

MANUAL DO ALUNO

# DISCIPLINA OPERAÇÕES E TÉCNICAS DE TURISMO

Módulos 9, 10 e 11

República Democrática de Timor-Leste  
Ministério da Educação



## FICHA TÉCNICA

### TÍTULO

MANUAL DO ALUNO - DISCIPLINA DE OPERAÇÕES E TÉCNICAS DE TURISMO  
Módulos 9 a 11

### AUTOR

CHRISTINE CABASSET

COLABORAÇÃO DAS EQUIPAS TÉCNICAS TIMORENSES DA DISCIPLINA

### COLABORAÇÃO TÉCNICA NA REVISÃO



### DESIGN E PAGINAÇÃO

UNDESIGN - JOÃO PAULO VILHENA  
EVOLUA.PT

### IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Centro de Impressão do Ministério da Educação, Juventude e Desporto

### ISBN

978 - 989 - 753 - 378 - 5

### TIRAGEM

50 EXEMPLARES

### COORDENAÇÃO GERAL DO PROJETO

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO DE TIMOR-LESTE  
2015



## Índice

<b>Turismo &amp; Património Local e Regional.....</b>	<b>7</b>
Apresentação.....	8
Objectivos de aprendizagem .....	8
Âmbito de conteúdos .....	9
<b>1. Conceitos: “Meio ambiente”, “Património”, “Recurso turístico”, “Produto turístico” ...</b>	<b>10</b>
Exercício 1.....	11
<b>2. Turismo e Património .....</b>	<b>12</b>
2.1. Património natural e cultural; Património Local e Regional, Nacional e Mundial	12
Exercício 2.....	19
<b>3. Tipologia de recursos turísticos / o Património como Recurso Turístico.....</b>	<b>20</b>
<b>4. Produtos turísticos com o Património como base.....</b>	<b>21</b>
4.1. Recolha de informação sobre o Património e o meio local onde fica.....	22
Exercício 3.....	24
4.2. Consulta das leis e regulamentos que se aplicam em Timor-Leste.....	25
Exercício 4.....	26
Exercício 5.....	29
Exercício 6.....	30
4.3. Identificação de pessoas-chave no sítio para desenvolver o produto turístico ....	31
4.4. A consulta dos residentes locais e o seu papel na valorização do património ....	31
Exercício 7.....	32
Exercício 8.....	34
<b>5. Características, fragilidade e avaliação do Património como recurso turístico e o interesse de ter um plano de acção. ....</b>	<b>35</b>
Exercício 9.....	36
<b>Bibliografia.....</b>	<b>37</b>
<b>Mobilidade, Itinerários e Destinos Turísticos.....</b>	<b>41</b>
Apresentação.....	42
Objectivos de aprendizagem .....	42



Âmbito dos conteúdos.....	43
<b>1. Mobilidade, Itinerários Turísticos e a História .....</b>	<b>44</b>
1.1. Os primeiros itinerários .....	44
1.2. Definição de itinerários, circuitos e rotas turísticas.....	45
<b>2. Identificação das diferenças entre mobilidade na vida quotidiana e na atividade turística em Timor-Leste .....</b>	<b>47</b>
<b>3. Modalidades e Tipologia dos Itinerários.....</b>	<b>49</b>
3.1. Tipologia dos itinerários turísticos (por motivação, por meio de transporte utilizado e por duração) .....	49
Exercício 1.....	54
3.2. Definição, metodologia e regras de organização de itinerários e circuitos turísticos..	54
Exercício 2.....	60
3.3. Modalidades de comunicação e de comercialização.....	60
Exercício 3.....	61
<b>4. Os Itinerários e os Destinos Turísticos .....</b>	<b>62</b>
<b>5. Elaboração de Circuitos e Itinerários Turísticos a Timor-Leste .....</b>	<b>63</b>
Exercício 4.....	64
Exercício 5.....	67
Exercício 6.....	68
5.1. Oferta turística local .....	68
Exercício 7.....	70
Exercício 8.....	71
5.2. Oferta turística regional.....	72
Exercício 9.....	73
<b>Bibliografia .....</b>	<b>74</b>
<b>Animação em Turismo / em Destinos Turísticos .....</b>	<b>77</b>
Apresentação.....	78
Objectivos de aprendizagem .....	78
Âmbito de conteúdos .....	79
<b>1. Contexto Histórico do lazer e lazer e turismo na sociedade moderna .....</b>	<b>80</b>



<b>2. Animação em Turismo .....</b>	<b>81</b>
2.1. Definição de conceitos: Animação Turística, Lazer, Recreação .....	81
2.2. Tipologia e terminologia das Atividades de Animação Turística .....	82
2.3. Noção e enquadramento (legal e outros) da animação em turismo .....	85
Exercício 1.....	88
<b>3. A importância da interligação entre a animação e o território, e com o perfil dos turistas .....</b>	<b>89</b>
Exercício 2.....	93
<b>4. O Animador Turístico: Perfil e funções .....</b>	<b>95</b>
Exercício 3.....	96
<b>5. Identificação das animações já existentes em Timor-Leste .....</b>	<b>97</b>
Exercício 4.....	101
<b>6. Análise da Organização e Comunicação na animação turística .....</b>	<b>102</b>
6.1. Métodos, técnicas, e planeamento de animação turística .....	102
6.2. Comunicação e Marketing na animação turística .....	105
6.3. A recepção dos visitantes e clientes .....	109
Exercício 5.....	110
<b>7. Caso de estudo: o Tour de Timor .....</b>	<b>111</b>
Exercício 6.....	116
<b>Bibliografia .....</b>	<b>117</b>







Ilha de Atauro © Christine Cabasset

# Turismo & Património Local e Regional

Módulo 9

## *Apresentação*

Este Módulo 9 da disciplina de Operações e Técnicas de Turismo tem como função dar conhecimento sobre a ligação entre o turismo e o património. O objetivo é fornecer competências para identificar os recursos patrimoniais a nível local e regional com interesse para o turismo. No final deste módulo o aluno deve ter uma perspectiva crítica sobre os usos que o património pode ter no contexto da atratividade dos destinos turísticos, tendo em conta a fragilidade desses recursos, numa perspectiva de turismo sustentável.

## *Objectivos de aprendizagem*

Com este Módulo 9, vamos:

- Conhecer os conceitos de meio ambiente, património, recursos turísticos, produtos turísticos;
- Reconhecer a importância do património para a atratividade dos destinos turísticos;
- Ter em conta que muitas vezes o património não está isolado/independente do meio local, também é lugar de vida, pode ter valor sagrado, simbólico, histórico, para a população local;
- Identificar os recursos turísticos de nível local e regional;
- Identificar, caracterizar e promover os produtos turísticos ligados ao património natural, cultural, histórico-monumental;
- Reconhecer a importância do património local e promovê-lo de forma adequada à importância de que se reveste, enquadrando-o na região e no país, potenciando consequentemente a sustentabilidade dos diversos destinos turísticos numa perspetiva integradora e mobilizadora para uma permanência mais prolongada no destino;
- Identificar e aplicar as regras básicas para um planeamento e uma gestão turística do património de forma sustentada;



## Âmbito de conteúdos

1. Conceitos: “Meio ambiente”, “Património”, “Recurso turístico”, “Produto turístico”
2. Turismo e Património
  - 2.1. Património natural e cultural; Património Local e Regional, Nacional, Mundial
    - 2.1.1. Breve apresentação
    - 2.1.2. Património natural
    - 2.1.3. Património cultural
    - 2.1.4. O Património e a História/Património histórico-monumental
3. Tipologia de recursos turísticos / o Património como Recurso Turístico
4. Produtos turísticos com base no Património:
  - 4.1. Recolha de informação sobre o Património e o meio onde se encontra
  - 4.2. Consulta das leis e regulamentos aplicáveis
  - 4.3. Identificação de pessoas-recursos no local para desenvolver o produto turístico
  - 4.4. A consulta dos residentes e o seu papel na valorização do património
5. Características, fragilidade e avaliação do Património como recurso turístico e a vantagem do planeamento.



# 1. Conceitos: “Meio ambiente”, “Património”, “Recurso turístico”, “Produto turístico”

**Meio ambiente.** O meio ambiente, comumente chamado apenas de “ambiente”, envolve todas as coisas vivas e não-vivas da Terra, que afetam os ecossistemas e a vida dos humanos. No caso de um território específico, “meio ambiente” torna-se uma palavra genérica para designar o meio onde as pessoas desse território vivem. Outro sentido muito comum está mais ligado à “natureza”, ao meio natural, onde as pessoas de um território vivem.

**Património.** A noção de Património refere-se à parte do meio ambiente considerada como tendo um valor especial e que tem necessidade de ser protegido para ser herança do passado, com que vivemos hoje, e que passamos às gerações vindouras. O Património pode ser “natural” ou “cultural”.

**Recurso turístico.** Os Recursos turísticos são todos os bens e serviços que, por intermédio da atividade humana, tornam possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura. Assim, designamos o Património natural ou cultural, susceptível de ser utilizado pela actividade turística.

**Produto turístico.** A noção de Produto turístico refere-se a bens, serviços, atividades preparadas especialmente para os turistas. Designa os bens, os serviços e as atividades que o turista está à procura e que está pronto para experimentar e para comprar. Pode ser uma viagem organizada, um passeio guiado numa cidade, numa aldeia, na montanha, uma experiência culinária regional, o aluguer de uma casa, ou de um quarto de hotel para um fim-de-semana, um passeio de barco, a cavalo, de bicicleta, uma cerimónia tradicional, uma experiência religiosa, etc.



Figura 1. Viagem de aventura no Salar de Uyuni (Bolívia)



© Christine Cabasset

## Exercício 1.

**Responde às seguintes questões:**

1. Qual é a diferença entre “Meio ambiente”, “Património”, “Recurso Turístico”, “Produto Turístico”?
2. Com base na fotografia (Figura 1), explica concretamente o que é o Produto turístico, o Recurso turístico, o Património, e o Meio ambiente.



## 2. Turismo e Património

### 2.1. Património natural e cultural; Património Local e Regional, Nacional e Mundial

#### 2.1.1. Breve apresentação

O Património pode ser “natural” ou “cultural”, e pode ser classificado como de interesse local, regional, nacional ou mundial.

Inicialmente, a noção de **Património natural** foi formalizada com o objetivo de proteger os grandes espaços selvagens da América do Norte nos séculos XIX e XX. Desde lá, a noção evoluiu para incluir o património eco-paisagem, genético, etc. O Património natural é um dos elementos cada vez mais tomado em conta pela Unesco, na sua lista de Património Mundial. As políticas nacionais de preservação do Património natural levam à criação de numerosos parques, áreas protegidas e reservas naturais. E claro que, muitas vezes, os parques nacionais ou regionais não são só espaços de natureza selvagem, mas também envolvem vida humana, aldeias, actividades agrícolas, etc.

**O Património cultural** é o conjunto de todos os bens, materiais ou imateriais, que, pelo seu valor artístico e/ou histórico próprios, devem ser considerados de interesse público para a permanência e a identidade da cultura de um povo. O património é a nossa herança do passado, com que vivemos hoje, e que passamos às gerações vindouras.

- O Património cultural material (bens materiais ou bens tangíveis) é sobretudo constituído por paisagens construídas pelo Homem, pela arquitectura e urbanismo, pelos sítios arqueológicos e geológicos, pelos objetos de arte móvel, pelo património industrial, etc. Ainda diferenciamos:
  - O património cultural móvel, como as pinturas, as esculturas, as moedas, os instrumentos de música, os manuscritos, etc.;
  - O património cultural imóvel, como os monumentos e edifícios históricos, castelos, igrejas, casas, praças, conjuntos urbanos, sítios arqueológicos;



- O património cultural subaquático (destroços de navio, ruínas e cidades antigas escondidas no mar).

Por exemplo, **em Timor-Leste**, as casas *lulik* e casas tradicionais, os edifícios de arquitectura portuguesa, japonesa ou indonésia, as igrejas como as de Motael, de Ermera, etc., as esculturas e portas das casas tradicionais, instrumentos tradicionais de música... são considerados como parte do Património cultural material do país.

- O património imaterial ou património não-tangível (ou bens imateriais / bens não-tangíveis) é constituído pelas práticas, representações, expressões, conhecimentos e os saber-fazer que as comunidades reconhecem como parte do seu património cultural. Transmitido de geração em geração, o património imaterial fornece um sentimento de identidade e de continuidade às comunidades. Considera-se nesta categoria as tradições orais, as artes do espectáculo, as cerimónias e os rituais, a literatura, a música, a linguagem e os costumes.

Por exemplo, **em Timor-Leste**, as lendas e tradições orais, as línguas, os rituais tradicionais, as danças e outras artes culturais, etc. poderiam ser considerados como parte do património cultural imaterial. Outro exemplo, em 2012, os filmes do Centro de arquivo audiovisual de Timor-Leste - Max Stalh foram registrados como “Memoria do Mundo” pela UNESCO.

As entidades que procedem à identificação e classificação de certos bens como relevantes para a cultura de um povo, de uma região ou mesmo de toda a humanidade visam também a salvaguarda e a proteção desses bens, de forma a que cheguem devidamente preservados às gerações vindouras, e que possam ser objeto de estudo e fonte de experiências emocionais para todos aqueles que os visitem ou deles usufruam.

Já vimos no Módulo 7 o papel da UNESCO relativo ao registo e à proteção do património mundial da humanidade, quer cultural quer natural. Também vimos que a segmentação feita regularmente entre o “cultural” e o “natural” muitas vezes não é tão relevante. Muitos sítios que foram classificados como património “material” ou “tangível”



envolvem, afinal, uma parte “imaterial” ou “intangível” que é o conjunto dos elementos sociais e culturais que conduziram à existência do património. É por isso que foi criada pela UNESCO uma outra categoria, a “paisagem cultural” que inclui a parte material da paisagem e também a organização social, que dá origem a essa mesma paisagem.

### Saber mais

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) promoveu em 1972 um tratado internacional denominado **Convenção sobre a proteção do património mundial**, cultural e natural, visando promover a identificação, a proteção e a preservação do património cultural e natural de todo o mundo, considerado especialmente valioso para a humanidade.

Como complemento desse tratado, foi aprovada em 2003 uma nova convenção, desta vez especificamente sobre **o património cultural imaterial**.

**Além da classificação mundial da UNESCO, também muitos países têm a sua própria lista do património natural ou cultural considerado como património nacional, regional ou local, e o seu próprio sistema de preservação pelas entidades administrativas relevantes (nível nacional, regional ou local).** Na Europa por exemplo, o interesse pelo património cultural começou nos séculos XVIII-XIX, mas a sistematização das medidas de preservação datam sobretudo do século XX. É nesta altura que as regras e os regulamentos relativos à preservação do Património histórico-cultural se tornaram obrigatórios segundo a Lei, e formaram uma das bases importantes do processo de planeamento do território e dos planos urbanos. Na Ásia, o reconhecimento do valor do Património começou mais tarde, e o sistema de classificação e de preservação varia muito de um país para outro. Muitas das grandes cidades asiáticas foram construídas e modernizadas com a destruição de uma grande parte do património histórico-cultural. Contudo, na maioria dos casos, o centro histórico com edifícios antigos foi preservado: Kuala Lumpur, Bangucoque, Macau, Singapura, Hanói, etc. constituem alguns exemplos.



### 2.1.2. Património natural

#### Definição da UNESCO de Património natural

- **Características naturais:** constituídas por formações ou agrupamentos de formações físicas e biológicas que têm um alto valor universal numa perspectiva estética ou científica;
- **Formações geológicas e fisiográficas:** áreas específicas que constituem o habitat para espécies animais e vegetais ameaçadas e que têm um alto valor universal numa perspectiva científica ou de preservação;
- **Sítios naturais:** áreas específicas que têm um alto valor universal numa perspectiva científica, de preservação, ou de beleza natural.

Fonte: UNESCO, *Convenção do Património cultural e cultural mundial*, Artigo 2  
“Definição do património natural”, <http://whc.unesco.org/en/conventiontext/>

Para serem considerados como património e para constituir potenciais recursos turísticos, os bens naturais devem:

- Ser exemplos excepcionais representativos dos diferentes períodos da história da Terra, incluindo o registo da evolução, dos processos geológicos significativos em curso, do desenvolvimento das formas terrestres ou de elementos significativos;
- Ser exemplos excepcionais que representem processos ecológicos e biológicos significativos para a evolução e o desenvolvimento de ecossistemas terrestres, costeiros, marítimos e de água doce e de comunidades de plantas e animais;
- Conter fenómenos naturais extraordinários ou áreas de uma beleza natural e uma importância estética excepcionais;
- Conter os habitats naturais mais importantes e mais representativos para a conservação da diversidade biológica, incluindo aqueles que abrigam espécies ameaçadas que possuam um valor universal excepcional do ponto de vista da ciência ou da conservação.



Figura 2. Salar de Uyuni, Bolívia



Figura 3. Vulcão Batur, Bali, Indonésia



Fig. 4. Montanhas observadas de Dare (TL)



Fig. 5. Grande Barreira de Coral, Austrália

(Na lista do Património Mundial da UNESCO em 1981)



Figuras 2, 3 e 4: © Christine Cabasset ; Figura 5: <http://whc.unesco.org/en/list/> © Evergreen

### 2.1.3. Património cultural

#### Definição da UNESCO do Património cultural

- **Monumentos:** trabalho arquitetural, trabalho de escultura e pintura monumental, elementos ou estruturas de natureza arqueológica, inscrições, grutas [...], que têm um alto valor universal numa perspectiva histórica, artística ou científica;
- **Conjuntos de edifícios:** agrupamentos de edifícios separados ou ligados que, pelas suas características arquitectónicas, pela sua homogeneidade ou pela sua localização na paisagem, têm um alto valor universal numa perspectiva histórica, artística ou científica;



- **Sítios:** Trabalho do Homem ou trabalho combinado da natureza e do Homem, e áreas que integram sítios arqueológicos que têm um alto valor universal numa perspectiva histórica, estética, etnológica ou antropológica.

Fonte: UNESCO, *Convenção do Património cultural e cultural mundial*, Artigo 1  
“Definição do património cultural”, <http://whc.unesco.org/en/conventiontext/>

Inicialmente, a categoria do património que mereceu a atenção foi a que se relaciona mais diretamente com a vida de todos, o património histórico representado pelas edificações e objetos de arte. A evolução dos critérios ao longo dos anos leva a que, por exemplo, se incluam hoje em dia no património cultural obras de arquitectura modernista ou de arquitectura industrial que antes não eram sequer consideradas. Também, paulatinamente, ocorre a passagem da noção de património histórico para a de património cultural. Deste modo, a visão inicial reducionista que enfatizava a noção do património nos aspectos históricos foi-se projectando até uma nova perspectiva mais ampla que incluiu o “cultural”: foram incorporadas ao “histórico” as dimensões testemunhais do quotidiano e os feitos não-tangíveis.

#### 2.1.4. O Património e a História

A palavra património contém dois vocábulos: “pater” e “nomos”. “Pater” significa, etimologicamente, o chefe de família e, num sentido mais amplo, os nossos antepassados. Vincula-se, portanto, aos bens, ou heranças por eles deixados e que podem ser de ordem material ou imaterial. “Nomos” significa, em grego, lei, usos e costumes relacionados à origem, tanto de uma família quanto de uma cidade.

O termo Património Cultural relaciona-se com a cultura e a memória de um povo, sendo estes os principais fatores da sua coesão e identidade.

Património histórico refere-se a um bem que possui valor significativo para uma sociedade, podendo ser estético, artístico, documental, científico, social, espiritual ou ecológico.



*Figura 6. Casas tradicionais, Ramelau, Timor-Leste*



*Figura 7. Património colonial português, Liquiçá*



*Figura 8. Património religioso, Igreja de Suai*



*Figura 9. Universidade Nacional de Timor-Leste*



Figura 8 © Kathy ; Figuras 6, 8, 9, 10 © Christine Cabasset

**Exemplos de património material urbano reutilizado: a ‘Casa Europa’ à Díli era um antigo quartel militar (figura 10). O património é ‘reutilizado’ quando o edifício mudou de função, de uso.**



*Figura 10. A Casa Europa a Díli.*



*Figuras 11 e 12. Exemplos de homogeneidade da paisagem urbana. Centros históricos de Porto, Portugal (esquerda) e de Yangon (direita)*



Figuras 11 e 12 © Christine Cabasset

A preservação do património histórico nos países ocidentais teve início como atividade sistemática no século XX, após a Segunda Guerra Mundial e a Revolução Industrial, inicialmente para restaurar os Monumentos destruídos durante a guerra.

## *Exercício 2.*

**Responde as seguintes questões:**

1. Explica e dá exemplos concretos do que é:
  - a. O Património material (ou tangível);
  - b. O Património imaterial (ou intangível);
  - c. O Património cultural segundo a definição da UNESCO;
  - d. O Património natural segundo a mesma organização.
  
2. Explica se é só a UNESCO que classifica os bens materiais e imateriais como “Património”, ou se outras organizações/entidades também podem classificar os bens como património.



