

Paulo Carvalho

Coordenação

**TURISMO E DESENVOLVIMENTO
ESTUDOS DE CASO NO CENTRO DE
PORTUGAL**

Paulo Carvalho

Coordenação

**TURISMO E DESENVOLVIMENTO
ESTUDOS DE CASO NO CENTRO DE
PORTUGAL**

FICHA TÉCNICA:

Título: Turismo e Desenvolvimento. Estudos de Caso no Centro de Portugal.

Coordenação: Paulo Carvalho

Formatação: Paulo Carvalho

Edição:

Copyright: © Autores

Depósito Legal:

ISBN:

Distribuição:

ÍNDICE

Dedicatória	7
Autores	9
Prefácio	13
Turismo e Desenvolvimento Rural. O caso do Piódão (Aldeias Históricas de Portugal)	19
Turismo e Perspectivas de Desenvolvimento em Espaços de Montanha. O exemplo de Miranda do Corvo	43
Caminhos do Xisto: um Novo Destino de Turismo de Passeio Pedestre em Portugal	65
Turismo Termal em Portugal: as Perspectivas dos Gestores das Estâncias Termais da Região Centro	85

DEDICATÓRIA

A todos os alunos que nestas duas décadas de esforço e trabalho sem limites me motivaram e ajudaram a crescer através das dimensões do saber/aprender. São eles as luzes, os mastros e as pontes, que têm feito desta caminhada uma menor e mais partilhada solidão.

AUTORES

Paulo Carvalho (paulo.carvalho@fl.uc.pt)

Geógrafo, Professor Auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, no Departamento de Geografia, e Investigador do Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território (CEGOT) das Universidades de Coimbra, Porto e Braga.

A actividade docente abrange diversas unidades curriculares ao nível da licenciatura (Geografia; Turismo, Lazer e Património; Estudos Europeus), do mestrado (Geografia. Ordenamento do Território e Desenvolvimento; Lazer, Património e Desenvolvimento) e do doutoramento (Turismo, Lazer e Cultura; Geografia).

Participa de forma assídua em reuniões científicas nacionais e internacionais, nomeadamente no âmbito da IGU (International Geographical Union), da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional e da Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, com comunicações que enfatizam temáticas como o planeamento regional e urbano; o desenvolvimento regional e local; o ordenamento do território; o desenvolvimento rural; o lazer e turismo; o património, entre outras.

É membro de diversas organizações científicas nacionais e internacionais e autor de uma centena de trabalhos, publicados em Portugal e no estrangeiro (Espanha, Itália, Israel, Inglaterra, Irlanda, África do Sul, Brasil e Cabo Verde), com destaque para: *A Vila da Lousã. Contributo para um estudo de Geografia Urbana*, 1999; *Landscape and heritage as strategic resources for the rural development*, 2002; *Ordenamento do território e desenvolvimento sustentável: problemas e desafios*, 2003; *Turismo cultural, património e políticas públicas em contextos rurais de baixa densidade*, 2006; *Conservation, development and the environment: a conflictual relationship or a different view for new geographies?*, 2007 (em colaboração); *Património cultural e estratégias de desenvolvimento em Portugal: balanço e novas perspectivas*, 2008; *Cidades e valorização paisagística de frentes aquáticas*, 2008; *Património construído e desenvolvimento em áreas de montanha. O exemplo da Serra da Lousã*, 2009; *Planeamento, redes territoriais e novos produtos turísticos eco-culturais*, 2009; *União Europeia, políticas públicas e desenvolvimento rural*, 2009; *The municipal charter for heritage as an innovative tool in urban planning in Portugal: from conceptualisation to operationalisation?*, 2009; *Turismo e sustentabilidade do desenvolvimento no contexto das Aldeias Históricas de Portugal: o exemplo do Piódão (Serra do Açor)*, 2010 (em colaboração); *Pedestrianismo e percursos pedestres em Portugal*, 2010 (em colaboração); *Walking, footpaths and heritage in Portugal: between enjoyment and preservation* (2011).

Juliana Correia (julianacorreia21@hotmail.com)

Licenciada em Geografia, Geografia. Ramo de Formação Educacional, e Mestre em Geografia e Ordenamento do Território (Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra).

Docente do ensino básico e secundário, em exercício de funções na Escola Secundária Marquês de Pombal (Lisboa).

Tem participado com comunicações em eventos científicos nacionais e internacionais.

É autora e co-autora de diversos trabalhos publicados, com destaque para: *Imigração e mercado de trabalho em Portugal. O exemplo da Figueira da Foz (Centro Litoral de Portugal)*, 2007 (em colaboração); *Turistificação, patrimonialização e dinâmicas territoriais em contexto rural de montanha: o exemplo do Piódão*, 2008 (em colaboração); *Turismo, património(s) e desenvolvimento rural: a percepção local da mudança*, 2009 (em colaboração); *Turismo, património e desenvolvimento em ambientes de montanha: o caso do Piódão*, 2009; *Turismo e sustentabilidade do desenvolvimento no contexto das Aldeias Históricas de Portugal: o exemplo do Piódão (Serra do Açor)*, 2010 (em colaboração).

Susana Silva (susanageog@sapo.pt)

Licenciada em Geografia. Ambiente e Desenvolvimento, e Mestre em Geografia Humana. Ordenamento do Território e Desenvolvimento (Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra).

Tem exercido actividades docentes, administrativas e turísticas, e colaborado em trabalhos de planeamento regional e local.

Tem participado com comunicações em eventos científicos nacionais e internacionais.

Encontra-se a realizar doutoramento em Geografia na Universidade de Coimbra com uma investigação sobre o Turismo de Jardins em Portugal.

É autora e co-autora de diversos trabalhos publicados, com destaque para: *Heranças do Passado...Que Futuro? - Património natural e histórico como recurso para o desenvolvimento: as termas da Cúria e Vale da Mó*, 2006; *A (re)funcionalização do património e o turismo no desenvolvimento do espaço rural: realidade ou utopia? O turismo de habitação no concelho de Anadia*, 2007; *Políticas e iniciativas europeias com incidência no desenvolvimento rural: o exemplo do LEADER+ AD ELO (Centro Litoral de Portugal)*, 2007 (em colaboração); *Novos Usos do Património numa Estratégia Turística: Perspectivas no Concelho de Anadia*, 2008; *Os programas LEADER e o desenvolvimento rural em ambientes de montanha*, 2008 (em colaboração); *Programas e sistemas de*

incentivos europeus com incidência na actividade turística em espaço rural. O exemplo do PRIME (Portugal, 2000-2006), 2010 (em colaboração); O Turismo de Saúde e Bem-Estar – Uma Estratégia de Desenvolvimento para a Região Centro, 2010; Repensar estratégias para o turismo termal em Portugal. A percepção dos gestores das estâncias termais do Centro, 2011 (em colaboração).

Zília Tovar (ztovar@gmail.com)

Licenciada em Gestão e Planeamento do Turismo (Universidade de Aveiro), e Mestre em Turismo. Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril).

Tem exercido funções como técnica superior (Câmara Municipal de Montemor-o-Novo), docente (Escola Superior Agrária de Coimbra) e escritora.

Tem participado com comunicações em eventos científicos nacionais e internacionais.

É autora e co-autora de diversos trabalhos publicados (e em publicação), com destaque para: *Pedestrianismo, Percursos Pedestres e Turismo de Passeio Pedestre em Portugal*, 2010; *Percursos Pedestres e Turismo de Passeio Pedestre em Portugal*, 2011; *Caminhos do Xisto (Cordilheira Central): um novo destino de turismo de passeio pedestre em Portugal*, 2011.

Luísa Adelino (luisa_daniela_a@hotmail.com)

Licenciada em Geografia. Ambiente e Desenvolvimento, e Mestre em Geografia Humana. Ordenamento do Território e Desenvolvimento (Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra).

Tem exercido actividades no âmbito dos SIG.

Tem participado com comunicações em eventos científicos nacionais e internacionais.

É autora e co-autora de diversos trabalhos publicados, com destaque para: *Gastronomia: a Identidade de um Povo e um Rumo para o Futuro*, 2006; *Coimbra e a Sociedade da Informação*, 2007; *Património construído e políticas de desenvolvimento em áreas de montanha: das intervenções às novas orientações*, 2007; *Planeamento Turístico em Miranda do Corvo. Contributo de uma Análise Geográfica*, 2010; *Turismo e perspectivas de desenvolvimento em espaços de montanha. O exemplo de Miranda do Corvo (Pinhal Interior Norte/Centro de Portugal)*, 2011.

PREFÁCIO

A presente obra pretende divulgar e disponibilizar um conjunto de trabalhos com génese em processos de investigação relacionados com cursos de Mestrado (Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril - Portugal), nas áreas temáticas de Geografia (Ordenamento do Território e Desenvolvimento) e Turismo (Gestão Estratégica de Destinos Turísticos).

A orientação e a participação nas tarefas de investigação, permitiu estabelecer parcerias como a apresentação de comunicações em eventos científicos e a publicação de textos. O intuito de alargar a difusão das nossas ideias e chegar a públicos mais diversificados (estudantes, docentes, investigadores, técnicos, gestores, políticos, entre outros) encontrou nesta plataforma um meio de enorme relevância para concretizar estes objectivos estratégicos.

O critério de selecção e o fio condutor dos textos reunidos neste volume revelam a primazia do turismo e a ligação ao desenvolvimento (dinâmicas e perspectivas) em contextos de baixa densidade, em particular ambientes rurais e de montanha, através de quatro estudos de caso na Região Centro de Portugal.

A estrutura do livro deixa antever um alinhamento de matérias que começam com exemplos de iniciativas vinculadas ao turismo e património em contexto rural de montanha, avançam para o turismo de passeio pedestre e as suas configurações espaciais mais recentes, e contemplam as estratégias para promover o termalismo e o turismo de saúde e bem-estar.

A organização dos textos reflecte a preocupação de contextualizar e sedimentar as temáticas em análise/discussão, através de uma articulação de escalas (global, internacional e nacional), com as principais referências internacionais em matéria de trabalhos publicados, e ainda aprofundar ou explicitar as linhas orientadoras por via de componentes empíricas centradas em escalas de análise regional e local.

Em relação aos conteúdos abordados, é importante realizar um ponto de situação no sentido de explicar, de forma breve mas concisa, o estado da arte. Apesar de as práticas turísticas remontarem a tempos recuados, apenas nas últimas décadas se verifica uma verdadeira organização e sistematização do turismo, de tal forma que o turismo moderno, na perspectiva das facetas que hoje se reconhecem, tem pouco mais de cinco décadas. Em particular é a segunda metade do século passado que marca o enraizamento e uma fase de grande crescimento e diversificação da actividade turística no plano internacional.

Desde o início dos anos 50 (do século XX) até aos nossos dias, o número de turistas internacionais cresceu de forma espectacular: 25 milhões (1950), 170 milhões (1970), 500 milhões (1990), 698 milhões (2000) e 940 milhões (2010). As

previsões mais recentes da Organização Mundial do Turismo, divulgadas em Outubro de 2011, apontam para cerca de 1800 milhões em 2025. Contudo, o ritmo de crescimento será mais moderado que em décadas anteriores: 3.3%/ano o que equivalente a um valor absoluto de 43 novos milhões de turistas internacionais.

No período em análise, o turismo assumiu, de modo crescente, a importância de uma das principais e mais promissoras actividades económicas a nível mundial. Em Portugal, como reconhece o “Plano Estratégico Nacional do Turismo” (publicado no Diário da República, 1ª série, nº 67, de 4 de Abril de 2007), o turismo é um dos principais sectores da economia nacional, «tendo o seu peso na economia vindo a crescer nos últimos anos (11% do PIB em 2004)», empregando cerca de 11% da população activa.

Esta trajectória ascendente, justificada pela conjugação de diversos factores de progresso e bem-estar material e imaterial, é acompanhada de importantes alterações na configuração e estruturação da actividade turística, e de mudanças de comportamento dos turistas. De igual modo, o interesse crescente dos lugares no sentido de captar fluxos turísticos conduziu a importantes preocupações designadamente no que ao planeamento do turismo diz respeito.

Com efeito, a segmentação e a especialização dos mercados turísticos, as mudanças qualitativas que se desenham em termos de comportamento dos turistas, as orientações e os quadros normativos internacionais no âmbito do desenvolvimento e do património, entre outros factores, explicam a pertinência das preocupações em matéria de planeamento e sustentabilidade do turismo, tendo em vista reduzir as suas externalidades negativas, preservar os recursos e distribuir de forma equitativa os seus benefícios.

O património, conceito multidimensional e de crescente amplitude e plasticidade temática (no amplo espectro das dimensões tangíveis e intangíveis), destaca-se como recurso diferenciador dos territórios e pode ser utilizado para obter vantagem no quadro da competição entre os lugares, por via de estratégias inovadoras que tendem a envolver agentes/operadores públicos e privados (cada vez mais em regime de parceria e segundo uma lógica de rede), no desenho de novos produtos de turismo (como, por exemplo, nas vertentes ecológica e cultural) destinados a captar segmentos específicos da procura turística.

Ao mesmo tempo, a evolução recente do comportamento dos turistas indica também o crescimento das preocupações patrimonialistas e a valorização de experiências únicas e do contexto dialéctico da paisagem, segundo uma perspectiva de maior participação, envolvimento e exigência no que concerne aos lugares e aos patrimónios.

No que diz respeito aos espaços geográficos, importa enfatizar, na perspectiva desta obra, o mundo rural e as montanhas.

As políticas e as iniciativas da União Europeia para os espaços rurais conheceram nos últimos anos uma viragem muito acentuada. Depois de uma fase dominada por preocupações essencialmente produtivistas e economicistas, com medidas destinadas sobretudo aos agricultores e às suas organizações, assumem destaque as perspectivas territorialistas e ambientalistas, centradas na sociedade rural, que enfatizam a dimensão multifuncional da agricultura e do mundo rural, valorizam a especificidade e o potencial dos seus recursos (designadamente

culturais e ecológicos) e assumem como prioritários os conceitos de sustentabilidade, subsidiariedade e parceria.

Nesta atmosfera de mudança, o turismo e em particular os novos produtos destinados a captar segmentos específicos da procura turística e vinculados a uma maior exigência em matéria de planeamento e sustentabilidade da actividade turística, emergem como oportunidade para revitalizar os territórios de matriz rural, melhorar a qualidade de vida das populações, e valorizar os seus recursos mais relevantes (como o património).

Os ambientes de montanha, com as suas especificidades, constituem um excelente laboratório de análise destas tendências evolutivas. Neste início de milénio, as preocupações mais relevantes em matéria de desenvolvimento sustentável das montanhas decorrem do reconhecimento internacional das diferentes funções de interesse colectivo relacionadas com a utilização dos seus diversos recursos. Importa encontrar instrumentos adaptados às especificidades das montanhas e uma maior articulação entre as diferentes políticas que interferem no seu desenvolvimento, ou seja, é fundamental um ordenamento e gestão participados dos territórios e uma visão prospectiva que tenha como principal preocupação a sustentabilidade económica, social e ecológica.

A transição dos valores produtivos (ou de uso) para os valores de fruição da paisagem, ou pelo menos a valorização das práticas recreativas, é indissociável dos seus recursos ecológicos e culturais, como é o caso dos passeios pedestres.

Reconhecendo que o pedestrianismo é uma actividade com fortes perspectivas de crescimento, assim como o turismo de passeio pedestre, e que os programas de turismo de passeio pedestre, oferecidos no mercado de viagens, privilegiam os territórios de montanha e os espaços de grande interesse natural, estas áreas apresentam um elevado potencial para se desenvolverem como destinos turísticos de passeio pedestre, contrariando as actuais tendências de abandono, degradação e despovoamento.

São áreas que apresentam valores patrimoniais e paisagísticos relevantes, que permitem reorientar a sua vocação e reconverter os espaços, dando-lhes novos usos/funções associados à emergência de um novo sistema social de valores, ligado à sociedade urbana e à fruição de tempos livres, que reconhece como excepcionais as qualidades culturais e naturais que melhor identificam as montanhas.

Neste contexto de valorização de recursos endógenos vinculados ao património, e de novas escolhas geográficas do lazer e do turismo, importante referir também as termas.

Apesar da ancestral ligação entre estes espaços e as características medicinais das águas e actividades terapêuticas, as tendências evolutivas do mercado da procura estão na génese de uma reformulação da oferta e de alguns verdadeiros centros de destino turístico. Deste modo, o turismo de saúde e bem-estar está vinculado às estâncias termais, com investimentos significativos no sentido de conciliar as vertentes terapêutica (clássica) e a de saúde e bem-estar (associada ao lazer e turismo).

Em relação aos textos que integram este livro, o primeiro trabalho, intitulado "Turismo e Desenvolvimento Rural. O caso do Piódão (Aldeias Históricas de Portugal)", analisa o contexto teórico do desenvolvimento rural na Europa e em

Portugal, explica a evolução do turismo e dos turistas, explicita o rural como destino e produto turístico, abrindo caminho para evidenciar programas e iniciativas com apoio público, como é o caso das “Aldeias Históricas de Portugal”. A Aldeia do Piódão, na Serra do Açor/Cordilheira Central Portuguesa, é o estudo de caso para analisar a implementação e os resultados deste tipo de intervenções. Após uma contextualização geral deste micro-território de montanha (através de indicadores demográficos, económicos e sociais), explicamos a construção do “Piódão turístico”, analisamos a participação e a percepção local no âmbito dos processos de mudança relacionados com a implementação de políticas públicas, e aprofundamos a análise em torno dos visitantes (através de um inquérito por questionário que envolveu 550 inquiridos) no sentido de conhecer as suas características, a experiência e a dimensão da visita, e a percepção e avaliação da aldeia.

A dimensão empírica da investigação pretende explicitar o modo como a turistificação e a patrimonialização podem contribuir para a revitalização do tecido económico e social, a requalificação territorial, a melhoria da qualidade de vida da população residente, e o reforço da capacidade local de atracção de visitantes, e assim contribuir para estruturar e implementar novas medidas para o seu desenvolvimento.

O segundo trabalho apresentado nesta obra, intitulado “Turismo e Perspectivas de Desenvolvimento em Espaços de Montanha. O exemplo de Miranda do Corvo” (2011), aparece na mesma linha de reflexão. As dinâmicas recentes de desenvolvimento dos espaços de montanha (europeus) revelam a importância crescente das orientações e instrumentos normativos que pretendem promover a sua diversificação funcional, de forma recorrente no contexto das políticas e iniciativas relacionadas com mundo rural, quando as orientações territorialistas, ambientalistas e patrimonialistas, começaram a valorizar a especificidade e o potencial dos seus recursos mais estratégicos.

