



thij

Tourism and **H**ospitality
International **J**ournal

THIJOURNAL.ISCE.PT

EDIÇÃO ESPECIAL DE RESUMOS ALARGADOS DE ESTUDANTES

Editoras convidadas:

Prof. Doutora Michelle Moraes
[UNIVERSIDADE EUROPEIA]

Prof. Doutora Antónia Correia
[UNIVERSIDADE DO ALGARVE]

ISSN: 2183-0800

POTENCIAL TURÍSTICO DO PATRIMÓNIO MILITAR - ESTUDO DE CASO PENICHE

Pedro Oliveira¹

ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo

Alexandra Lavaredas²

ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo

Oliveira, P. & Lavaredas, A. (2021). Potencial turístico do património militar: Estudo de caso Peniche. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 49-58.

¹ Aluno da Pós-Graduação em Organização e gestão de eventos de negócios, desportivos e de animação turística, no ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo

² Professora Especialista no ISCE – Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo, Odivelas, Portugal

Resumo

O Turismo Militar pode ser articulado com produtos existentes no mercado, aplicando o “conceito de criatividade” e beneficiando da ativação turística do património militar. Os recursos turísticos geram capacidade de motivar visita e fruição turística, sendo o potencial turístico fundamentalmente qualitativo e as infraestruturas gerais determinantes na relação entre atratividade cultural e visitantes. Nesta investigação e, em contexto do património turístico militar, efetuou-se um estudo de caso no município de Peniche, com vista à análise do potencial dos recursos militares existentes para ativação turística e a sua implicação na estratégica do turismo nacional.

Palavras-chave

Turismo Militar, Património, Potencial turístico

Abstract

Military Tourism can be linked with existing products within the market, applying the “concept of creativity” and benefiting from the military heritage touristic activation. The touristic resources generate capacity to motivate visits and tourist enjoyment, being the touristic potential fundamentally qualitative and the general infrastructures are the crucial point on the relationship between cultural attractiveness and visitors. In this research and, within the context of the touristic military heritage, a case study regarding the municipality of Peniche was created, in order to analyse the potential of the existing military resources for touristic activation and its involvement within the national tourism strategy.

Keywords

Military Tourism, Heritage, Touristic potential

Introdução

Pretende-se com o estudo do presente artigo, identificar e dar a conhecer um mercado turístico não muito explorado até ao presente, mas que tem revelado uma procura e um aumento crescente tanto no mercado internacional, como no nacional.

Estamos a falar do Turismo Militar e da valorização cultural do património nacional de forma inclusiva. Numa primeira fase, através de pesquisa bibliográfica, pretende-se analisar e compreender o conceito de turismo militar como forma de atração turística e como este pode criar e dinamizar as condições de desenvolvimento do destino local.

Posteriormente, pretende-se efetuar um estudo de caso, com o objetivo de analisar o potencial turístico dos recursos militares existentes no município de Peniche e discutir os resultados obtidos. Como término do trabalho será apresentada uma breve conclusão.

Revisão de Literatura

Segundo Coelho et al. (2013) o turismo militar é visto como uma atividade de natureza cultural, através da ativação turística do património histórico-militar, tanto material como imaterial. Dewald (2017) afirma que as visitas a museus e atrações que exibem o património militar têm aumentando progressivamente. Também nesta linha de pensamento, os autores afirmam que tem existido um aumento na procura do desejo de experimentar as histórias, vidas e experiências daqueles que viveram e faleceram durante conflitos específicos (Lemelin et al., 2013). Os autores Raine (2013) e Gilmore (2015) afirmam que o turismo de património militar permite e pode atrair uma ampla gama de visitantes e turistas com vários níveis de interesse.

O Turismo Militar é atualmente uma realidade da oferta nacional. Quem o afirma é o próprio Turismo de Portugal, I.P., ao assumir, na elaboração da Estratégia Turismo 2027, o Turismo Militar como um dos produtos em torno do qual pretende estruturar e promover ofertas que respondam à procura turística, nomeadamente através da estruturação da oferta em redor de itinerários e roteiros, desta forma tentando valorizar o território e a comunidade.