### 3. Tipologia de recursos turísticos / o Património como Recurso Turístico

Os Recursos turísticos são todos os bens e serviços que, por intermédio da atividade humana, tornam possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura.

- O património turístico constitui o elemento fundamental que o homem transforma em recurso turístico, utilizando meios técnicos, económicos e financeiros.
- Os recursos turísticos são constituídos pelo património turístico que, mediante uma intervenção do homem, se transformam em património utilizável.
- Torna-se necessária a construção de equipamentos que, por um lado, permitam a deslocação (transportes, organização de viagens) e, por outro, assegurem aquela permanência (alojamento, restaurantes).
- Sem estes equipamentos não existirá atividade turística embora possam existir deslocações.

**Um recurso turístico deve constituir um factor essencial para a escolha de um destino, os seus atractivos de ordem natural, cultural ou de simples animação recreativa.**

Os recursos turísticos dividem-se em:

- Recursos naturais. Definem o “espaço turístico” e são extremamente variados e explorados das mais diversas formas. Neste tipo de recursos incluem-se: o clima (primordial em muitas formas de turismo), o relevo, a paisagem, a flora, a fauna, o mar e as praias, os lagos e as superfícies de água (naturais ou artificiais), os rios e ribeiras, as fontes termais, etc.
- Recursos criados pelo Homem. Neles podemos englobar os seguintes: os monumentos ou, mais genericamente, todo o elemento construído pelo Homem que possa ter interesse (monumentos diversos, actuais e antigos; museus; barragens; pontes; etc.); as actividades humanas e a própria existência do Homem: civilizações e povos, usos e costumes, língua, folclore, cultura (religiosa, artística e científica), festas, técnicas, jogos (desportivos, tradicionais, etc.) e política.



## 4. Produtos turísticos com o Património como base

Cada recurso determina uma ou mais actividades, que necessitarão, por vezes, de um tratamento pontual ou global, com uma definição racional dos equipamentos a colocar no local.

Convém sublinhar a necessidade de cada região ou cada país estabelecer um inventário exacto dos recursos turísticos que possui, de modo a poder adoptar uma política turística, que permita uma exploração racional das suas riquezas.

*Figura 13 e 14. Pinturas rupestres, e casas tradicionais, Lautem, Timor-Leste*



Figuras 13 e 14 © Christine Cabasset

Em Timor-Leste, há anos que o inventário foi feito e ainda está a evoluir na sequência das pesquisas que estão em curso, no âmbito das actividades da Secretaria de Estado da cultura, no campo da arqueologia, do património arquitectónico nacional – tanto timorense como português, holandês, etc. - ou ainda pesquisas sobre o património natural levadas a cabo pelos biólogos da vida marinha e/ou terrestre, etc.

O plano estratégico de desenvolvimento de Timor-Leste 2011-2030 identifica os principais destinos e recursos turísticos no país (ver o Módulo 6). Os documentos turísticos elaborados pelas agências de viagens, as companhias aéreas, os hotéis, ou os destinos próprios como Ataúro também apresentam recursos turísticos.



É muito importante ter consciência de que a identificação do património turístico é fácil, mas que o trabalho para tornar o património em recurso turístico ou em animações turísticas **requere muito cuidado**. Muitas vezes o património não pode ser considerado como independente do meio local: o património cultural e/ou natural pode ser lugar de vida dos habitantes, pode ter valor sagrado, simbólico, histórico, para as pessoas locais. Por isso, intervir sobre o património local necessita o trabalho seguinte, que vamos detalhar:

- Uma recolha de informação, quer nas bibliotecas, quer graças às entrevistas nos serviços relevantes do governo e no próprio local;
- A consulta dos regulamentos em vigor;
- A identificação de pessoas-chave no sítio para desenvolver o produto turístico;
- A consulta dos residentes locais e uma reflexão sobre o seu papel na valorização do património.

### *4.1. Recolha de informação sobre o Património e o meio local onde fica*

Já vimos o caso das cidades e da necessidade de proceder a uma análise urbana antes de emitir recomendações visando a evolução do meio (Módulo 7). Esta regra vale para todos os sítios em meio rural ou urbano, quer dizer que antes de intervir sobre um património para trabalhar a sua evolução, a sua atracção turística, é muito importante ter informação de ordem geográfica, histórica, social, etc. **O objectivo é ter em conta as especificidades locais próprias, adaptar o projecto turístico ao meio local, e evitar erros na implementação do projecto.**

As duas maneiras principais para obter informação são:

- A pesquisa bibliográfica (livros, artigos, relatórios, etc.) visando encontrar informação sobre o lugar, as escalas regional e local. Mesmo que não sejam numerosas, existem várias bibliotecas em Timor-Leste, nos distritos, e especialmente em Díli. A UNTL e outras universidades, o banco BNU, o Instituto Camões, a CAVR, o Museu da Resistência, o centro audiovisual Max Stalh (documentos audiovisuais), a Secretaria de Estado da Cultura, os arquivos nacionais, fazem parte dos principais lugares onde é possível ter



acesso a livros e outros documentos. Também existem algumas livrarias, e algumas ONG, como a Timor Aid, que publicam livros. A recolha de estatísticas é igualmente importante para proceder à análise territorial (graças à página na internet da Direcção Nacional das Estatísticas de Timor-Leste, ou no edifício da própria direcção), e o conhecimento das leis e regulamentos constitui a base da elaboração dos projectos.

- A pesquisa oral tem um papel igualmente importante que permite obter matéria viva. Esta pesquisa passa por entrevistas com pessoas que conhecem bem as especificidades do lugar, quer na administração central, quer na administração e autoridades locais (administrador distrital e subdistrital, chefe de suco e de aldeia, autoridades religiosas, liurais, ONG, habitantes, etc.). Esta matéria viva tem muito valor. Também, as entrevistas realizadas apresentam a vantagem de já se falar sobre o projecto com diversos agentes nacionais e locais, de partilhar as informações, e integrar no projecto pessoas que têm conhecimento sobre o património. Pessoas com mais conhecimento e com vontade de ser implicadas no projecto podem tornar-se pessoas-chave na implementação local de projectos turísticos.

Concretamente, as principais questões e observações que têm de ser levadas em conta, são:

*Figura 15. Principais elementos de análise a ter em conta para um projecto de desenvolvimento de um recurso turístico com base no Património*

<p>Descrição do meio geográfico onde se situa esse património</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localização</li> <li>• Tipo de meio/sítio</li> <li>• Dados demográficos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localização no país e acesso a partir do polo emissor principal, tipos de transporte para aceder ao sítio, etc.</li> <li>• Beira-mar, montanha, rural/urbano</li> <li>• Número de habitantes, estrutura da população (como a repartição dos jovens/adultos/idosos), dinâmica da população (se esta estável, a crescer ou a diminuir), etc.</li> </ul>
---	---	--



Descrição Histórico-cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• História do lugar,</li> <li>• Especificidades culturais do lugar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ter conhecimento dos eventos maiores ou mais importantes ligados ao património,</li> <li>• Identificação do património natural, material, cultural do lugar, ou a uma proximidade razoável,</li> <li>• Especificidades etnolinguísticas, das Artes e artesanato.</li> </ul>
Descrição socioeconómica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especificidades sociológicas e económicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil dos habitantes (agricultura, etc.)</li> <li>• Descrição das actividades económicas: os diferentes sectores representados, comerciantes, funcionários, actividades empresariais, por exemplos ligadas ao desenvolvimento do património local como recurso turístico (restaurantes, guesthouses ou hotéis, identificação de pessoas que se podem tornar guias turísticos, etc.)</li> </ul>

### Exercício 3.

**Responde às seguintes questões:**

1. A recolha de informação sobre o Património e o meio local onde se situa é importante. Onde é possível encontrar a informação em Timor-Leste?
  
2. Relativo à pesquisa oral:
  - a. Explica porque a pesquisa oral no próprio local é importante;
  - b. Dá exemplos das pessoas importantes que o responsável do projecto tem de entrevistar;
  - c. Imagina que tens de realizar uma entrevista: quais seriam as questões prioritárias? (Lista no mínimo 6 questões).



3. Quais são os principais elementos de análise a ter em conta para um projecto de desenvolvimento de recurso turístico com base no Património?

Paralelamente, o departamento e os agentes responsáveis para o desenvolvimento de recursos e produtos turísticos com base no Património têm de ter conhecimento das leis e regulamentos que se aplicam em Timor-Leste.

## 4.2. Consulta das leis e regulamentos que se aplicam em Timor-Leste

- Uma das medidas mais importantes e recente é a Resolução do Governo N°25/2011 relativa à Protecção do Património Cultural que reconhece o valor do património e a importância de o salvaguardar como factor forte da identidade do país. Esta resolução é destinada a ser seguida pela Lei de Bases do Património Cultural (atualmente em fase de preparação).

### Saber mais.

[...] Assim, o Governo resolve, nos termos da alínea a) do artigo 116.º da Constituição da República e na prossecução do Programa do IV Governo Constitucional e da sua Política Nacional da Cultura, o seguinte:

c) Define-se como património cultural todos os bens, móveis e imóveis, materiais ou imateriais, que pela sua importância e valor únicos, contribuem para afirmar a identidade cultural de uma comunidade, país ou região e que, por tal, devem ser alvo de identificação, investigação, classificação e de medidas de conservação e protecção. O património cultural de Timor-Leste deverá reflectir valores de memória, antiguidade, autenticidade, originalidade, raridade, ou exemplaridade do seu Povo.

d) Os tipos de património cultural existentes no país incluem:

- Património arqueológico terrestre e subaquático, incluindo sítios arqueológicos, e materiais oriundos de escavações e de sítios arqueológicos;
- Património arquitectónico, incluindo construções de vários tipos dos períodos colonial português e holandês (incluindo o património religioso), do período da ocupação japonesa e do período da ocupação indonésia;



- Património etnográfico e tradicional, móvel e imóvel, incluindo arquitectura tradicional, arquitectura e sítios sagrados, e objectos etnográficos e tradicionais associados a culturas vivas;
- Património imaterial, incluindo tradições, expressões orais e línguas, práticas sociais, rituais e eventos festivos, conhecimentos e práticas relacionados com a natureza e a gestão de recursos naturais, e ainda artes tradicionais e de espectáculo, incluindo música, dança e cantares.[...]

f) A tutela [Secretaria de Estado da Cultura] ora consagrada compreende a defesa, protecção, desenvolvimento e conservação do Património Cultural de Timor-Leste, dotada do poder de controlo e fiscalização técnicos sobre todo o tipo de intervenções nos bens, do domínio público ou privado, que constituem património cultural de Timor-Leste, através do uso das medidas e mecanismos consagrados na presente Resolução ou em posterior legislação relevante.

g) O poder de controlo e fiscalização é aplicado através de pareceres técnicos e respectivos relatórios de acompanhamento técnico e aplicam-se a todas as entidades, públicas ou privadas, que, através de colaboração com o Estado ou através de iniciativa própria, sobre bens do domínio público ou privado, pretendam adquirir, modificar, recuperar, desenvolver e/ou intervir em qualquer tipo de bens, públicos ou privados, que cabem no âmbito do presente diploma e estão devidamente identificados e classificados por Despacho da Tutela.

Fonte: Extracto da Resolução do Governo N°25/2011 de 14 de Setembro 2011 relativa à Protecção do Património Cultural, *Jornal de Republica*, p. 5139-5140.

### Exercício 4.

**Referindo-te ao extracto da Resolução do Governo N°25/2011 relativa à Protecção do Património Cultural em Timor-Leste, responde as seguintes questões:**

1. O que é considerado como “Património cultural”?
2. Quais são os diferentes tipos de Património cultural?
3. Qual é entidade responsável pela protecção do património cultural em Timor-Leste?



- O Diploma ministerial, emitido pelo Ministério da Agricultura e Pescas em 2011 relativo a “Emprendimentu Turismo Natural iha Zona Utilizasaun Areas Protegidas no Parque Nacional”, também é importante. Neste diploma consta a lista das 30 áreas protegidas do país e emite todas as condições (escala, tipo, arquitectura, etc.) para implementar um empreendimento turístico de tipo “turismo natural” naquelas zonas protegidas.

### Saber mais.

#### KAPITULU I

#### DISPOZISAUN JERAL

#### Artigu 1

Definisaun iha Diploma Ministérial ne’e maka :

1. Emprendimento turismo natural katak aktividade ida atu kria infra-estruturas turismo iha zona utilizasaun areas protegidas no parque nasional baseia ba plano jestaun.
2. Turismo natural katak buat hotu ne’ebe iha relasaun ho aktividade turismo natural, inklui emprendimentu objektu no atraksaun turismo natural nomos emprendimentu sira seluk ne’ebe iha relevansia ho sektor refere.
3. Aktividade turismo natural katak aktividade viagem ka aktividade balun ne’ebe hala’o ho voluntariamente no provisoriamente ho motivu atu goja atrasaun uniku no beleja natural iha areas protegidas no parque nasional.
4. Zona utilizasaun areas protegidas no parque nasional maka area ne’ebe determina ona nudar fatin turismo natural no ba visitantes sira atu visita.
5. Plano jestaun katak plano ida jeral atu jere areas protegidas no parque nasional ne’ebe formula husi Diresaun Nacional Floresta.
6. Plano servisu emprendimento turismo natural katak planu ida kona-ba aktividade atu atinje objektivu emprendimentu turismo natural iha area referida, ne’ebe prepara husi emprenario turismo baseia ba plano jestaun.
7. Diresaun Nacional Floresta katak Diresaun ne’ebe responsabiliza ba sektor florestal.



## Artigo 2

- (1) Emprendimentu Turismo natural hala’o tuir prinsipius konservasaun rekursus naturais biolojiku no nia ekosistema.
- (2) Emprendimentu turismo natural nia objektivu atu hasa’e utilizasaun atraksaun uniku no beleja natural iha zona utilizasaun ares protegidas no parque nacional.

## KAPITULU II

### EMPRENDIMENTU TURISMO NATURAL

## Artigo 3

- (1) Implementasaun emprendimentu turismo natural hala’o iha zona utilizasaun areas protegidas no parque nacional;
- (2) Emprendimentu turismo natural ne’ebe refere ona iha alínea (1) maka empresas infra-estruturas turismo natural.
- (3) Tipu empresa infra-estruturas turismo natural ne’ebe refere iha alinea (1) ne’e inklui:
  - a. akomodasaun, hanesan baraka turismo, akampamentu, karavana, alojamentu;
  - b. fatin ai-han lokal;
  - c. facilidades ba visitantes;
  - d. transporte ba visitantes;
  - e. souvenir;
  - f. objektus turismo kultural.

## Artigo 4

Emprendimentu infra-estruturas turismo natural ne’ebe refere iha Artigo 3, alinea 3 implementa ho kondisaun hanesan tuir mai:

- a. desenvolvimentu turismo natural maksimu 10% (pursentu sanulu) husi total area zona utilizasaun areas protegidas no parque nacional;
- b. modelu konstrusaun ho motivu arkitektura kultura iha área ne’ebe refere;
- c. labele transforma beleza natural iha area ne’ebe refere.

[...]

Fonte: Extracto do Diploma ministerial, Ministerio da agricultura e pescas n°: 430/ 11/DM/XI/10 “Emprendimentu Turismo Natural iha Zona Utilizasaun Areas Protegidas no Parque Nacional”, *Jornal da República*, Série I, n°1 do 12 de Janeiro de 2011, pp. 4522-4526.



## Exercício 5.

Com base no extracto da Diploma ministerial emitido pelo Ministério da Agricultura e Pescas (nº: 430/ 11/DM/XI/10) relativo a “Empreendimento Turismo Natural iha Zona Utilizasaun Areas Protegidas no Parque Nacional” em Timor-Leste, responde às seguintes questões:

1. Explica o que são as Disposições Gerais previstas no Artigo 1 do Diploma;
2. Que empresas são consideradas como Empreendimentos de turismo natural?;
3. Em superfície, a utilização turística das áreas protegidas e parque natural tem de ser: Inferior a 10%? Mais de 10%? Ou mais de 50%? (escolhe a resposta correta);
  - Outro regulamento importante é o Decreto-Lei N.º 5/2011 de 9 de Fevereiro sobre o Licenciamento ambiental. Todos os projectos de investimento significativo, quer públicos quer privados, têm de obter do governo de Timor-Leste, após o seu estudo por uma comissão interministerial, um licenciamento ambiental. Segundo a sua localização, a sua escala e a sua natureza, o projecto é submetido a um estudo de impacto ambiental e a um plano de gestão ambiental, ou a um exame ambiental inicial e a um plano de gestão ambiental.

### Saber mais

A criação de um sistema de licenciamento ambiental que permite prevenir os impactos negativos no meio ambiente, em vez de combater posteriormente os seus efeitos é, sem dúvida, a mais efectiva política ambiental. Deste modo, o licenciamento ambiental, tendo por base a avaliação ambiental das intervenções de natureza pública ou privada, e como instrumentos a Declaração de Impacto Ambiental (DIA) e o Plano de Gestão Ambiental, garante o mencionado carácter preventivo de preservação do meio ambiente.



[...]

Existe, assim, a necessidade de regulamentar com o objectivo de:

- a) Instituir um sistema de licenciamento ambiental baseado nos princípios da eficiência, transparência e independência;
- b) Garantir a participação da comunidade e do público no procedimento de Avaliação Ambiental;
- c) Identificar e avaliar as consequências para o meio ambiente das propostas de desenvolvimento;
- d) Criar as condições para minimizar ou eliminar os impactos ambientais e sociais negativos decorrentes da implementação dos projectos;
- e) Determinar as medidas de protecção ambiental e social a serem aplicadas aquando da implementação dos projectos;
- f) Prevenir a concretização de projectos que tenham um impacto potencial significativo no meio ambiente;
- g) Instituir um procedimento de emissão de licenças ambientais decorrente da avaliação ambiental, que contribua efectivamente para o controlo ambiental;
- h) Fiscalizar e monitorizar os projectos de acordo com o disposto nos Planos de Gestão Ambiental (PGA).

Fonte: extracto de Publicação do anexo e republicação do Decreto-Lei N.º 5/2011 de 9 de Fevereiro “Licenciamento Ambiental”, *Jornal da República*, Série I, n.º 7, do 23 de Fevereiro de 2011, p. 4610-4611.

### Exercício 6.

**Com base no extracto do Decreto-Lei N.º 5/2011 sobre o Licenciamento ambiental em Timor-Leste, responde às seguintes questões:**

1. Explica porque o sistema de Licenciamento ambiental foi criado?
2. Quais são os seus objectivos principais?



### *4.3. Identificação de pessoas-chave no sítio para desenvolver o produto turístico*

A identificação de pessoas-chave locais e a consulta e o envolvimento dos residentes locais num projecto constituem parte das condições ditadas pelo desenvolvimento sustentável (Módulo 5), porque sem essas condições, o projecto desenvolvido pode ser julgado ilegítimo pelos habitantes (por falta de informação e intercâmbios), e também pode ser criticado por não ser baseado na ajuda e no conhecimento das pessoas locais. A outra face dessas exigências é o aspecto económico: um património local que se torna recurso turístico tem por objectivo a atração de turistas e o consequente benefício económico. Se o projecto é elaborado sem o apoio das pessoas locais, os recursos económicos não vão beneficiar o meio local e isso pode levar a críticas e, a seguir, ao seu mau funcionamento.

A identificação das pessoas-chave é importante porque são elas, graças ao seu conhecimento do meio local, que vão ajudar o agente responsável a desenvolver o projecto. Essas pessoas podem ser de tipo diferente: pessoas de certa idade (pode ser uma autoridade local como o chefe de subdistrito, chefe de suco, etc. ou não) que conhecem particularmente bem o meio local nas sua componente histórica e cultural, demografia, etc. e que tem gosto em colaborar no projecto; pode ser uma pessoa que tem capacidade de liderança “leadership” e que pode facilitar os contactos entre o agente e as pessoas da comunidade, úteis ao projecto; podem ser pessoas que têm interesse direto no desenvolvimento do projecto porque já desenvolveram actividades úteis (restaurantes, hotéis, etc.). E para a identificação dessas pessoas, a pesquisa de terreno e inquéritos têm um papel bastante importante na elaboração do projecto.

### *4.4. A consulta dos residentes locais e o seu papel na valorização do património*

Da mesma forma, a consulta dos residentes locais nas diferentes fases da elaboração do projecto é importante. Nas reuniões com os principais actores locais (chefe de distrito, de subdistrito, de suco, de aldeia, chefes tradicionais (liurais), líderes religiosos, pessoas



do sector económico privado, etc.) e reuniões públicas (com todos os habitantes que querem participar), o objectivo principal é dar informação do projecto, discutir e, se necessário, adaptar mais o projecto às especificidades locais, com o objectivo final de garantir o sucesso do mesmo.

Além de partilhar informação e concordar com os objetivos do projecto, o objectivo de desenvolver um património como recurso turístico é envolver ao máximo as pessoas da comunidade no projecto. O projecto vai precisar:

- de visitas organizadas para divulgar o património junto dos turistas (formação de guias locais),
- lugares onde os turistas possam almoçar ou tomar uma bebida (isso interessa aos restaurantes e bares, mas também aos produtores de produtos agrícolas e da pesca),
- lugares onde os turistas podem comprar lembranças e o artesanato local,
- lugares onde podem pernoitar (hotel, guesthouse),
- serviços para alugar bicicletas, ou barco, ou aceder à rede de percursos pedestres, para visitar a região envolvente, etc.