O município de Miranda do Corvo, integrado no Pinhal Interior e na Serra da Lousã (Cordilheira Central), é o estudo de caso considerado nesta investigação, no sentido de analisar as trajectórias recentes e explicitar os caminhos que se abrem para o seu desenvolvimento sustentável através de projectos e iniciativas (em escalas geográficas articuláveis) em que o turismo alternativo configura um eixo estruturante para a valorização dos seus recursos eco-culturais e a promoção de uma imagem renovada, atractiva e diferenciada, defendendo-se uma lógica de articulação de políticas, parcerias e redes territoriais.

O terceiro texto, com o título “Caminhos do Xisto: um Novo Destino de Turismo de Passeio Pedestre em Portugal” (2011), enfatiza o turismo de passeio pedestre e explora as suas novas configurações espaciais como é o caso dos “Caminhos do Xisto”. Este trabalho contextualiza, no plano internacional, as temáticas do pedestrianismo, percursos pedestres e turismo de passeio pedestre; explicita, para o caso de Portugal, a distribuição territorial dos percursos pedestres homologados (pela Federação Portuguesa de Campismo e Montanhismo); e apresenta uma análise exploratória da oferta de turismo de passeio pedestre (com base em empresas de animação turística e agências de viagens licenciadas). O destino turístico Aldeias do Xisto, constituído por 24 lugares, nas serras do Pinhal Interior (região Centro), é um espaço reorientado recentemente para novas funções ligadas sobretudo ao lazer e ao

turismo, onde os percursos pedestres são assumidos como factor de inovação do produto turístico. Esta aposta clara num produto turístico, em que o passeio pedestre se assume como um dos principais factores de atracção ou de diversificação, é inovadora em Portugal e meritória de destaque, como exemplo para outras áreas com potencialidades e condicionantes semelhantes.

O último texto, sob o título “Turismo Termal em Portugal: as Perspectivas dos Gestores das Estâncias Termais da Região Centro” (2011), é uma abordagem ao produto turístico termas na Europa e em Portugal, com uma importante aplicação metodológica que permitiu envolver na investigação os responsáveis das unidades termais do Centro de Portugal.

No sentido de se compreender a complexidade da actual dinâmica termal e se definir linhas de orientação e acção para o seu desenvolvimento, foi aplicado um inquérito por questionário aos gestores e administradores das estâncias termais da Região Centro, sobre a situação e as perspectivas das actividades e espaços termais.

Os principais resultados apurados revelam que os responsáveis mostram algumas reservas quanto ao termalismo e estâncias termais, mas são favoráveis à sua reestruturação, atitude que consolida o modelo de desenvolvimento assente em complementaridade e articulação entre as vertentes terapêutica clássica e a de saúde e bem-estar, aliada à componente de turismo e lazer, e numa mais eficaz articulação das estâncias do próprio território onde se inserem com vista à construção de um produto compósito, atractivo e competitivo, que através da apologia na diversificação e diferenciação, se possam constituir como efectivos destinos turísticos.

Coimbra, 27 de Dezembro de 2011.

Professor Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás
Departamento de Geografia e CEGOT
Faculdade de Letras - Universidade de Coimbra (Portugal)

Paulo Carvalho
Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território
Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra (Portugal)

Juliana Correia
Escola Secundária Marquês de Pombal
Lisboa (Portugal)

Turismo e Desenvolvimento Rural. **O caso do Piódão (Aldeias Históricas de Portugal)**

Resumo

Num contexto dominado pela multifuncionalidade e valorização da especificidade e potencial dos recursos do mundo rural, em que assumem prioridade os conceitos de sustentabilidade, subsidiariedade e parceria, o turismo e em particular os novos produtos destinados a captar segmentos específicos da procura turística, emerge como oportunidade para revitalizar os territórios de matriz rural, melhorar o nível e a qualidade de vida das populações; e valorizar os seus recursos mais relevantes.

A matriz empírica da nossa investigação está relacionada com a implementação de programas de turistificação e patrimonialização, como as Aldeias Históricas de Portugal (1994-2006), designadamente através de um caso de estudo (Piódão – Cordilheira Central), no sentido de explicitar os resultados das intervenções e o modo como contribuíram para a revitalização do tecido económico e social, a requalificação territorial, a melhoria da qualidade de vida dos seus habitantes e o reforço da capacidade local de atracção de visitantes.

1. Introdução

A política da União Europeia para o mundo rural reflecte a transição de uma concepção agrícola, centrada no apoio e estímulo directo às produções e aos agricultores, que coincide com um período de acentuado enfraquecimento e desvitalização económica, social e demográfica do espaço rural, para uma concepção pós-agrícola alicerçada na valorização de novas actividades (como os lazeres turísticos) como suporte essencial da renovação e viabilidade do mundo rural

(Holloway e Kneafsey, 2004; Estrada, 2006; Woods, 2007), que por sua vez acompanha o maior interesse dos territórios e das paisagens rurais por parte da população urbana (Lane, 1994; Donadieu, 1999; Cavaco, 2005).

Sem abandonar a função tradicional de produzir alimentos e outras matérias-primas, a agricultura deve cumprir também outras funções cada vez mais relevantes para a sociedade (Fernández, 2002; Iglésias, 2004; Arroyo, 2006), nomeadamente a ambiental (contribuir para a conservação da paisagem e do suporte físico) e social-territorial (contribuir para a diversidade das áreas rurais e para o desenvolvimento territorial equilibrado). A agricultura e os recursos rurais, designadamente o “património paisagístico, histórico, construído e cultural, incluindo edifícios e saberes-fazer tradicionais” (Cavaco, 1999-a: 138), configuram âncoras fundamentais para actividades como o turismo em espaço rural.

Esta transição para um modelo de desenvolvimento centrado na sociedade rural e na estruturação das suas paisagens (Redelif, Haan e Kasinis, 1997; Akroid, 2003), privilegiando a dimensão territorial, ambiental e patrimonial destes territórios de baixa densidade, tem como pilar a multifuncionalidade da agricultura e do mundo rural e reconhece a singularidade e especificidade destes territórios que concentram um potencial de recursos que merece ser valorizado e preservado, e que são cada vez mais apreciados pela sociedade urbana (Cavaco e Moreno, 2006). O objectivo central é conciliar a prática agrícola com as preocupações ambientais, paisagísticas e com a preservação e valorização do património cultural e natural, onde os conceitos de sustentabilidade, subsidiariedade e de parceria comandam as principais orientações para o desenvolvimento das áreas rurais e a melhoria da qualidade de vida das suas populações (Vergunst, Árnason e Shucksmith, 2009).

O turismo e em particular os novos produtos destinados a captar segmentos específicos da procura turística e vinculados a uma maior exigência em matéria de planeamento e sustentabilidade da actividade turística, emergem como oportunidade para revitalizar territórios de matriz rural, melhorar a qualidade de vida das populações, e valorizar os seus recursos mais relevantes como o património natural, cultural e paisagístico (Butler, Hall e Jenkins, 1998; Hall, Roberts e Mitchell, 2003; Carvalho, 2009).

As Aldeias Históricas de Portugal são um exemplo relevante para analisar a implementação e os resultados de intervenções recentes neste domínio. Após uma contextualização geral dos objectivos e instrumentos de gestão que suportam as iniciativas promovidas em 1994-2006, aprofundamos a análise sobre esta temática a partir de um caso de estudo: a aldeia do Piódão (Serra do Açor – Cordilheira Central), no sentido de explicitar a importância do turismo e das Aldeias Históricas para a evolução recente deste micro-território de montanha e analisar a percepção dos residentes e dos visitantes em relação aos efeitos (*in situ*) dos processos de turistificação e patrimonialização.

2. O turismo no contexto das novas oportunidades para o desenvolvimento do mundo rural

2.1 O turismo e os turistas: principais tendências evolutivas

É sobretudo a partir dos anos 70 do séc. XX, que emerge a procura de novas actividades e de novos espaços, face aos problemas que se começaram a verificar nos locais tradicionais de turismo de massas e face à “inadequación de los productos turísticos propuestos y las necesidades, siempre en evolución de las clientelas turísticas” (Torres, 1998: 148).

“Desenham-se novas tendências, a partir da diversificação e segmentação dos interesses dos turistas” (Carvalho, 2006: 5), e surge o designado “turismo alternativo” ou complementar, que na opinião de Sirgado (2001: 77), citando autores como Pearce (1989) e Smith e Eadington (1992), se traduz “na afirmação de um novo paradigma, que podemos formular como um turismo ambiental e humanamente responsável, orientado por um imaginário de simbiose turista-ambiente-comunidade de acolhimento”. Na opinião de Torres (*op. cit.*, 150), o turismo alternativo configura “toda aquella oferta turística diferente a la existente (sol y playa) sin limitación espacial, pues todos los espacios pueden ser considerados potencialmente turísticos, ni temporal ya que tampoco tiene una duración específica, puede demandarse para un sólo día, incluso sin pernoctación, para una semana o incluso para la totalidad de las vacaciones anuales”.

A afirmação deste novo turismo, por oposição a um turismo vinculado a férias padronizadas, dirigidas a uma clientela indiferenciada e massificada (Poon, 1993), decorre da crescente liberalização aérea, reestruturação económica, preocupação ambiental e flexibilização das férias, e não pode ser dissociada das mudanças de comportamento dos turistas.

Com efeito, em relação às novas atitudes dos turistas, um estudo da Organização Mundial do Turismo (publicado em 2003), citado por Barros (2004: 88), considera que “os turistas são hoje mais activos do que no passado. Para além disso, os interesses vão-se diversificando e segmentando, a saber: o maior interesse na recreação, nos desportos, na aventura, no conhecimento da história e da cultura, na natureza e na vida selvagem das áreas visitadas”. Por outro lado, os turistas são cada vez mais participativos e exigentes, mais preocupados com a sustentabilidade dos territórios e a preservação dos bens patrimoniais, e menos influenciados pelas perspectivas da oferta turística massificada (Carvalho, *op. cit.*). Entre outros autores, também Neto (1998) afirma que o turista será cada vez mais exigente e culto, que procurará orientar as suas escolhas em função da qualidade, que sentirá uma necessidade absoluta de informação, que procurará a originalidade, a diferença e que querará desenvolver férias activas, deslocando-se preferencialmente para locais aprazíveis e com pouca densidade turística.

A Direcção Geral do Turismo (2002), também apresenta algumas características do turista do futuro, e que vão enfatizar os seguintes vectores determinantes: necessidades de informação; exigência de qualidade; necessidade de férias activas/desportivas; uso crescente da segunda residência ou apartamento de férias; recurso mais forte a férias individuais; recurso mais frequente a pequenas “pausas” e a férias secundárias fora da época alta, além da redução da duração das férias principais; sofisticação dos padrões de consumo dos potenciais turistas;

interesse pela vivência de experiências de índole cultural; e por fim, a consciência e exigência do “value for money”.

Em síntese, como refere Cavaco (1996: 11), “estamos a assistir a uma maior atenção a novas formas de turismo, perspectivadas numa lógica de equilíbrio e de respeito nas vertentes natural, social e psicológica”, e assim, como assinala Mcgettigan (2005), emergem novos produtos/tipologias em resposta ao facto de os consumidores serem cada vez mais especializados, exigentes, esclarecidos e predispostos a participar nas actividades turísticas.

Portugal não foi alheio a este fenómeno, e a partir da década de 80 (século XX) consolida-se como destino turístico, vindo progressivamente a encontrar novos caminhos para a sua oferta (Cravidão, 2006).

Na actualidade é inquestionável a importância do turismo para a sociedade e economia portuguesa, colocando o país, segundo a OMT, entre os 15 maiores receptores de turistas a nível europeu e os 25 maiores a nível mundial, ocupando em 2006, a 12ª posição no ranking europeu (quota de 2,47%) e o 19º lugar em termos mundiais (quota de 1,34%), (ICEP, 2008: 53).

Segundo dados oficiais do Instituto Nacional de Estatística, no mesmo ano, entraram em Portugal 11,3 milhões de turistas estrangeiros, ou seja, mais 6,3% do que no ano anterior. O número de dormidas na hotelaria global ascendeu a 25,2 milhões (um acréscimo de 5,6% em relação ao ano 2005), e as receitas turísticas também mantiveram uma tendência crescente (+ 7,3% em 2006) (ICEP, *op. cit.*).

As tendências recentes do turismo influenciaram as orientações nacionais para este sector. Não esquecendo documentos de grande relevância, como é o exemplo do Plano Nacional de Turismo (1986), importa referir o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) – aprovado em 2007 (Resolução do Conselho de Ministros nº. 53/2007). Este instrumento orientador do desenvolvimento para o sector do turismo nos próximos anos, pretende contribuir para a criação de uma nova imagem de Portugal e das suas regiões enquanto destinos turísticos, no sentido de divulgar algo mais que o “sol e a praia”.

A visão para o turismo de Portugal é sedimentada em pilares como o crescimento de forma sustentada do país¹ como destino turístico (acima da média europeia, particularmente em termos de receitas); o aumento da contribuição do turismo para o PIB nacional e para o emprego qualificado e a dinâmica do turismo interno; e a articulação do turismo com outras áreas, nomeadamente o ordenamento do território, o ambiente, o desenvolvimento rural, o património cultural, a saúde, o desporto, as infra-estruturas e o transporte aéreo.

Para responder aos desafios, o PENT definiu cinco eixos de intervenção (território, destinos e produtos; marcas e mercados; qualificação de recursos; distribuição e comercialização; e inovação e conhecimento), cuja concretização

¹ De acordo com o PENT, Portugal ambiciona crescer o número de turistas em 5% ao ano (de forma a ultrapassar os 20 milhões de turistas estrangeiros em 2015) e as receitas em cerca de 9% (de modo a superar o patamar dos 15 mil milhões de euros nesse ano). A prossecução destas metas permite pensar que o turismo represente, em 2015, mais de 15% do PIB e 15% do emprego do país.

requer a implementação de 11 projectos², a vários níveis e englobando diversas entidades (administração central, regional e local; associações sectoriais, empresariais e regionais; e empresas directa ou indirectamente relacionadas com a actividade turística),

No que diz respeito à estratégia de produtos, o PENT define a consolidação e o desenvolvimento de dez produtos turísticos³ que abrangessem todas as regiões (Norte e Porto; Centro; Lisboa; Alentejo; Algarve; Açores; e Madeira), embora com o propósito de desenvolver ofertas diferenciadas, capitalizando na vocação natural de cada região e desenvolvendo factores de qualificação. De igual modo, é considerado estratégico desenvolver seis novos pólos turísticos (para além do pólo região Açores): Douro, Serra da Estrela, Oeste, Alqueva, Litoral Alentejano e Porto Santo.

A título de exemplo, podemos referir, segundo o PENT, que os “produtos chave para o crescimento da Região Centro de Portugal são o circuito turístico (*touring*) cultural e paisagístico (rotas arqueológicas e de património arquitectónico e artístico) e o turismo de natureza, completados por quatro produtos – conjuntos turísticos (*resorts*) integrados e turismo residencial, golfe, saúde e bem-estar, e gastronomia e vinhos. (...) Das acções necessárias para o desenvolvimento da região, destaca-se a criação de rotas temáticas para o circuito turístico (*touring*)”.

A tentativa de alterar a imagem turística, através da diversificação e diferenciação dos produtos turísticos, em conformidade com as características e as potencialidades de cada uma das regiões, parece estar em linha, entre outros indicadores, com as alterações nos hábitos de férias dos Portugueses. O aumento do nível de vida e do rendimento, a democratização das viagens, a melhoria das vias de comunicação, a crescente urbanização do país e o encurtamento das distâncias relativas associadas ao aumento da taxa de motorização dos portugueses, foram factores decisivos para que, do lado da procura, se gerassem condições para o crescimento da actividade turística fora dos destinos tradicionais, localizados no litoral (Cavaco, 1999-b; Cravidão, *op. cit.*; Novais, 2006).

Em trabalho recente, a respeito das férias dos Portugueses por tipo de ambiente, reconhecemos o potencial do turismo na arquitectura de destinos alternativos. Embora com valores reduzidos, começa a evidenciar-se um crescimento da procura de novos tipos de ambientes, como é o exemplo das Montanhas (5.3%), das Termas (2.5%) e das Cidades (12.1%) (Carvalho e Correia, 2009). O Campo, apesar de um ligeiro decréscimo entre 2005 e 2006 (de 13.6% para 12.2%), permanece como a primeira opção no âmbito dos ambientes de férias

² 1) Produtos, destinos e pólos; 2) Intervenção em zonas turísticas de interesse (urbanismo, ambiente e paisagem; 3) Desenvolvimento de conteúdos distintos e inovadores; 4) Eventos; 5) Acessibilidade aérea; 6) Marcas, promoção e distribuição; 7) Programa de qualidade; 8) Excelência no capital humano; 9) Conhecimento e inovação; 10) Eficácia no relacionamento Estado-empresa; 11) Modernização empresarial.

³ Os produtos turísticos subdividem-se em sol e mar; circuito turístico (*touring*) cultural e paisagístico; estadias de curta duração em cidade (*city break*); turismo de negócios; turismo de natureza; turismo náutico (inclui os cruzeiros); saúde e bem-estar; golfe; conjuntos turísticos (*resorts*) integrados e turismo residencial; e gastronomia e vinhos.

alternativos (DGT, 2006). Contudo, a Praia continua a ser o destino preferencial dos turistas para gozo das suas férias, mantendo inalteráveis os valores comparativamente ao ano de 2005, de quase 67% (DGT, 2007).

Em relação ao ambiente preferido para os residentes no Continente, com 15 ou mais anos, que não gozaram férias no referido ano, a Praia continua a ser o alvo preferencial da sua escolha (51,7%), seguido do ambiente do Campo (22,9%) e das Termas (12,7%) – (DGT, *op. cit.*).

Segundo dados oficiais da Direcção Geral do Turismo (2007), esta desigualdade nos diferentes tipos de ambiente, reflecte verdadeiramente, os principais destinos de férias dos Portugueses no seu próprio país. Deste modo, no ano de 2006, destacam-se como áreas preferenciais de férias pelos Portugueses, em primeiro lugar, a região do Algarve (28,7%), seguindo-se a região Norte (17,2%) e, por fim, a região Centro com 8,6%. Os arquipélagos da Madeira e dos Açores⁴ também se encontram no quadro de destinos preferidos pelos Portugueses, de cerca de 7,8% e 8,3%, respectivamente (Carvalho e Correia, *op. cit.*).

A importância do espaço rural como destino e produto turístico alternativo merece uma análise mais detalhada, com o propósito de explicar a sua evolução recente.