Coelho et al. (2013), afirmam que o Turismo Militar pode e deve ser articulado com outros produtos já existentes no mercado, beneficiando os atores e potenciando territórios, organizações e comunidades. Segundo Palomeque e Martín (2006) a novidade em mostrar um novo produto como atração cultural e atração recreativa que desperta a componente simbólica (mistério, fascinação) acompanha estas infraestruturas e explica, em parte, o seu êxito. Os autores defendem que este conceito de «turismo de castelos e fortalezas» tem como objetivo proporcionar momentos ao turista no qual este participa de eventos relacionados com épocas históricas passadas, mas também de torná-lo conhecedor das manifestações artísticas, folclóricas, gastronómicas e culturais de uma localidade.

A título de exemplo, destacamos a *Fundació Castells Culturals de Catalunya*, em Espanha, que agrupa cerca de setenta e sete castelos onde organiza diversas atividades culturais e iniciativas orientadas para a conservação, reabilitação e exploração turística dos mesmos. Esta fundação tem vindo a promover e divulgar os seus monumentos, através de um conceito de património enquanto “cultura viva”, alcançando resultados de sucesso.

Segundo Richards (2009), o conceito de criatividade está a ganhar cada vez mais importância para o desenvolvimento do turismo cultural, um turismo que oferece a quem visita uma oportunidade de desenvolver o seu potencial turístico pela participação em cursos e experiências de aprendizagem.

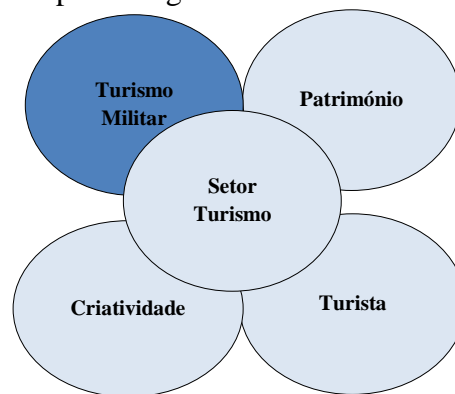


Figura 1. Variáveis intervenientes na ativação turística do património militar. Fonte: Própria.

Segundo a Carta Nacional do Turismo Militar, o património edificado deve ser valorizado e turisticamente potenciado, sendo este identificado como um dos principais recursos que estruturam o turismo militar e que podem ser convertidos em atrativos turísticos. Destaca-se:

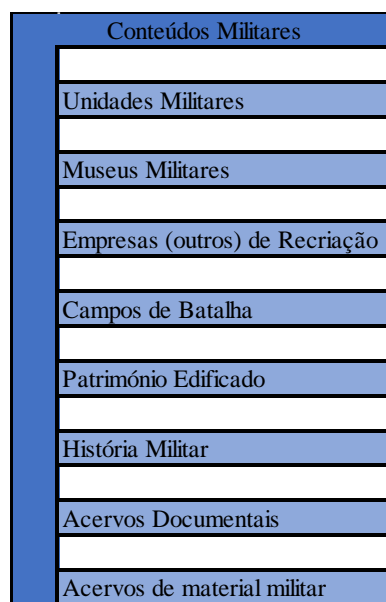


Figura 2. Recursos nacionais de conteúdo militar: iniciativas militares e empresariais. Fonte: (Coelho, 2010, adaptado).

É através das características e da importância dos recursos turísticos que podemos definir a maior ou menor potencialidade dos destinos turísticos, por isso a sua identificação e inventariação é uma das tarefas essenciais no processo de desenvolvimento turístico. Segundo Fratucci (2020), um inventário é uma ferramenta que deve ser atualizada constantemente e as informações devem estar atualizadas de modo a que possam ajudar na tomada de decisão.

Todo este contexto de recolha de informação, irá permitir um melhor planeamento e gestão do turismo.

De acordo com Cunha (2008) são os recursos e os destinos que fazem atrair os visitantes. Nesta lógica, é a avaliação da capacidade que cada um deles tem para garantir o desenvolvimento de atividades turísticas que vai determinar o seu potencial turístico.