### *Exercício 7.*

**Responde às seguintes questões:**

1. Porque é que o processo de desenvolvimento de um produto turístico com base no Património tem de passar pela identificação de pessoas-chave no local?
2. Por que motivo a consulta dos residentes durante o processo de elaboração do projecto é importante? Indica diferentes meios possíveis para envolver residentes locais no projecto de desenvolvimento turístico e de valorização do património.



Com o objectivo de compreender a passagem de um património cultural a um recurso turístico, vamos ver aqui um exemplo concreto como a antiga prisão de Ai Pelo, no distrito de Liquiçá. Este projecto foi planeado pela Secretaria de Estado da Cultura e aberto ao público em Maio 2012.

### **Saber mais: O estudo de caso da antiga prisão de Ai Pelo**

Este projecto, desenvolvido pela Secretaria de Estado da Cultura (SEC), visa valorizar o património arquitectónico existente em todo o território de Timor-Leste. Algo que no contexto timorense ainda há um longo caminho a traçar, pois através de um trabalho de identificação e inventariação do património arquitectónico foi-nos possível determinar as principais causas de destruição dos edifícios em algumas regiões em redor da capital.

No contexto dos preparativos para as celebrações do 10º aniversário da restauração da Independência da Republica Democrática de Timor Leste, foi proposto pela SEC, a intenção de musealizar as ruínas do antigo Posto do Comando, Alfandega, Administração e Prisão de Ai Pelo.

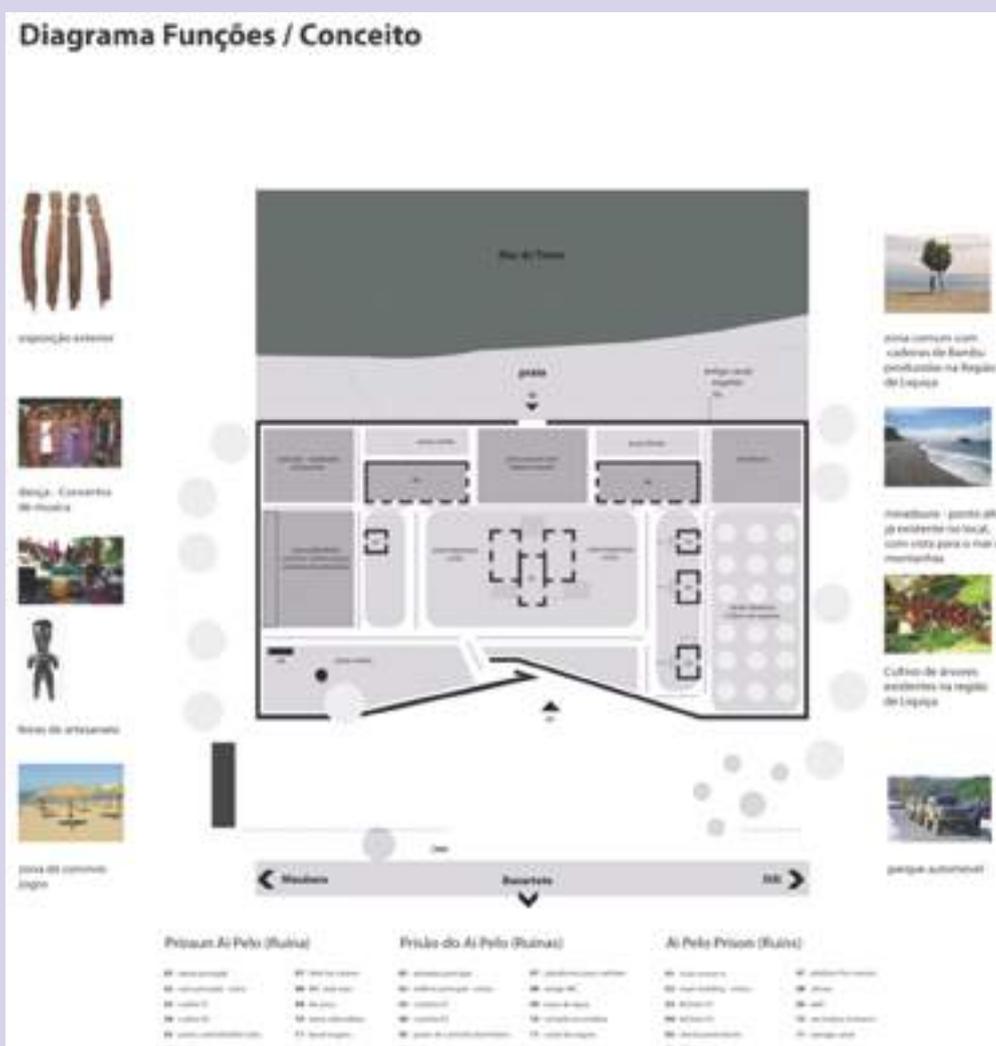
A antiga Prisão de Ai Pelo é testemunha dos maus tratos sofridos por presos políticos e de delito comum, para ali enviados pela administração colonial portuguesa.

A sua história [da Prisão] está intimamente ligada à de José Celestino da Silva, antigo Governador de Timor, que aí mandou prender vários régulos timorenses. Construída durante os finais do século XIX, a Prisão de Ai Pelo esteve em funcionamento durante grande parte da primeira metade do século XX, até à sua desactivação, em 1939.

A exposição que aqui se apresenta é temporária e tem como principal objectivo lançar o Projecto de Musealização da Antiga Prisão de Ai Pelo. Este projecto, que foi desenvolvido ao longo de 2012, pretende devolver a história deste importante edifício à população timorense, através da criação de um museu local. Para além da conservação das ruínas, o futuro museu disporá ainda de uma sala de exposições, local para venda de produtos locais e um pequeno restaurante/café.



Figura 16. Plano de Ai Pelo, Liquiça (Timor-Leste)



Fonte: Flavio Miranda/Secretaria de Estado da Cultura, 2012, “Memoria Justificativa do Projecto de musealização da antiga prisão de Ai Pelo”, 4 p. Reproduzido com a autorização do Secretaria de Estado da Cultura.

### Exercício 8.

Com base no estudo de caso da antiga prisão de Ai Pelo (Liquiça), explica:

1. O que confere interesse histórico e turístico a este sítio?
2. Quando é que este projecto vai ser finalizado, quais são os serviços que vai oferecer aos visitantes e habitantes? (ver informação no plano)



## 5. Características, fragilidade e avaliação do Património como recurso turístico e o interesse de ter um plano de acção.

O sucesso do recurso turístico com base no Património nunca é garantido. Vamos ver aqui as principais dificuldades desta tarefa.

- Para funcionar, o sítio turístico tem de ser conhecido do público. Isso requer campanhas de promoção, especialmente no início do projecto, mas não só. O lançamento oficial é importante porque, graças à presença de jornalistas, vai dar origem ao aparecimento de artigos de imprensa, reportagens na televisão, etc. Após o lançamento, há que manter campanhas de informação, com documentos promocionais dados no próprio sítio, mas também, nos pólos emissores principais (aeroporto, cidades nas proximidades e, especialmente, onde os turistas ficam e pernoitam). Além dos documentos promocionais, é recomendável a organização, no próprio sítio, de eventos e de animações especiais para atrair os que já conhecem o sítio, e os que ainda não o conhecem.
- O segundo ponto de fragilidade é a necessidade de animar o património como sítio turístico: se não houver uma pessoa, agente de animação ou chefe de projecto, dedicada à animação para organizar eventos e actividades turísticas, o sítio pode perder rapidamente a sua força de atracção. Há que saber criar ocasiões especiais para manter o interesse dos turistas, criar novas actividades para sustentar o sítio turístico. O último pode conhecer um certo sucesso e atrair turistas no início do projecto, e perder o seu interesse para não renovar as actividades. A concorrência de outros sítios turísticos pode ser forte. Por isso, a definição do mercado-alvo é importante: o sítio visa os adultos? Também inclui uma oferta dedicada as crianças (com a forma de jogos, ou de histórias escritas especificamente por eles)?
- O terceiro ponto de vigilância é a participação de pessoas da comunidade residente. O agente responsável pelo projecto turístico tem de controlar e assegurar a qualidade desta participação. Todas as actividades ligadas ao sítio turístico constituem uma parte de seu sucesso. Além da qualidade do



património promovido, os turistas têm de sentir que estão bem acolhidos pela comunidade local, em geral, e especialmente nas actividades diretamente ligadas, como os restaurantes, os alojamentos turísticos, e outras animações locais.

Por essas razões, a avaliação regular do projecto é importante. Esta avaliação tem de ser feita com visitas regulares ao local para ver como é que está a funcionar e para contabilizar o número de visitantes (e controlar se está a ganhar ou a perder visitantes), e também com questionários de avaliação de qualidade dados no próprio local turistas.

Algumas questões que interessam relacionadas com a avaliação são:

- A qualidade do acolhimento,
- A limpeza do sítio,
- A qualidade da informação dada,
- A qualidade do trabalho dos guias turísticos no sítio,
- A percepção geral do sítio turístico: se é positiva, e se há pontos para melhorar,
- Etc.

### *Exercício 9.*

**Responde às seguintes questões:**

1. Quais são os pontos fracos a ter em conta?
2. Porque a avaliação regular de um sítio turístico é importante? Quais são as principais questões / observações da avaliação?



# Bibliografia

## Livros

Angeon (Valérie) et Saffache (Pascal), « Les petites économies insulaires et le développement durable : des réalités locales résilientes ? », Revue *Études caribéennes* [En ligne], 11 | Décembre 2008, mis en ligne le 30 août 2011, consulté le 06 avril 2012.

URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/3443>

Breton (Jean-Marie), « Aires protégées, gestion participative des ressources environnementales et développement touristique durable et viable dans les régions ultra-périphériques », *Études caribéennes* [En ligne], 12 | Avril 2009, mis en ligne le 04 septembre 2009, consulté le 29 novembre 2012. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/3560>

Cabasset (Christine), 2012, “O turismo sustentável e comunitário no contexto mundial e do Sudeste Asiático”, Conferência Internacional sobre o Turismo sustentável e comunitário a Timor-Leste, Centro de conferências João-Paulo II, Dili, Agosto 2009 (Artigo a ser publicado).

Cabasset-Semedo (Christine), 2009, “Thinking about tourism in Timor-Leste in the era of sustainable development. A tourism policy emerging from grassroots levels”, in Cabasset-Semedo C. and Durand F. (Eds), *East-Timor: How to build a new Nation in Southeast Asia in the 21st Century?*, Bangkok/Thailande, IRASEC et CASE, pp. 213-232.

[www.irasec.com/components/com\\_irasec/media/upload/OP09-East-Timor\\_Cabasset-Durand.pdf](http://www.irasec.com/components/com_irasec/media/upload/OP09-East-Timor_Cabasset-Durand.pdf)

Cabasset-Semedo (Christine), 2008, “La préservation de l’environnement au Timor-Leste. Le premier parc national, Nino Konis Santana”, in *Insularité et insularismes d’hier et d’aujourd’hui*, PUPS, Paris.

Carvalho do Amaral (Demetrio) (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, 112 p.

Cinatti (Ruy Vaz Monteiro Gomes) 1987, *Arquitectura Timorense*, Instituto de Investigação Científica Tropical, Museu de Etnologica, Lisboa, 232 p.

Cocks (Rodney), 2011, Timor-Leste (East Timor) travel guide, *Lonely Planet*, 176 p.



Diploma ministerial, Ministério da agricultura e pescas n.º: 430/ 11/DM/XI/10 “Empreendimento Turismo Natural na Zona Utilizada em Áreas Protegidas no Parque Nacional”, *Jornal da República*, Série I, n.º1 do 12 de Janeiro de 2011, pp. 4522-4526.

Duarte (Jorge Barros), *Timor, ritos e mitos Ataúros*, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, Lisboa, 1984, 307 p.

Durand (Frédéric), 2010, *Timor-Leste, Um País no Cruzamento da Ásia e do Pacífico, Um atlas histórico-geográfico*, Lidel Editions, Lisboa, 206 p.

Gunn (Geoffrey) 2001, “Língua e Cultura na Construção da Identidade de Timor-Leste” in *Camões* 14, June-September, pp. 14-25.

Lahaye (Nathalie), « Les sports de nature dans le Parc national de la Guadeloupe : des conflits potentiels au potentiel de coopération », *Études caribéennes* [En ligne], 12 | Avril 2009, mis en ligne le 04 septembre 2009, consulté le 29 novembre 2012. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/3608>

Lozato-Giotart (Jean-Pierre), 2006, *Le chemin vers l'écotourisme. Impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd'hui*, Delachaux et Niestlé, Paris, 191 p.

McWilliam (Andrew) 2001, «Prospects for the sacred grove. Valuing *lulic* forests on Timor”, in *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, 2(2), pp. 89-113.

Palmer (Lisa), Carvalho d. A. (Demetrio), 2007, “Nation building and resource management: The politics of « nature » in Timor-Leste”, *geoforum*, doi : 10. 1016/j. geoforum. 2007.09.007, 12 p.

Rui Pinto, 2012, “Jestaun Rekursu Aquatiku no Marina baseia ba matenek local”, in *Matenek Lokal, Timor Nian!*, UNESCO, pp. 28-31.

Publicação do anexo e republicação do Decreto-Lei N.º 5/2011 de 9 de Fevereiro “Licenciamento Ambiental”, *Jornal da República*, Série I, n.º7, do 23 de Fevereiro de 2011, p. 4610-4611.

República Democrática de Timor-Leste, 2011, *Plano Estratégico de desenvolvimento 2011-2030*, 238 p.

Resolução do Governo N.º25/2011 de 14 de Setembro 2011 relativa à Protecção do Património Cultural, *Jornal de Republica*, p. 5139-5140.

UNESCO, 1972, *Convenção pela Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural*, Paris, 17 p. Acesso em linha (Em Inglês, Francês, etc.): <http://whc.unesco.org/en/conventiontext/>



UNESCO, 2003, *Convenção pela Protecção do Património Cultural Imaterial*, Paris, 14 p. Acesso em linha (Em Inglês, Francês, etc.): <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540f.pdf>

### **Entradas na Internet**

Comissão Europeia – Denominações de Origem Protegida (Em Francês, Alemão, Inglês): [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_fr.htm)

Comissão Europeia – Natura 2000: [www.natura.org](http://www.natura.org)

Conservatoire du Littoral (Em Francês): [www.conservatoire-du-littoral.fr](http://www.conservatoire-du-littoral.fr)

Museu da Resistência de Timor-Leste (Em Tetum, Português ou Inglês): <http://amrtimor.org/>

Museu da Comissão Acolhimento, Verdade e Reconciliação (CAVR) (Em Tetum, Português, Indonésio ou Inglês): <http://www.cavr-timorleste.org/en/comarca.htm>

Secretaria de Estado da Cultura de Timor-Leste (Em Tetum ou Português): <http://www.cultura.gov.tl/pt/inicio>

Coral Triangle Center (em Inglês): [www.coraltrianglecenter.org/en/page/coral-triangle](http://www.coraltrianglecenter.org/en/page/coral-triangle)

Unesco World Heritage Center (Unesco Centro do Património Mundial): <http://whc.unesco.org/en/list/>

Unesco Cultural Landscape (Unesco paisagem cultural): <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/>

World Monuments Watch: <http://www.wmf.org/>







Ilha de Atauro © Christine Cabasset

# Mobilidade, Itinerários e Destinos Turísticos

Módulo 10

## Apresentação

O décimo Módulo desta disciplina de Operações e Técnicas de Turismo tem como função dar conhecimento sobre uma das características do turismo: a “mobilidade”. A “mobilidade” consiste em deixar a localidade de residência habitual para outra no mesmo país ou no estrangeiro. Há determinadas formas de viajar que se baseiam essencialmente na mobilidade, são viagens com um forte carácter itinerante, especialmente no caso de circuitos turísticos. Este módulo pretende dar ao aluno informação sobre este conceito, que para os agentes turísticos assume um especial significado. Perante a crescente importância das rotas, itinerários e circuitos turísticos, torna-se imperativo a formação profissional específica na área de itinerários e circuitos turísticos, com o intuito de oferecer uma diversidade turística nos vários destinos nacionais. Consequentemente, considera-se oportuno a existência de um módulo que foque os vários itinerários, conforme as suas tipologias e que, igualmente, realce a sua importância para a qualificação da oferta turística nos destinos.

## Objectivos de aprendizagem

Com este Módulo 10, vamos aprender a:

- Reconhecer a relação entre “turismo” e “mobilidade”;
- Identificar as diferentes terminologias e modalidades utilizadas nos itinerários turísticos;
- Compreender o conceito de mobilidade e adquirir bases metodológicas (preparação, elaboração, controlo/verificação/adaptação ao terreno) de forma a organizar circuitos, itinerários ou rotas;
- Identificar os critérios que conduzem à procura de determinados circuitos;
- Caracterizar os circuitos temáticos já existentes em Timor-Leste;
- Identificar a problemática da utilização de mapas, guias e outros recursos existentes;
- Identificar as pessoas locais com quem o técnico de turismo pode e deve trabalhar para ter informações e assistência;
- Utilizar as técnicas organizativas como veículo de promoção de um destino turístico;



## Âmbito dos conteúdos

1. Mobilidade, Itinerários Turísticos e a História
  - 1.1. Os primeiros itinerários
  - 1.2. Definição de itinerários, circuitos e rotas turísticas
2. Identificação das diferenças entre mobilidade na vida quotidiana e na atividade turística em Timor-Leste
3. Modalidades e Tipologias de Itinerários
  - 3.1. Tipologia de itinerários turísticos (por motivação, por meio de transporte e por duração)
    - a) Itinerários segundo o produto turístico /motivação
    - b) Itinerários turísticos segundo o meio de transporte utilizado
  - 3.2. Definição, metodologia e regras de organização de itinerários e circuitos turísticos
    - a) Forfait para a oferta e forfait para a procura
    - b) Identificação do mercado-alvo
    - c) Identificação dos recursos turísticos
  - 3.3. Modalidades de comunicação e de comercialização
4. Os Itinerários e os Destinos Turísticos
5. Elaboração de Circuitos e Itinerários Turísticos em Timor-Leste
  - 5.1. Oferta turística local
  - 5.2. Oferta turística regional



# 1. Mobilidade, Itinerários Turísticos e a História

O turismo é baseado na mobilidade: a primeira expressão desta é o facto de alguém se deslocar da sua residência habitual para outro lugar por motivo de férias. Como já vimos no manual do 10º ano, o crescimento da mobilidade das populações está ligado às mudanças socioeconómicas: como a urbanização, a individualidade crescente das pessoas, melhores recursos económicos, etc. Também está muito ligado ao desenvolvimento dos meios de transporte. Outra expressão da mobilidade é a forma de circular num destino turístico: por um lado, há os turistas que privilegiam uma estadia num *resort* para descansar e não sair de lá; por outro lado, há pessoas que organizam as suas férias na visita a diferentes sítios turísticos. Segundo o tipo de viagem, os turistas vão voltar ao hotel após as excursões ou vão mudar de hotel todos os dias.

## 1.1. Os primeiros itinerários

Os primeiros itinerários foram efetuados por motivos religiosos e comerciais.

**Rotas religiosas** - A Religião foi uma das primeiras motivações de viagem da Humanidade e que, nos dias de hoje, continua a motivar um grande número de pessoas a viajar para locais relacionados com as manifestações religiosas e locais de culto religioso. Os caminhos de Santiago de Compostela, a pé, são uma das rotas mais conhecidas. Outras peregrinações religiosas muito conhecidas são: a Fátima (Portugal), a Lourdes (França), a Jerusalém (Israel/Palestina), a Meca (Arábia Saudita), a Roma (Itália), a Kumbh Mela (Índia), etc.

**Rotas comerciais** - A Rota da Seda na Ásia, a rota do Sal em África, seguida pelos Touaregs que atravessam todo o deserto até à costa norte do continente; como todo o comércio marítimo do Oriente, que se desenvolveu especialmente entre os sécs. XV-XVII, na procura, pelos europeus, das especiarias e outros bens com valor, são alguns dos exemplos de rotas comerciais antigas.



## 1.2. Definição de itinerários, circuitos e rotas turísticas

### Itinerário:

Descrição de um caminho ou de uma rota turística especificando os lugares de passagem e propondo uma série de atividades e serviços durante a sua duração. Definição que poderá englobar Circuito, Visita e Rota. Por exemplo, um itinerário simples que vai de Díli até Tutuala inclui uma etapa em Baucau para almoçar, por exemplo; outra etapa em Com para descansar e tomar uma bebida, antes de chegar a Tutuala, onde o turista vai pernoitar. Aí pode descobrir as grutas, fazer mergulho na ilha de Jaco, etc. Especialmente quando a viagem é longa, ou é um trekking de alguns dias ou mais, o itinerário tem de ser bem preparado para se saber exatamente onde se vai comer, dormir, encontrar um guia local para visitar uma determinada localidade ou edifício específico, para subir uma montanha, etc.