2.2 O rural como destino e produto turístico

Apesar das diferentes perspectivas sobre o turismo em espaço rural⁵ (TER), é possível identificar um conjunto de características comuns (transversais) que as várias definições abordam, nomeadamente a utilização de recursos naturais e culturais que são próprios dos territórios e das paisagens; a preocupação de conservar e valorizar diversos patrimónios; a reduzida dimensão da unidade de exploração e dos equipamentos/infra-estruturas associados; a participação dos turistas nas actividades e nos costumes locais; o tratamento personalizado dos utentes (carvalho, 2009).

É reconhecido que a oferta turística em espaço rural, em particular o número de estabelecimentos e a capacidade de alojamento, conheceu nas últimas duas décadas um crescimento muito significativo por todo o país e muito em especial na região Norte.

⁴ A respeito da atracção turística dos arquipélagos portugueses, note-se que em 2007, numa selecção de 111 ilhas ou arquipélagos, os Açores obtiveram o 2º lugar na votação dos mais atractivos destinos do Mundo, uma iniciativa da *National Geographic Traveler* que reuniu um painel de 522 peritos em turismo sustentável. Num total de 100 pontos possíveis, os Açores receberam 84 pontos, face aos 87 pontos que as Ilhas Faroe, as mais votadas, receberam (ICEP, *op. cit.*, 53).

⁵ Esta designação envolve um conjunto diversificado de actividades turísticas (alojamento, animação e diversão) e apresenta como características principais a utilização de recursos endógenos (naturais e culturais), a preocupação de conservar e valorizar património(s), a pequena dimensão da unidade de exploração, a atitude participativa e o tratamento personalizado dos turistas. Contudo, é uma actividade muito selectiva e apenas alguns territórios apresentam potencial para serem, progressivamente, incorporados na categoria de espaços de turismo. Prefigura um dos caminhos para o desenvolvimento, que deve ser integrado numa estratégia territorial sustentável (Carvalho, 2007).

No ano de 2007, estavam em funcionamento em Portugal 1023 unidades de turismo no espaço rural, com um total de 11327 camas (as modalidades de turismo rural e turismo de habitação concentravam quase 60% das camas disponíveis) e 664500 dormidas. Os residentes em Portugal foram responsáveis por 55% e os residentes no estrangeiro asseguraram 45% das dormidas estimadas para o país – a Alemanha com uma quota de 25% do total das dormidas, liderou o ranking dos mercados estrangeiros. Em relação a 2006, foram contabilizadas mais 461 camas (4,2%), mais 11 unidades (1,1%) de TER e mais 165000 dormidas (33%).

Em 2008, de acordo com os últimos dados disponíveis (Turismo de Portugal), foram contabilizadas 1047 unidades de turismo de habitação e turismo no espaço rural, com um total de 11692 camas (o que corresponde a um acréscimo de 3,2% em relação a 2007). O número de dormidas (523500) decresceu 21,2% face a 2007 (a que corresponde uma diminuição efectiva de 145000). A procura é mais intensa no Alentejo, Norte e Centro (com 75% das dormidas, ou seja, mais 3% em relação a 2007) e os residentes em Portugal foram responsáveis por 56% das dormidas estimadas.

A construção da oferta de turismo em espaço rural é tributária de um conjunto de alterações sociais e também de importantes apoios e incentivos financeiros públicos no âmbito de novas orientações políticas⁶ (como já se referiu).

Em relação às primeiras, Ribeiro (2003) assinala factores como os “níveis crescentes de instrução da população, o aumento dos tempos livres e as novas tendências de gestão e usufruto dos mesmos – férias repartidas –, a melhoria das infra-estruturas de acesso e das comunicações, e refere um movimento de revalorização do mundo rural, na génese da tentativa de encontrar contrapontos, antídotos e compensações, face à crescente artificialidade, insegurança, standardização, impessoalidade, saturação, dos modos e contextos de vida urbanos”.

Ao mesmo tempo, as actividades de turismo rural beneficiaram, desde meados dos anos 70 (século XX), de importantes apoios financeiros e do interesse político nacional e comunitário, que em sucessivos quadros normativos estruturaram a sua evolução (no sentido de consignar novas modalidades⁷, ganhar novos espaços geográficos, e alargar a sua esfera de acção a outras actividades e serviços complementares, nomeadamente a animação turística) e consagraram ao TER destaque entre as opções de desenvolvimento rural (Cavaco, 1999-b; 1999-c; 2005; Joaquim, 1999; Ribeiro, 2003; Carvalho, 2007).

Na actualidade, segundo a legislação em vigor (Decreto-Lei n.º. 39/2008, de 7 de Março), os empreendimentos de turismo no espaço rural são descritos como os “estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto

⁶ A relevância do TER em Portugal é indissociável de um conjunto diversificado (mas desarticulado) de instrumentos operacionais, envolvendo entidades e metodologias de gestão muito diferentes, que dificultam uma análise global desta realidade.

⁷ As formas de alojamento consignadas até 2002 abrangem o turismo de habitação, o turismo rural, o agro-turismo, o turismo de aldeia, as casas de campo, os hotéis rurais e os parques de campismo rurais.

de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural”.

Uma das principais alterações que este diploma introduziu face à anterior legislação do sector (Decreto-Lei nº. 54/2002, de 11 de Março), “consiste na redução do número de empreendimentos turísticos nos espaços rurais, nomeadamente do turismo de habitação⁸, que (agora) tanto pode ocorrer em espaços rurais, como em espaços urbanos, desde que as unidades estejam instaladas em edifícios particulares que, pelo seu valor arquitectónico, histórico ou artístico, sejam representativos de uma determinada época” (Fonseca e Ramos, 2008: 6). Com efeito, o citado decreto-lei (que consagra o novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos) classifica os empreendimentos de turismo no espaço rural nas seguintes categorias: casas de campo⁹, agro-turismo e hotéis rurais (Correia, 2009).

Como referimos, o alargamento do conceito de TER ao domínio da animação está relacionado com a necessidade de criar e desenvolver ofertas complementares ao alojamento, ou seja, proporcionar aos turistas das áreas rurais uma oferta completa e diversificada, que inclua para além do alojamento, actividades de animação e diversão turística.

Este complemento, na óptica de diversos autores, pretende aumentar a permanência média dos turistas (que continua a mostrar uma grande resistência em prolongar a sua estada além dos dois/três dias) (Ribeiro, 2003); promover mais consumo e, principalmente, constituir uma forma de fidelizar clientes para novos períodos de férias (Ferreira, 2004); rendibilizar o investimento, o trabalho e a perda de independência, face a taxas médias de ocupação baixas e curtas (principalmente durante os meses de Outono e Inverno) (Cavaco, 1999-c); e atingir outros objectivos, como se depreende do facto das actividades de animação ou diversão dos turistas contribuírem para a divulgação das características, produtos e tradições das regiões, designadamente o seu património natural, paisagístico e cultural, os itinerários temáticos, a gastronomia, o artesanato, o folclore, a caça, a pesca, os jogos e os transportes tradicionais (Cavaco, *op. cit.*).

A importância das actividades de animação turística em contexto rural é também abordada num recente estudo de Jesus *et al.* (2008: 5), centrado na região de Dão-Lafões. Estas autoras afirmam que se “as motivações inerentes às deslocações para áreas rurais apelam frequentemente ao descanso entre a natureza e a tranquilidade, o sucesso do turismo no espaço rural não pode resignar-se a proporcionar estadas passivas nos meios de acolhimento”.

A par de outros elementos, tais como “o alojamento, a restauração, os transportes e serviços diversos, a animação é um elemento fundamental de qualquer destino turístico, podendo concorrer decisivamente para a diferenciação de um destino e, assim, garantir-lhe uma vantagem competitiva face a destinos

⁸ O turismo de habitação, desde a sua origem (anos 70), esteve sempre associado aos espaços rurais.

⁹ “Quando cinco ou mais casas de campo situadas na mesma aldeia ou freguesia, ou em aldeias ou freguesias contíguas sejam exploradas de uma forma integrada por uma única entidade, podem usar a designação de turismo de aldeia” (Decreto-Lei nº. 39/2008: 1444).

alternativos” (Vieira, 2005: 3). No caso dos destinos rurais, em que os produtos disponibilizados se encontram, por vezes, limitados à oferta de alojamento e pouco mais, o défice de animação poderá efectivamente representar um forte constrangimento ao desenvolvimento turístico dessas áreas, e estar na base da menor aceitação destes destinos pelos grupos urbanos mais jovens (Vieira, *op. cit.*).

Deste modo, é importante proporcionar actividades que se adaptem às especificidades dos territórios e à tipologia do público-alvo (juvenil, adulto e sénior), para além das conhecidas e muito valorizadas dimensões como o “conforto, a proximidade da natureza, e o ambiente familiar”, o certo é que muitos dos turistas (os mais activos, conscientes e participativos), “solicitam uma oferta de animação mais diversificada, e que podem variar desde os passeios pelo campo, os desportos radicais aos passeios culturais” (*idem, ibidem*).

Por outro lado importa também ter presente que, em destinos rurais, o turista procura sobretudo “actividades de animação com elevado grau de autenticidade, integradas nas particularidades da vida local” (Jesus *et al.*, *op. cit.*). Ou seja, o mais importante reside no “espírito do lugar”, e as áreas rurais são detentoras de elementos que as tornam em lugares únicos e singulares, designadamente o património natural, cultural e paisagístico.

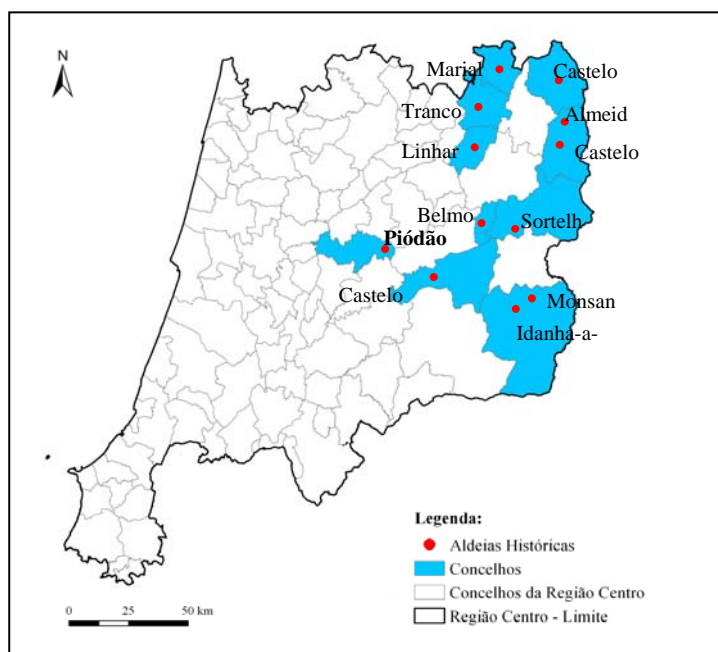
3. Novos produtos turísticos em Portugal

3.1 O exemplo das Aldeias Históricas

Nesta atmosfera de valorização dos recursos ecológicos, culturais e paisagísticos, e sua articulação com as novas utilizações e funções dos territórios rurais, em particular as actividades e as práticas turísticas, destacam-se diversas iniciativas que pretenderam integrar objectivos patrimoniais, económicos e sociais numa estratégia de desenvolvimento que, do mesmo modo, também visou objectivos turísticos, como é o caso das Aldeias Históricas de Portugal (Região Centro). Esta iniciativa, lançada no âmbito do Quadro Comunitário de Apoio II (através do Programa de Promoção do Potencial de Desenvolvimento Regional, com uma dimensão nacional), e com continuidade no Quadro Comunitário de Apoio III (através do Programa Operacional da Região Centro, nomeadamente a Acção Integrada de Base Territorial “Acções Inovadoras de Dinamização das Aldeias”), abrangeu de forma selectiva uma dezena de lugares (Almeida, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-a-Velha, Linhares da Beira, Marialva, Monsanto, Piódão e Sortelha), em 1994-1999, a que se juntaram mais dois lugares (Belmonte e Trancoso), em 2000-2006 (Carvalho e Correia, 2008) – figura 1, e envolveu um investimento superior a 40 milhões de euros.

As linhas de acção foram direccionadas para as infra-estruturas básicas, a salvaguardar e valorização do património (através de intervenções ao nível das fachadas e coberturas das estruturas edificadas), a promoção e divulgação do território e a animação das economias locais (CCRC, 2002). Pretendia-se com as estratégias definidas atingir os seguintes objectivos gerais: o desenvolvimento social e económico; a preservação da memória através da valorização do legado histórico; a dinamização do potencial turístico-cultural; e a participação dos actores locais

públicos e privados em parceria com os diferentes níveis da Administração, com vista à integração e articulação de recursos territorialmente dispersos, e assim, criar um circuito de promoção turística designado “Aldeias Históricas de Portugal”, como uma estratégia de divulgação dos recursos eco-culturais (dispersos) destas aldeias, e uma mais-valia para o desenvolvimento destes territórios com dificuldades estruturais, decorrentes do progressivo abandono demográfico e da desvitalização económica e social.



Fonte: Correia (2009).

Figura 1. Enquadramento das Aldeias Históricas na Região Centro de Portugal

O quadro 1 permite visualizar a tipologia de projectos que constituíram as grandes linhas de actuação das Aldeias Históricas, assumindo a valorização do património a maior parcela de investimento financeiro (cerca de 12 milhões de euros), seguido pelas intervenções ao nível das infra-estruturas básicas (7 milhões de euros), a recuperação de fachadas (4,6 milhões de euros) e a construção de equipamentos turísticos (4,2 milhões de euros). A criação de microempresas foi a linha de acção onde se investiu menos, registando um apoio financeiro no total de 150 mil euros. Por outro lado, importa destacar o investimento em acções de animação e promoção (no mercado nacional e internacional), e em publicações (como, por exemplo, a “Carta do Lazer das Aldeias Históricas”, editada em 2000), que perfazia (em 2002) quase 3 milhões de euros.

Quadro 1. Tipologia de projectos financiados para as Aldeias Históricas de Portugal, em 1995-2002

Tipologia de Projectos	QCA II (1995-1999)	QCA III (2000-2002)	Total (Euros)
Infra-estruturas Básicas	5.972.413	844.235	6.816.649
Valorização do Património	6.682.784	5.251.531	11.934.315
Arranjos Urbanísticos	1.488.999	1.353.542	2.842.541
Fachadas Recuperadas	3.985.937	690.360	4.676.297
Equipamentos Turísticos	4.241.764	-	4.241.764
Casas de Campo	770.384	-	770.384
Micro Empresas	151.697	-	151.697
Ações de Animação e Promoção	826.202	691.258	1.517.460
Publicações Editadas	1.467.576	20.000	1.487.576
Estudos e Apoio Técnico	865.713	86.372	952.085
Total	26.453.471	8.937.297	35.390.768

Fonte: CCRC (2002).

Em relação à tipologia de promotores, até 2002, destacam-se as Câmaras Municipais como os principais responsáveis por quase 65% do investimento total e 63% dos projectos realizados. Em simultâneo, embora com menor representatividade destacam-se outras entidades que protagonizaram importantes investimentos, nomeadamente o Instituto de Gestão do Património Arquitectónico (IPPAR), o INATEL, as Associações de Desenvolvimento Local e alguns empresários locais.

Através do quadro 2 podemos verificar que a distribuição geográfica do investimento é também muito desigual entre as aldeias nos dois momentos de apoio (QCA II e III), repartindo-se segundo o intervalo de variação de 1,4 milhões de euros (Castelo Mendo) a 8 milhões de euros (Linhares da Beira).

3.2. Piódão (Serra do Açor): das intervenções às perspectivas dos residentes e visitantes

Centrando a análise na aldeia do Piódão (figuras 1 e 2), importa evidenciar, de forma prévia, a dimensão histórica dos principais problemas estruturais que marcam a evolução deste micro-território de montanha, nomeadamente o isolamento, a escassez de recursos, o afastamento e o desinteresse dos poderes públicos, o despovoamento (entre 1960 e 2001, o Piódão perdeu quase 80% da população residente, fixando-se em cerca de 60 habitantes), o envelhecimento (44% da população residente na freguesia do Piódão apresentavam 65 ou mais anos e apenas

10% eram jovens), o baixo nível de escolaridade e o abandono da paisagem rural (como consequência do declínio acentuado das actividades económicas tradicionais).

Contudo, estamos em sintonia com Moreno (1999: 407), quando refere que o PAH “constituiu uma oportunidade estratégica de promoção do desenvolvimento e projecção do Piódão, e um eixo incontornável em matéria de análise explicativa das mudanças que, desde então, marcam esta aldeia”.

Quadro 2. Investimento financeiro realizado nas Aldeias Históricas de Portugal (1995-2002)

Aldeia	QCA II (1995-1999)	QCA III (2000-2002)	Total (Euros)
Almeida	5.232.853	437.789	5.670.642
Castelo Mendo	1.331.164	49.561	1.380.725
Castelo Novo	48.972	2.140.623	2.189.595
Castelo Rodrigo	2.606.873	740.661	3.347.534
Idanha-a-Velha	1.587.530	1.723.597	3.311.127
Linhares da Beira	2.437.803	5.434.552	7.872.355
Marialva	2.243.556	1.122.549	3.366.105
Monsanto	1.482.858	255.463	1.738.321
Piódão	5.314.004	241.797	5.555.800
Sortelha	1.793.043	481.896	2.274.939
Trancoso	-	-	-
Belmonte	-	-	-
Projectos Transversais	2.374.815	272.612	2.647.427
Total	26.453.471	12.901.101	39.354.571

Fonte: CCRC (2002).

Neste contexto, é relevante enfatizar o plano de candidatura do Piódão (Plano de Aldeia) ao Programa das Aldeias Históricas, em particular as linhas de intervenção definidas para o seu desenvolvimento. A informação publicada pela Comissão de Coordenação da Região Centro (CCRC) relativa aos Planos de Aldeia, apesar de resumida, permite compreender o essencial do Programa de Intervenção definido para o Piódão. Quanto às principais linhas de intervenção, verificamos que a actuação pública aparece segmentada em cinco grandes domínios:

– As infra-estruturas (com a melhoria das condições de salubridade das redes de esgotos e de abastecimento de água, o enterramento das redes de electricidade e de comunicação e a construção de três estações de tratamento de águas residuais);

- Os acessos viários (com o alargamento e rectificação da estrada de acesso à aldeia, de traçado muito abrupto e sinuoso);
- A sinalização (através da implantação de sinalização nos acessos e no interior da aldeia de modo a torná-la mais “visível” e a facilitar a orientação dos visitantes);
- A aquisição e remodelação de um imóvel destinado a Posto de Turismo;
- A realização de pequenos trabalhos de recuperação e de beneficiação da Igreja Paroquial sob responsabilidade do (antigo) Instituto Português do Património Arquitectónico (IPPAR).