O conceito de avaliação permite também determinar o índice de importância de um dado recurso turístico relativamente a outro ou a importância que este assume para os turistas no seu processo de tomada de decisão (Deng et al., 2002). Segundo Corneliu e Mihai (2011), o potencial turístico pode residir na possibilidade de um elemento natural ou humano ser reconhecido pela sociedade como um recurso para satisfazer os nossos desejos e necessidades. Os autores defendem ainda que o potencial turístico é qualitativo, medida imaterial de certas possibilidades subjetivas e classificam ainda as infraestruturas gerais como determinantes para o visitante chegar aos atrativos culturais.

Cunha (2008) corrobora a ideia em que o mais importante é a qualidade dos recursos e de uma forma generalista o potencial turístico depende das acessibilidades, da quantidade e qualidade dos seus recursos assim como das infraestruturas e equipamentos. O “*Start Point*” inicia com a elaboração do inventário e a classificação dos recursos turísticos, pois é através deste, que se procede à identificação dos elementos ou atividades, que demonstrem ter ou vir a adquirir potencial capacidade de atração turística. Cunha (2008) identifica o potencial turístico de um local, no resultado da soma entre valor do recurso, valor de acessibilidades e valor de equipamentos.

Por outro lado, a avaliação turística pode ainda ser realizada através de inquéritos diretamente junto dos visitantes para determinar as preferências ou utilizando a técnica de Delphi, que consiste numa análise feita por peritos (Almeida, 2009).

Metodologia

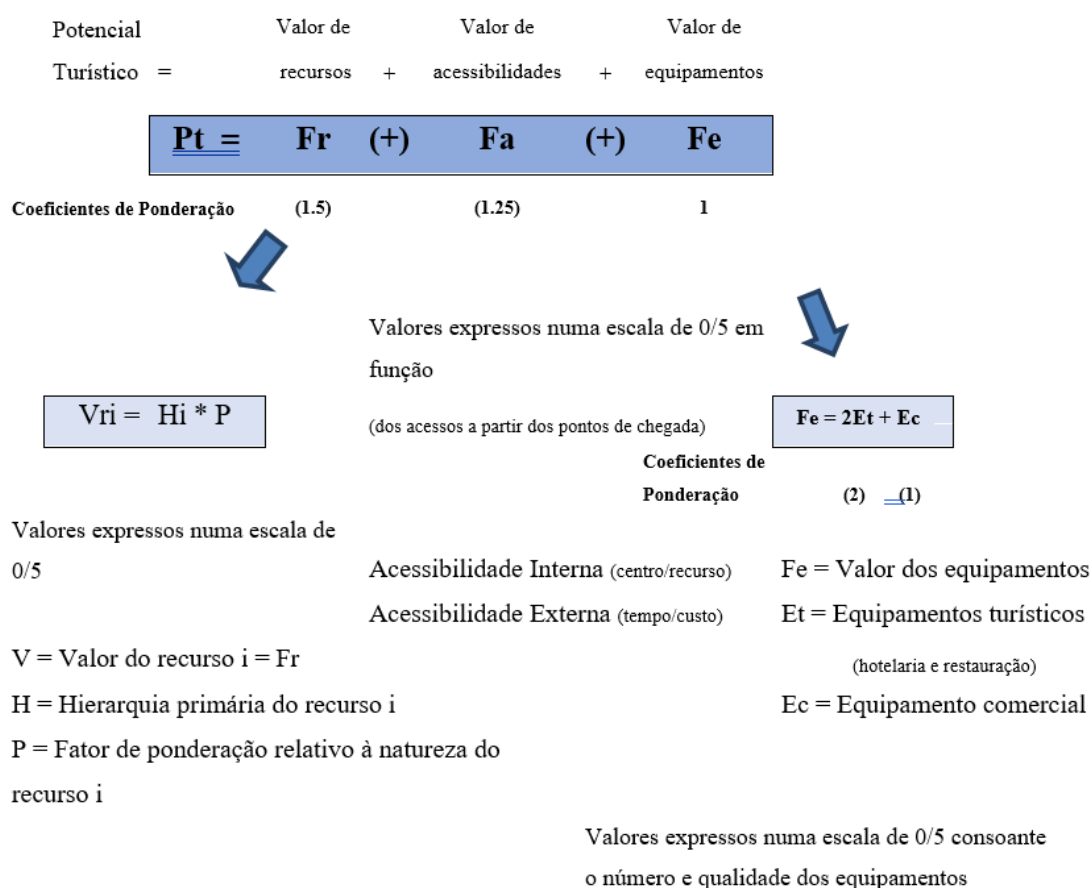
Nesta investigação apresenta-se um estudo de caso sobre o município de Peniche.