### Circuito:

- Chama-se “circuito” ao conjunto de caminhos e visitas que se complementam, constituindo um itinerário fechado, que tem início e término no mesmo local. Por exemplo, um turista faz o circuito seguinte: Díli, Aileu, Same, Maubisse, Zumalai, Bobonaro, Maliana, Ermera, Díli. O turista passa só uma vez em cada localidade e volta ao mesmo lugar da partida.
- O termo “circuito” também tem outra significação: aquela viagem combinada ou viagem organizada por uma agência de viagens em que intervêm vários serviços: transporte, alojamento, guia, etc., que se realiza de acordo com um itinerário programado e com um desenho circular sempre que seja possível (o ponto de partida e de chegada serão coincidentes), de modo a que não se passe por um caminho anteriormente percorrido.

### Visita:

Genericamente, a **visita** representa cada uma das paragens que compõem um itinerário: quando o turista faz uma paragem, mesma curta, em qualquer lugar específico, isso constitui uma visita. A **visita** assume outro sentido mais específico quando se trata de uma visita turística, guiada ou não, a uma localidade ou a um lugar especial, como a um museu, etc.



### **Rota:**

No primeiro sentido, os conceitos de “Rota” e de “Itinerário” podem ser considerados sinónimos; a “rota” é sempre associada a uma descrição, mais ou menos exaustiva, dos aspectos mais relevantes da viagem e, particularmente, dos principais locais de interesse turístico. O termo ganha outro sentido quando o conceito de “Rota” é usado preferencialmente em termos institucionais e promocionais, particularmente valorizado nos documentos de promoção turística: as Rotas turísticas do vinho nas áreas especializadas de França, Itália e Portugal são muito conhecidas, como a rota da seda da Ásia oriental e Ásia central até à Europa. O conceito de “rota” expandiu-se muito como produto turístico, e, atualmente, existe as “rota dos castelos”, “rota histórica”, “rota gastronómica”, etc. **O conceito de Rota é baseado num motivo, num tema específico de viagem:** o vinho, os castelos, os templos ou as igrejas, a história, as aldeias típicas, a seda, o artesanato, a música, etc.



## 2. Identificação das diferenças entre mobilidade na vida quotidiana e na atividade turística em Timor-Leste

Ao longo dos séculos, os timorenses, como outros povos, migraram duma região para outra. Especialmente durante a sua história recente: por exemplo, sabemos que nos anos 60 do século XX, o distrito de Díli era um dos distritos menos populosos do país, quando, atualmente, é o distrito com mais habitantes do país. Verificaram-se muitas migrações forçadas durante os períodos de conflito, no período de ocupação indonésia. Paralelamente, na situação actual, muitos timorenses, especialmente os estudantes, deixam o domicílio habitual para frequentar as universidades de Díli, ou em busca de trabalho; na vida quotidiana, as pessoas deslocam-se por razões de saúde, para trabalhar, para ir ao mercado, para encontrar-se com os amigos, etc. Todos estes exemplos de deslocação são manifestações de mobilidade. Mas a grande maioria deles não pertence ao conceito de mobilidade que estudamos neste módulo: a mobilidade turística.

A mobilidade turística é baseada na vontade das pessoas em se deslocarem para outra(s) localidade(s) por motivo de férias, de descanso, de visita a familiares, de competição desportiva, etc. (ver o Módulo 1). Por isso, **a mobilidade ligada ao turismo tem muito a ver com a noção de escolha**: escolha de viajar, escolha de destino, escolha do tipo e da duração de viagem, etc. Outra noção essencial, **os destinos, como práticas turísticas**, não são os **destinos do quotidiano**: a mobilidade turística tem um carácter ocasional, excepcional. **As diferenças entre a mobilidade turística e outros tipos de mobilidade são essencialmente as seguintes: a escolha e o carácter não quotidiano.**



Figuras 1 e 2. Esquerda: Mapa de um itinerário (a pé, bicicleta, moto, etc) de uma ou duas horas em uma Aldeia no pé do vulcão Merapi (Yogyakarta, Indonésia). A direita, muitos turistas visitam a “Cidade proibida” a Pequim (China) no quadro de um circuito turístico (ou rota dos monumentos históricos por exemplo) segundo um itinerário já estabelecido.



Figuras 3, 4, 5. Muitas vezes, os transportes locais também servem pelos turistas. Esquerda: autocarro no Equador (América do Sul), barco e táxi local na ilha de Atauro (Timor-Leste).



Todas as foto © Christine Cabasset, a exeção da figura 2 © Carlos Semedo



## 3. Modalidades e Tipologia dos Itinerários

### 3.1. Tipologia dos itinerários turísticos (por motivação, por meio de transporte utilizado e por duração)

As tipologias e classificações dos itinerários variam conforme o critério utilizado. Assim, podemos classificar os itinerários segundo a motivação subjacente e, nesse sentido, segundo o tipo de produto turístico, ou segundo o tipo de transporte utilizado.

#### a) Itinerários segundo o produto turístico

Figura 6. Tabela dos Itinerários segundo motivação / produto turístico

Tipo de itinerário	Características
<b>Desportivos e de Aventura</b>	Este tipo de itinerário é cada vez mais procurado e capaz de mover um grande número de pessoas. Os praticantes (ou aprendizes) de ténis, vela, canoa, pesca, mergulho, parapente, trekking, rafting, escalada... organizam itinerários baseados na prática de uma ou mais atividades desportivas para responder à procura de férias activas, de emoções e de novas experiências.
<b>Culturais</b>	A motivação cultural é sem dúvida das mais importantes motivações turísticas e que tem dado origem a itinerários temáticos muito interessantes, baseados nas especificidades e na autenticidade de cada região. É o caso, por exemplo, dos itinerários históricos (descoberta dos lugares frequentados por pessoas de reconhecido valor, ou de património de diferentes épocas históricas); itinerários literários (rotas que tenham por base um escritor, poeta ou personagem literária); itinerários artísticos; Festivais e festas tradicionais; o artesanato também pode ser o fio condutor na concepção de uma rota; Itinerários gastronómicos; Itinerários Educacionais, com o objetivo de aprender sobre uma temática (ou língua) específica, etc.



<b>Ecológicos ou da natureza</b>	O objetivo destes itinerários, que suscitam um interesse crescente, é proporcionar aos participantes o usufruto e o contacto com a natureza e valores do património natural (e cultural) que estes espaços encerram. Os trekking são típicos desta procura, e as áreas protegidas são privilegiadas para a realização deste tipo de itinerários.
<b>Religiosos</b>	O Caminho de Santiago de Compostela é, ainda hoje, um exemplo célebre, apresentando-se como um dos itinerários mais importantes de origem religiosa. Os itinerários religiosos são muito numerosos no mundo, e também incluem a descoberta do património artístico ou monumental religioso.
<b>De Férias ou de Lazer</b>	Trata-se de uma designação genérica em que a motivação principal não está relacionada com nenhum interesse específico dos participantes. O objetivo é simplesmente sair do ambiente habitual, descansar e recuperar forças durante o período de férias. Baseiam-se normalmente em estâncias balneares ou no interior, em que se combina um alojamento fixo com excursões e atividades pela região.

**b) Itinerários segundo o meio de transporte utilizado**

Cada meio de transporte utilizado imprime um carácter e um estilo de viagem diferente. Atualmente, o autocarro e o avião são os meios mais utilizados, sendo a flexibilidade e a mobilidade as vantagens do primeiro e a velocidade e o conforto as do segundo. O comboio e o barco de cruzeiro têm conotações mais românticas dado que são os meios mais antigos e, por isso, também, quando utilizados, imprimem alguma originalidade e autenticidade. Também o automóvel assume a sua importância, especialmente no contexto do turismo interno.



Figura 7. Tabela dos Itinerários segundo o meio de transporte utilizado

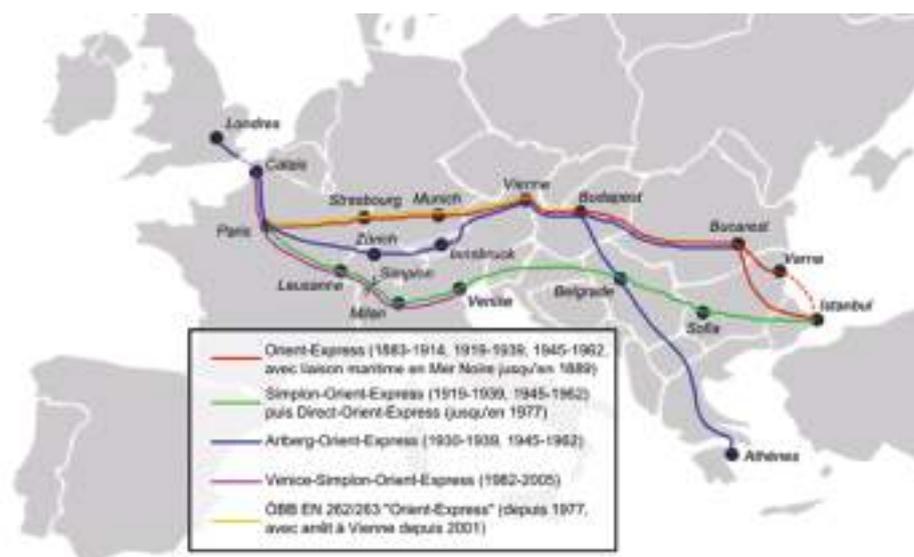
Tipo de transporte	Características
<b>Via Rodoviária</b>	<p>As viagens rodoviárias com motivação turística são numerosas no mundo. Utilizam os seguintes meios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carro próprio ou de aluguer</li> <li>• Carro com motorista / guia</li> <li>• Táxi</li> <li>• Minibuses de turismo (9 a 14/16 lugares)</li> <li>• Autocarros de turismo de 40/50 lugares</li> </ul>
<b>De barco</b>	<p>Podemos considerar diferentes serviços:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cruzeiros marítimos e fluviais, onde são oferecidos pacotes com tudo incluído. O interesse destas viagens é aproveitar as paisagens durante a navegação e os destinos a visitar durante o percurso (portos, aldeais e cidades típicas, sítios arqueológicos, etc. com interesse turístico);</li> <li>• aluguer de embarcações de todo o tipo, como barco à vela para um dia ou mais de navegação com a família ou amigos;</li> <li>• passeios recreativos de um dia de barco organizados por pescadores ou companhias marítimas ou fluviais privadas.</li> </ul>
<b>De avião</b>	<p>É um dos meios mais utilizados para as longas distâncias pela sua segurança e rapidez e privilegiado pelos operadores turísticos na realização de programas para grandes grupos e nos itinerários que envolvem dois ou mais países. Por exemplo, um circuito nos países do Norte da Ásia do Sudeste é muitas vezes baseado sobre conexões aéreas entre a Tailândia, o Camboja e o Laos e, a partir dos aeroportos correspondentes, visitar os sítios turísticos (templos de Bangucoque, as montanhas do Norte e umas ilhas de Tailândia, templo de Angkor Wat no Camboja, a pequena cidade de Luang Prabang, atravessada pelo rio Mekong, no Laos, etc.</p>



<p><b>De comboio</b></p>	<p>Não há comboio em Timor-Leste, e é raro nos países pequenos e nas ilhas pequenas. Mas este tipo de transporte existe em grande número de países. Os comboios de linhas regulares, nacionais e internacionais, são os mais numerosos no mundo: são utilizados pelos habitantes como meio de transporte habitual, e pelos turistas nacionais e estrangeiros. No Mundo, os itinerários de comboios mais antigos, conhecidos e míticos são: o <u>“Expresso do Oriente”</u> (Orient Express em Inglês e Francês), que ligava inicialmente (fim do Século XIX) Paris (França) a Istambul (Turquia). Hoje o comboio vai de Paris (ou Londres) até Veneza ou Roma (Itália) ou Áustria. O <u>“Transiberiano”</u>, que existe desde o início do Século XX, e que atravessa toda a Rússia, em quase 10 000 km, de Moscovo, a Oeste, até Vladivostok no extremo Este. Além destes itinerários excepcionais, na Ásia, por exemplo, é possível viajar de comboio na Indonésia (ilhas de Java e de Sumatra), no Vietname, na Tailândia, na Malásia, na Índia, na China.</p>
<p><b>Transportes alternativos</b></p>	<p>Dado que cada vez mais se procuram novas experiências e novas emoções, os meios de transporte alternativos estão a ser também muito utilizados por parte da oferta no sentido de cativar novos públicos, oferecendo produtos inovadores que têm tido grande aceitação por parte da procura turística, cada vez mais experiente. Estamos a falar, por exemplo, de itinerários realizados em bicicletas, em veículos todo o terreno, a cavalo, a pé, de canoa, etc.</p>



Figura 8. Rotas históricas do comboio Expresso do Oriente (Orient Express) na Europa



Fonte: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Expresso\\_do\\_Oriente](http://pt.wikipedia.org/wiki/Expresso_do_Oriente)

Os itinerários também podem ser classificados **segundo a duração**, como a tabela seguinte mostra.

Figura 9. Tabela dos Itinerários segundo a duração

<b>Curta Duração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não implicam alojamento</li> <li>• Meio dia (manhã ou tarde normalmente sem refeições)</li> <li>• Dia inteiro ou nocturno (com refeições incluídas ou opcional)</li> <li>• Visitas de cidade</li> </ul>
<b>Média Duração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 ou 2 noites de alojamento e algumas refeições incluídas ou opcionais.</li> <li>• Fins-de-semana / Pontes festivas / Eventos especiais</li> </ul>
<b>Duração Normal ou de férias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tours de 1 ou 2 semanas que podem ser ou não combinadas com um período de estada num só destino.</li> </ul>
<b>Longa Duração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Com mais de 15 dias, os itinerários são considerados como grandes viagens. Requerem uma preparação muito cuidada, são normalmente de custo elevado e para uma clientela específica.</li> </ul>



## Exercício 1.

Responde às seguintes questões:

1. Quais são as definições de “itinerário”, “circuito”, “visita” e “rota turística”?
2. Porque a mobilidade na vida quotidiana é diferente da atividade turística?
3. As figuras 6, 7 e 9 apresentam três Tipologias de itinerários turísticos. Quais são?

A seguir:

- a. Dá um exemplo de itinerário desportivo;
- b. Dá um exemplo de itinerário de barco (pode ser um exemplo em Timor-Leste);
- c. Dá um exemplo de itinerário cultural de um dia que inclua diferentes actividades e meios de transporte.

## 3.2. Definição, metodologia e regras de organização de itinerários e circuitos turísticos

A elaboração e realização de um itinerário turístico é o resultado de um longo processo de estudo e análise de possibilidades e de um conhecimento prévio dos dados.

A metodologia utilizada tem de ser baseada principalmente nos seguintes elementos:

### a) Forfait turístico para a oferta e forfait turístico para a procura

Interessa pois distinguir se o percurso/itinerário trata de um forfait turístico para a procura e de forfait turístico para a oferta. Em ambos os casos, a organização da viagem exige profissionais especializados para satisfazer as expectativas dos clientes.

- Forfait turístico para a procura refere-se a uma viagem designada e adaptada à procura. Um cliente que já tem a sua ideia de itinerário turístico vai a uma agência de viagens para que aquela organize concretamente a viagem: reserva de quartos, de transportes para chegar ao destino e para circular entre as diferentes etapas escolhidas, reservas de actividades como passeios guiados,



etc. Neste caso, é possível saber, com algum rigor, as necessidades do cliente e, por isso, todos os serviços são direccionados nesse sentido.

- Forfait turísticos para a oferta refere-se a viagem organizada “fixa” e vendida em pacotes pela agência de viagens. Muitas vezes, essas viagens “tudo incluindo” são designadas pelos grupos de turistas (viagem de grupo), mas não só. A viagem inclui o transporte até ao destino e os meios de transporte para circular entre as diferentes etapas do circuito, o alojamento, uma grande parte das refeições, as actividades como visitas de cidade, de museu, de exposição, os espectáculos culturais, os passeios a pé, de barco, etc. O cliente que se inscreve neste tipo de viagem não pode mudar o itinerário ou as actividades: a viagem é “fixa” e tudo está “organizado”. A internet e as brochuras são os meios privilegiados para promover e vender os circuitos. A informação dada inclui o detalhe da viagem por dia, o preço, as datas propostas (também são fixas), etc. porque os turistas têm de conhecer a viagem integralmente para decidir se a compram ou não. Ver exemplo de forfait turístico na p. 19.

#### b) **Identificação do mercado-alvo**

Os critérios de definição do público-alvo pelo itinerário a desenvolver incluem:

- Se se dirige a turistas individuais (uma ou duas pessoas), a pequenos grupos (até 15 “pax”; “pax” é a designação internacional para “pessoas”), ou a grandes grupos (acima de 15 pax).
- Também, os critérios incluem a definição do segmento de mercado: de tipo cultural, de aventura, pessoas reformadas (pessoas acima da idade de trabalhar), pessoas com recursos económicos modestos ou ao contrário muito confortáveis, etc.

#### c) **A identificação dos recursos turísticos**

Importa, ainda, referir a importância da realização de itinerários no aproveitamento dos recursos de uma região no sentido de operacionalizar um conjunto de percursos culturais e turísticos que, em conjunto, constituam uma apresentação razoável do património e dos recursos da região. Este é um dos objectivos da realização de itinerários / circuitos / rotas feitas em parceria com instituições do sector público e privado do turismo.



**Esta fase é fundamental.** A metodologia é orientada por objectivos muito específicos e por isso deve envolver as seguintes etapas:

- **Identificação dos objectivos** de elaboração do circuito. Uma vez que o tipo de pacote turístico e o mercado-alvo são definidos, é importante especificar os objectivos: descobrir uma zona de montanha ou de uma cidade (turismo urbano/cultural)? Organizar uma viagem de tipo desportivo? Cultural? Etc.
- **Caracterização da região a vários níveis** (económico, social, físico, turístico, etc.). A organização de uma viagem requiere a realização de uma análise geográfica profunda para compreender e conhecer a região (ou as regiões) escolhida. Toda essa informação recolhida vai constituir os argumentos de apoio à promoção na fase de marketing, quando o circuito já está designado e pronto para a sua comercialização. A formação e experiência dos profissionais de turismo são muito importantes porque quanto mais profundo for o conhecimento dos profissionais sobre os países e regiões, menos tempo vão passar nesta fase inicial de constituição e caracterização dos destinos turísticos.
- **Caracterização e análise da oferta e procura turística da região.** Esta fase permite ao profissional avaliar os recursos turísticos: a oferta de alojamento e restauração, o interesse turístico da região (as paisagens, as actividades, etc.), a diversidade da região, a acessibilidade e as infra-estruturas de acesso, a oferta de transportes, as condições de segurança, etc. Com toda esta informação, o agente turístico vai fazer a seleção dos elementos atractivos que irão integrar o circuito e a definição da temática, de acordo com o mercado-alvo.

*Figura 10. Tabela do Inventario dos Recursos Turísticos*

<b>Inventário dos Recursos Turísticos</b>	
<b>A paisagem e seus componentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geologia e Relevô</li> <li>• Clima e Hidrografia,</li> <li>• Flora, Fauna, etc.</li> </ul>



<b>Recursos humanos e logísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agência receptiva/Guias locais competentes</li> <li>• Empresas/associações locais de animação turística (culturais, desportivas, entretenimentos, etc.)</li> <li>• Alojamentos turísticos e, se houver, de diferentes categorias</li> <li>• Restaurantes, com preferência para os que servem comida “típica” com base nos produtos locais</li> </ul>
<b>Atractivos Históricos e Contemporâneos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• História e Arquitectura</li> <li>• Artes e Artesanato</li> <li>• Tradições e cerimónias</li> <li>• Gastronomia</li> </ul>
<b>Manifestações Desportivas e Comerciais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competições</li> <li>• Feiras e salões</li> </ul>

- **Concretização do Itinerário.** Graças à selecção feita na fase precedente, o profissional já pode designar o circuito dia a dia, com todas as etapas, as actividades, etc. e já sabe quais as pessoas e as agências locais com quem vai trabalhar para realizar (no terreno) o circuito.
- **Definição da estratégia de marketing.** O profissional tem de seleccionar todos os elementos que vão contribuir para uma boa comercialização do circuito, tais como:
  - Produto: como se vai descrever o circuito? Por isso, precisa das fontes documentais que usou na análise geográfica efetuada, os meios de transporte, acessibilidades, etc.
  - Preço: o profissional tem de conhecer os preços de todos os serviços requeridos na viagem: transporte, alojamento e restauração, etc. e tem de determinar o preço final do circuito.



- **Distribuição:** Concretamente, a definição de uma rede de distribuição. Quem vai vender o circuito para além da agência de viagens que deu luz ao produto? Assim, os lugares e os mercados a atingir têm de ser definidos.
- **Promoção:** a visibilidade na internet e nas brochuras tem de ser elaborada.
- **Monitorização.** O objectivo desta fase é controlar a realização das viagens, controlar a qualidade e melhorar os pontos negativos.

Finalmente, apresentamos aqui uma síntese que permite avaliar uma viagem como itinerário a comercializar.