Fonte: Correia (2009)

Figura 2. A aldeia do Piódão (Serra do Açor/Cordilheira Central), em 2010

Em paralelo, pretendia-se uma cooperação da autarquia com as populações e organismos locais, prestando apoio técnico e financeiro em obras de recuperação e de reposição da traça original dos imóveis (fachadas e telhados).

Quanto ao apoio concedido às economias locais, as acções a desenvolver foram no sentido do melhor acolhimento do visitante, ou seja, a promoção e o desenvolvimento do potencial turístico da aldeia. Pretendia-se intervir ao nível do alojamento com a construção de uma Pousada que respeitasse integralmente as características arquitectónicas da aldeia (a Estalagem do Piódão), e na dinamização das artes e ofícios tradicionais com a criação de ateliês de artesanato e lojas de venda de produtos locais das freguesias vizinhas (trabalhos em madeira, aguardente de mel, mel, cestaria, doçaria, entre outros).

Quadro 3. Investimento e projectos concretizados na aldeia do Piódão (1995-2002)

Tipologia de Projectos	Intervenções (Nº)	Investimento Elegível	Comparticipação FEDER	%
Infra-estruturas Básicas	7	1.319.158	981.970	23,9
Valorização do Património	1	32.921	24.690	0,6
Arranjos Urbanísticos	1	45.424	31.797	0,8
Fachadas Recuperadas	49	174.111	130.583	3,2
Equipamentos Turísticos	2	3.757.963	2.818.472	68,1
Casas de Campo	2	106.295	40.777	1,9
Micro Empresas	-	-	-	-
Acções de Animação e Promoção	7	31.326	23.038	0,6
Publicações Editadas	2	49.333	37.000	0,9
Estudos e Apoio Técnico	-	-	-	-
Total	71	5.516.532	4.088.328	100

Fonte: CCRC (2002).

Unidade: Euros.

No caso do Piódão, o investimento total, segundo elementos publicados em 2002, foi de 5,5 milhões de euros, distribuído por 71 intervenções (quadro 3). Do conjunto de intervenções realizadas destacamos os equipamentos turísticos (o exemplo mais relevante é a Estalagem da Fundação INATEL, com 3,8 milhões de euros de investimento); as infra-estruturas básicas (1,4 milhões de euros) e a recuperação de fachadas e coberturas (174 mil euros).

Como referimos em trabalho anterior¹⁰, são visíveis os efeitos locais deste programa (e de outros complementares¹¹), em especial no âmbito das novas actividades (comércio de artesanato; serviços de cafetaria, restauração e alojamento turístico) e equipamentos culturais (posto de turismo e museu).

Por outro lado, encontramos sinais evidentes dos efeitos positivos das intervenções de requalificação e revitalização (decorrentes das Aldeias Históricas) na evolução do número de visitantes em particular no período de 2001 até 2003,

¹⁰ Carvalho e Correia (2008).

¹¹ Importa referir as dinâmicas recentes que decorrem na Aldeia por via de projectos e realizações de outros programas, em especial no âmbito do desenvolvimento agrícola/rural, em que se destaca o papel da Associação de Compartes da Freguesia do Piódão.

No que diz respeito ao Programa LEADER não foi possível obter informação sobre a sua incidência no Piódão, apesar da nossa insistência junto da entidade local credenciada (ADIBER).

atingindo neste último ano o valor máximo de visitas (24175 visitantes) – o valor médio para o período em que existem dados disponíveis, ou seja 1999-2008, é de 16.726 visitantes/ano.

Importa recordar que os eixos vertebradores das intervenções no âmbito das Aldeias Históricas configuram objectivos económicos, sociais e patrimoniais, no sentido de melhorar a qualidade de vida dos residentes (designadamente através da renovação e ampliação da rede de infra-estruturas básicas), criar novas actividades económicas, em particular as relacionadas com o turismo, fomentar a oferta local de emprego e fixar população.

Na perspectiva da população residente, tendo como suporte inquéritos por questionário (realizados em meados de 2008), podemos afirmar que as principais vantagens decorrentes das intervenções estão relacionadas com a ampliação/reforço das redes de infra-estruturas básicas (água, energia eléctrica e saneamento), o turismo (número de turistas, nova imagem da aldeia e sua divulgação), a recuperação do património construído, a construção da piscina fluvial e o arranjo urbanístico do Largo Cónego Nogueira, por ordem decrescente de importância, respectivamente (Carvalho e Correia, 2009).

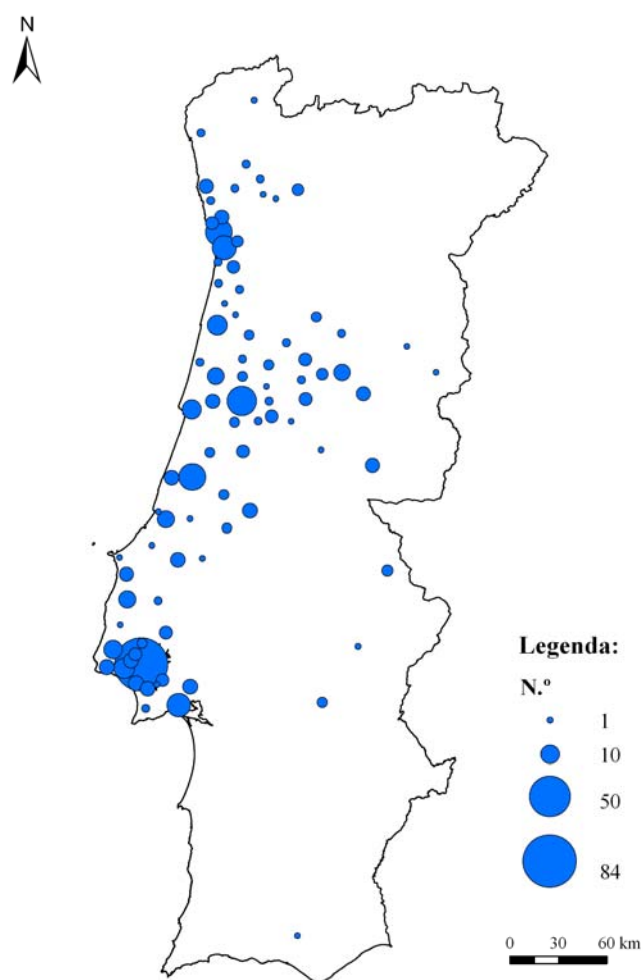
As maiores preocupações manifestadas pelos residentes no Piódão, no contexto das Aldeias Históricas, enfatizam o turismo e algumas atitudes e comportamentos dos turistas (nomeadamente os seus efeitos negativos em termos de estacionamento na Aldeia, e de privacidade, tranquilidade e segurança dos residentes), o funcionamento da ETAR (estação de tratamento de águas residuais domésticas) e o desinteresse em recuperar a piscina e o seu espaço envolvente (destruídos pela acção tempestuosa das águas, após o incêndio florestal de 2005). As respostas permitiram, ainda, perceber algumas críticas e incompreensão em relação às alterações arquitectónicas de alguns imóveis e no que diz respeito ao acesso (dos privados) aos apoios financeiros para intervenção nas estruturas edificadas. Prevalece, em geral, a ideia de que o esforço de investimento do Programa foi orientado no sentido de privilegiar (mais) os visitantes, relegando para segundo plano os quem vive diariamente na aldeia (Carvalho e Correia, *op. cit.*)

Em relação aos melhoramentos a concretizar no Piódão, as respostas sublinham a melhoria da assistência médica e do acesso aos cuidados de saúde, a reconstrução da piscina fluvial e sua envolvente, a melhoria dos acessos à aldeia e o aumento dos lugares de estacionamento. A construção de uma casa de convívio, a criação de mais postos de trabalho e a recuperação de imóveis configuram outras opiniões neste domínio (Carvalho e Correia, *op. cit.*).

No que diz respeito aos visitantes, com base em inquéritos por questionário realizados entre Junho e Setembro de 2008 (envolvendo 550 inquiridos com idade superior a 18 anos que se deslocaram em viatura própria ao Piódão, ou seja cerca de 3,3% dos visitantes/ano registados na última década), foi possível apurar um conjunto de informação que agora destacamos de acordo com os objectivos da presente reflexão.

De forma prévia, é preciso explicar que a amostra é constituída por 67,5% de excursionistas (371 inquiridos) e 32,5% de turistas (179 inquiridos) e apresenta as seguintes características principais: 93% dos inquiridos residem em Portugal (repartidos mais de nove dezenas de municípios – figura 3); 46% dos visitantes

apresentam idades entre os 30 e os 49 anos; 44% dos turistas apresentam habilitações académicas de nível superior (valor semelhante tem o 1º ciclo do ensino básico nos excursionistas); a estrutura sócio-profissional é dominada pelos trabalhadores por conta de outrem (excepto funcionários públicos), com 31%, reformados (15%), e empresários e trabalhadores por conta própria (12%).



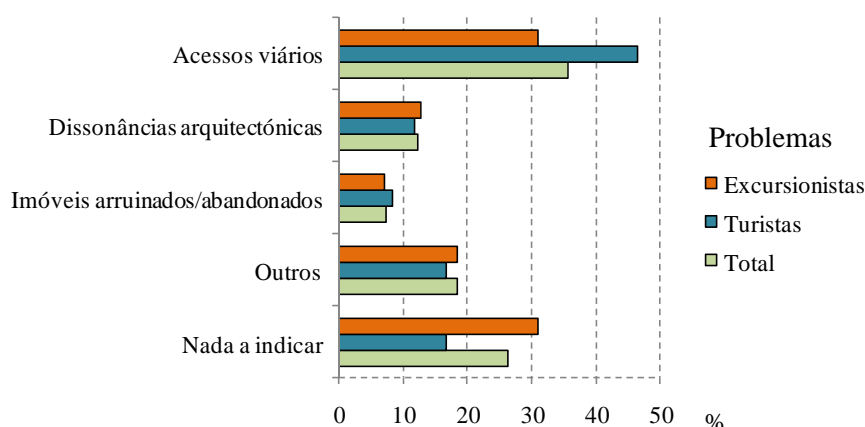
Fonte: Correia (2009)

Figura 3. Distribuição geográfica dos inquiridos, segundo a área de residência, em Portugal Continental

Em relação à experiência e dimensão da visita, os inquiridos revelaram que 73% dos turistas pernoitam na aldeia, preferencialmente, na Estalagem da Fundação Inatel e na Casa da Padaria (TER), com uma permanência média de 2,3

noites/turista. Os restantes 27% ficam alojados em outros locais (Arganil, Fornos de Algodres e Covilhã) e utilizam preferencialmente hotéis e unidades de TER, com uma permanência média de 3,8 noites/turista. Para 77% dos visitantes, o Piódão é o principal destino da visita e cerca de 55% dos visitantes manifestaram vontade de conhecer, no próprio dia ou no dia seguinte, outros locais próximos em especial a Fraga da Pena e a Mata da Margaraça (integrada na Rede Nacional de Áreas Protegidas, na Rede Natura 2000 e nas Reservas Biogenéticas do Conselho da Europa), e ainda a Serra da Estrela, a Aldeia das Dez e a Senhora das Preces. De igual modo é importante assinalar que 65% dos inquiridos ainda não conheciam o Piódão.

Quando questionados sobre o que mais gostaram da aldeia, os visitantes enfatizam o “conjunto” (77%), ou seja, a unidade arquitectónica da aldeia e a sua integração na paisagem, a paisagem natural (10%), e os imóveis recuperados (5%). Em sentido oposto, cerca de 74% dos visitantes referem dificuldades/problemas durante a visita (figura 4), em particular os acessos viários (36%), as dissonâncias arquitectónicas (12%), os imóveis arruinados/abandonados (8%) e outros problemas (18%) como a falta de estacionamento, a abordagem por parte dos comerciantes/apelo à compra de produtos, e a sujidade de certos recantos da aldeia.



Fonte: Correia (2009)

Figura 4. Principais problemas referidos pelos visitantes do Piódão

É este, também, o alinhamento principal de sugestões dos visitantes para melhorar as condições de acolhimento do Piódão. Com efeito, as suas respostas manifestam preocupação com o potencial turístico e cultural da aldeia e a necessidade de promover alternativas para melhorar a qualidade de vida da população local, nomeadamente: a melhoria dos acessos viários (52%), iniciativas de uniformização da aldeia (isto é, a eliminação de todas as dissonâncias arquitectónicas) e de recuperação dos imóveis que se encontram em estado de ruína ou abandono (12%), a reconstrução do parque de estacionamento e da praia fluvial

referidas por 8% e 6% dos inquiridos, respectivamente. Como “outras sugestões” referidas pelos visitantes (11%), destacamos a instalação de um serviço de multibanco, a construção de um posto de abastecimento de combustível, a inviabilização de propostas para aumentar o sector comercial da aldeia, a promoção de uma maior oferta de restauração, a existência de painéis informativos sobre a aldeia direccionados para o visitante, a maior oferta de alojamento e o alargamento do horário de funcionamento do posto de turismo.

Ainda assim, quando questionados sobre a intenção de voltar ao Piódão, 91% dos inquiridos responderam de forma positiva.

4. Conclusão

Nas últimas três décadas, o quadro evolutivo das políticas europeias para o mundo rural reflecte mudanças significativas. De facto, após um período de domínio das preocupações produtivistas e economicistas direccionadas para o sector agrícola (do início dos anos 60 ao final dos anos 80 do século XX), começa a evidenciar-se a transição para um modelo de desenvolvimento centrado na sociedade rural e na estruturação das suas paisagens, privilegiando a dimensão territorial, ambiental e patrimonial destes territórios de baixa densidade.

Valoriza-se agora a multifuncionalidade da agricultura e do mundo rural e reconhece-se a singularidade e especificidade destes territórios que concentram um potencial de recursos que merece ser valorizado e preservado, e que são cada vez mais apreciados pela sociedade urbana. O objectivo central é conciliar a prática agrícola com as preocupações ambientais, paisagísticas e com a preservação e valorização do património cultural e natural, onde os conceitos de sustentabilidade, subsidiariedade e de parceria comandam as principais orientações para o desenvolvimento das áreas rurais e a melhoria da qualidade de vida das suas populações.

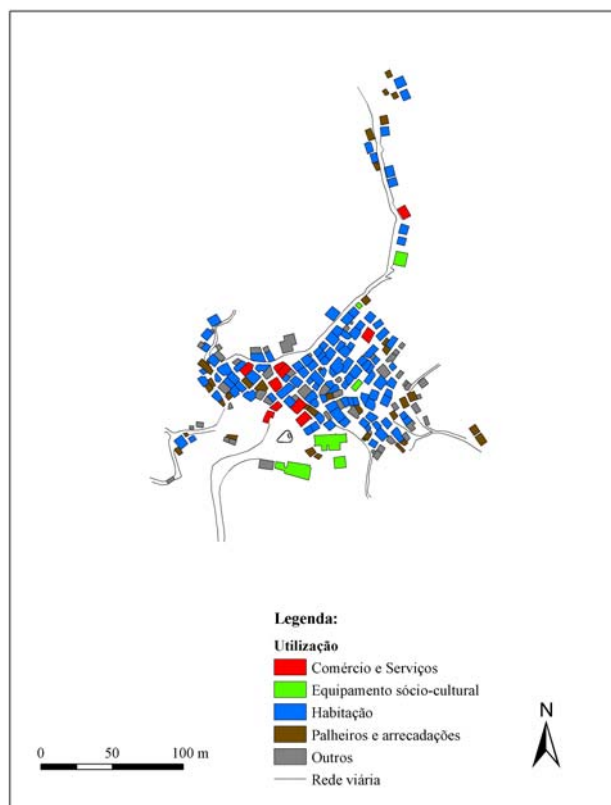
Os espaços rurais de montanha pelas dificuldades (estruturais e funcionais) e situações de marginalidade que têm sofrido nas últimas décadas suscitam, de igual modo, preocupações prioritárias de ordenamento e desenvolvimento territorial. A (re)descoberta da montanha, a valorização dos seus recursos ecológicos e culturais, e a crescente utilização do tempo livre, são elementos decisivos que vêm conferir a estes territórios novas funcionalidades/actividades (residenciais, recreativas, turismo, desporto, entre outras).

Neste sentido, apesar da complexidade, diversidade e frequente desarticulação de políticas e intervenções, e reconhecendo a necessidade de integrar políticas dirigidas ao mundo rural de forma a incentivar e diversificar a sua base económica, importa avaliar e compreender os seus resultados económicos, sociais e territoriais, e assim influenciar a estruturação de novas políticas e instrumentos de desenvolvimento.

A matriz empírica da nossa investigação aplicada está relacionada com a implementação de programas de turistificação e patrimonialização, designadamente as Aldeias Históricas de Portugal (1994-1999; 2000-2006). De forma particular centrámos a nossa análise na aldeia do Piódão (Serra do Açor – Cordilheira Central), no sentido de explicitar os resultados das intervenções (e de outras

decorrentes de programas complementares) e o modo com contribuíram para a revitalização do tecido económico e social, a requalificação territorial, a melhoria da qualidade de vida dos seus habitantes, e o reforço da capacidade local de atracção de visitantes.

Da parte dos residentes é evidente uma dualidade de opinião sobre o turismo. A bipolaridade deste fenómeno (com dimensões positivas e negativas) decorre da percepção de que o turismo não resolveu os problemas mais relevantes para uma população muito envelhecida, com baixo nível de escolarização, e que perdeu a sua privacidade com a abertura da Aldeia. Contudo, o turismo incentivou a criação de novas actividades económicas, nomeadamente restauração, cafetaria, comércio de artesanato e produtos endógenos, e alojamento (em especial no contexto do turismo em espaço rural).



Fonte: Elaboração Própria

Figura 5. Tipologia de utilização dos imóveis (Piódão, Dezembro de 2009)

Por outro lado, o turismo não conseguiu, até ao momento, alterar de forma substancial, a matriz da propriedade urbana do Piódão. Ao contrário de outros lugares de montanha, como é o caso de algumas aldeias da (vizinha) Serra da Lousã, como o Talasnal e o Casal Novo, onde desde meados dos anos 70 (século XX) a residência secundária impulsionou a patrimonialização das suas paisagens e a transição rápida da propriedade dos imóveis para os novos utilizadores (urbanos), a titularidade dos imóveis do Piódão (utilizados para habitação¹²) revela uma presença esmagadora de proprietários com ligação familiar à aldeia (mais de 95%, de acordo com o nosso levantamento de campo realizado em Dezembro de 2009). Contudo, a tipologia de utilização dos imóveis reflecte de forma evidente a influência do turismo no Piódão (figura 5).