Após uma análise cuidada, efetuou-se o levantamento do património militar existente no concelho em estudo. Desde património militar edificado a museus, foram identificados os recursos que apresentam potencial turístico relevante e que passamos a citar: Fortaleza (Monumento Nacional), Baluarte Redondo, Baluarte da Ponte, Forte das Cabanas, Forte (de S. João) da Luz, Forte de N.ª Sra. da Consolação, Fortim do Baleal, Forte de S. João Baptista (Ilha da Berlenga) e Museu Municipal de Peniche.

No sentido de efetuar a avaliação do potencial turístico para posterior ativação turística dos recursos acima identificados, foi adotada a proposta de Cunha (2008), a qual passamos a explicar.

A determinação do fator de ponderação do recurso é um passo importante visto que a hierarquia indica a importância do recurso, mas não o seu valor turístico. As principais características identificadas pelo autor nos fatores internos quanto ao grau de utilização do recurso são: urbanização, infraestrutura, equipamentos, serviços turísticos e características intrínsecas. Nos fatores externos as características são: acessibilidade, proximidade a centros emissores, especificidade do recurso e importância do recurso Cunha (2008).

Recorre-se para isso ao uso de fórmulas matemáticas, com o objetivo principal de determinar o valor de diversas zonas com o fim de estabelecer uma ordem de prioridade nos trabalhos de planeamento e desenvolvimento turístico:



Análise dos Dados

Foi efetuada uma análise do potencial turístico dos recursos analisados na região de Peniche, segundo o método de avaliação do potencial turístico de Cunha (2008), mantendo a referência de escala entre 0 a 5 ao valor dos recursos apresentados

(atribuindo 0 a menos importante e 5 ao mais relevante) chegando desta forma ao valor de resultado obtido no seu potencial turístico.

Região de Peniche	Atrativo Turístico	Importância (Relativamente outros)	Popularidade	Modalidade de Entrada	Acessibilidade Interna	Acessibilidade Externa	Estado de Conservação	Fragilidade	Sazonalidade	Valor
Museu Municipal de Peniche	2	3	2	4	3	4	4	4	5	3,1
Fortaleza (Monumento Nacional)	4	4	5	4	2	4	4	4	5	3,6
Forte das Cabanas	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3,4
Forte (de S. João da Luz)	3	2	2	2	2	2	1	3	4	2,1
Forte de N.ª Sra. da Consolação	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2,4
Forte de S. João Baptista (Ilha da Berlenga)	5	5	5	2	2	2	4	4	2	3,1
Fortim do Baleal	3	2	3	2	2	3	1	3	5	2,4
Baluarte Redondo	2	1	2	3	3	3	2	3	5	2,4
Baluarte da Ponte	3	3	3	3	3	4	3	4	5	3,1

Tabela 1. Análise do potencial turístico dos recursos turísticos militares na região de Peniche, utilizando o método de Cunha (2008). Fonte: próprio.

Discussão dos Resultados

Analisando os resultados obtidos na tabela anterior, identificou-se que os recursos turísticos militares (Forte da Luz, Forte de N. Sra. da Consolação, Fortim do Baleal e Baluarte Redondo) apresentam um valor de potencial turístico inferior a 2,5. A Fortaleza (Monumento Nacional) com um valor de 3,6 é o recurso que mais se destaca, apresentando um potencial turístico superior aos demais.