*Figura 11. Tabela dos Critérios possíveis para avaliar a aptidão de uma área geográfica*

Critérios de avaliação	
<b>Segurança</b>	O critério da “segurança” faz parte dos critérios que têm de ser analisados pelo agente responsável do desenvolvimento do itinerário, antes de tudo o mais. O agente, como os turistas, têm de ter a certeza de que o país ou a região onde o itinerário vai ter lugar não apresenta nenhum problema de segurança. Por isso, os países ou sítios em conflitos ou considerados perigosos não podem ser incluídos na oferta turística.
<b>Vulnerabilidade</b>	Além da segurança, o agente responsável pelo desenvolvimento do itinerário tem de analisar os factores de fraqueza e de vulnerabilidade do itinerário. A noção de “vulnerabilidade” refere-se aos pontos de vigilância como acesso difícil demais, parceiros locais não suficientemente fiáveis, uma natureza impressionável demais, etc.



<b>Diversidade</b>	A diversidade da área e do itinerário constitui um dos critérios principais. Os turistas procuram ver paisagens, manifestações culturais, atmosferas, vegetações, etc. diversificadas, mesmo que a viagem seja de tipo temático (montanha, vinho, história, etc.). Por exemplo, um itinerário nas montanhas pode alternar montanhas altas e mais baixas, tipos de vegetações – mais verde, mais seco, - rios ou não, campo de arroz e campo de legumes, a travessia de aldeias de arquitectura, de população, de cultura, ou seja, uma diferente “atmosfera” de um local para outro, etc.
<b>Representatividade</b>	A representatividade é outro critério importante. Durante a sua viagem, os turistas querem ver elementos representativos do país ou da área que estão a visitar e que são considerados “típicos”: património histórico, arquitectónico, cultural e natural. São os locais “obrigatórios” de uma cidade ou região. O facto de os turistas tirarem muitas fotografias durante uma viagem está relacionado com a procura de “diversidade” e de “representatividade”.
<b>Acessibilidade</b>	O acesso é muito importante. Para a maioria dos turistas, o itinerário e os destinos visitados têm de ser bastante acessíveis, quer dizer, sem necessitar de demasiado tempo para se lá chegar, e utilizando vias de acesso não desconformáveis demais. Mas isso depende muito do público-alvo.
<b>Aspectos de viabilidade</b>	O critério da “viabilidade” constitui um balanço relativo ao destino; após a análise dos pontos fracos e fortes do itinerário, o profissional que quer desenvolver um itinerário tem de avaliar a viabilidade da viagem: pode atrair turistas? Ou os elementos negativos são demasiado numerosos e vão reduzir o sucesso do itinerário e dos destinos que o compõem?



## Exercício 2.

Responde às seguintes questões:

1. Qual é a diferença entre o “pacote turístico para a procura” e o “pacote turístico para a oferta”?
2. Por que motivo a identificação do mercado-alvo constitui uma fase importante do processo de elaboração de um itinerário? Dá exemplos concretos de mercado-alvo.
3. Imagina que tens de organizar um itinerário. Com base na figura apresentada, mas de memória, indica a lista dos principais recursos turísticos que tens de identificar para realizar um itinerário.
4. Os seis critérios dados na tabela da figura 11 são muito importantes para organizar um itinerário. Explica a razão dessa importância.
5. Escolhe quatro critérios que constem na figura 11 e que te pareçam mais importantes. Justifica a tua escolha.

### 3.3. Modalidades de comunicação e de comercialização

A construção dos percursos deve entender-se como um estudo que deverá compreender reflexão e investigação sobre os factores que interactivam no espaço: clima, relevo, fauna, flora, monumentos, etnografia, artes, etc.

Um dos pilares fundamentais da organização de itinerários / circuitos é a informação. De preferência os locais a incluir devem ser bem conhecidos pela entidade organizadora sendo mesmo assim necessário vários recursos de informação, que passamos a indicar:

- Mapas
- Guias de alojamento dos locais a visitar
- Tarifas de alojamento



- Manuais de transporte, tarifas, horários
- Tarifas de museus, monumentos, espectáculos, etc.
- Guias / roteiros turísticos dos locais a visitar
- Agendas culturais dos locais a visitar
- CD Rom's e vídeos se existirem
- Visitas ao local

Como é evidente, para além destes recursos de informação, o manancial de informação disponível na internet é cada vez mais utilizado e constitui uma ferramenta de trabalho essencial para os promotores de itinerários.

Por outro lado, as agências de viagens dispõem de complexos sistemas informáticos de documentação que permitem também ter acesso a uma ampla rede de informação, permitindo também realizar reservas de quase todos os serviços (ex: Galileu, Amadeus, Sabre).

### *Exercício 3.*

**Responde às seguintes questões:**

1. Indica, de memória, quais são os principais recursos de informação?
2. Com base na lista dos recursos de informação acima indicados, no caso de Timor-Leste, lista as diferentes fontes de informação que poderiam ser mobilizadas?



## 4. Os Itinerários e os Destinos Turísticos

O desenho e a realização dos itinerários jogam um papel importante nos destinos. Quer no meio urbano quer no meio rural, as viagens organizadas vão influenciar os lugares de visita em termos do desenvolvimento da oferta turística. O crescimento do número de turistas vai traduzir-se no crescimento do número de quartos e alojamentos turísticos, de restaurantes, de actividades de lazer, desportivas, culturais, etc.

Isso explica que o turismo é um sector muito transversal, requerendo a participação de uma grande diversidade de pessoas como já vimos no manual do 10º ano. Os profissionais de turismo pertencem ao sector público, planeiam o desenvolvimento turístico do destino e os equipamentos requeridos (água, electricidade, estradas ou caminhos de trekking, que organizam eventos, actividades e a promoção do destino, que facilitam a chegada e cuidam da qualidade dos serviços e infra-estruturas da parte do sector privado, etc. Paralelamente, o sector privado tem um papel importante para desenvolver uma oferta de alojamentos, de restaurantes, de actividades diversas, e para assegurar a qualidade dos serviços e bom acolhimento dos clientes. Afinal, as populações não directamente envolvidas no turismo também desempenham um papel significativo graças à sua amabilidade e sentido de acolhimento. A qualidade dos serviços e do acolhimento é um elemento chave no sucesso do destino e dos itinerários.



## 5. Elaboração de Circuitos e Itinerários Turísticos a Timor-Leste

Numa perspectiva geral, um projecto de itinerário requer uma elaboração minuciosa e cuidada, tendo sempre em conta as distâncias que se vão percorrer, assim como os meios de transporte utilizados, para estabelecer uma relação lógica entre a distância percorrida e o tempo gasto. **Sempre que possível, o itinerário deve ser testado, de preferência nos mesmos dias e às mesmas horas identificadas no projecto de itinerário.** É assim que se pode verificar a coerência do circuito, em termos de conteúdos (a diversidade, o interesse e a qualidade do itinerário, das etapas e dos agentes intervenientes), como de tempo (das visitas, do transporte entre os sítios, a duração total do circuito).

De forma a resumir o anteriormente exposto, poderemos aqui estabelecer alguns parâmetros essenciais para a elaboração dos itinerários:

*Figura 12. Tabela das Fases e etapas de trabalho da organização de um Itinerário*

Fases e etapas da organização de um Itinerário	
<b>Preparação (Antes de)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeamento</li> <li>• Desenho</li> <li>• Organização</li> <li>• Reservas</li> <li>• Comercialização</li> <li>• Venda</li> </ul>
<b>Desenvolvimento (Durante)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acompanhamento pelo guia</li> </ul>
<b>Análise (Depois de)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisar o modo como decorreu</li> <li>• Estudo do nível de satisfação do cliente</li> <li>• Análise do desvio de custos</li> <li>• Resultados económicos da viagem</li> </ul>



## Exercício 4.

### Responde às seguintes questões

1. Quais são as três grandes fases da organização de um Itinerário?
2. Para cada fase, quais são as principais etapas do trabalho para organizar um itinerário?

### Exemplos de itinerários em Timor-Leste

Vamos ver aqui exemplos de três itinerários em Timor-Leste.

*Figura 13. Exemplo do forfait turístico (viagem organizada) a Timor-Leste*

#### **Timor numa semana: programa de 8 dias e 7 noites:**

Itinerário: Dili, Manatuto, Laga, Baucau, Lospalos; Lospalos, Tutuala, Baucau; Baucau, Venilale, Laleia, Dili; Dili, Liquiça, Maubara, Loes, Malibo, Maliana; Maliana, Atsabe, Letefoho, Gleno, Dili.

#### **Dia 1**

##### **Chegada a DILI (D)**

Após a chegada ao aeroporto de Dili, meeting, serviço de recepção e transferência para o hotel escolhido em Dili.

Um passeio de três horas pela cidade levá-lo-á aos principais monumentos e locais simbólicos da cidade, como o Bairro residencial do Farol e a nova zona residencial da Praia dos Coqueiros onde estão localizadas as principais embaixadas, ao mercado de “tais” de Dili, ao Palácio do Governo, à Casa Europa (ex-quartel colonial), ao cemitério de Santa Cruz, à Catedral de Díli e estátua do Cristo Rei na Praia da Areia Branca. Após jantar num restaurante local, retorno ao hotel para pernoitar.



**Dia 2****DILI, MANATUTO, BAUCAU, LAGA, LOSPALOS (BL)**

Depois do pequeno-almoço, viajar para leste ao longo das belas falésias da costa norte; paragem em Manatuto para uma visita rápida ao bazar local, monumentos, e artesanato. Chegando a Baucau o almoço será servido na Pousada local de arquitectura colonial portuguesa; pequeno passeio pelo centro da cidade antes da partida em direcção a leste para Laga e Lautém. Breve paragem na velha fortaleza e prosseguir para Lospalos, o distrito mais Oriental da ilha.

Pernoita no Hotel Roberto Carlos.

**Dia 3****LOSPALOS, TUTUALA, BAUCAU (BL)**

Saída pela manhã para Tutuala, no extremo leste da ilha. No caminho ao longo do paradisíaco Parque Nacional Konis Santana, passaremos por alguns túmulos antigos e casas típicas da região, símbolos deste jovem país. Perto da praia, uma visita às pinturas rupestres com 35 mil anos das grutas rochosas de Ili-Kere-Kere (30 minutos a pé para cada lado). Travessia do canal do ilhéu do Jaco para um piquenique na praia. Retorno à tarde para Fuiloro e depois para Baucau; noite de estadia na Pousada da era Portuguesa.

**Dia 4****BAUCAU, VENILALE, LALEIA, DILI (BL)**

Depois de visitar a cidade de Baucau, prosseguir para Venilale, cidade de famílias reais, para uma visita à Escola do Reino de Venilale e às cavernas escavadas pelo exército japonês durante a 2ª Guerra Mundial. Voltar à Pousada para o almoço. De regresso a Dili à tarde, pelo planalto que abriga o aeroporto de Baucau paragem para visitar a antiga igreja de Laleia; continuar para chegar ao hotel em Dili ao entardecer.

**Dia 5****Dili (B) Dia Livre**

Para usar como quiser.



### **Dia 6**

#### **DILI, LIQUIÇA, MAUBARA, LOES, BALIBO, MALIANA (BLD)**

Depois do pequeno-almoço, viajar ao longo da costa Norte para Ocidente através de Taci Tolo -Tíbar. Breve paragem nas ruínas de antiga prisão Portuguesa de Aipelo antes de chegar a Liquiçá para uma visita a esta bela vila piscatória. Depois da lagoa da água vermelha visita aos mini-mercados de cestaria de bambu à beira da estrada em Maubara. Visita ao velho forte e continuar colina abaixo de Carimbala para Loes.

Almoço piquenique na estrada. A lagoa Bemalae será a última paragem antes de chegar a Batugadé, onde uma antiga ruína de um forte Português parece dar-lhe as boas-vindas à fronteira com a Indonésia. Tempo para um lanche piquenique. Depois de uma rápida visita, prosseguir para Sul, para Balibó e Maliana.

Se a estrada o permitir, visita à nascente termal de águas quentes de Marobo, voltar a Maliana para jantar e passar a noite em casas de hóspedes locais...

### **Dia 7**

#### **MALIANA, ATSABE, LETEFOHO, GLENO, DILI (BL)**

Saída pela manhã de Maliana por Atsabe Letefoho, locais famosos pelas suas belas paisagens verdes e quedas de água. Viajaremos por entre magníficas e enormes árvores Madre-del-cacau cuja sombra protege as plantas de café até Gleno, capital do distrito de Ermera no centro da região produtora de café. Almoço num restaurante local.

Indo mais para o sul por Railaco e Tibar, regressamos para uma visita ao memorial ao Papa João Paulo II, em Taci-Tolo, antes de chegar em Dili.

Regresso ao hotel em Díli pelas 18H30.

Jantar e tempo restante por conta própria.

### **Dia 8**

#### **Partida de DILI**

Lazer até a hora do transfer para o aeroporto; formalidades de embarque. Fim dos nossos serviços!



Notas: Entre parêntesis as refeições incluídas: (B) Pequeno-almoço; (L) Almoço; (D) jantar.

Deslocações em veículos todo o terreno com ar-condicionado, motorista/guia intérprete.

Fonte: [http://timormegatours.sapo.tl/programas/timor\\_numa\\_semana](http://timormegatours.sapo.tl/programas/timor_numa_semana) ;  
reproduzido com autorização de TimorMEGATour.

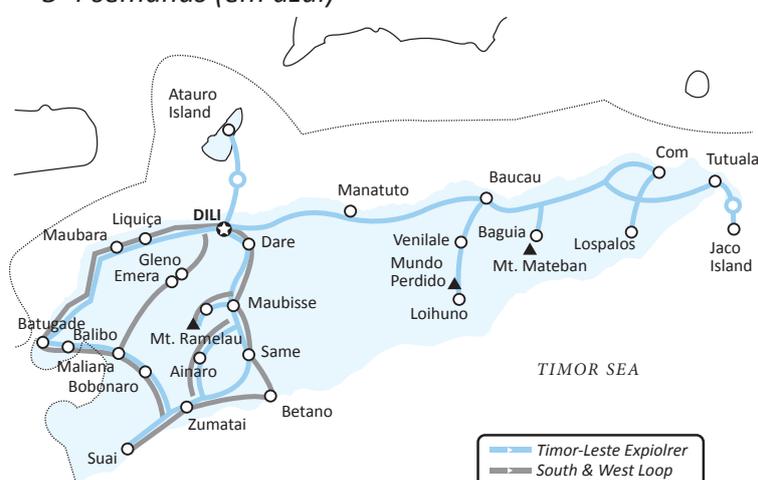
## Exercício 5.

Responde às seguintes questões:

1. Porque é que foi escolhido o itinerário para descobrir Timor-Leste em oito dias?
2. O que os turistas vão fazer em cada etapa? Por exemplo, onde têm possibilidade de almoçar, jantar e dormir? Quais são as diferentes actividades turísticas que podem fazer e onde?
3. Exercício oral ou escrito. Quais são as principais fases para organizar o circuito? Responde à questão com informação e detalhes concretos ligados ao itinerário específico.

Figura 14. Mapa de dois circuitos (não organizados), de uma semana (em preto) e de 3-4 semanas (em azul)

*Timor-Leste (East Timor) travel guide*, Lonely Planet, 2011, p. 19.  
Reproduced with permission of Lonely Planet. © Lonely Planet, 2011.



## Exercício 6.

Responde às seguintes questões:

1. O mapa representa dois itinerários . Quais são?
2. Porque é que os dois itinerários permitem uma diversidade das paisagens e uma representatividade de Timor-Leste?
3. Escolhe um dos itinerários e explica como é possível organizar a viagem numa semana e em 3-4 semanas. Solicita a sua imaginação e o conhecimento já adquirido e descreve dia a dia a viagem de uma semana, sobre o modelo do circuito/forfait da figura 13.

Para desenvolver o turismo em Timor-Leste, quer à escala local (a nível de distrito por exemplo), quer à escala regional (com visita a dois ou mais distritos de uma região), é necessário identificar os recursos turísticos e a oferta já existente.

### 5.1. Oferta turística local

Vamos ver aqui dois exemplos concretos de itinerários a nível local, em Díli e na ilha de Ataúro.

Figura 15. Exemplo de Itinerário turístico de um dia, em Díli

#### Dili Highlights

- Learn about the struggle of the East-Timorese people at the must-see *Chega!* Exhibition;
- Meet East-Timorese artists and see their work at Arte Moris;
- Enjoy some of Timor's best dive sites, including Cristo Rei East and Pertamina Pier;



- Learn about the man at the Xanana Gusmão Museum, Art gallery & reading room;
- Visit the Presidential Palace and see traditional warrior guards;
- Buy traditional *tais* and handicrafts at the Alola Foundation;
- Take a dip at one of Dili's great beaches, including Areia Branca Beach and Jesus Backside Beach;
- Climb to the top of Cape Fatumaca where Dili's Christ Statue stands.

O texto acima apresenta um circuito turístico possível em Díli com uma lista de 18 sítios diferentes. Buscando alguma diversidade, estes últimos alternam entre sítios históricos, praias, edifícios antigos e modernos, e sítios de memória. Por exemplo, o primeiro sítio é a estátua do Cristo Rei. Os turistas vão aproveitar esta visita para ter uma vista linda sobre a paisagem costeira desta parte de Díli, com as praias, o mar, os montes e a vegetação, e ainda sobre o parque de recreio e animação que foi criado ao pé do Cristo Rei. Também vão aproveitar a subida para descobrir a longa e lindíssima praia atrás do Cristo Rei.

Figura 16. Mapa de um itinerário turístico de um dia, Díli  
(associado ao texto acima, figura 15)

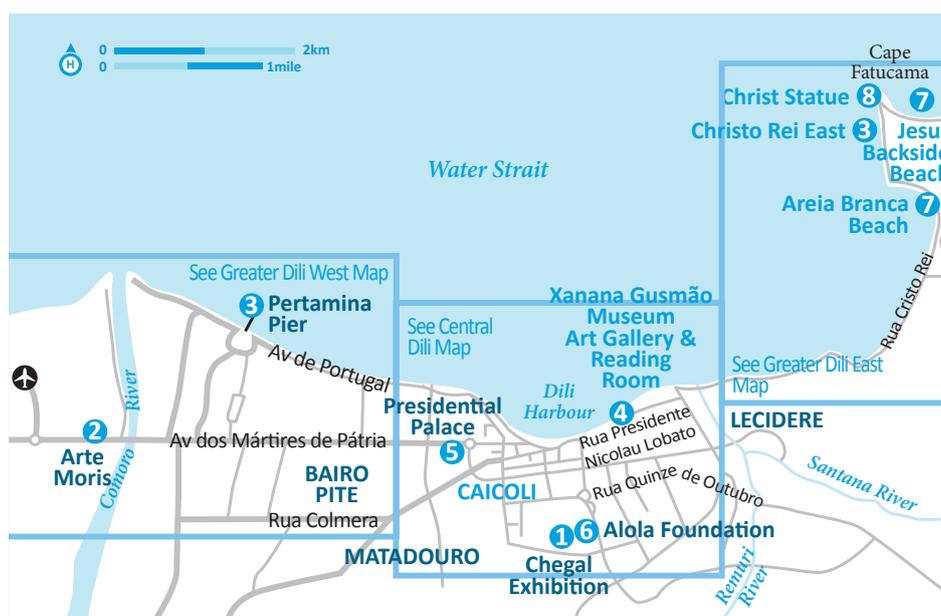


Fig. 15 e 16: Timor-Leste (East Timor) travel guide, Lonely Planet, 2011, p. 35.

Reproduced with permission © Lonely Planet, 2011.



## Exercício 7.

**Responde às seguintes questões:**

1. Assinala no mapa os locais indicados na lista acima apresentada. Fotocopia o mapa e:
  - desenha o itinerário completo,
  - e, com os mesmos locais indicados, desenha outro itinerário.
2. Para todos os sítios, indica porque são de interesse turístico, e o que é que os turistas vão fazer em cada sítio (como o exemplo dado para o Cristo Rei).
3. Imagina que és um agente de viagens e que tens de organizar este itinerário.
  - descreve como vais organizar o itinerário
  - quais são os elementos que têm de ser antecipados
  - animações específicas poderiam ser concebidas
  - meios de transporte que poderiam ser utilizados para realizar este itinerário
  - onde é que os turistas vão almoçar, tomar uma bebida e descansar durante o dia?



Figuras 17 e 18. Oferta turística local de Atauro (Mapa e Texto)



### Atauro Island Highlights

- Relax, swim or snorkel at *Barry's Eco-lodge* or another beachfront eco-resort;
- Dive on some of Timor-Leste's best sites, including *Manta Cove* and *Watertank*;
- Tuck into a delicious Italian meal at *Restaurante & Guesthouse Manucoco reik*;
- Shop for a must-have, NGO-made doll at *Bonecas de Atauro*;
- Trek and explore the interior and western side of the island;
- Climb Atauro's highest peak, Mt Manucoco;
- Spot dolphins and whales in the Wetar Strait on the boat ride to the island.

Fonte das figuras 17 e 18: Timor-Leste (East Timor) travel guide, Lonely Planet, 2011, p. 90. Reproduced with permission of Lonely Planet. © Lonely Planet, 2011.