O Piódão abriu-se ao país e ao mundo, que descobriu (e venera) o encanto da sua paisagem cultural, mas a aldeia permaneceu muito fechada em termos de titularidade da propriedade urbana e, sobretudo para os mais idosos (que são a matriz do espírito do lugar), é evidente a dificuldade de adaptação aos sinais mais impetuosos da modernidade. Dois mundos (os velhos serranos e os visitantes) que se cruzam a cada instante no mesmo lugar... que partilham espaços (outrora feudos da vida rural) entre memórias desvanecidas, silêncios e até vazios de mensagem!

Das estratégias para o desenvolvimento actual do Piódão (e das Aldeias Históricas de Portugal), no âmbito do actual período de execução das políticas públicas (2007-2013), destacamos as novas oportunidades que decorrem de programas como, por exemplo, o PROVERE (Programa de Valorização dos Recursos Endógenos), que pretende estimular iniciativas de melhoria da competitividade territorial de áreas de baixa densidade que visem dar valor económico aos recursos endógenos e singulares destes territórios (como o património cultural e natural). Alicerçados numa perspectiva de integração programática inovadora, os PROVERE centram-se no estabelecimento de parcerias, envolvendo actores públicos e privados (empresas, associações empresariais, municípios, instituições de ensino e de I&D, agências de desenvolvimento regional, associações de desenvolvimento local, entre outras instituições relevantes), e congregam um conjunto de projectos subordinados à valorização económica de um recurso territorial emblemático.

A iniciativa Rede das Aldeias Históricas de Portugal é uma das oito candidaturas aprovadas pelo Programa Operacional da Região Centro (2007-2013) no âmbito das Acções Preparatórias do PROVERE. Este Plano apresentado pela Associação de Desenvolvimento Turístico das Aldeias Históricas pretende dar continuidade aos investimentos realizados nos últimos dois Quadros Comunitários de Apoio e consolidar a Rede das Aldeias Históricas como um produto turístico com potencial relevante no que diz respeito ao turismo cultural, turismo de natureza e turismo em espaço rural.

A definição de um novo modelo de gestão da marca “Aldeias Históricas de Portugal”, sob responsabilidade desta Associação, é ainda complementado no

¹² Trata-se de 111 imóveis (em 208 imóveis contabilizados na Aldeia, incluindo palheiros e arrecadações). A ocupação permanente vincula 30.6% e a ocupação sazonal é responsável por 67.6% dos imóveis relacionados com a habitação.

âmbito das Estratégias de Eficiência Colectiva (EEC), por um recente programa de acção que apresenta como foco temático a Rede das Aldeias Históricas de Portugal e do Património Judaico. O PROVERE das Aldeias Históricas e do Património Judaico, centrado na Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, Cova da Beira e Pinhal Interior Norte, é uma oportunidade para a geração de sinergias ao nível dos serviços turísticos oferecidos, tornando a associação de ambas as Redes (sem colocar em causa a identidade e especificidade de cada uma) num produto turístico mais atractivo, mais valorizado e reconhecido pelos mercados.

No contexto das candidaturas aprovadas no âmbito das Acções Preparatórias do PROVERE, e com particular interesse para o nosso caso de estudo, referimos também o programa de acção “BuY NATURE – Turismo Sustentável em Áreas Classificadas” coordenado pelo Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade, com base numa rede de parceiros públicos e privados que se repartem pelas NUT III da Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, Cova da Beira, Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul e Serra da Estrela, entre os quais se encontram a Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, a Associação das Aldeias Históricas de Portugal e a Naturtejo.

Esta iniciativa pretende potenciar os recursos endógenos do património natural das áreas classificadas de montanha da Região Centro (complementados pelo respectivo património cultural), através da implementação de uma estratégia de base territorial alicerçada no turismo de natureza, no desporto de natureza e no turismo activo, e procura afirmar-se como uma iniciativa que reforce a competitividade do território e promova uma abordagem sustentável no uso dos recursos endógenos assente num trabalho de parceria entre os agentes locais.

Referências bibliográficas

- Akroid, D. (2003). *Agriculture and rural development planing. A process of transition*, Aldershot, Ashgate, 238 pp.
- Arroyo, F. M. (2006). “El desarrollo rural en el contexto de la Unión Europea”, *Norba*, XI, pp. 11-20.
- Barros, J. (2004). *A projecção do quotidiano no turismo e no lazer*, Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 152 pp.
- Butler, R; Hall, C. M. e Jenkins, J. (eds.) (1998). *Tourism and recreation in rural areas*, Chichester, John Wiley & Sons, 328 pp.
- Carvalho, P. (2006). “Turismo cultural, património e políticas públicas em contextos rurais de baixa densidade”, In Santos, G.; Vieira, R. e Mendes, M. (eds.). *Actas do Congresso de Turismo Cultural, Território e Identidades*, Leiria, Instituto Politécnico de Leiria, 21 pp.
- Carvalho, P. (2007). “O turismo nas estratégias de desenvolvimento do mundo rural português: complemento ou alternativa?”, In Cruz, F. (org.). *Actas do IV Congresso Internacional de Investigação e Desenvolvimento Sócio-Cultural, Póvoa de Varzim*, AGIR, pp. 1745-1768.

- Carvalho, P. (2009). *Património construído e desenvolvimento em áreas de montanha. O exemplo da Serra da Lousã*, Lousã, Câmara Municipal da Lousã, 657 pp.
- Carvalho, P. e Correia, J. (2008). “Turistificação, patrimonialização e dinâmicas territoriais em contexto rural de montanha: o exemplo do Piódão”, *Actas do III Congresso de Estudos Rurais*, Lisboa, SPER, 15 pp.
- Carvalho, P. e Correia, J. (2009). “Turismo, património(s) e desenvolvimento rural: a percepção local da mudança”, In Moreno, L.; Sánchez, M. M. e Simões, O. (coord.). *Cultura, Inovação e Território: o Agroalimentar e o Rural*, Lisboa, SPER (Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais), pp. 187-196.
- Cavaco, C. (1996). “Do despovoamento rural ao desenvolvimento local: desafio ou utopia”, *Actas do Seminário Dinamismos sócio-económicos e (re)organização territorial: processos de urbanização e de reestruturação produtiva*. Coimbra, IEG/FLUC, pp. 333-355.
- Cavaco, C. (1999-a). “O mundo rural português: desafios e futuros?”, In Cavaco, C. (coord.). *Desenvolvimento Rural. Desafio e Utopia*, Lisboa, CEG, pp. 135-148.
- Cavaco, C. (1999-b). “O turismo rural nas políticas de desenvolvimento do turismo em Portugal”, In Cavaco, C. (coord.). *Desenvolvimento Rural. Desafio e Utopia*, Lisboa, CEG, pp. 281-292.
- Cavaco, C. (1999-c): “Turismo rural e turismo de habitação em Portugal”, In Cavaco, C. (coord.). *Desenvolvimento Rural. Desafio e Utopia*, Lisboa, CEG, pp. 293-304.
- Cavaco, C. (2005). “Novas formas de habitar os espaços rurais”, In Medeiros, C. A. (coord.). *Geografia de Portugal. Actividades Económicas e Espaço Geográfico* (vol. 3), Lisboa, Círculo de Leitores, pp. 78-91.
- Cavaco, C. e Moreno, L. (2006). “As ligações rural-urbano”, *Revista Pessoas e Lugares*, nº 41, pp. 4-6.
- CCRC (2002). *Aldeias Históricas de Portugal. Um Património com Futuro*, Coimbra, Comissão de Coordenação da Região Centro, 27 pp.
- Correia, J. e Carvalho, P. (2011). “Turismo e desenvolvimento rural. O caso do Piódão (Aldeias Históricas de Portugal)”, *Cadernos de Geografia*, Coimbra, Departamento de Geografia (Universidade de Coimbra) e Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, nº 28/29 (2009/2010), pp. 117-130.
- Correia, J. (2009). *Turismo, património e desenvolvimento em ambientes de montanha: o caso do Piódão*. Dissertação de Mestrado em Geografia apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, 185 pp.
- Cravidão, F. (2006). “Turismo e cultura: dos itinerários ao lugar dos lugares”, In Fonseca, M. L. (coord.): *Desenvolvimento e território: espaços rurais pós-agrícolas e novos lugares de turismo e lazer*, Lisboa, CEG, pp. 269-278.

- DGT (2002). *O turismo em Portugal em 2001*, Lisboa, Direcção Geral do Turismo.
- DGT (2006). *Férias dos Portugueses: 2005*, Lisboa, Direcção Geral do Turismo.
- DGT (2007). *Férias dos Portugueses: 2006*, Lisboa, Direcção Geral do Turismo.
- Donadieu, P. (1999). "Campagnes urbaines: de la réalité aux symboles", In Gonidec-poullaouex, Ph. et al. (dir.): *Le paysage: territoire d'intentions*, Paris, L'Harmattan, pp. 79-92.
- Duarte, T. (coord.) (2007). *O Turismo no Espaço Rural 2006*, Lisboa, Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos/Divisão de Recolha e Análise Estatística, 21 pp.
- Estrada, E. M. (2006). "Nuevas orientaciones de la política europea de desarrollo rural. A propósito del Nuevo Regulamento de Desarrollo Rural", *Actas del VI Coloquio Ibérico de Estudios Rurales*, Huelva, UIA/AEEA, 21 pp.
- Fernández, L. P. (2002). "El paisaje agrário en el discurso territorial de la PAC y en la ordenación de los espacios rurales", *Actas del XI Coloquio de Geografía Rural*, Santander, Universidad de Cantabria (Servicio de Publicaciones), pp. 234-242.
- Ferreira, A. (2004). *Turismo no espaço rural: formas de alojamento e impacto na sub-região Minho-Lima*. Dissertação de Doutoramento em Geografia apresentada à Universidade de Coimbra, Coimbra, 524 pp.
- Fonseca, F., e Ramos, R. (2008). "Dinâmicas do turismo em espaço rural em regiões de baixa densidade: o exemplo de Almeida", *Actas do III Congresso de Estudos Rurais (CIER)*, Lisboa, SPER, 16 pp.
- Hall, D.; Roberts, L. e Mitchell, M. (eds.) (2003). *New directions in rural tourism*, Aldershot, Ashgate, 237 pp.
- Holloway, L. e Kneafsey, M. (eds.) (2004). *Geography of rural cultures and societies*, Aldershot, Ashgate, 334 pp.
- Iglésias, E. L. (2004). "El proceso de ajuste estructural en la agricultura española durante la década de los 90: implicaciones para el modelo de agricultura", *Actas do V Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais*, SPER/IPB/AEEA, 20 pp.
- Jesus, L., Kastenholz, E., e Figueiredo, E., (2008). "A oferta do turismo no espaço rural. Estudo de caso da Região Dão-Lafões", *Actas do VII Colóquio Ibérico de Estudos Rurais*, Coimbra, ESAC e SPER, 16 pp.
- Joaquim, G. (1999). "Turismo e mundo rural: que sustentabilidade?", In Cavaco, C. (coord.). *Desenvolvimento Rural. Desafio e Utopia*, Lisboa, CEG, pp. 305-312.
- Lane, B. (1994). "What is rural tourism?", *The Journal of Sustainable Tourism*, 2 (182), pp.7-21.

- Mcgettigan, F. (2005). “Uma análise do turismo cultural e a sua relação dos lugares de Peregrinação”, In ITP (ed.). *Novos Consumos. Novos Produtos*, Lisboa, Instituto de Turismo de Portugal, pp. 127-146.
- Moreno, L. (1999). “A Serra do Açor e o Piódão: refúgios de uma ruralidade recriada”, In Cavaco, C. (coord.). *Desenvolvimento Rural. Desafio e Utopia*, Lisboa, CEG, pp. 395- 413.
- Novais, C. (2006). “Diversificação e diferenciação dos produtos turísticos portugueses: uma forma de combater as assimetrias regionais”, *Comunicações do 12º Congresso da APDR*, Viseu, Escola Superior de Tecnologia de Viseu, 28 pp.
- PENT (2007). “Plano Estratégico Nacional do Turismo”, In *Diário da República*, 1ª Série, nº 46, 4.4.2007, pp. 2166-2174.
- Redelif, M.; Haan, H. e Kasinis, B. (eds.) (1997). *Sustainable rural development*, Aldershot, Ashgate, 224 pp.
- Ribeiro, M. (2003). “Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural, em Portugal”, In Portela, J. e Caldas, J. C. (orgs.). *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, pp. 189-198.
- Sirgado, J. (1993). “Turismo nas regiões portuguesas – contributo para a modelação de um cenário de desenvolvimento e inovação para o final do século”, *Inforgeo*, nº. 6, pp. 71-82.
- Torres, M. (1998). “Un turismo alternativo: reutilización de molinos y almazaras”, *Cadernos de Turismo*, nº. 2, pp. 147-158.
- Vergunst, J; Árnason, A. e Shucksmith, M. (eds.) (2009). *Comparing rural development. Continuity and change in the countryside of Western Europe*, Aldershot, Ashgate, 212 pp.
- Vieira, C. (2005). “O papel da animação turística nos territórios rurais”, *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader +*, nº 30, II série, pp. 3.
- Woods, Michael (2007). *Rural Geography. Processes, responses and experiences in rural restructuring*, London, SAGE Publications, 330 pp.

Paulo Carvalho
Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território
Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra

Luísa Adelino
Departamento de Geografia
Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra

Turismo e Perspectivas de Desenvolvimento em Espaços de Montanha. O exemplo de Miranda do Corvo

Resumo

As dinâmicas recentes de desenvolvimento dos espaços de montanha (europeus) revelam a importância crescente das orientações e instrumentos normativos que pretendem promover a sua diversificação funcional, designadamente os lazeres turísticos, de forma recorrente no contexto das políticas e iniciativas relacionadas com o mundo rural, quando as orientações territorialistas, ambientalistas e patrimonialistas, começaram a valorizar a especificidade e o potencial dos seus recursos mais estratégicos.

A presente comunicação pretende analisar este quadro conceptual e explicitar o caminho percorrido e os novos desafios/oportunidades em matéria de turismo (na perspectiva da oferta) em Miranda do Corvo (Pinhal Interior Norte/Centro de Portugal).

1. Introdução

A diversidade de recursos e bens estratégicos fundamentais dos espaços de montanha configura uma plataforma ampla de oportunidades para a promoção do seu desenvolvimento.

Se durante muito tempo, os territórios rurais inseridos em contexto de montanha estiveram vinculados essencialmente a traços como o isolamento, o carácter inóspito e repulsivo, a subvalorização dos seus recursos, o

afastamento/desinteresse por parte das entidades públicas, que tiveram efeitos negativos como o despovoamento, a desvitalização e o abandono, entre outros, nos últimos anos são visíveis sinais de preocupação e interesse crescente no que diz respeito ao desenvolvimento das montanhas.

Não obstante certos problemas como a desarticulação das políticas, a fragmentação das iniciativas, a ausência de visão e gestão adequadas, importa sublinhar os múltiplos exemplos de iniciativas, designadamente de base local/regional, que procuram atenuar ou contrariar o espectro negativo associado ao mundo rural e aos espaços de montanha.

Os lazeres turísticos e os recursos ligados ao património natural e cultural, cada vez mais valorizados pela sociedade pós-moderna, podem desempenhar um papel decisivo neste processo desde que integrados em estratégias de desenvolvimento adequadas.

Tendo como cenário de fundo, no plano teórico, as dinâmicas de desenvolvimento dos espaços de montanha e o papel do turismo, pretendemos explicitar esta temática através de uma análise geográfica centrada no concelho de Miranda do Corvo (Pinhal Interior Norte), no sentido de analisar as trajectórias e as novas oportunidades da actividade turística. Planos, projectos e iniciativas configuram eixos estruturantes de uma reflexão orientada segundo a perspectiva da oferta turística.

A base metodológica para a prossecução dos nossos objectivos inclui análise documental (trabalhos científicos, bases de dados, instrumentos de gestão territorial, artigos publicados na imprensa local e regional, entre outros), entrevistas e trabalho de campo.

2. Montanhas: dinâmicas e novas oportunidades de desenvolvimento

2.1 Velhas e novas funcionalidades

As áreas de montanha são territórios que, apesar da sua imponente física, apresentam muitas fragilidades e sinais contraditórios de desenvolvimento. A diversidade de recursos e bens estratégicos fundamentais (como, por exemplo, o ar, a água, a fauna, a flora, o ambiente natural e cultural), assim como a importância das actividades desenvolvidas pelo homem (no amplo espectro da agricultura, pastorícia, silvicultura, exploração mineira, produção de energia eléctrica – matriz hídrica e eólica, portanto, energias limpas e renováveis –, actividades turísticas e de lazer), tornam recorrente a questão da promoção do desenvolvimento sustentável das montanhas e das comunidades que aí vivem (Carvalho, 2005; Price, 2007; Caeiro, 2009).

O abandono e o despovoamento; o envelhecimento da população; a erosão dos solos; a urbanização desordenada (em especial relacionada com o fenómeno turístico); a gestão deficiente dos recursos florestais; o abandono, o desordenamento e a alteração da composição florística do espaço florestal (com a introdução de espécies exóticas e o regime de monocultivo); a crescente acção destruidora dos fogos (geralmente ocasionados por acções criminosas ou negligentes), a actividade turística desregulada, constituem problemas muito preocupantes que “só é possível prevenir através de um ordenamento e gestão participados dos territórios e uma

visão prospectiva que tenha como principal preocupação a sustentabilidade económica, social e ecológica” (Cavaco, 2005).

No caso de Portugal, as dinâmicas recentes de desenvolvimento dos territórios montanhosos configuram trajectórias singulares, na sequência de um conjunto significativo de alterações da base produtiva e social, e de mutações no discurso e na imagem das montanhas (Carvalho, 2008), que é preciso entender no quadro geral das tendências evolutivas do mundo rural pós-produtivista e do lazer pós-fordista.

O interesse crescente dos territórios montanhosos por parte da população urbana significa que os recursos da montanha mais valorizados socialmente afastam-se dos valores produtivos (ligados às terras, pastos e florestas), embora se reconheça o papel desse espectro para a manutenção da paisagem e a importância estratégica dos recursos florestais, minerais, hídricos e eólicos. A apropriação da montanha é comandada do exterior e a população urbana procura os ambientes de montanha para criar refúgios (Moreno, 1999), que ocupa de forma permanente ou utiliza no âmbito dos tempos livres.