Já o Museu Municipal, Forte das Cabanas, Forte de S. João Baptista e Baluarte da Ponte apresentam valores compreendidos entre 3,1 e 3,4.

Assim, identificou-se que os recursos turísticos militares existentes na região de Peniche, apesar de revelarem alguma atratividade, popularidade e poderem ser visitados durante a maior parte do período sazonal, o seu estado de conservação e acessibilidade não beneficiam atualmente a sua valorização turística.

Contudo, para ativação do património turístico militar, poderiam ser aplicadas algumas políticas baseadas em estratégias de sucesso, tais como o conceito de criatividade de Richards (2009), o conceito «turismo de castelos e fortalezas» de Palomeque e Martín (2006) ou conceito de património enquanto “cultura viva” da Fundação Espanhola. Desta forma potenciando os recursos existentes.

De realçar que a região de Peniche integra também num contexto turístico, a Região Oeste, em conjunto com outros concelhos, podendo tirar partido destes recursos turísticos.

Conclusão e Recomendações

No âmbito da revisão de literatura efetuada, pretendeu-se identificar o conceito do Turismo Militar, potencialidades do património histórico-militar e a sua inserção na conjuntura da atividade turística cultural. Neste sentido o turismo militar pode ocupar um mercado a explorar e desenvolver o turismo numa região. Os autores referem que se tem verificado um aumento na procura do turismo militar e que este pode ser explorado através do potencial do património militar como um nicho de mercado e funcionar como motor de desenvolvimento social, económico e cultural de uma região (Dewald, 2017).

Numa segunda fase foi elaborado um estudo de caso relativo aos recursos turísticos de cariz militar na região de Peniche. Este processo iniciou com o inventário dos recursos existentes com potencial turístico, conforme recomenda Fratucci (2020). O conjunto de acessibilidades que envolvem a qualidade do potencial turístico são de todo determinantes na sua atração turística Corneliu e Mihai (2011) e Cunha (2008). A observação e avaliação do potencial dos recursos turísticos existentes em Peniche permitiu-nos concluir que os recursos existentes não apresentam um potencial turístico significativo no momento, necessitando de uma estratégia de reabilitação e desenvolvimento, conforme sugere Cunha (2009).

Em suma, pretendeu-se com este estudo analisar a relação entre o turismo e o património, tentando evidenciar quais as possibilidades e limites desta interação, assim como contextualizar o processo de ativação turística aplicado ao turismo militar. Neste sentido, recomenda-se a ativação do Turismo Militar como forma de atrativo turístico e desenvolvimento cultural de um determinado destino.

Referências

- Almeida, M. (2009). Matriz de avaliação do potencial turístico de localidades receptoras. *Revista Turismo em Análise*, 20(3), 541-561.
- Coelho, J. et al. (2014). Carta Nacional de Turismo Militar - do Conceito à Operação - Proposta de Intervenção – IPT/Vila Nova da Barquinha/CINAMIL.
- Coelho, J. (2012). Turismo militar como segmento do turismo cultural: Memória, acervos, expografias e fruição turística. Dissertação de Mestrado. IPT.
- Comissão Europeia. (2010). “Europa 2020, Estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo”. Comunicação da Comissão, Bruxelas.
- Cunha, L. (2008). Avaliação do potencial turístico. *Cogitur: Journal of Tourism Studies*, 1.
- Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de agosto, Artigo 2.º, Conceitos gerais.

- Dewald, V. (2017). Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context.
- Fraga, N. (2000). Análise da perceção do turismo de guerra: Uma viagem à luz daqueles que o percorreram.
- Furtado, A. (2011). Turismo Militar no Concelho de Peniche. Dissertação de Mestrado. ESHTe.
- Iatu & Bulai (2011). *New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania)*.
- Palomeque & Martín (2006). Nuevos productos de turismo cultural: Castillos y fortalezas en Cataluña.
- Pérez & Crispín (2005). Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México.
- Richards, G. (2009). Turismo cultural: Padres e implicaes.
- Turismo de Portugal (2017). Estratégia Turismo 2027.
- Turismo de Portugal (2020). Dinamizar Fortalezas - Fortalezas de Fronteira.