## Exercício 8.

Responde às seguintes questões:

1. Refere-te ao mapa e diz o que significam:
  - a. Os círculos de cor azul marcados com um número dentro;
  - b. Os círculos de cor preta com ponto branco no meio;
  - c. Os círculos de cor preta com um desenho dentro;
  - d. O círculo com um desenho de barco dentro.



2. Graças ao mapa e à lista, já tens os principais elementos da oferta turística de Ataúro. Faz uma proposta de 3 itinerários, acentuando para cada um as actividades em que os turistas vão participar.

- Itinerário de um dia:
- Itinerário de dois dias:
- Itinerário de uma semana:

## 5.2. Oferta turística regional

Figura 19. Mapa da oferta turística regional no Este de Timor-Leste



### East of Dili Highlights

- Immerse yourself in absolute Paradise at Tutuala Beach and Jaco Island;
- Explore the ‘Lost World’ of Mundo Perdido, Timor-Leste’s version of Jurassic Park;
- Trek up the former resistance hideout of Mt Matebian;
- Get lost in Baucau’s Old Town before taking a dip at Osolata Beach;
- Stay a while in Loi Hunu exploring caves and taking cooking lessons;
- Snorkel, swim and relax at the beach town of Com;
- See traditional Fataluku houses around Desa Rasa;
- Take in some colonial architecture, reminders of World War II and hot springs around Venilale;
- Visit one of Timor-Leste’s prettiest towns, Laleia.

Fonte do mapa e texto: *Timor-Leste (East Timor) travel guide*, Lonely Planet, 2011, p. 59.

Reproduced with permission of Lonely Planet. © Lonely Planet, 2011.



## Exercício 9.

**Responde às seguintes questões:**

1. Com base no mapa e na lista apresentados, explica por que motivo os lugares assinalados são apresentados como sítios de interesse turístico.
2. Fotocopia o mapa e, a partir de Baucau, imagina e desenha um itinerário de 3 dias e um itinerário de uma semana. No caderno de trabalho, explica esses dois itinerários com detalhe para cada um dos dias, sublinhando os meios de transporte, as etapas para almoçar, jantar e dormir e as diferentes actividades que os turistas vão realizar.



# Bibliografia

## Livros

Cabasset-Semedo (Christine), 2012, “The Evolution of Tourist Resorts: Globalization and Tourism Planning in Bali”, in I Nyoman Darma Putra, I Gede Pitana (Eds), *Pemberdayaan dan Hiperdemokrasi dalam Pembangunan Pariwisata*, Pustaka Larasan, Denpasar, pp. 144-160.

Cabasset-Semedo (Christine), Peyvel (Emmanuelle), Sacareau (Isabelle), Taunay (Benjamin), 2011, “De la visibilité à la lisibilité du tourisme domestique en Asie : Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens”, in Lombard J. et Ninot O. (Direction), “Nouvelles mobilités dans les Suds”, revue *Espace Populations Sociétés* 2010-2/3, pp. 221-235.

Cabasset-Semedo (Christine) and Durand (Frédéric) (Ed.), 2009, *East-Timor: How to build a new Nation in Southeast Asia in the 21st Century?*, Bangkok/Thailand, IRASEC et CASE, 306 p. [www.irasec.com/components/com\\_irasec/media/upload/OP09-East-Timor\\_Cabasset-Durand.pdf](http://www.irasec.com/components/com_irasec/media/upload/OP09-East-Timor_Cabasset-Durand.pdf)

Cabasset-Semedo (Christine), 2008, “La Culture, comme ressort de la diffusion touristique dans l’archipel indonésien”, in O. Dehoorne et P. Saffache (Direction), *Le tourisme dans les îles et littoraux tropicaux et subtropicaux. Usages des lieux et enjeux de développement. Revue Etudes Caribéennes*, vol. III, N° 9 et 10, Publibook, Paris, pp. 123-151. <http://etudescaribeennes.revues.org/document1132.html>

Cabasset-Semedo (Christine), 2008, «Turismo sustentável em Timor-Leste: Inventário e perspectivas», Relatório pelo Director Nacional do Turismo de Timor-Leste, 12 p.

Dehoorne (Olivier), 2004, « Le tourisme en Asie tropicale : émergence d’un marché régional » in C. Taillard (dir), *Intégrations régionales en Asie orientale*, Paris, Les Indes Savantes, pp. 119-140.

Lozato-Giotart (Jean-Pierre), 2006, *Le chemin vers l’écotourisme. Impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd’hui*, Delachaux et Niestlé, Paris, 191 p.

RDTL, *Timor-Leste. Plano Estratégico de Desenvolvimento 2011–2030*, Versão submetida ao Parlamento Nacional, 2011, 232 p.



Singh (Shalini) (Ed.), 2009, *Domestic Tourism in Asia: Diversity and Divergence*, London, Earthscan, 368 p.

Stock (Mathis) (Dir.), 2003, *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 299 p.

*Timor-Leste (East Timor) travel guide*, 2011, Lonely Planet, 176 p.

UNDP/UNWTO, 2007, *Timor-Leste. Sustainable Tourism sector Development and Institutional Strengthening project*, January, 2 vol. 117 p. and 146 p.

UNWTO, 2007, *Tourism market trends 2006 Edition, Asia and the Pacific*, 214 p.

### Entradas na Internet

Association of Southeast Asian Nations - Tourism (em Inglês): [www.asean-tourism.com](http://www.asean-tourism.com)

Ministério do Turismo de Timor-Leste (Em Inglês ou Português):

<http://www.tourismtimorleste.com/mtci/index.php>

Museu da Resistência de Timor-Leste (Em Tetum, Português ou Inglês): <http://amrtimor.org/>

Museu da Comissão Acolhimento, Verdade e Reconciliação (CAVR) (Em Tetum, Português, Indonésio ou Inglês): <http://www.cavr-timorleste.org/en/comarca.htm>

Secretaria de Estado da Cultura de Timor-Leste (Em Tetum ou Português):

<http://www.cultura.gov.tl/pt/inicio>

Timor MEGA Tour: <http://timormegatours.sapo.tl>

World Tourism Organization (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

World Tourism Organization – Facts & Figures (Em Inglês, Francês ou Espanhol):  
[www.unwto.org/facts](http://www.unwto.org/facts)

World Tourism Organization - glossary (Em Inglês, Francês ou Espanhol):

<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>







Ilha de Atauro © Christine Cabasset

# Animação em Turismo / em Destinos Turísticos

Módulo 11

## Apresentação

O Módulo 11 desta disciplina de Operações e Técnicas de Turismo visa consciencializar o aluno de que a animação turística é uma área de atuação composta por um conjunto de atividades que permitem ao turista usufruir de forma plena uma determinada experiência turística, dando aos empreendimentos e destinos turísticos um maior sucesso e vitalidade.

O desenvolvimento de atividades físicas e culturais provocam um aumento da satisfação do turista. É através do desenvolvimento da animação que o turista deixa de ser apenas um destinatário passivo, tornando-se num “ator” participante nas atividades de lazer. Pretende-se que o aluno adquira competências ao nível da utilização e domínio das técnicas de animação turística.

Atividades culturais, de lazer e desportivas, sejam elas em espaços fechados (teatros, restaurantes, espetáculos, etc.) ou em espaços ao ar livre (feiras culturais, concertos de música, festas e festivais, desportos e prática desportiva, passeios pedestres, atividades ligadas ao turismo em espaço rural e ao agro-turismo, entre muitas outras), provocam um aumento da satisfação do turista no destino escolhido e despertam a vontade de regressar.

## Objectivos de aprendizagem

Com este Módulo 11, vamos:

- Compreender o conceito de Animação, a sua importância e a sua aplicação no Turismo;
- Conhecer a diversidade de atividades de animação turística, a sua aplicabilidade a cada situação, considerando os objetivos, os destinatários, as estratégias, e os respetivos requisitos humanos e materiais para a sua implementação;
- Definir, organizar e utilizar metodologias e técnicas de animação;
- Desenvolver a capacidade de organização;
- Aperceber-se da importância do animador turístico;
- Dominar as etapas da elaboração até ao estabelecimento do projeto, e a receção dos visitantes / clientes;



- Ter em conta o conhecimento já adquirido nos módulos relativos a “recursos turísticos”, “património”, “itinerários/circuitos”, etc.;
- Reconhecer a importância da interligação entre a componente turística, o território e a cultura local para elaborar animações adaptadas quer ao meio local, quer às diferentes sensibilidades dos turistas;
- Identificar as atividades de animação já existentes em Timor-Leste e elaborar novas propostas.

## *Âmbito de conteúdos*

1. Contexto Histórico do Lazer e lazer e turismo na sociedade moderna
2. Animação em Turismo
  - 2.1. Definição de conceitos: Animação Turística, Lazer, Recreação
  - 2.2. Tipologia e terminologia das Actividades de Animação Turística
    - 2.2.1. Culturais
    - 2.2.2. Desportivas
    - 2.2.3. Recreação e entretenimento
    - 2.2.4. Animações Infantis
    - 2.2.5. Eventos especiais e o seu papel na atração de visitantes
  - 2.3. Noção e enquadramento (legal e outro) da animação em turismo
3. A importância da interligação entre a animação e o território, e com o perfil dos turistas
4. O Animador Turístico: Perfil e funções
5. Identificação das animações já existentes em Timor-Leste
6. Análise da organização e comunicação na animação turística
  - 6.1. Métodos, técnicas, e planeamento de animação turística
  - 6.2. Comunicação e Marketing na animação turística
  - 6.3. A recepção dos visitantes e clientes
7. Estudo de caso: o Tour de Timor



# 1. Contexto Histórico do lazer e lazer e turismo na sociedade moderna

Como vimos no Módulo 1 do manual do 10º ano, os séculos XIX e XX são sem dúvida os períodos mais importantes da história do turismo. O factor responsável foi o progresso tecnológico (de salientar, na Europa, o caminho de ferro, e mais tarde os transportes rodoviários), mas as mudanças na estrutura da sociedade também determinaram onde, quando e como os diferentes grupos sociais iriam participar no turismo: a criação de tempos livres, de férias pagas, e o aumento do rendimento per capita da população são também aspectos importantes que vieram contribuir decisivamente para o desenvolvimento deste “movimento turístico”.



## 2. Animação em Turismo

As animações turísticas têm um papel essencial no processo de desenvolvimento do turismo num país, numa região, numa cidade, num hotel, etc. Assim, algumas das consequências da implementação da animação são:

- Criação de infra-estruturas e equipamentos;
- Criação de postos de trabalho;
- Aparecimento de novas profissões (nas animações ambientais ou desportivas por exemplo);
- Diversificação da oferta de serviços;
- Aumento da estadia média num hotel ou numa região;
- Diversificação das fontes de receita;
- Desenvolvimento das economias locais.

### 2.1. Definição de conceitos: Animação Turística, Lazer, Recreação

#### **Animação turística**

“Animação” é uma palavra que vem do latim, *Anima*, que significa “dar alma” (animar a alma). O objetivo da animação é melhorar o ambiente de um lugar de estadia (uma região, um distrito, uma cidade, um hotel, um parque nacional ou uma área protegida, etc.) de maneira a ser mais valorizado pelos turistas, graças às actividades realizadas.

Vulgarmente o termo “animação turística” aparece associado a “atividades” cuja única semelhança é desenvolverem-se dentro do âmbito do turismo. Assim podemos definir animação turística como “O conjunto de ações e técnicas estudadas e realizadas com o sentido de motivar, promover e facilitar uma maior e mais ativa participação do turista no desfrutar e aproveitamento do seu tempo turístico, a todos os níveis e dimensões”. Por outro lado, a animação turística acontece no seu pleno sentido quando é resultante de uma vontade consciente e se materializa em projetos, estratégias e ações concretas.



## Lazer

- Lazer é o tempo livre do trabalho e de outro tipo de obrigações, ou seja, considerando as 24 horas do dia e eliminando o trabalho, o sono, a alimentação, e as necessidades fisiológicas, obtemos o tempo de lazer.
- O Lazer consiste numa série de atividades e ocupações com as quais o indivíduo pode comprazer-se de livre e espontânea vontade, quer para descansar, divertir-se, enriquecer os seus conhecimentos, aprimorar as suas habilidades ou para simplesmente aumentar a sua participação na vida comunitária. Quer dizer que uma parte do tempo de lazer pode ser disponibilizada para a animação turística.

## Recreação

Recreação é um termo frequentemente utilizado para designar algo semelhante ao lazer. A recreação indica sempre um tipo de atividade e como o lazer, não possui uma forma única.

## 2.2. Tipologia e terminologia das Atividades de Animação Turística

### 2.2.1. Animações Culturais

- Exposições de pintura, escultura, selos, fotografia, artesanato, etc.
- Organização de conferências, seminários e colóquios
- Concertos musicais
- Representações teatrais
- Festivais de cinema
- Jornadas gastronómicas e enológicas
- Etc.

### 2.2.2. Animações Desportivas

- Concursos de pesca
- Torneios de ténis ou golfe
- Canoagem



- Passeios pedestres
- Outras competições/atividades em instalações desportivas

### 2.2.3. Animações de recreação e entretenimento

- Concursos teatrais e literários
- Organização de concursos de canções, dança e bailes
- Concursos de gastronomia/cozinha
- Desfiles de moda
- Sessões de magia
- Jantares de gala
- Organização de concursos

### 2.2.4. Animações Infantis

- Competições desportivas e jogos tradicionais
- Trabalhos manuais criativos como pintura, desenho, figuras com vegetais ou conchas...
- Festas, teatro, marionetas, música, etc.
- Cursos de língua
- Etc.

*Figura 1. Organização de animações infantis, Jogos. Semana das Artes Culturais, Díli*



*Figura 2. Organização da comemoração da Segunda Guerra Mundial no café e museu de Dare*



Figura 3. Espectáculo de circo a Cristo Rei



Figura 4. Danças na Feira Indonésia, Díli



Figura 5. Organização do lançamento a Díli da exposição sobre a Cultura Kemak de Marobo.  
A primeira exposição foi organizada a Marobo.



Reproduzido com autorização da ONG ©Timor Aid, organizadora da exposição.

Fig.6. Organização de circuito de barco a  
Atauro



Fig.7. Organização de uma Feira comercial  
com espaços de descanso e de refeição, Díli



Figuras 1 até 7, a exceção da figura 5 © Christine Cabasset



### 2.2.5. *Eventos especiais e o seu papel na atração de visitantes*

Os megaeventos turísticos são acontecimentos de grande dimensão realizados uma ou mais vezes, mas de duração limitada, com o objetivo de promover um destino turístico a curto e longo prazo. Os campeonatos mundiais de futebol (no Brasil em 2014), as feiras universais como a de Xangai (2010), etc. são exemplos maiores dos megaeventos. Os efeitos esperados destes acontecimentos, que em regra exigem a mobilização de consideráveis meios financeiros, são:

- Aumento da cobertura publicitária e de informação sobre o país e a região de destino através dos meios de comunicação internacional;
- Melhoria e expansão das infra-estruturas turísticas e dos serviços de turismo;
- Aumento das atividades promocionais das indústrias do turismo a fim de capitalizar o ambiente favorável que o acontecimento cria;
- Aumento dos fluxos turísticos durante e após o acontecimento.

### 2.3. *Noção e enquadramento (legal e outros) da animação em turismo*

A animação em turismo é enquadrada pelos organismos responsáveis pela elaboração das animações, e pelos regulamentos, leis e outro enquadramento legal.

**São empresas de animação turística as que tenham por objeto a exploração de atividades lúdicas, culturais, desportivas ou de lazer, que contribuam para o desenvolvimento turístico de uma determinada região.** Essas empresas não pertencem à categoria dos empreendimentos turísticos, estabelecimentos de restauração e bebidas, agências de viagens e turismo, que também podem organizar animações.

São atividades próprias das empresas de animação turística as exploradas em:

- Marinas, portos de recreio e docas de recreio, predominantemente destinados ao turismo e desporto;
- Balneários termais e terapêuticos;
- Parques temáticos;



- Campos de golf;
- Embarcações com e sem motor, destinadas a passeios marítimos e fluviais de natureza turística;
- Aeronaves com e sem motor, destinadas a passeios de natureza turística, desde que a sua capacidade não exceda um máximo de seis tripulantes e passageiros;
- Instalações e equipamentos para salas de congressos, seminários, colóquios e conferências, quando não sejam parte integrante de empreendimentos turísticos e se situem em zonas em que a procura desse tipo de instalações o justifique;
- Centros equestres e hipódromos destinados à prática de equitação desportiva e de lazer;
- Instalações e equipamentos de apoio à prática das atividades náuticas, como surf, bodyboard, vela, canoagem, mergulho, pesca desportiva e outras;
- Instalações e equipamentos de apoio à prática da espeleologia, do alpinismo, da escalada, do montanhismo e de atividades afins;
- Instalações e equipamentos destinados à prática de pára-quedismo e parapente;
- Instalações e equipamentos destinados a passeios de natureza turística de bicicleta ou outros veículos de todo o terreno;
- Instalações e equipamentos destinados a passeios de natureza turística em veículos automóveis sem prejuízo do legalmente estipulado para utilização de meios próprios por parte destas empresas;
- Instalações e equipamentos destinados a passeios em percursos pedestres e interpretativos;
- Outros equipamentos e meios de animação turística, nomeadamente de índole cultural, desportiva, temática e de lazer.

São consideradas atividades acessórias das empresas de animação turística, as seguintes:

- As iniciativas ou projetos sem instalações fixas, nomeadamente, os eventos de natureza económica, promocional, cultural, etnográfica, científica, ambiental ou desportiva, quer se realizem com carácter periódico, quer com carácter isolado;
- A organização de congressos, seminários, colóquios, conferências, reuniões, exposições artísticas, museológicas, culturais e científicas;



- A prestação de serviços de organização de visitas a museus, monumentos históricos e outros locais de relevante interesse turístico.

### **Licenciamento das empresas de animação turística**

O exercício legal da atividade das empresas de animação turística depende de licença, constante de alvará, a conceder pela Direcção-Geral do Turismo. O turismo em Timor-Leste, sendo bastante recente, ainda não existe enquadramento legal e sistema de licenciamento das empresas de animação turística.

Mas os países com uma certa anterioridade no turismo têm um sistema de licenciamento para essas empresas, baseado no respeito por uma série de requisitos. Um deles é relativo ao estatuto jurídico: as empresas de animação turística têm de ser registadas como cooperativas, ou estabelecimentos individuais de responsabilidade limitada, ou como sociedades comerciais que tenham por objetivo o exercício daquela atividade. Também é exigido um capital social mínimo realizado. Outro requisito essencial é a responsabilidade jurídica regulada por contrato de prestação de garantias em caso de acidente: as empresas têm de ter um alto nível profissional para organizar as animações respeitando as condições de segurança para os clientes e minimizar os riscos de acidentes. Mas, se um acidente acontecer durante as atividades (náuticas, de montanha, durante o transporte, etc.), a empresa é responsável pelas despesas médicas e de tratamento, o internamento hospitalar, e em caso de morte, pelas despesas de funeral, do repatriamento sanitário do corpo, etc. Assim, o pedido de licença para funcionar é constituído por uma série de documentos, dos quais uma declaração em como as instalações satisfazem os requisitos exigidos por lei, quando as empresas de animação turística dispõem de instalações próprias e, sempre que a realização ou execução do empreendimento não esteja dependente da existência de instalações fixas, um programa detalhado das atividades a desenvolver com a indicação dos equipamentos a utilizar.



## *Exercício 1.*

**Analisa e responde às seguintes questões:**

1. De memória, menciona os tipos de animações culturais, desportivas, de entretenimento e infantis.
2. Lê bem a lista das atividades desenvolvidas pelas empresas de animação turística, e procura compreender bem o que designa cada uma delas. De memória, indica essas atividades.



### 3. A importância da interligação entre a animação e o território, e com o perfil dos turistas

É importante ter consciência da importância da relação forte que liga a animação turística desenvolvida ao território, aos lugares onde vai ser realizada, e com o perfil dos turistas participantes.

Assim, no campo da ação, a prática da animação exige a resposta a 6 questões fundamentais:

*Figura 8. Questões fundamentais que exigem uma resposta adequada para organizar e realizar animação turística*

<b>Pessoas</b>	Destinatários dos programas/atividades; Para quem essas animações vão ser organizadas: crianças? Adultos? Turistas de tipo desportivo? De tipo cultural?
<b>Lugares</b>	Âmbito espacial onde se realizam as atividades: na praia? Na floresta? Na montanha? Num hotel? Num museu? Etc.
<b>Tempo</b>	Âmbito temporal: período do ano, vários dias ou um dia, período do dia, etc.
<b>Atividades</b>	Definição das atividades que servem de suporte aos programas.
<b>Métodos</b>	Procedimentos e técnicas a utilizar para a organização e realização de atividades.
<b>Meios técnicos</b>	Recursos utilizados (materiais e financeiros) para a organização e realização de atividades.

Para compreender melhor a ligação entre a animação, o lugar, e o perfil dos turistas, vamos ver aqui dois exemplos de animação ambiental nas áreas protegidas e em unidades hoteleiras.