É certo que a montanha não altera completamente a base/função produtiva, mantendo-se actividades como a silvicultura, a extracção de pedra e minério (geralmente acompanhadas de alterações paisagísticas e ambientais preocupantes), bem como algumas actividades agrícolas, relacionadas com cultivos integrados e adaptados aos mercados (como, por exemplo, os olivais, os soutos e alguns pomares), consideradas de grande valor para o seu relançamento social e económico. A renovação de práticas tradicionais, como acontece com a agricultura biológica, os produtos certificados (carne, queijo, enchidos, frutas, mel, entre outros) e certas especialidades gastronómicas, define qualidades produtivas que contribuem para realçar a imagem do território que as acolhe e que são uma estratégia (por via da consolidação de um sistema diferencial de preços destes produtos de qualidade) para contrariar as suas tradicionais dificuldades produtivas (Carvalho, 2008).

As transformações no plano dos elementos de estruturação/articulação do território permitem anotar o reforço dos lugares mais dinâmicos (como acontece em especial nas sedes de concelho), a renovação e a expansão das estruturas edificadas (relacionadas com a aplicação de capitais provenientes dos processos migratórios, o fenómeno da residência secundária e o turismo, entre outros). Para além destas mudanças introduzidas no povoamento e na urbanização da montanha, importa sublinhar também as alterações nas infra-estruturas e equipamentos, quer do ponto de vista externo, com a melhoria da acessibilidade e a articulação dos territórios serranos decorrentes do lançamento de novos eixos rodoviários estruturantes (apoiados pela política regional da União Europeia), quer no plano interno com a adaptação para usos recreativos e ecoturísticos de antigos caminhos rurais, trilhos do contrabando, levadas, e vias férreas desactivadas (Carvalho, 2008).

Ao mesmo tempo, registam-se algumas mudanças nas figuras de estruturação social, funcional e institucional do território, bem como a constituição de associações/grupos de acção local vinculados a iniciativas de desenvolvimento/promoção do potencial regional/local. Com efeito, verificamos o envolvimento de entidades de natureza associativa (com actores públicos e privados) na génese de parcerias de nível local, com o estímulo e o apoio financeiro da União Europeia, sobretudo a partir do início da década de 90 (século XX) com o

lançamento do Programa de Iniciativa Comunitária LEADER (Ligação entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural).

As estratégias de desenvolvimento endógeno afirmam-se e multiplicam-se também em resultado do alargamento (e consolidação) da experiência LEADER, através de dois programas de índole nacional: os “Centros Rurais” e as “Aldeias Históricas”, iniciativas lançadas no âmbito do II Quadro Comunitário de Apoio (1994-1999), e ainda na sequência da aplicação da metodologia LEADER como matriz para a gestão do eixo 3 do PRODER (Programa de Desenvolvimento Rural do Continente, 2007-2013).

No mesmo sentido, importa reconhecer o papel das acções integradas de base territorial (algumas com incidência em áreas de montanha, como aconteceu, por exemplo, no Pinhal Interior e na Serra da Estrela), no âmbito do Quadro Comunitário de Apoio III (2000-2006). Embora de forma localizada, foi possível melhorar as condições de permanência ou fruição dos territórios montanhosos, mediante investimentos em infra-estruturas básicas, requalificação paisagística/ambiental e apoio às actividades económicas, e ainda criar condições para a génese de novos actores institucionais como é o caso de agências/associações de desenvolvimento turístico (como aconteceu no contexto das Aldeias Históricas e Aldeias do Xisto).

Apesar das iniciativas recentes, relacionadas com a (nova) política de desenvolvimento rural e regional da União Europeia, a montanha carece de intervenções especializadas, integradas, articuladas e territorialmente ajustadas às dimensões dos seus principais problemas e potencialidades (Carvalho, 2005; Cristóvão, 2007; Fernandes, 2010).

2.2 Lazer e turísticos

Os territórios de montanha oferecem uma base de recursos diversificada de extrema importância para o desenvolvimento de actividades turísticas, que lhes conferem um lugar de destaque no panorama dos destinos turísticos mais populares do mercado turístico actual (Borges e Lima, 2006; Adelino, 2010). As características únicas das montanhas – cenários de extrema beleza cénica, traços biofísicos excepcionais, diversidade, isolamento e autenticidade natural e cultural – proporcionam as condições ideais para a prática de uma panóplia de actividades que enformam alguns dos mais interessantes produtos turísticos alternativos da actualidade, a maioria dos quais se inserem numa lógica de desenvolvimento sustentável, que os próprios territórios de montanha demandam.

As tendências evolutivas do turismo em Portugal (e na Europa) revelam o crescimento relativo de modalidades que configuram novas escolhas geográficas como, por exemplo, as que valorizam o campo, os planos de água e as áreas de montanha.

O desenho de novos produtos turísticos, sendo uma resposta às mudanças de comportamento e de interesses dos turistas (cada vez mais activos, participativos, informados e exigentes), no sentido de captar segmentos específicos da procura turística, é também uma oportunidade para requalificar e revitalizar os territórios, e melhorar a qualidade de vida das populações.

Ao longo do tempo, são evidentes os sinais de utilização das montanhas como espaços turísticos. A título de exemplo, podemos referir que no século XVIII, os

turistas começaram a procurar as montanhas para vilegiatura estival, nomeadamente nos Alpes suíços e italianos, nos percursos habitualmente seguidos pelos viajantes do Grand Tour. Nesta altura estas eram procuradas na época estival para servirem de inspiração a importantes pintores, para a prática do termalismo e para o tratamento de maleitas associadas ao sistema respiratório.

Mais tarde os turistas passaram também a apreciar a brancura e o frio da neve. Surgiram desportos como o esqui e a patinagem no gelo e, até recentemente, as práticas nas áreas de montanha se relacionavam exclusivamente às actividades ligadas à neve e a classes sociais de elevado poder económico (Cavaco, 2007).

Por outro lado, sobretudo a partir da década de 70 (do século XX), com a crescente consciencialização ambiental do Homem e a importância do desenvolvimento sustentável, procurou-se valorizar, através da preservação, os espaços de grande integridade ecocultural existentes nalgumas montanhas, originando assim áreas com estatuto de protecção designadamente os parques naturais. Estas áreas de montanha tornaram-se assim alvos de valorização e preservação (Cavaco, 2007).

Nos últimos anos temos vindo a assistir a uma democratização no acesso aos serviços de turismo nas áreas de montanha e a uma maior diversificação das actividades que se levam a cabo nestes territórios.

Apesar da dificuldade em identificar as actividades turísticas que se desenvolvem apenas em espaços de montanha (tal como a questão relacionada com a delimitação das montanhas), não há dúvida que estas actividades podem capitalizar a diversidade de características ecológicas e culturais das áreas de montanha, permitindo, ao mesmo tempo, o desenvolvimento de outros produtos turísticos complementares nos territórios de montanha.

Assim, as especificidades das montanhas fazem delas o único local possível para a prática de determinadas actividades, cada vez mais procuradas e valorizadas em termos turísticos (Borges e Lima, 2006). É o caso de actividades associadas ao turismo activo, de aventura ou radical, de natureza, ecoturismo, e outras modalidades interligadas, de que se podem destacar o montanhismo, alpinismo, escalada, trekking, orientação, bicicleta todo-o-terreno, downhill, todo-o-terreno turístico, parapente ou paramotor, heli-ski ou heli-hike, entre outras.

Contudo a questão do respeito pelos limites de capacidade de carga por parte da actividade turística nos territórios de montanha é tanto mais complexa, quanto não existe em Portugal regulamentação específica dirigida, concretamente, ao turismo de montanha, podendo no entanto encontrar-se algumas referências dispersas em diplomas legais que enquadram diversas actividades turísticas que, de alguma forma, se podem desenvolver em territórios de montanha (Borges e Lima, 2006).

3. Turismo em Miranda do Corvo: balanço e perspectivas

3.1 Traços de uma geografia complexa

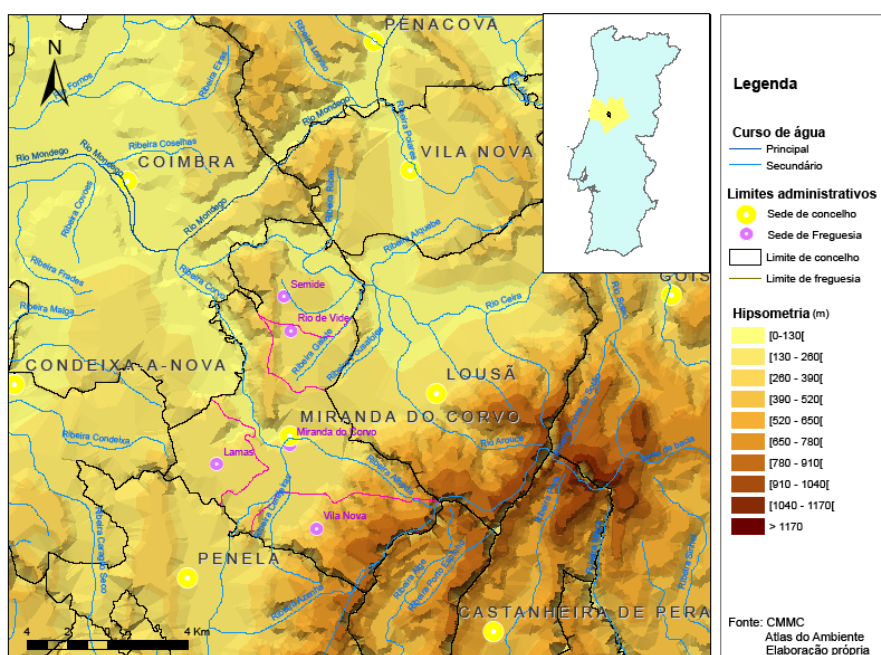
O concelho de Miranda do Corvo está inserido no Pinhal Interior Norte (NUT III) da Região Centro de Portugal. Este é geograficamente contíguo com os concelhos de Vila Nova de Poiares a Nordeste, Lousã a Sudeste, Figueiró dos

Vinhos a Sul, Penela a Sudoeste, Condeixa-a-Nova a Oeste, e Coimbra a Noroeste (figura 1).

Em termos físicos, apresenta-se com relevo bastante irregular, variando entre os 200 metros de altitude, nas áreas correspondentes aos vales dos rios, e chegando a valores superiores a 900 metros de altitude (figura 1), que correspondem à Serra da Lousã (na extremidade ocidental do bloco NW da Cordilheira Central Portuguesa).

As principais unidades geomorfológicas estão relacionadas com o Rebordo Montanhoso do Maciço Antigo, o Maciço Antigo (Cordilheira Central), a Depressão Periférica e a Bacia Sedimentar da Lousã e de Arganil. A esta multiplicidade estrutural e litológica (com xistos, granitos, calcários, arenitos, argilas, entre outros materiais) corresponde uma acentuada diversidade paisagística.

No que diz respeito aos usos do solo no concelho de Miranda do Corvo, é de destacar a área florestal (incluindo matos), a qual ocupa 79% da superfície total do concelho, seguida da área agrícola, que ocupa 15% e outros usos, nomeadamente a ocupação urbana, que correspondem a 6%, de acordo com o 5º Inventário Florestal Nacional (2010) – (Adelino, 2010).



Fonte: Adelino (2010)

Figura 1: Mapa hipsométrico simplificado e de localização de Miranda do Corvo

Através de uma análise SWOT, podemos afirmar que os pontos fortes de Miranda do Corvo são a proximidade a Coimbra e aos eixos rodoviários nacionais estruturantes (A1, IC3, IC8, IC6 e IC7), o crescimento demográfico, os recursos

patrimoniais naturais, paisagísticos e culturais (materiais e imateriais), o carácter empreendedor de alguns actores locais, e a integração na Serra da Lousã. Os pontos fracos estão relacionados com algumas dimensões problemáticas do crescimento urbano (em particular nas últimas duas décadas), a reduzida articulação e escala supra-municipal em matéria de estratégias para o desenvolvimento, a elevada dependência de Coimbra em matéria de oferta de emprego, as fragilidades da rede de viária que atravessa o concelho, e a falta de articulação da oferta turística. As oportunidades decorrem da valorização do turismo como sector estratégico para Portugal, da territorialização de algumas políticas públicas, da valorização dos ambientes rurais e de montanha por parte da sociedade urbana, e de projectos viários estruturantes como o novo IC3 e a modernização/requalificação da Linha (Ferroviária) da Lousã. As principais ameaças são o baixo nível de cooperação institucional, a falta de planeamento integrado e articulação de estratégias e acções (incluindo a área do turismo) na Serra da Lousã, a maior concorrência de outros municípios em matéria de captação dos investimentos, e o actual cenário de crise económica (e social) e de redução do investimento público.

3.2 Potencialidades e recursos turísticos

As potencialidades e os recursos para os lazeres turísticos em Miranda do Corvo incluem o património paisagístico associado à Serra da Lousã (onde se destaca um sítio da Rede Natura 2000); o património construído de inspiração religiosa como o Mosteiro de Santa Maria de Semide (classificado como Imóvel de Interesse Público, em 30/01/1993) e o Santuário do Senhor da Serra (em vias de classificação); o artesanato e em particular a olaria, as rendas em fio de algodão fino, a cestaria aproveitando matérias-primas de origem vegetal (castanho, acácia, vime), a latoaria, a tanoaria e a escultura (em pedra); a gastronomia local e regional (designadamente a doçaria conventual e a chanfana); a feira de velharias e os capítulos das confrarias (Cabra Velha, Jeropiga, Vinho, Matança do Porco); as aldeias serranas (Gondramaz, Cadaval e Galhardo); o património natural ligado aos cursos de água (com destaque para o Rio Dueça), à vegetação ribeirinha e aos resquícios dos soutos e carvalhais na Serra da Lousã.

Este quadro de recursos/potencialidades reflecte a diversidade paisagística de Miranda do Corvo e aparece alinhado com alguns dos mais importantes segmentos de mercado do designado turismo alternativo nomeadamente o turismo de natureza, cultural e rural. Contudo, a afirmação do turismo depende da existência de verdadeiros produtos turísticos e nesta óptica a realidade turística de Miranda do Corvo está longe de corresponder ao nível das suas potencialidades. De igual modo, é muito relevante a organização/planeamento e a gestão/articulação das diferentes ofertas.

Para explicitar a importância actual e as tendências evolutivas do turismo em Miranda do Corvo, vamos considerar como matriz de análise as fontes estatísticas oficiais, e os projectos, planos e realizações que nas últimas três décadas deram visibilidade e suscitaram interesse no sentido de atrair investimentos, alicerçar produtos e captar (mais) visitantes.

3.3 Indicadores estatísticos da actividade turística local e regional

O significado do turismo em Miranda do Corvo e a sua posição relativa no contexto sub-regional, regional e nacional, pode ser analisado através de indicadores estatísticos relacionados com os estabelecimentos e a capacidade de alojamento.

De acordo com a última publicação oficial (do Instituto Nacional de Estatística), editada no final de 2010, com o título “Anuário Estatístico da Região Centro 2009”, referente aos estabelecimentos classificados pelo Turismo de Portugal, I.P. (Continente) e Direcções Regionais de Turismo nas Regiões Autónomas, o concelho de Miranda do Corvo apresentava (em 31 de Julho de 2009), 1 estabelecimento hoteleiro (classificado na categoria de “Outros” – onde estão incluídos os hotéis-apartamentos, os apartamentos turísticos, os aldeamentos turísticos, os móteis, as pousadas e as estalagens) e 56 camas (quadro 1).

Quadro 1: Estabelecimentos hoteleiros e capacidade de alojamento no Pinhal Interior Norte em 31.07.2009, por município

Distribuição Geográfica	Estabelecimentos				Capacidade de alojamento			
	Total	Hotéis	Pensões	Outros	Total	Hotéis	Pensões	Outros
Portugal	1988	681	804	503	273804	141575	38519	93710
Continente	1715	583	731	401	235974	119082	35334	81558
Região Centro	413	167	196	50	38605	23859	10024	4722
Pinhal Interior Norte	11	4	5	2	671	416	151	104
Alvaiázere	0	0	0	0	0	0	0	0
Ansião	1	0	1	0	18	0	18	0
Arganil	2	1	1	0	101	68	33	0
Castanheira de Pêra	1	0	1	0	43	0	43	0
Figueiró dos Vinhos	0	0	0	0	0	0	0	0
Góis	0	0	0	0	0	0	0	0
Lousã	2	1	1	0	126	92	34	0
Miranda do Corvo	1	0	0	1	56	0	0	56
Oliveira do Hospital	2	1	0	1	135	87	0	48
Pampilhosa da Serra	0	0	0	0	0	0	0	0
Pedrógão Grande	1	0	1	0	23	0	23	0
Penela	0	0	0	0	0	0	0	0
Tábua	1	1	0	0	169	169	0	0
Vila Nova de Poiares	0	0	0	0	0	0	0	0

Elaboração Própria, com base em INE (2010)

Por sua vez, a informação disponível na página oficial da Câmara Municipal de Miranda do Corvo (no início de Abril de 2011) revela quatro unidades de alojamento: Estalagem da Quinta do Viso (em Miranda do Corvo, com 21 quartos e uma suite); Residencial Zé Padeiro (em Miranda do Corvo, com seis quartos); Casa da Aldeia Sabores da Fraga (nas Souravas, com lotação para seis pessoas) e Casa de Campo do “Pátio do Xisto” (no Gondramaz, com capacidade para cinco pessoas).

Todas estas unidades de alojamento apresentam também serviço de restauração (mediante marcação prévia no caso das unidades de Turismo em Espaço Rural).

Ainda segundo o “Anuário Estatístico da Região Centro 2009”, no contexto sub-regional, cerca de 40% dos municípios do Pinhal Interior Norte (a saber: Alvaiázere, Figueiró dos Vinhos, Góis, Pampilhosa da Serra, Penela e Vila Nova de Poiares) não apresentava estabelecimentos hoteleiros classificados pelo Turismo de Portugal (embora se reconheça unidades de alojamento em alguns deles, nomeadamente relacionadas com o Turismo em Espaço Rural) – quadro 1.

A distribuição geográfica interna dos estabelecimentos e da capacidade de alojamento reflecte o intervalo de variação entre 1 (Ansião, Castanheira de Pêra, Miranda do Corvo, Pedrógão Grande e Tábua) e 2 (Arganil, Lousã e Oliveira do Hospital), e entre 23 (Pedrógão Grande) e 169 (Tábua), respectivamente.

