apoio específico ao desenvolvimento de atividade no interior rural de Portugal.

Se antes o turismo de “venda de lugar” era suficiente, cada vez mais a dinâmica turística é de interação e multissensorial, pelo que é indispensável a formação de profissionais, por um lado, responda ao desafio do novo perfil do turista, e, por outro, ofereça um conhecimento mais aprofundado das potencialidades do mundo rural.

De acordo com a Carvalho *et al.* (2016), vivemos atualmente a terceira fase do turismo, antecedido pelo de solmar e do turismo cultural, em que o turista procura o destino com base na interação (na vida das comunidades) e turismo multissensorial, que proporcione experiências únicas e uma envolvimento social com o lugar. A experiência deve transmitir a autenticidade dos locais, dos produtos, da identidade, que o turista leva consigo aquando da aquisição de produtos endógenos, como o vinho ou os queijos.

Tal como refere Ribeiro (2006), “O retorno resultante do aproveitamento económico dos recursos da região depende da habilidade das empresas locais de se apropriarem das rendas geradas e da medida em que os consumidores valorizem as características da região que surgem associadas ao produto específico, estando dispostas a pagar um prémio por isso”.

A atuação turística realizada apenas pelo lado da procura terá de ser completada, cada vez mais, pela atuação no lado da oferta. Nesta fase, denota-se que as organizações e os órgãos de decisão evidenciam claras dificuldades em responder objetivamente sobre o que se passa e como gerir a atual situação (Costa,2017).

Sugere-se, portanto, que se inicie uma outra forma de responder através da qualificação profissional. Importa que os novos agentes turísticos estejam preparados para responder ao perfil do turista atual, cada vez com maior relação com a autenticidade dos lugares, e que, portanto, poderá evidenciar-se como revitalizador socioeconómico de lugar.

A qualificação profissional concretiza-se através dos referenciais de formação na área de turismo e lazer, mas face ao supra referido, estas encontram-se desajustados ao novo perfil e formato do turismo. O percurso formativo atual ainda continua a formar técnicos direcionados para o turismo de primeira e segunda geração, e não para o turismo de terceira geração. Apesar de cada vez mais ser premente a especialização de quadros médios nesta área, que transmitam a peculiaridade do lugar. Com efeito, é necessário que o referencial de formação de técnicos de turismo seja atualizado, e que passe a integrar unidades de formação de curta duração (UFCD), com aprofundamento das principais características das regiões e valorização das mesmas.

Por exemplo, no domínio científico da geografia de salientar a introdução nos referenciais de formação das seguintes UFCD: geografia rural, geografia da paisagem, turismo interativo e multissensorial, marketing territorial, multifuncionalidade da agricultura, e geografia dos sabores.

A geografia rural teria as seguintes preocupações: (i) a ruralidade da produção, do material ao consumo do imaterial; (ii) a mundialização da economia, (iii) a nova agricultura, (iv) a dualidade existente nos sistemas de cultura, (v) a propriedade fundiária, (vi) o pós-productivismo, e (vii) o desenvolvimento rural, nomeadamente multifuncionalidade, preservação dos recursos naturais e a paisagem.

Quanto à geografia da paisagem o que se pretende é que o formando estude sobre o conceito de paisagem, a que se refere a tudo o que podemos perceber utilizando os nossos cinco sentidos (tato, visão, olfato, paladar e audição), desenvolvendo aptidões para o turismo multissensorial e criativo.

No que se refere à dimensão dos estímulos sensoriais, nomeadamente através do paladar, os cursos de turismo necessitam de incorporar a geografia dos sabores, numa UFCD que poderia assumir a designação de “Valorização Gastronómica”. Nesta UFCD deveria versar sobre a diversidade dos pratos típicos das regiões. Neste sentido, esta UFCD deveria contemplar uma abordagem teórica – que desenvolvesse conteúdos programáticos –, quer uma mais prática (na qual as isto é horas de programa deveriam incidir maioritariamente) – que permitisse ao formando a confeção de alguns pratos. Este estudo permitiria conhecer a combinação de longos anos de História e de elementos geográficos, sociais e culturais, bem como técnicas e tradições que a globalização e modernidade fez perder.

Conclusões

A formação profissional dos futuros agentes turísticos deve, além de responder aos desafios dos novos perfis de turismo, contribuir para a atração de pessoas para as áreas rurais.

Para tal é necessário que a formação de quadros médios em Portugal se direcione, no caso em estudo, para a evolução do turismo e do perfil do consumidor de turismo. Além disto, a planificação dos programas de formação executada pelos serviços centrais deveria concretizar num determinado momento (*e.g.* no último período de formação) uma especialização diferente, considerando e distinguindo um

formando que esteja localizado no Algarve ou em Bragança, uma vez que a envolvente geográfica, social e económica é muito dissemelhante.

Relativamente ao fato de os programas darem respostas efetivas seriam necessárias alterações em diversos domínios científicos, no caso da geografia alerta-se para as seguintes alterações.

Os programas de formação deveriam contemplar áreas de conhecimento tais como as da geografia dos sabores, a da geografia das paisagens, geografia rural e marketing territorial. Na geografia dos sabores o formando além de estudar a diversidade das cozinhas nas regiões, também teria de saber confeccionar alguns pratos típicos, carregados de história e geografia. Bem como de saber comunicar a aprendizagem, isto é o território, através da ferramenta marketing territorial. No que se refere à geografia da paisagem, entende-se que pelo menos no último ano da formação a leitura e interpretação do território, teria de considerar a localização geográfica do novo agente turístico (empregador ou empedado). O objetivo primordial destas sugestões o de captar quadros médios (em falta) para novas técnicas e processos em curso no território nacional, com particular destaque no caso do interior de Portugal, que poderá ter nesta nova fase do turismo uma oportunidade para alavancar a sua economia e vida social.

Referências Bibliográficas

CARVALHO, Rui; FERREIRA Ana; FIGUEIRA, Luís (2016), “Cultural and Creative tourism in Portugal”, Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, v.14(nº5), 1075-1082.

CAVACO, Carminda (2004), “Desafios de desenvolvimento rural. Notas de Leitura”, Finis terra, XXXIX (78), 99-112.

FERRÃO, João, (2000) Relações entre mundo rural e mundo Urbano: evolução Histórica, situação atual e pistas para o futuro, Eure (Santiago) v.26 n.78 Santiago 45-54.

FONSECA, Fernando (2006). *O planeamento estratégico em busca de potenciar o território: o caso de Almeida*, disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7224/1/Ramos-CN-2-2006-O%20PLANEAMENTO%20ESTRATEGICO%20DE%20MARKETING.pdf> [consultado 02-05- 2018].

KASTENHOLZ, Elisabete, EUSÉBIO, Celeste., FIGUEIREDO, Elisabete, CARNEIRO, Maria João, & LIMA, Joana (coords.) (2014). Reinventar o turismo rural em Portugal: Cocriação de experiências turísticas sustentáveis, Aveiro, UA Editora.

RIBEIRO, Cadima, & SANTOS, Freitas (2006), Produtos do território e desenvolvimento local, disponível em https://scholar.google.pt/scholar?hl=pt-PT&as_sdt=0%2C5&q=%E2%80%9DProdutos+do+territ%C3%B3rio+e+desenvolvimento+local%E2%80%9D.&btnG = [consultado em: 30-03-2018].