### **Exemplo 1. O Turismo de Natureza/Animação Ambiental**

O Turismo de Natureza é o produto turístico composto por estabelecimentos, atividades e serviços de alojamento e animação turística e ambiental realizados dentro dos limites de áreas protegidas. **Neste caso, a “natureza” e todos os elementos do ambiente local são motivos essenciais da viagem dos visitantes e das animações turísticas elaboradas.**

O Turismo de Natureza compreende os serviços de hospedagem prestados em “Casas de Natureza” (terminologia portuguesa) ou outros nomes designando este tipo de alojamento nas áreas protegidas. Muitas vezes são casas antigas recuperadas, mantendo o carácter genuíno da sua arquitectura, a partir de construções rurais tradicionais ou de arquitectura tipificada, e que são utilizadas pelo turismo. Pela sua implantação nas Áreas Protegidas e pelas características arquitectónicas, **essas casas contribuem decisivamente para a criação de um produto integrado de valorização turística e ambiental das regiões onde se inserem.** Esses alojamentos turísticos servem para hospedagem dos turistas individuais, ou para alojamento de grupos, com vista à educação ambiental, visitas de estudo e de carácter científico.

Os agentes responsáveis do turismo nas áreas protegidas vão desenvolver uma série de atividades de animação ambiental. Entende-se por animação ambiental, a animação que é desenvolvida tendo como suporte o conjunto de atividades, serviços e instalações para promover a ocupação dos tempos livres dos turistas e visitantes, através do conhecimento e da fruição **dos valores naturais e culturais próprios da área protegida.**

As atividades de animação ambiental podem assumir as seguintes formas:

- **A descoberta da gastronomia, do artesanato, dos produtos e das tradições** da região onde se inserem. Neste objetivo, os agentes dos parques e áreas protegidas podem mobilizar:
  - Os restaurantes locais para promover e servir aos turistas os pratos e bebidas típicos da região, organizar feiras gastronómicas, publicar livros de receitas culinárias locais, etc.
  - Os produtores de artesanato e outros produtos locais, como marmelada, mel, sumo de fruta, sabão, bolos, etc. para facilitar a descoberta e a compra desses produtos pelos turistas;



- Poetas, escritores ou investigadores científicos para encorajar a edição de livros sobre as especificidades da área protegida, etc.
- **Percursos de Interpretação Ambiental.** Envolve todas as atividades que permitem ao visitante o conhecimento global do património que caracteriza a área protegida, através da observação, no local, das formações geológicas, da flora, fauna e respectivos habitats, bem como de aspectos ligados aos usos e costumes das populações, com recurso às instalações, sistemas e equipamentos do turismo de natureza. Neste caso, os agentes dos parques e áreas protegidas podem, por exemplo:
  - Implementar uma rede de caminhos de trekking, e dispor, em alguns sítios, de painéis de informação sobre as zonas geológicas, de flora, etc. específicas;
  - Elaborar propostas de circuitos a pé, a cavalo, de bicicleta (de meio dia, um dia ou mais) acompanhados por um guia especialista da interpretação ambiental, competente para dar explicação sobre as diferentes componentes do ambiente local;
  - Conceber jogos para adultos como para crianças, com base em questionários sobre a área protegida visando dar um carácter mais lúdico ao percurso.
- **Desportos de natureza:** são todas as atividades praticadas em contacto directo com a natureza e que, pelas suas características, possam ser praticadas de forma não nociva para a conservação da natureza. Os agentes dos parques e áreas protegidas poderiam por exemplo:
  - Desenvolver, ou encorajar as empresas de animação turística a desenvolver animações desportivas como meio de descoberta do ambiente local: aluguer de equipamentos e propostas de circuitos organizados a pé, a cavalo, de barco, de bicicleta, de escalada, montanhismo, mergulho, ou ainda propostas de circuitos “multi-sports” (percursos com 2 ou 3 atividades diferentes, como marcha, bicicleta, canoa ou escalada e cavalo, etc.);



- Organizar ou encorajar a organização de competições desportivas, por crianças, adultos, e competições de alto nível;
- Encorajar a criação de clubes de atividades desportivas.

---

## Exemplo 2. Animações em hoteleira

---

Os hotéis de certa escala também organizam animações turísticas: permitem fidelizar a clientela, cuidar das crianças durante as atividades realizadas pelos pais, etc. A diversidade das propostas com atividades ao ar livre e no interior do hotel também permitem oferecer soluções alternativas durante os dias ou horas de chuva.

*Figura 9. Tabela com exemplos de Timing e de atividades de animação nas unidades hoteleiras*

Manhã	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atividades desportivas como yoga, ténis, ginástica e ginástica na piscina, etc.);</li> <li>• Atividades infantis como jogos de praia, figuras na areia, caça ao tesouro, jogos aquáticos, Mini concursos;</li> <li>• Passeios pedestres com piqueniques ou não, observação de aves, foto-safaris, etc.</li> </ul>
Tarde	Jogos de mesa, tiro ao alvo, dardos, ténis, golfe, cinema, visitas culturais como exposições, artesanato, visitas guiadas, jogos ao ar livre (torneiro de volley, caça ao tesouro), atividades manuais como pintura, etc.
Noite	Jantares temáticos, Dança, grupos de música, passagens de modelos, cinema, conferências, etc.

### Algumas regras para a realização de animação nas unidades hoteleiras

A animação é o conjunto de ações sociais que um estabelecimento hoteleiro leva a cabo de uma maneira programada, organizada e contínua com o fim de complementar o bem-estar dos seus clientes.

- Entretenimento dos hóspedes dentro do empreendimento turístico, oferecendo-lhe numerosas e diversificadas atividades recreativas;



- Aproveitar ao máximo os recursos turísticos locais – culturais, naturais, equipamentos, etc. - na concepção das animações turísticas propostas nas unidades hoteleiras. Pois, são esses recursos, e o ambiente próprio, e as animações elaboradas que transmitem a personalidade da região visitada;
- Não é suficiente organizar as iniciativas e esperar que os hóspedes adiram espontaneamente. É necessário cativá-los: só uma promoção adequada e eficaz das iniciativas produz sucesso. Assim, os programas do dia deverão ser expostos nos locais mais frequentados do empreendimento, de modo a que possam ser vistos por todos os clientes (na entrada do hotel e/ou na sala de jantar, nos quartos, de boca em boca, por vídeo, na página do hotel na internet, etc.);
- A equipa de animação deve informar os clientes dos programas, conteúdos e objetivos;
- Durante as atividades nocturnas dever-se-á anunciar os programas do dia seguinte;
- Animação nas unidades nunca é obrigação ou responsabilidade do cliente, é sim prazer, espontaneidade, divertimento, inter-relação;
- Habitualmente, uma unidade hoteleira deve ter no mínimo dois animadores, um para atividades ao ar livre e outro em ambientes interiores.

## Exercício 2.

**Responde às seguintes questões:**

1. Quais são as questões que exigem resposta para elaborar uma animação turística? E porque são fundamentais?
2. Com base nas 6 questões fundamentais (Figura 8) e no caso das áreas protegidas, imagina no mínimo três animações turísticas de diferente duração, com diferentes atividades no parque nacional Nino Konis Santana, em Timor-Leste. Calcula a duração de cada actividade, o tempo estimado de transporte entre elas, o perfil dos visitantes a quem se dirigem, etc.



3. Com base no caso das unidades hoteleiras, imagina no mínimo três animações turísticas de um dia, das quais:
  - a. Uma para um hotel situado em meio montanhoso;
  - b. Uma para um hotel situado no litoral (na praia);
  - c. Uma especificamente para crianças e jovens.



## 4. O Animador Turístico: Perfil e funções

Uma das componentes mais importantes na realização de projectos de animação é sem dúvida o animador. É a pessoa chave no sucesso na animação turística.

### Atribuições do animador

O animador anima os acontecimentos e as atividades, contribui para o desenvolvimento das capacidades criadoras quer no local do acontecimento, quer no grupo de participantes próprio, promove o contacto e boas relações entre os elementos do grupo, e entre o grupo e a população local, suscita iniciativas e entusiasmo, aumenta a participação nas actividades propostas e introduz a noção de cultura no âmbito dos tempos livres. Além de animar, o animador tem cada vez mais de saber organizar, planificar e dirigir atividades.

### Perfil do Animador

Dentro todas as qualidades que um bom animador deve possuir, listamos as seguintes:

1. **Ser um excelente comunicador** para ligar-se facilmente com os outros e suscitar entusiasmo;
2. **Ser criativo, dinâmico e um líder** para atrair e envolver os turistas nas atividades propostas, para ter boa relação com colegas ou outros intervenientes na animação;
3. **Ter forte capacidade de adaptação** para confrontar situações imprevisíveis;
4. **Ter grande capacidade organizativa** para gerir todos os aspectos da animação;
5. **Dominar técnicas e recursos** como um bom profissional e para estabelecer relações de confiança com os participantes da animação;
6. **Ter uma atitude de permanente aprendizagem**, para aceitar ouvir e aprender com os outros;
7. **Ter capacidade de improvisação** para encontrar sempre soluções alternativas quando as atividades previstas não podem ser realizadas;
8. **Ter capacidade pedagógica** para transmitir aos outros o conhecimento, as técnicas específicas, etc.;
9. **Ser tolerante** para os que são diferentes dele próprio, aceitar outras maneiras de pensar, de agir;



10. **Ser observador** para discernir os pontos e momentos positivos, mas também dificuldades ou preocupações dos participantes,
11. **Ter simpatia e amabilidade**, qualidades essenciais do profissional do turismo;
12. **Ser entusiasta**, regra de ouro do animador que gosta de seu trabalho;
13. **Ser resistente física e psicologicamente** porque a organização da animação turística é cansativa e porque a relação com os clientes nem sempre é fácil.

### *Exercício 3.*

#### **Responde as seguintes questões:**

1. Imagina que és um animador turístico. Explica porque serias um bom animador.
2. Imagina que não podes ser um bom animador turístico. Explica as qualidades que te faltam.

#### **Simulações de grupo:**

3. Dois alunos são animadores turísticos e o resto da turma fazem de participantes das animações. Um aluno simula o “bom” animador, o outro o “mau” animador. Pode-se repetir a simulação, mudando os alunos “animadores”.



## 5. Identificação das animações já existentes em Timor-Leste

De escala internacional, nacional, regional ou local, as animações turísticas já são numerosas em Timor-Leste. Vamos ver na tabela abaixo (Figura 10) as principais.

*Figura 10. Principais animações turísticas em Timor-Leste*

Tipo de animação	Nomes das animações	Organismo organizador	Actividades e Características
<b>Cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feiras artesanais e comerciais de escala nacional e regional (exemplo a Cristo Rei, Centro de Convenções)</li>   <li>• Feiras artesanais organizadas a nível local, como na ilha de Ataúro, a Oecussi, a Same, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministério do Turismo / Direcção nacional do turismo</li>   <li>• Associações locais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estandes de apresentação e venda de produtos locais, como artesanato, produtos agrícolas, culinários, etc.</li>   <li>• Idem</li> </ul>



<p><b>Cultural</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposições culturais;</li>   <li>• Conferências, seminários, congressos;</li>   <li>• Valorização do Património cultural arquitectónico;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Timor, Ministério dos Negócios Estrangeiros, Secretaria de Estado da Cultura, a Casa Europa e outras Embaixadas, Instituto Camões, Escola Arte Moris, Museus da Resistência e da CAVR, ONU, etc.</li>   <li>• Universidade Nacional Timor LoroSa'e; Organizações internacionais; Sede do G7+, etc.</li>   <li>• Secretaria de Estado da Cultura;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposições de fotografias, de pinturas, de historia, etc.</li>   <li>• Conferências públicas, profissionais, científicas, na UNTL, no Centro de Convenções, etc.</li>   <li>• Ex. Apos da sua reabilitação, inauguração da antiga prisão de Ai Pelo (Liquiçá) como sítio turístico (Maio 2012), elaboração duma exposição permanente e outras animações (em curso).</li> </ul>
------------------------	--	--	---



<p><b>Cultural</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comemorações de eventos históricos particulares;</li> <li>• Valorização dos recursos turísticos a caracter cultural ou natural;</li> <li>• Concurso de Literária timorense com publicação dos melhores textos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segundo os eventos: Governo; Agência de Desenvolvimento Nacional; Comité do 12 de Novembro;</li> <li>• Operadores turísticos / Agencias de viagens / associações e guias locais; Ministério do Turismo;</li> <li>• ONG Timor Aid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ex. Comemoração de “Santa Cruz - 1991”, “Décimo ano da restauração da Independência”, “100 anos da Revolta de Manufahi/Dom Boa Aventura em Same” (no dia 28 de Novembro 2012), etc.</li> <li>• Elaboração de circuitos turísticos de meio dia, um, dois, ou mais dias de descoberta com atividades; Participação do Ministério e dos operadores nas feiras internacionais de turismo.</li> <li>• Concurso de poesia, história, novelas para estimular a literatura timorense e o gosto pela forma escrita.</li> </ul>
------------------------	--	--	--



<p><b>Desportivo</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos internacionais (anuais)</li> <li>• Evento internacional (1 ou 2 vezes por ano) Corridas de cavalos</li> <li>• Animações desportivas regulares;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Presidência de Timor-Leste até 2012, e o Ministério do Turismo desde 2013.</li> <li>• Associação de Criadores e Proprietários de Cavalo de Corrida de Timor-Leste</li> <li>• Operadores especialistas do trekking ou do diving, associações ou guias locais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Tour de Timor” ; “Maratona de Díli” ; “Darwin - Dili Yacht Rally”, concurso de pesca, de fotografia, etc.</li> <li>• 2-4 dias de corridas; a Taci Tolu / Díli, e desde 2011 no hipódromo de Batugade.</li> <li>• Organização de circuitos de trekking ou de mergulho de meio dia, um dia ou mais.</li> </ul>
<p><b>Recreação e entretenimento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Animações públicas de Recreação e entretenimento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instituto Camões, associações/ONG para levar fundos (Rotary Club Dili, Bâ Futuro, Dili Film Work, etc.), Empresas privadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização de concertos e de concursos de música, canções e dança; Concursos de Gastronomia/Cozinha, Desfiles de Moda, Secções de Magia, Jantares de Gala, etc.</li> </ul>



<b>Infantil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Animações para crianças e jovens. Podem ser regulares ou durante as férias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministério Juventude e desporto, alguns escolas e centros da juventude, escola Arte Moris, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excursões e visitas de exposições, actividades manuais, artísticas e criativas, actividades e competições desportivas.</li> </ul>
-----------------	---	---	--

### Exercício 4.

Responde às seguintes questões.

1. As animações, especialmente de tipo cultural, que figuram na tabela (figura 10) são numerosas. Mas talvez conheças outras animações que não constam da lista, quais?
2. De memória, menciona o máximo de animações de que te consigas lembrar.
3. Escolhe no mínimo 5 animações (de cada tipo, cultural, desportivo, entretenimento e infantil) e imagina:
  - a. para que tipo de visitantes/participantes foram elaboradas;
  - b. que tipo de comunicação/campanha mediática tem de ser desenvolvida para atrair o público-alvo;
  - c. Qual foi a duração da preparação /elaboração das animações.



## 6. Análise da Organização e Comunicação na animação turística

### 6.1. Métodos, técnicas, e planeamento de animação turística

O animador tem de ter capacidades de improviso mas a animação não pode ser improvisada. Quanto maior e complexa for a animação, mais verdadeira é esta regra. A preparação e o plano de todos os aspectos da animação e de todas as atividades são essenciais. Vamos ver aqui as etapas principais do processo de elaboração da animação, a começar por lembrar os factores de sucesso e as barreiras ao sucesso da animação. A seguir, vamos ver o exemplo concreto da organização de uma das animações maiores de Timor-Leste, o “Tour de Timor”.

Figura 11. Factores de sucesso na Animação e barreiras à implementação do plano de Animação ou ao seu sucesso

Factores de Sucesso na Animação	Barreiras à implementação do plano de Animação ou ao seu sucesso
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar todas as variáveis do programa (planificando todas as etapas);</li> <li>• A Esquematização das infra-estruturas deve ser considerada prioritária;</li> <li>• Nunca esquecer que os patrocinadores são um instrumento importante do Marketing e são geradores de receita;</li> <li>• Promotores privados necessitam do suporte do sector público (entidades oficiais);</li> <li>• A promoção é um factor crítico de sucesso;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não tem retorno de investimento tangível o que origina falta de interesse por parte de eventuais investidores/patrocinadores;</li> <li>• Gera despesas consideráveis quando confrontadas com as receitas previsíveis (não é viável do ponto de vista económico);</li> <li>• A aceitação por parte do público-alvo não é espontânea, implicando uma revisão do projecto;</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pequenas comunidades são igualmente tão importantes como as grandes, porque permitem a focalização dos eventos de animação;</li> <li>• Envolver sempre que possível as comunidades locais no evento;</li> <li>• Não esquecer que o impacto económico consegue sempre unir esforços da comunidade para o evento/animação;</li> <li>• Quanto maior for o evento/animação, maior será a importância da comunidade no desenvolvimento do mesmo. Usar voluntários sempre que existam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existem esforços de contenção de despesas que não se coadunam com os resultados pretendidos;</li> <li>• Se a criação de determinado evento é demasiado dispendiosa e não se espera um retorno de capital, verifica-se um desinteresse pelo plano ou pelo evento.</li> </ul>
--	--

## Planeamento da Animação Turística

### Plano de Animação

É nesta fase que se define concretamente o que se vai fazer, quando, e onde se vai fazer o programa de animação. **As etapas seguintes são a base da implementação da animação.**

1. Definir a ideia (O que se vai fazer)
2. Estratégia de implementação (Como é que se vai pôr em prática)
3. Variáveis do Marketing Mix (analisar)
4. Esquematização das infra-estruturas existentes (atender aos vários aspectos como sendo saneamento básico, recolha de lixo, parques de estacionamento, acessibilidades, etc.)
5. Concretização do local (ter em conta o ponto anterior e fazer planta do local ou do percurso do evento)
6. Definição de equipamentos (listagem dos equipamentos necessários para o evento)
7. Orçamento financeiro
8. Estrutura legal (Autorizações legais e licenças)



9. Estrutura operacional (Programa como vão decorrer as actividades, horários, etc.)
10. Análise e avaliação dos resultados

### Recursos Disponíveis

A questão dos recursos também é capital. Está bastante difundida a ideia preconcebida de que a animação turística exige a utilização de materiais, equipamentos e recursos em grande quantidade e de elevado custo. Na verdade o volume e o custo do material apresentam-se sempre directamente proporcionais à ambição e à dimensão que se quer dar aos programas de animação.

É no entanto ideal a óptima utilização do já disponível e para tal temos de considerar:

- Atractivos naturais (O que é que o local dispõe em termos de recursos naturais, se é perto de praias ou barragens, montanhas, etc.)
- Atractivos de carácter cultural (Monumentos, ruínas, tradições, etc.)
- Facilidades (Transportes, serviços públicos, de saúde, etc.)
- Equipamentos e serviços diversos (Disponíveis ou fáceis de alugar)
- Recursos técnicos (que a região tem, por exemplo monitores de escalada ou electricistas técnicos de som)
- Recursos financeiros (Orçamentos, patrocínios, subsídios, etc.)
- População local (Se poderão ser envolvidos na animação como colaboradores logísticos, na preparação da comida pelo participantes, etc.)

### O Projecto de Animação

A Animação tem de ser atractiva. Por isso, os projectos de animação deverão criar uma atmosfera tal, que permita ao cliente um ambiente de bem-estar, oferecendo-lhe diversas possibilidades de se divertir, distrair, satisfazer a curiosidade e descobrir as particularidades do local onde se encontra. E uma regra para qualquer animação, cultural como desportiva.

Características das actividades da animação:

- Diversificadas, visando a satisfação dos diferentes públicos
- Cativantes, visando o ritmo e a minimização de tempos mortos



- Adequadas ao público, recursos e equipamentos
- Flexíveis e abertas a alternativas propostas

### Estudos de Mercado

Como já vimos, a elaboração de uma animação é bastante complexa, com um número significativo de etapas, e tem de ter em conta algumas questões essenciais. Algumas delas podem ser respondidas através da realização de Estudos de Mercado, das quais:

- Qual é e que imagem tem nosso mercado alvo?
- Características socioeconómicas desses mercados?
- Qual o espectro etário dos mesmos?
- Que factores motivam a deslocação/viagem?
- Como se vão deslocar até ao local de destino?
- Que factores desmotivam os mesmos?
- Que apetências inovadoras e diferenciadas poderão ser potenciadas?
- Quais as expectativas inerentes à viagem?

E, se a animação já aconteceu:

- Que expectativas se encontram realmente satisfeitas?
- Que expectativas podem ainda ser aperfeiçoadas?

Um bom processo de marketing está ligado ao tempo despendido na análise dos elementos disponíveis na contínua e disciplinada análise de questões que quando respondidas determinarão o sucesso da implementação de actividades que geram a animação.