O Pinhal Interior Norte, com 11 estabelecimentos e 671 camas ou seja apenas 2.7% e 1.7% do número de estabelecimentos hoteleiros e da capacidade de alojamento da Região Centro, é uma subregião com reduzida relevância em matéria de oferta turística. Na perspectiva destes indicadores, nomeadamente a capacidade de alojamento hoteleiro, o valor para o conjunto do Pinhal Interior Norte é semelhante ao registo estatístico de municípios como, por exemplo, Castelo Branco, Guarda, Alcobaça ou Nazaré (que, no entanto, apresentavam um menor número de estabelecimentos). De forma comparativa, as NUT III da Região Centro com maior número de estabelecimentos e capacidade hoteleira eram o Oeste (15.7%; 17.7%), o Médio Tejo (15.5%; 19.1%), o Baixo Vouga (15.7%; 12.6%), o Baixo Mondego (13.3%; 13.2%), Dão-Lafões (12.6%; 11.7%) e o Pinhal Litoral (10.2%; 9%). Em sentido oposto, encontravam-se as subregiões da Beira Interior Norte (5.3%; 4.3%), Cova da Beira (3.4%; 5.1%), Beira Interior Sul (3.2%; 3.5%), Serra da Estrela (1.2%; 1.1%) e Pinhal Interior Sul (1.2%; 0.9%).

Considerando as dormidas e os hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros por município, em 2009, verificamos que o Pinhal Interior Norte apresentava 1.6% e 1.8% do total contabilizado para a Região Centro, respectivamente.

Por outro lado, 96.1% das dormidas nos estabelecimentos hoteleiros do Pinhal Interior Norte, em 2009, foram de cidadãos residentes na União Europeia. Portugal representava 81.3% do total de dormidas. Estados Unidos da América (3.6%), Espanha (3.0%), Países Baixos (2.2%) e Alemanha (1.8%) destacavam-se como os países de residência habitual do maior número de cidadãos estrangeiros que dormiram nos estabelecimentos hoteleiros portugueses.

De referir ainda que a estada média no estabelecimento foi de 1.6 noites e a taxa de ocupação-cama líquida foi de 26.4, valores inferiores aos registados na Região Centro (1.8 e 27.9) e no Continente (2.8 e 36.7).

Este conjunto de indicadores reflecte uma situação de periferia turística e reduzida capacidade hoteleira de Miranda do Corvo e da subregião do Pinhal Interior (Norte e Sul).

Contudo, ao longo do tempo, designadamente desde os anos 80 (do século XX), o turismo aparece no centro de diversas estratégias e foi objecto de planos, projectos e algumas realizações (em particular na última década) que estão na base da construção da imagem e da tentativa de afirmação turística de Miranda do Corvo. É este percurso que importa analisar e contextualizar, no sentido de explicitar o

caminho percorrido e identificar os novos desafios e oportunidades para o turismo em Miranda do Corvo.

3.4 Planos e projectos

A percepção do turismo como sector de actividade relevante para o desenvolvimento de Miranda do Corvo é um facto relativamente recente. As primeiras preocupações que desencadearam a realização de estudos (na base de planos, projectos e intervenções) aconteceram essencialmente na segunda metade dos anos 80 (século XX), quando outros municípios vizinhos (ou de proximidade) procuravam desenvolver estudos e estruturar projectos tendo em vista intervenções neste domínio.

Assim aconteceu em Arganil, com o Plano de Desenvolvimento e Requalificação da Aldeia do Piódão (1987), tendo em vista requalificar e promover esta aldeia da Serra do Açor (Correia, 2009), e na Lousã, através do Plano de Salvaguarda das Aldeias Serranas (1989), no sentido de fomentar o processo de requalificação e valorização patrimonial de um conjunto de aldeias da Serra da Lousã, na sequência do processo de abandono (despovoamento) e das dinâmicas relacionadas com a residência secundária e a neo-ruralidade (Carvalho, 2005). Ainda na Lousã, em 1993, a ARCIL (Associação para a Recuperação de Cidadãos Inadaptados da Lousã) apresentava um projecto inovador (que integrava o turismo de montanha, a silvicultura, a silvopastorícia, a apicultura e a produção de espécies cinegéticas) com o propósito de recuperar duas aldeias abandonadas (Silveira de Baixo e Silveira e Cima) da Serra da Lousã e respectivas áreas do Casal (abrangendo cerca de 200 hectares), capaz de integrar jovens e adultos portadores de deficiências, com aptidão para o desempenho de tarefas específicas nos referidos domínios.

Como referimos, Miranda do Corvo acompanhou este movimento. Já desde os finais da década de 70 do século XX que é notória a existência de uma preocupação com questões turísticas para o desenvolvimento do concelho, partilhada quer pelo poder político, quer pela população em geral. No primeiro número do jornal local “Mirante”, datado de Abril de 1979, foi redigido um artigo referente a esta temática, o qual teve continuação na edição seguinte, e que demonstrou bem o entusiasmo que existia naquela altura em torno desta matéria (Adelino, 2010).

No início do ano de 1987 foi anunciado o Plano Integrado de Recuperação do Cadaval e Gondramaz. Este visava o aproveitamento da área da Serra da Lousã, na área pertencente ao concelho de Miranda do Corvo, conhecida como Serra do Espinho e de Vila Nova (Adelino, 2010). Neste plano pretendia-se a recuperação do lugar do Cadaval (que já estava abandonado), com a adaptação para aldeamento turístico, a preservação da arquitectura tradicional do Gondramaz e o embelezamento da Senhora da Piedade de Tábuas. Também se previa a arborização de espaços envolventes com as espécies tradicionais, o lançamento de uma reserva de caça com sistemas de reprodução em cativeiro das espécies endógenas como a perdiz, o coelho, a lebre, o javali, o texugo e o repovoamento com trutas das ribeiras de Espinho e da Senhora da Piedade de Tábuas. Pretendia-se também dinamizar as actividades tradicionais agrícolas, especialmente a pastorícia e a agricultura e construir uma rede de estradas que garantissem a ligação entre as diversas aldeias. Este processo de recuperação era extensível aos concelhos de Lousã, Penela e

Castanheira de Pêra, no sentido de criar uma “reserva natural” em que fosse preservado o equilíbrio ecológico.

Em 1987 foi terminado o Plano de Turismo do Concelho, elaborado pelo Gabinete da Serra da Lousã, que se localizava junto aos Paços do Concelho. Este plano integrou todas as iniciativas de carácter turístico já iniciadas ou a iniciar no concelho, numa programação plurianual adoptada pela autarquia numa perspectiva de “gestão-objectivos-recursos”. Pretendia-se aproveitar as potencialidades do concelho, tendo em consideração os recursos envolventes, ultrapassando, assim, alguns constrangimentos estruturais que vinham prejudicando o concelho no sector do turismo (Cmmc, 1987).

O plano apresentava cinco objectivos fundamentais: 1. Protecção do artesanato; 2. Integração de pontos turísticos envolventes; 3. Equipamento hoteleiro e similar; 4. Áreas de lazer e ocupação de tempos livres; 5. Infra-estruturas básicas mínimas de suporte ao plano.

Em termos de protecção do artesanato, a autarquia defendia três tipos de acções, nomeadamente apoiar as iniciativas privadas no sector – cooperativas ou não – que se dedicassem à produção de artesanato; criação, no município, de unidades de emprego protegido, com a parceria da ARCIL (Lousã) e uma casa de exposição de artesanato, através da recuperação de um imóvel e a sua área envolvente, propriedade do Município, localizado na vila de Miranda do Corvo.

Relativamente à integração de pontos turísticos envolventes, pretendia-se a criação de roteiros e circuitos turísticos, com partida em Coimbra, visita aos pontos de interesse existentes na altura no concelho e nos concelhos vizinhos.

No que toca aos equipamentos hoteleiros, a Câmara Municipal pretendia adaptar uma quinta que tinha adquirido para uma pousada. Paralelamente, também tencionava comprar a aldeia do Cadaval e adaptá-la a aldeamento turístico, aproveitando as casas serranas existentes.

Em relação às áreas de lazer, pretendia-se a criação de uma coutada na Serra da Lousã, a criação de um centro hípico nas proximidades da aldeia do Cadaval, a adaptação da Senhora da Piedade a área de lazer através da construção de uma piscina fluvial e parques de merendas, o aproveitamento das ribeiras de Espinho e Senhora da Piedade de Tábuas, adaptando-as a percursos de caminheiros e a actividades piscícolas, com repovoamento de trutas, a recuperação de um moinho de farinha movido a água, a recuperação de um lagar de azeite movido a água, o aproveitamento da casa do artesanato, a pavimentação de estradas, a electrificação do Cadaval e o abastecimento domiciliário de água.

Todas estas acções foram incluídas num programa ambicioso e previa-se estarem terminadas em 1989, com um investimento previsto de 165.500 contos (825.250 euros). A programação proposta só seria possível se a autarquia conseguisse apoios financeiros extraordinários, não previstos no seu orçamento, nomeadamente através dos fundos comunitários e nacionais (Cmmc, 1987).

Acreditava-se que os custos e o impacte previsto a nível local e regional, nomeadamente a criação de postos de trabalho, o repovoamento e fixação das populações nas aldeias serranas, justificariam plenamente o esforço realizado.

O Plano de Turismo do Concelho, além de constituir um elemento agregador de várias iniciativas municipais, até então dispersas, foi integrado também em outros planos, de carácter territorial mais abrangente, nomeadamente o Plano de

Recuperação Ecológica, Preservação Arquitectónica e Desenvolvimento da Serra da Lousã, realizado no Gabinete da Serra da Lousã, e no Plano Director Intermunicipal da Lousã, Miranda do Corvo, Penela e Vila Nova de Poiares, realizado pelo Gabinete de Apoio Técnico (GAT) da Lousã.

Com o objectivo de desenvolver o concelho, nomeadamente em termos turísticos, podemos afirmar que este foi o primeiro grande plano turístico realizado em Miranda do Corvo com uma perspectiva de integração de projectos, de forma a criar um todo coerente, e que não se limitava às fronteiras de um só concelho, propondo parcerias estratégicas com outros territórios vizinhos. Podemos afirmar também que, até ao final do século XX, este foi o último plano com estas características (Adelino, 2010).

No Plano de Recuperação Ecológica, Preservação Arquitectónica e Desenvolvimento da Serra da Lousã, previa-se, entre outras iniciativas, um espaço de recuperação de espécies cinegéticas, nomeadamente as perdizes, através da criação de uma coutada e um centro reprodutor desta espécie. Dada a boa receptividade das diversas entidades às propostas feitas, chegou mesmo a considerar-se a hipótese de se formalizar um proposta para se considerar a Serra da Lousã como Paisagem Protegida.

Neste contexto, foi concluído, pelo Gabinete da Serra da Lousã, um projecto denominado por “Projecto Integrado de Desenvolvimento da Serra da Lousã – Proposta de Intervenção da Área Florestal”, onde é proposta a criação de uma área de caça gerida pelo Estado. A continuidade dos trabalhos neste sector levou à constituição da Zona de Caça Nacional (Z.C.N.) da Serra da Lousã com 10851 hectares (Paul, 2006).

Posteriormente, no ano de 1988, foi terminado o Plano de Recuperação do Cadaval e Senhora da Piedade de Tábuas. Neste plano pretendia-se a construção de um açude e uma área de lazer na Senhora da Piedade de Tábuas para os banhistas. Com o açude pretendia-se obter um espelho de água com dimensão suficiente no Verão e a área de lazer serviria de apoio ao açude, com casas de banho, balneários e um bar, tudo localizado numa espécie de plataforma que iria facilitar o acesso do Santuário ao açude. Relativamente à aldeia de Cadaval, foi elaborado o levantamento do edificado e estava prevista a recuperação dos imóveis, segundo a sua traça original, para aproveitamento turístico da mesma.

No ano de 1989 foi apresentado o Plano de Valorização do Santuário do Senhor da Serra, alvo de muitos elogios na altura pela forma como foi estruturado. Este não previa muito mais do que a conversão de um edifício na área do Santuário em hospedaria e casas de banho públicas, com a finalidade de acolher os peregrinos que anualmente afluíam ao Senhor da Serra pela Romaria, em meados de Agosto (Adelino, 2010).

Diversos factores estruturais e conjunturais explicam a distância entre os planos/projectos e a sua concretização, em particular as limitações financeiras da autarquia, a grande dependência de ajudas financeiras externas, os ciclos eleitorais, o reduzido empreendedorismo local, a ausência de uma cultura de planeamento, a desvalorização da escala supra-municipal e dos processos de integração, cooperação e parcerias.

Apesar de algumas iniciativas concretizadas como, por exemplo, a Estalagem da Quinta do Viso, o Posto de Turismo, e a requalificação da área envolvente à

Senhora da Piedade de Tábuas (com o apoio do Programa LEADER II), que incluiu a construção de uma área de lazer e um açude na Ribeira de Tábuas, a década de 90 foi sobretudo uma fase de transição entre dois momentos principais: o dos (primeiros) projectos/planos (lançados nos anos 80) e o das intervenções/realizações estruturantes (concretizadas na primeira década do século XXI).

3.5 Iniciativas/realizações estruturantes

A requalificação da aldeia do Gondramaz (figura 2), no âmbito do Programa das Aldeias do Xisto (2000-2006), é um acontecimento decisivo para o turismo em Miranda do Corvo. A dimensão integrada da intervenção (com objectivos económicos, sociais e patrimoniais), a escala geográfica adoptada (sub-regional), a inclusão dos lugares segundo uma lógica de rede territorial, a gestão e a promoção conjunta do território, a participação de diversos agentes institucionais e actores privados, entre outros, são elementos incontornáveis para a construção da imagem e (a maior) visibilidade turística de Miranda do Corvo (Carvalho, 2009).

O “Programa das Aldeias do Xisto” é um “projecto-âncora” da Acção Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior (componente FEDER) que envolve 24 lugares serranos – cerca de metade na área geográfica da Serra da Lousã – repartidos por 14 municípios (Arganil; Castelo Branco; Figueiró dos Vinhos, Fundão; Góis; Lousã; Miranda do Corvo; Oleiros; Pampilhosa da Serra; Penela; Proença-a-Nova; Sertão; Vila de Rei e Vila Velha de Ródão) das sub-regiões do Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Beira Interior Sul e Cova da Beira.

As linhas de acção do PAX, no sentido de requalificar (reabilitar urbanisticamente) e infra-estruturar microterritórios de montanha, melhorar a qualidade de vida das populações e as condições de habitabilidade dos imóveis, preservar e valorizar bens patrimoniais, e incentivar o empreendedorismo de base local, estão na génese de uma nova marca e produto turístico (Aldeias do Xisto), e de um novo actor institucional (ADXTUR – Agência para Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto) que, por sua vez, resulta de uma parceria entre dezasseis municípios e mais de setenta operadores privados que actuam no território no sentido de gerir e promover a marca e as actividades dos seus associados nomeadamente a oferta de serviços e produtos turísticos (Carvalho, 2009). A ADXTUR é um factor decisivo para concretizar o desígnio de afirmar as Aldeias do Xisto como um novo produto turístico no Centro de Portugal, destinado a captar um segmento de mercado muito exigente associado ao turismo cultural, turismo de natureza e turismo aventura, e promover de forma articulada paisagens que oferecem inúmeras possibilidades de lazer.

Os traços mais inovadores do PAX estão relacionados com o carácter integrado das intervenções; a imagem e o marketing territorial (que incluiu a criação da marca Aldeias do Xisto); a comunicação e a informação aos visitantes (revista de divulgação – em duas fases editoriais distintas –, painéis informativos, sinalética direccional e página WEB); as novas funcionalidades económicas (nomeadamente a criação de um rede de lojas em regime de franchising tendo como matriz os produtos artesanais, para além do Sistema de Incentivos Específicos para o Pinhal Interior que apoiou iniciativas de investimento empresarial nas áreas do alojamento, restauração e animação turística); a oferta de actividades de lazer no âmbito do pedestrianismo e BTT; a gestão e a promoção (em conjunto) das aldeias do Xisto

(com destaque para o papel da ADXTUR), e a animação turística e cultural (Carvalho, 2009).

Na actualidade, a oferta turística e de lazer das Aldeias do Xisto está organizada em quatro vertentes/dimensões principais: o alojamento, a restauração, a animação turística e o artesanato; os caminhos do xisto (percursos pedestres em fase de registo e homologação pela Federação Portuguesa de Campismo e Montanhismo); os centros de BTT (que apresentam um conjunto de equipamentos para a prática desta modalidade associados aos trilhos sinalizados e com diferentes níveis de dificuldade); e a animação, com um calendário muito intenso, através de eventos em áreas como a gastronomia, a recreação de momentos que compõem o ciclo etnográfico do mundo rural, o artesanato, a educação patrimonial, os desportos de natureza e aventura (Carvalho, 2009).



Paulo Carvalho

Figura 2: Vista parcial do Gondramaz (Fevereiro de 2011)

No Gondramaz os efeitos do PAX são evidentes e incontornáveis.

Em relação ao plano urbanístico/requalificação territorial, destacamos a criação de um espaço de estacionamento, a melhoria e ampliação das redes de infra-estruturas básicas, a recuperação de pavimentos em arruamentos e caminhos, a recuperação de fachadas e coberturas de imóveis particulares, e ainda as intervenções em espaços e imóveis públicos/colectivos.

No âmbito do lazer e turismo, merece destaque a génese de actividades económicas (iniciativas de investimento empresarial) como o alojamento e a restauração/cafetaria (Casa de Campo do “Pátio do Xisto”), a marcação e sinalização de percursos pedestres (que inclui o primeiro percurso acessível das Aldeias do Xisto) e trilhos de BTT, e a construção de um centro de BTT. Estes últimos impulsionaram a prática de pedestrianismo e BTT, no contexto local e de

forma articulada com a rede de percursos/trilhos da Serra da Lousã, onde têm decorrido eventos desportivos de escala nacional e internacional (como por exemplo o Avalanche – que é a maior prova de descida colectiva, em BTT, realizada em Portugal). Por outro lado, a observação de espécies de flora e fauna (em particular os cervídeos) é também motivo de interesse e está na base de eventos programados com a participação de instituições académicas e científicas. De forma complementar, é importante sublinhar a colocação de painéis informativos na aldeia e sinalética direccionada na rede viária municipal.

A imagem renovada do Gondramaz, muito favorecida com a qualidade estética do quadro paisagístico envolvente (com socos, caminhos rurais e espécies arbóreas como as cerejeiras, os castanheiros e os carvalhos), reflecte o mérito do Plano de Aldeia mas também o modo cuidado e exigente como decorreram e foram acompanhadas (no plano técnico) as intervenções. Melhorou a qualidade de vida da população residente e as condições de recepção/acolhimento dos visitantes (excursionistas e turistas).

A escala e a geometria do PAX foi decisiva para a integração de espaços desligados, fracturados, sem imagem de conjunto, e sem sentimento de pertença e partilha de um património comum, assim como foi relevante para alavancar a organização dos actores e o planeamento das estratégias e acções a desenvolver (como acontece neste momento através ADXTUR).