## *6.2. Comunicação e Marketing na animação turística*

A comunicação e o marketing são fases importantes que contribuem para sucesso da animação turística. Os meios privilegiados utilizados são a Publicidade, o Marketing directo, a Força de venda, as Relações públicas. A figura 12 abaixo faz a síntese desses principais meios de comunicação e de marketing e das suas características.



- A **Publicidade** pode ser na imprensa escrita (jornais), na Internet, na Televisão, na rádio, nos outdoors. As técnicas publicitárias utilizam mecanismos psicológicos para influenciar o espírito e o comportamento das pessoas tais como:
  - Notoriedade
  - Informação factual
  - Persuasão
  - Simpatia pela marca
  - Emoção, Desejo, Sonho
- O **Marketing directo** é um conjunto de técnicas de comunicação individualizada e interactiva. O objectivo é ter uma relação directa com os clientes e/ou com potenciais clientes. As principais formas de Marketing Directo são:
  - Mailing (correio postal ou electrónico (cada vez mais usado), mensagens sms nos telemóveis);
  - Telemarketing (marketing telefónico);
- As empresas têm por objectivo final vender os seus produtos de uma forma rentável aos seus clientes, mantendo-os com uma relação de longa duração. **A força de vendas** de uma empresa é composta pelo conjunto de pessoas que têm como objectivo vender ou fazer vender os produtos da empresa, por meios de contacto directo com potenciais clientes e distribuidores.
- **As relações públicas** são todas as relações que o agente responsável da concepção e organização da animação turística, ou o animador, vai ligar com outras pessoas e participantes potenciais, empresas e investidores potenciais, e com todas outras pessoas e organismos. O objectivo é criar ou desenvolver a notoriedade e simpatia pela animação turística proposta, e atrair participantes nas actividades, a assistência (na logística, ou na promoção) da parte do sector público, e parceiros financeiros do sector privado.



Figura 12. Tabela de síntese dos principais meios de comunicação e de marketing e das características

Tipo de comunicação	Meios de comunicação utilizados	Características
<b>Publicidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imprensa escrita (jornais),</li> <li>• Internet,</li> <li>• Televisão,</li> <li>• Radio,</li> <li>• Outdoor (publicidade na rua)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permite alcançar muitos públicos;</li> <li>• A publicidade utiliza uma mensagem simples, forte e única;</li> <li>• Na publicidade o conteúdo da mensagem é perfeitamente controlado pelo anunciante.</li> </ul>
<b>Marketing Directo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mailing: correio postal, correio electrónico, mensagens sms nos telemóveis;</li> <li>• Telemarketing: marketing telefónico;</li> </ul>	<p>Visa estabelecer uma relação contínua com um cliente ou cliente potencial, de uma forma individualizada, através da obtenção de uma resposta mensurável.</p>
<b>Força de Vendas</b>	<p>Contactos directos com os clientes potenciais, distribuidores.</p>	<p>Conjunto de pessoas que têm como objectivo vender ou fazer vender os produtos da empresa.</p>
<b>Relações Públicas</b>	<p>Relações directas do responsável da animação turística elaborada com um grande número de pessoas e organismos dos sectores públicos e privados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criar e/ou aumentar a credibilidade e notoriedade da empresa, dos serviços e dos produtos;</li> <li>• Em particular, criar ou melhorar a imagem e a simpatia pela animação turística proposta;</li> <li>• Estimular a força de vendas e distribuidores;</li> <li>• Atrair investidores;</li> <li>• Criar boas relações de vizinhança com a comunidade local;</li> <li>• Revelar os contributos da empresa para o desenvolvimento do país ou região;</li> <li>• Prevenir e minimizar o impacto de eventuais crises;</li> </ul>



Figura 13. Outdoor Tour de Timor 2013



Fig.14. Outdoor Dili Feira Comercial, Agosto 2013



Figura 15. Outdoor do Dili Tais Market



Figura 16. Evento “Transito de Vénus”



Figuras 13, 14, 15, 16 © Christine Cabasset

Fig. 17. Algumas publicidades em um guia local



Figura 18. Capa da brochura (32 p.) do Turismo a Timor-Leste

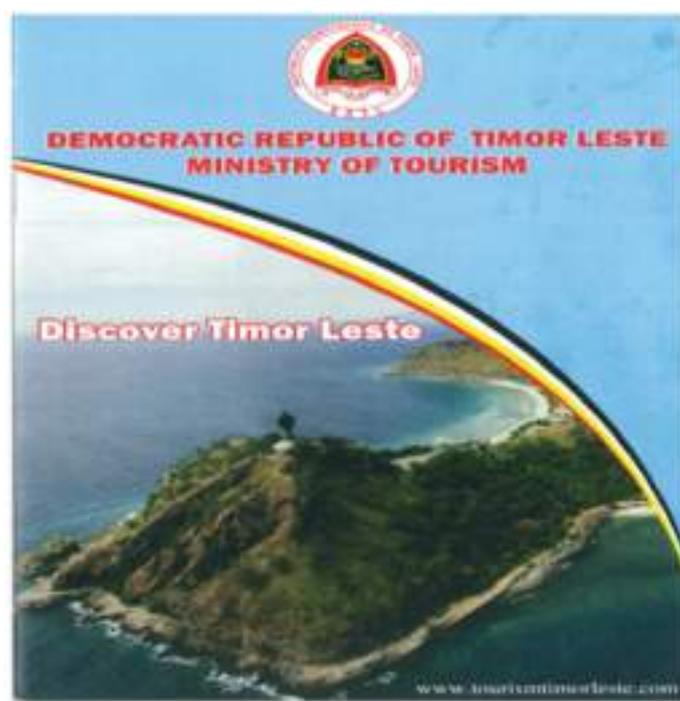


Fig. 17 reproduzida com autorização do Guia “The Rustic Guide to Dili” Maio-Julho 2013 © Guide Post Timor. Fig. 18 reproduzida com autorização © Ministerio do Turismo de Timor-Leste.

### 6.3. A recepção dos visitantes e clientes

A organização da animação turística e das actividades que a compõe é baseada na gestão dos participantes / clientes, que podem ser pequenos grupos (menos de 15 pessoas) como centenas ou mesmo milhares de pessoas. **A boa comunicação / bom atendimento é um factor chave do sucesso da organização e o primeiro passo para levar os outros a agirem conforme o esperado.** Por outro lado, o mau atendimento pode conduzir a vários problemas como mal-entendidos ou informações erradas. Sem uma comunicação eficaz, o entendimento é impossível. Se não comunicarmos claramente, ninguém saberá o que pretendemos, o que queremos dizer ou aquilo que temos em mente. A transmissão correcta de mensagens faz a ligação entre o pensamento e a acção.

**A importância de transmitir informação clara e precisa, quer aos participantes, quer aos colegas de trabalho**



Comunicar não é algo que acontece pura e simplesmente; requer atenção quanto ao conteúdo da mensagem e, mais importante, à forma como é apresentada, para que possa chegar a ser correctamente recebida e compreendida. Caso contrário, nem vale a pena começar a comunicar com os outros.

Saber onde é que o processo de comunicação pode correr mal, é um importante ponto de partida, quando se procura uma boa comunicação. O Atendimento, mais do que uma transacção, é uma forma de comunicação, de troca de ideias e de relação com as pessoas a partir das coisas. A transmissão de informação clara e precisa permite ser bem escutada e compreendida pelos participantes e pelos colegas.

### **A importância de ser amável, entusiasta, de sorrir**

Você, responsável da animação ou animador, é o representante da Instituição para a qual trabalha. Por isso, para todas as pessoas que vai encontrar e com quem vai colaborar, você é a própria Instituição. Você é, no mínimo, uma parte da imagem da Instituição e da animação. A Amabilidade, o entusiasmo, o sorriso, e boas relações com todos, dos participantes aos colegas de trabalho, dos investidores ao poder público, são regras de ouro da sua missão; Todos, e em particular os participantes, esperam ser tratados com respeito e amabilidade, serem ouvidos e compreendidos.

### *Exercício 5.*

#### **Responde às seguintes questões:**

1. Com colegas, vais a procura de mais publicidades e documentos promocionais das sociedades de Turismo (Ministério do turismo, ofício de turismo oficial, hotéis, restaurantes, agencias de viagem, organizadores de animações turísticas, etc.), e:
  - a. Verificas com o pessoal que vais encontrar as qualidades e competências esperadas para trabalhar no turismo e em contato com os turistas.
  - b. Estudas bem os documentos e, de modo escrito ou oral com a turma, faz a análise de cada um.
  - c. Imaginas outras publicidades ou documentos promocionais para diferentes actividades turísticas.



## 7. Caso de estudo: o Tour de Timor

O Tour de Timor foi concebido em 2009 por José Ramos-Horta, nessa altura Presidente da República, como um evento para a paz em Timor-Leste, pouco após da crise de 2006, e para promover uma imagem mais positiva do país, quer internamente, quer no exterior. Este evento está organizado anualmente (uma vez por ano, em Setembro). O itinerário é diferente todos os anos.

O Tour de Timor tem a reputação de ser a corrida de bicicleta mais difícil do mundo: o relevo montanhoso do país e o mau estado das estradas explicam esta reputação. Contudo, atraiu desde o início entre 300 e 400 participantes. Eles são de Timor-Leste, e também da Austrália, da Malásia, da Indonésia, do Portugal, e de uma dezena de outros países. Além dos ciclistas, muitas outras pessoas vêm a Timor-Leste como acompanhantes dos ciclistas ou como espectadores. Além dos ciclistas e dos acompanhantes, o número de pessoas envolvidas no Tour de Timor inclui também as equipas permanentes e de voluntários do “Tour” que asseguram a logística geral e de todas as etapas, mais as equipas de médicos, de jornalistas, etc. No total, é para quase 1 000 pessoas que a organização do Tour de Timor tem de preparar comida, fornecer água, lugares pernoitar, casas de banho e duchas, etc.

### **Itinerários do Tour de Timor:**

2009: Díli – Manatuto – Baucau – Viqueque – Betano – Maubisse – Aileu - Díli.

2010: Díli – Maubara – Balibo – Bobonaro – Suai – Zumalai – Ainaro – Maubisse – Aileu – Díli.

2011: Díli – Manatuto – Baucau – Lautem – Com – Los Palos – Viqueque – Laclubar – Díli.

2012: Díli – Batugade – Oecussi – Batugade – Maliana – Gleno – Díli. Era então a primeira vez que o “Tour” passava em Timor Oeste / Indonésia.

2013: Díli – Baucau – Viqueque - Same – Aileu - Díli.

Um evento como o Tour de Timor requiere muito trabalho durante a sua preparação, uma equipa eficaz ao longo do ano, e muitas pessoas para o realizar no terreno. As principais etapas de preparação do projeto são as seguintes:



Figura 19. Principais Fases, Períodos, e Etapas da organização do Tour de Timor  
Exemplo do Tour 2012

Fases	Período	Etapas do projecto
Preparação	Um ano antes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir o projecto: elaboração do itinerário do Tour de Timor que muda todos os anos;</li> <li>Elaboração do orçamento total;</li> <li>Financiamento do projecto: Reconduzir parceiras e/ou buscar novos parceiros financeiros;</li> <li>Aspectos jurídicos e de segurança: segurança da corrida, autorizações legais do governo, acordo com a PNTL para garantir a segurança durante a corrida;</li> <li>Presença de uma equipa de Médicos (entre 2009 e 2012, uma equipa de 15 médicos Australianos);</li> </ul>
	Três / quatro meses antes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover a nova edição do Tour de Timor para atrair ciclistas: Internet, artigos de imprensa nos jornais Timorenses, Australianos, etc., publicidade;</li> <li>Formalizar o plano geral do Tour de Timor, e o plano por sectores (logística, médico medias, cozinha/preparação das refeições, acolhimento dos ciclistas, etc.) e por todas as etapas nocturnas /acampamentos (cada um tem o seu funcionamento próprio para acolher as 1 000 pessoas durante uma noite pelo menus);</li> </ul>
	Um/dois mês(es) antes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recrutar voluntários Timorenses (em Díli e localmente, nos sítios das etapas do Tour) e Estrangeiros, por sectores de trabalho (camp managers, preparação das refeições, acolhimento no aeroporto, etc.);</li> </ul>



	Uma semana antes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniões com a PNTL para coordenar a segurança da corrida ao longo do itinerário, controlar o plano de fecho das estradas à circulação rodoviária quando a corrida vai passar;</li> <li>• Sinalização pelo director técnico da corrida de passagens específicas do itinerário: passagens perigosas, subidas mais difíceis, lugares de localização das estações de água pelos ciclistas, etc.</li> <li>• Preparação, por cada “camp manager” dos acampamentos onde os participantes vão dormir: limpeza do sítio, recrutamento de voluntários locais, organização e controlo das redes eléctricas e de água, da construção de 2 postos (para mulheres e homens) de duchas e WC, definição das localizações dos médicos, dos jornalistas, dos “sponsors”, etc.</li> <li>• Reforço da campanha mediática,</li> <li>• Pintura do logótipo do Tour de Timor nas ruas de Díli e das principais etapas,</li> </ul>
	3 dias antes e dias seguintes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Início da chegada a Díli dos voluntários que vêm do estrangeiro, reuniões de informação (<i>briefing</i>) pelos voluntários Timorenses e Estrangeiros, e constituição das equipas;</li> <li>• Recepção das bicicletas dos participantes estrangeiros, acolhimento no aeroporto dos primeiros ciclistas;</li> <li>• Instalação das cozinhas e pessoal em todos os acampamentos;</li> </ul>



<p><b>Realização (durante o evento)</b></p>	<p>Ex. 10-15 de Setembro 2012</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (10/09) Cerimónia de abertura e de partida do Tour de Timor;</li> <li>• Às 5 da manhã, todos os dias, partida dos voluntários para implementar e gerir as estações de água para os ciclistas;</li> <li>• Entre as 5.30 e 6.30 da manhã, todos os dias, organização dos camiões que vão levar os sacos, tendas e outro material dos ciclistas até ao acampamento seguinte; e partida do “<i>front convoy</i>” das equipas de voluntários que têm de chegar ao próximo acampamento antes dos ciclistas para ajudar a organização e a recepção dos ciclistas;</li> <li>• Entre as 6 e 7 da manhã, organização do <i>briefing</i> do dia pelo director da corrida para os ciclistas, e partida dos mesmos;</li> <li>• Em cada acampamento, preparação da comida para a chegada dos ciclistas à tarde, o jantar e o pequeno-almoço; recepção dos ciclistas e controlo pela equipa de médicos; durante a estadia, controlo da quantidade de comida e de água, o bom estado dos duches e WC; organização da cerimónia de anúncio dos resultados da corrida do dia;</li> <li>• A administração geral em Díli: controlo da corrida e da gestão dos acampamentos; gestão dos conteúdos do Tour na Internet: anúncio dos resultados, dos vídeos e fotos;</li> <li>• (15/09) Fim do Tour de Timor: chegada a Díli (Taci Tolu) dos ciclistas (3 horas de diferença entre a chegada dos primeiros ciclistas e os últimos), cerimónia oficial de encerramento e anúncio dos resultados finais, organização de um concerto de música, etc.</li> </ul>
---	-----------------------------------	--



<b>Avaliação (após o evento)</b>	Uma semana após do evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reunião de <i>debriefing</i> dos permanentes do Tour, e dos voluntários <i>Camp managers</i> e dos responsáveis de cozinha: lista dos problemas e dificuldades que foram encontrados, propostas para melhorar o funcionamento para as próximas edições do Tour de Timor.</li> </ul>
--	---------------------------------	--

*Fotos do Tour de Timor 2012: pintura do Tour na rua (fig. 20), preparação a partida na madrugada (fig. 21), preparação das refeições (fig. 22), acampamento (fig. 23) e descanso a chegada no posto medical (fig. 24) a Batugade, e chegada final a Taci Tolu, Dili (fig. 25).*





Todas as fotografias © Christine Cabasset, a exceção da figura 21 © Martin Hanssen

### Exercício 6.

Responde às seguintes questões:

1. Graça a um mapa de Timor-Leste, desenha com o lápis (se é uma fotocópia) ou com o dedo só, os diferentes itinerários do Tour de Timor de 2009 a 2012.
2. Por que motivo o Tour de Timor é particularmente complexo de organizar?
3. Quais são as principais missões (etapas de trabalho) que a administração geral do Tour (o staff permanente) tem de fazer ao longo do ano?
4. Quais são as principais missões dos *Camp managers*?
5. Imagina que tens de organizar a chegada final dos ciclistas e a cerimónia final do Tour de Timor: descreve o plano de trabalho, com o *timing* das principais etapas do programa, a lista de material necessário, etc.



# Bibliografia

## Livros

Breton (Jean-Marie), « Aires protégées, gestion participative des ressources environnementales et développement touristique durable et viable dans les régions ultra-périphériques », Études caribéennes [En ligne], 12 | Avril 2009, mis en ligne le 04 septembre 2009, consulté le 29 novembre 2012. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/3560> .

Cabasset-Semedo(Christine), Peyvel (Emmanuelle), Sacareau(Isabelle), Taunay (Benjamin), 2011, «De la visibilité à la lisibilité du tourisme domestique en Asie : Quelques réflexions à partir des cas chinois, indiens, indonésiens et vietnamiens», in Lombard J. et Ninot O. (Direction), «Nouvelles mobilités dans les Suds», revue *Espace Populations Sociétés* 2010-2/3, pp. 221-235.

Cabasset-Semedo (Christine), 2009, «Thinking about tourism in Timor-Leste in the era of sustainable development. A tourism policy emerging from grassroots levels», in Cabasset-Semedo C. and Durand F. (Eds), *East-Timor: How to build a new Nation in Southeast Ásia in the 21st Century?*, Bangkok/Thailande, IRASEC et CASE, pp. 213-232.

[www.irasec.com/components/com\\_irasec/media/upload/OP09-East-Timor\\_Cabasset-Durand.pdf](http://www.irasec.com/components/com_irasec/media/upload/OP09-East-Timor_Cabasset-Durand.pdf)

Cabasset-Semedo (Christine), 2008, “Turismo sustentável em Timor-Leste: Inventário e perspectivas”, Relatório pelo Director Nacional do Turismo de Timor-Leste, 12 p.

Carvalho do Amaral (Demetrio) (Ed.), 2011, *Matenek lokal Timor Nian!*, Unesco, Jakarta, 112 p.

Gunn (Geoffrey) 2001, “Língua e Cultura na Construção da Identidade de Timor-Leste” in *Camões* 14, June-September, pp.14-25.

Lozato-Giotart (Jean-Pierre), 2006, *Le chemin vers l'écotourisme. Impacts et enjeux environnementaux du tourisme aujourd'hui*, Delachaux et Niestlé, Paris, 191 p.

Moniz (Egas), 2008, *Perfil Distritu Aileu*, Timor Aid – MatebianPress.

RDTL, *Timor-Leste. Plano Estratégico de Desenvolvimento 2011–2030*, Versão submetida ao Parlamento Nacional, 2011, 232 p.

Silva (Armando da), 2003, *Perfil Distritu Baucau*, Timor-Leste, Timor Aid – MatebianPress.

Stock (Mathis) (Dir.), 2003, *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, Paris, 299 p.



*Timor-Leste (East Timor) travel guide*, 2011, Lonely Planet, 176 p.

UNDP/UNWTO, 2007, *Timor-Leste. Sustainable Tourism sector Development and Institutional Strengthening project*, January, 2 vol. 117 p. and 146 p.

UNWTO, 2007, *Tourism market trends 2006 Edition, Ásia and the Pacific*, 214 p.

### **Entradas na Internet**

Association of Southeast Asian Nations - Tourism (em Inglês): [www.asean-tourism.com](http://www.asean-tourism.com)

Governo de Timor-Leste (Em Tetum, Portuguese ou Inglês): <http://timor-leste.gov.tl>

Maratona de Díli (Em Inglês): [www.dilimarathon.com](http://www.dilimarathon.com)

Ministério da Administração Estatal de Timor-Leste: Perfil dos distritos [http://www.estatal.gov.tl/Tetun/Tetun\\_home.html](http://www.estatal.gov.tl/Tetun/Tetun_home.html)

Ministério do Turismo de Timor-Leste: <http://www.tourismtimorleste.com/mtci/index.php>

Museu da Resistência de Timor-Leste (Em Tetum, Português ou Inglês): <http://amrtimor.org/>

Museu da Comissão Acolhimento, Verdade e Reconciliação (CAVR) (Em Tetum, Português, Indonésio ou Inglês): <http://www.cavr-timorleste.org/en/comarca.htm>

Secretaria de Estado da Cultura de Timor-Leste (Em Tetum ou Português):  
<http://www.cultura.gov.tl/pt/inicio>

Tour de Timor (Em Inglês) (2009-2012): [www.tourdetimor.com](http://www.tourdetimor.com) ; a partir de 2013:  
<http://tourdetimorlorosae.com/>

World Tourism Organization (Em Inglês, Francês ou Espanhol): [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

World Tourism Organization – Facts & Figures (Em Inglês, Francês ou Espanhol):  
[www.unwto.org/facts](http://www.unwto.org/facts)

World Tourism Organization - glossary (Em Inglês, Francês ou Espanhol):  
<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