Por outro lado, é necessário considerar o complexo turístico-cultural da Quinta da Paiva constituído por um conjunto de equipamentos, espaços colectivos e áreas verdes que participam activamente na vida da comunidade e desempenham um papel preponderante em actividades como o turismo, o lazer, a cultura e a saúde (Adelino, 2010). É o resultado de uma parceria entre a Câmara Municipal de Miranda do Corvo e a Fundação ADFP (Assistência, Desenvolvimento e Formação Profissional), entidade proprietária do espaço. Esta dá continuidade ao trabalho desenvolvido pela Associação para o Desenvolvimento e Formação Profissional de Miranda do Corvo (instituição privada de solidariedade social, sem fins lucrativos, fundada pelo médico Jaime Ramos em 1987) e pretende criar oportunidades (emprego e actividades ocupacionais) de integração de pessoas vítimas de exclusão, desempregados de longa duração, e portadores de diversos tipos de deficiência ou doença crónica.

A Quinta da Paiva (situada em Miranda do Corvo) é um espaço de 12 hectares (7 de área florestal e 5 de área agrícola) que integra diversas valências, a saber: Centro de Informação (onde os visitantes podem ter acesso à informação relevante sobre a região e adquirir o bilhete de acesso ao Parque Biológico); Parque Biológico da Serra da Lousã (parque de vida selvagem, quinta pedagógica, labirinto de árvores de fruto e roseiral); Parque Desportivo (centro hípico, campos de jogos em areia e circuito de manutenção) e de Lazer (piscina ao ar livre, parque de merendas e parque infantil); Restaurante Museu da Chanfana (espaço que pretende mostrar e proporcionar a degustação da gastronomia local/regional, onde é dada grande importância aos pratos tradicionais de carne de cabra velha como a chanfana, os negalhos, o chispe e a sopa de casamento, de porco como o sarrabulho, o bucho e os enchidos, e ainda da caça e pesca) e Museu de Miranda (com oficinas de artes e ofícios tradicionais).

Na sequência das infra-estruturas já concretizadas na Quinta da Paiva (com destaque para os últimos cinco anos) estão a ser executados variados projectos que irão enriquecer mais a oferta turística a médio prazo. De igual modo, está prevista a construção de um hotel que irá colmatar a grande carência de infra-estruturas de alojamento que existe actualmente em Miranda do Corvo. Desta forma concentrar-se-á, num espaço reduzido, uma densa rede de equipamentos e infra-estruturas para o turismo e a ocupação dos tempos livres.

3.6 Projectos em curso e perspectivas futuras

A oferta turística de Miranda do Corvo, para além dos recursos e produtos já referidos, pode crescer e diversificar-se nos próximos anos. Esta situação resulta de um conjunto de projectos (já apresentados e em fase de concurso e/ou execução) que podem ser concretizados a curto/médio prazo.

Para melhor se distinguir esses projectos, optámos por dividi-los em duas categorias distintas: as “parcerias público-privadas”, nas quais se procura que o investimento decorra não só a capitais públicos, mas também privados, no sentido de se complementarem e obterem mais sucesso, e as iniciativas públicas, nas quais são investidos apenas capitais públicos (Adelino, 2010).



Paulo Carvalho

Figura 3: Cadaval Cimeiro (Abril de 2010)

Em termos de “parcerias público-privadas”, destacamos as aldeias de Cadaval Cimeiro (figura 3) e Cadaval Fundeiro. Das 46 casas abandonadas e em profundo estado de degradação foram adquiridas até ao momento 38 por uma empresa privada que tem intenção de comprar as restantes.

O Projecto “Aldeia Houses & Resort, Recantos de Xisto” prevê a recuperação destas duas aldeias, a valorização das suas características arquitectónicas, a

recuperação das habitações, dos caminhos, das fontes, dos cursos de água naturais, do conceito de aldeia serrana e do conceito de vivência na aldeia. Neste projecto está prevista também a criação de um moinho de água para restauração e a realização de eventos específicos, tais como exposições, moda, biblioteca, música, workshops, entre outros. Além destas infra-estruturas, está prevista a criação de uma represa biológica para apoio ao moinho e a outras actividades de lazer. Pretende-se a implementação do conceito eco-friendly, através da utilização de fontes de energia alternativas, tais como a energia solar, a energia eólica e o biogás, além da utilização da represa biológica e o aproveitamento das linhas de água existentes (Adelino, 2010).

Nestes lugares de montanha, despovoados e abandonados, é evidente a ausência de infra-estruturas básicas (energia eléctrica, rede de comunicações, água canalizada e saneamento) e as limitações em matéria de acessos viários (os únicos caminhos de acesso são florestais). A colaboração da Câmara Municipal de Miranda do Corvo será decisiva no sentido de resolver estes problemas, através de acções concretas tais como a pavimentação do acesso desde a estrada municipal do Gondramaz (obra já concretizada em 2010), a execução das redes de infra-estruturas básicas e de arruamentos com aproveitamento e recuperação dos lajedos de pavimento existentes, e ainda o possível apoio para a requalificação exterior dos edifícios, nomeadamente as fachadas, coberturas e caixilharias.

Na envolvente do Cadaval Fundeiro, a Câmara Municipal prevê a construção de pequenos apoios para a realização de actividades artísticas. Na área de intervenção existe também a intenção de criar um museu representativo da “vida” nas aldeias de xisto e um espaço de mercearia e de artesanato para a comercialização e exposição dos produtos do campo e da floresta.

A área de intervenção será de 250 mil metros quadrados de terrenos rústicos entre as duas aldeias e na envolvente das mesmas. Prevê-se também a recuperação paisagística dos terrenos, a manutenção e implementação da floresta, a recuperação de hortas e pomares, a manutenção da fauna existente e a recuperação de espécies autóctones, e a criação de um sistema de emergência automático (por exemplo de rega) para combater os incêndios em todo o perímetro da intervenção.

É necessário explicar que o quadro paisagístico que envolve as aldeias está muito alterado. O efeito conjugado de diversos factores como o abandono dos antigos terrenos de cultivo e de exploração florestal, os incêndios florestais, a invasão de espécies arbustivas e subarbustivas, e sobretudo a plantação desordenada e intensiva de espécies de crescimento rápido como o eucalipto (que domina de forma esmagadora a paisagem), representa um problema incontornável e significa que as intervenções serão muito exigentes e onerosas (para além das eventuais dificuldades relacionadas com a titularidade das propriedades).

O prazo previsto para a execução deste projecto é de 24 meses e prevê também apoios de comunicação e marketing, através da imprensa, da internet, entre outros.

Outro investimento, resultante de uma “parceria público-privada”, decorrerá na Quinta do Mouro (Lomba do Rei), na freguesia de Vila Nova, e será constituído por um empreendimento de alojamento turístico de pequena escala, na modalidade de hospedagem de Turismo em Espaço Rural (vertente de Agro-Turismo), o qual terá como finalidade proporcionar uma oferta de alojamento e de actividades de lazer, promovidas pelos seus responsáveis ou por terceiros, como complemento à

actividade de produção/transformação de produtos agrícolas biológicos (já certificados), bem como a disponibilização do espaço a terceiros para a realização e transformação dos produtos agrícolas.

Os serviços/produtos a fornecer estarão relacionados essencialmente com hospedagem e dormidas com pequeno-almoço; visitas em veículos todo-o-terreno ou através de percursos pedestres a diversos locais de interesse turístico da região; aluguer de bicicletas; prestação de serviços de reserva em estabelecimentos de restauração e de aluguer de viaturas; aluguer de espaços para promoção de diversos eventos, tais como baptizados, casamentos, jantares de grupo, entre outros, por empresas do ramo; realização de reuniões, colóquios e outros eventos do género; produção, transformação e comercialização de produtos agrícolas biológicos certificados; aluguer de espaços para embalagem ou confecção de produtos com origem agrícola. Na parte do investimento público deste projecto está prevista a melhoria dos acessos públicos ao empreendimento.

No que toca ao investimento proveniente de financiamento exclusivamente público destacamos as intervenções nos espaços públicos da aldeia do Gondramaz, nomeadamente a requalificação do centro de BTT. Existe a intenção de criar mais percursos pedestres e equestres a partir da aldeia, prevendo-se acções de limpeza, sinalização e homologação dos trilhos (Adelino, 2010).

Pretende-se, assim, construir uma rede de percursos pedestres, equestres e de BTT na variante de downhill e cross-country, e a ligação à Grande Rota do Xisto, complementando o trabalho já realizado em termos de percursos.

Os percursos de cross-country possibilitarão a ligação a outras partes do concelho com interesse turístico, tais como o centro histórico de Miranda do Corvo, Semide, Senhor da Serra e praia fluvial de Segade.

Com a implementação dos percursos equestres abrir-se-á uma vertente turística que possibilitará a interligação das Aldeias de Xisto com o Centro Hípico da Quinta da Paiva e o complexo envolvente.

Actualmente a Câmara Municipal está a elaborar o Plano de Aldeia do Galhardo. Pretende-se apresentar uma candidatura aos fundos comunitários para se efectuarem intervenções na aldeia semelhantes às que se efectuaram na aldeia do Gondramaz, nomeadamente infra-estruturas básicas, arranjo de espaços públicos e recuperação das fachadas/coberturas dos edifícios, com a finalidade de integrar esta aldeia na Rede das Aldeias de Xisto.

Para além destes projectos, também estão previstos investimentos em espaços verdes. Pretende-se a criação, na Alameda das Moitas, localizada na vila de Miranda do Corvo, do Jardim da Paz, no âmbito do Plano de Desenvolvimento Estratégico que aponta Miranda do Corvo como uma Comunidade Saudável e Solidária.

Localizado numa área natural, junto a uma linha de água protegida, trata-se de um projecto que promoverá a requalificação ambiental e do património natural, promovendo o desenvolvimento integrado do turismo e das áreas ambientais, nomeadamente através da limpeza e manutenção de linhas de água, da escolha cuidada de espécies vegetais e a utilização de energias renováveis/alternativas.

A este jardim pretende associar-se o tema da Paz, através da homenagem a figuras que se destacaram pela defesa da Paz e do Bem, tais como Prémios Nobel e outros (Martin Luther King, Ghandi, Padre Américo – fundador da Casa do Gaiato, com instalações em Miranda do Corvo –, entre outros).

Este espaço propiciará a utilização e requalificação de um espaço actualmente em grande parte abandonado, criando assim uma área requalificada e reabilitada e, por fim, dotará Miranda do Corvo de uma área ao ar livre capaz de potenciar o turismo e de estrategicamente se associar aos projectos turísticos da Rede das Aldeias de Xisto e da região de Coimbra (Adelino, 2010). Por último, uma nota sobre a intenção (da Câmara Municipal) de construir a Casa do Design e do Artesão (no núcleo histórico da vila de Miranda do Corvo, servindo de centro de estudos e desenvolvimento, de atelier para workshops e exposições e de apoio aos artesãos locais) e a Casa das Artes, no sentido de promover e estimular a actividade criativa e de inovação, e apoiar e complementar as actividades turísticas a desenvolver no concelho e na sub-região, acolhendo, por exemplo, exposições e workshops dedicados ao turismo de natureza, às aldeias de xisto, à investigação sobre a Serra da Lousã, e oferecendo um calendário de eventos culturais capaz de fixar e atrair visitantes ao território.

E ainda uma referência aos objectivos de requalificação do centro histórico de Miranda do Corvo e espaço envolvente da igreja matriz, incluindo a recuperação da torre e cisterna do antigo castelo de Miranda do Corvo (que domina a vila e permite desfrutar a paisagem envolvente), estes últimos eventualmente no âmbito da Rede Urbana dos Castelos e Muralhas Medievais do Mondego (que vai apoiar a construção da Casa do Design e do Artesão). Através de uma parceria entre os municípios de Coimbra, Figueira da Foz, Penela, Soure, Pombal, Lousã, Miranda do Corvo e Montemor-o-Velho, a Universidade de Coimbra e a Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal, vai ser possível investir cerca de 10 milhões de euros (comparticipados pelo Programa Operacional Mais Centro, 2007-2013) em acções de valorização do território e requalificação das áreas envolventes aos castelos e muralhas das várias vilas e cidades da rede.

4. Conclusão

As principais tendências evolutivas do turismo e dos turistas permitem sublinhar o crescimento relativo de modalidades que configuram novas escolhas geográficas como, por exemplo, as que valorizam o campo, os planos de água e as áreas de montanha, e ainda mudanças significativas de comportamento/atitude designadamente interesses mais diversificados e segmentados, maior participação e envolvimento com os territórios visitados, maior esclarecimento, informação e exigência.

Os territórios rurais localizados em ambientes de montanha oferecem uma base de recursos diversificados e de extrema importância para o desenvolvimento de actividades turísticas, que lhes conferem um lugar de destaque no panorama dos destinos turísticos actuais. As dinâmicas recentes reflectem a importância dos recursos mais valorizados, designadamente o património natural e cultural, e de um conjunto de orientações e quadros normativos que, apesar de desarticulados, fragmentados e ainda afastados de uma visão e gestão adequadas, procuram induzir iniciativas e resultados positivos para o desenvolvimento dos territórios e das populações.

Nesta atmosfera de mudança, os novos produtos destinados a captar segmentos específicos da procura turística (vinculados a uma maior exigência em matéria de

planeamento e sustentabilidade da actividade turística), são incontornáveis como oportunidade para requalificar e revitalizar espaços de relevante interesse patrimonial, sobretudo através de uma lógica de articulação de políticas e iniciativas, cooperação, parceria e redes territoriais.

No caso de Miranda do Corvo, a última década representa uma nova e decisiva etapa para o turismo. Depois dos primeiros planos e projectos (elaborados nos anos 80) e de algumas acções no final do século XX, foram lançadas e concretizadas nos últimos anos algumas iniciativas estruturantes, de que é expressão mais visível a requalificação da aldeia serrana do Gondramaz (no âmbito das Aldeias do Xisto) e a construção de um conjunto significativo de equipamentos (para o lazer, turismo e cultura) na Quinta da Paiva (através da Fundação ADFP e da Câmara Municipal).

As iniciativas em curso, envolvendo diversos actores e programas, no contexto do actual período de execução das políticas públicas, podem contribuir para qualificar e diversificar a oferta turística de Miranda do Corvo, nomeadamente as áreas do alojamento e da animação, e ainda constituir uma oportunidade para requalificar paisagens e territórios.

Apesar do potencial e de algumas iniciativas turísticas pontuais, ainda não existe um plano integrado que congregue todas as actividades desenvolvidas, organize as diferentes vertentes da oferta e as planeie no tempo e no espaço, assuma uma área de especialização turística para o concelho de Miranda do Corvo, e faça da escala regional a matriz de referência para a organização e gestão da actividade turística.

O planeamento, o marketing, a articulação da oferta, a construção de redes (sub-regionais e regionais) e a génese e/ou consolidação de actores institucionais (de escala supra-municipal) da actividade turística são condições fundamentais para afirmar o turismo como oportunidade de desenvolvimento para Miranda do Corvo.

Bibliografia

- Adelino, L. (2010). *Planeamento Turístico em Miranda do Corvo. Contributo de uma Análise Geográfica*, Tese de Mestrado em Geografia Humana (Ordenamento do Território e Desenvolvimento), Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Adelino, L. e Carvalho, P. (2011). “Turismo e perspectivas de desenvolvimento em espaços de montanha. O exemplo de Miranda do Corvo (Pinhal Interior Norte/Centro de Portugal)”, *Actas Oficiais del 5º Congreso Internacional Virtual sobre Turismo y Desarrollo*, Málaga, Grupo de Investigación EUMED (Universidade de Málaga), 20 pp.
- Borges, M.R. e LIMA, S. (2006). “O Turismo de Montanha: Abordagem Conceptual e Enquadramento do Produto”, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, nº 6, pp. 157-165.
- Câmara Municipal de Miranda do Corvo (1987). *Plano de Turismo do Concelho*, Miranda do Corvo, Câmara Municipal de Miranda do Corvo.
- Caeiro, J. (2009). *Políticas territorializadas de Desenvolvimento em Contexto de Montanha. O exemplo da Acção Integrada de Base Territorial da Serra da*

Estrela, Tese de Mestrado em Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Coimbra, Coimbra.

Carvalho, P. (2005). *Património Cultural e Trajectórias de Desenvolvimento em Áreas de Montanha. O exemplo da Serra da Lousã*, Tese de Doutoramento em Geografia, Universidade de Coimbra, Coimbra.

Carvalho, P. (2008). “Questionando as Trajectórias e as Perspectivas de Desenvolvimento das Áreas de Montanha em Portugal – entre Marginalização e Integração Territorial”, In Valença, M. (org.). *Globalização e Marginalidade. Desenvolvimento, na Teoria e na Prática*, Natal, Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, pp. 935-946.

Carvalho, P. (2009). “Planeamento, Redes Territoriais e Novos Produtos Turísticos Eco-culturais”, *Proceedings 1st Cape Verde Congress of Regional Development*, Cidade da Praia, 19 pp.

Cavaco, C. (2005). “Especificidade da Montanha exige maior Comprometimento”. *Pessoas e Lugares*, II série, nº 28, p. 2,.

Cavaco, C. M. (2007). “Práticas e Lugares de Turismo, Desenvolvimento e Território”, In Fonseca, M.L. (org.). *Espaços Rurais Pós-agrícolas e Novos Lugares de Turismo e Lazer*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, pp. 299-362.

Correia, J. (2009). *Turismo, Património e Desenvolvimento em Ambientes de Montanha: o caso do Piódão*, Tese de Mestrado em Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Coimbra, Coimbra, (2009).

Cristóvão, A. (2007). “Áreas de montanha: tão críticas, tão sensíveis, tão subestimadas”, Comunicação apresentada no *Seminário EQUAL Mountain Opportunities*, Wojtowice (Poland).

Fernandes, G. (2010). “Perspectivas de Gestão e Políticas de Valorização do Território na Cordilheira Central”, *Actas do IV Congresso de Estudos Rurais*, Aveiro.

Instituto Nacional de Estatística (2010). *Anuário Estatístico da Região Centro 2009*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.

Moreno, L. (1999). *A Serra do Açor e o Piódão: Refúgios de uma Ruralidade Recriada, Desenvolvimento Rural. Desafio e Utopia*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, pp. 395-413.

Paul, J. (2006). *Potencialidades Turísticas da Serra da Lousã*. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, nº 6, pp. 103-108.

Price, M. (2007). *Mountain Area Research and Management. Integrated Approaches*, London, Earthscan.

Zília Tovar
Câmara Municipal de Montemor-o-Novo
Montemor-o-Novo (Portugal)

Paulo Carvalho
Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território
Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra (Portugal)

Caminhos do Xisto: um Novo Destino de Turismo de Passeio Pedestre em Portugal

Resumo

Reconhecendo que o pedestrianismo é uma actividade com fortes perspectivas de crescimento, assim como o turismo de passeio pedestre enquadrado no âmbito do turismo de natureza, e que os programas de turismo de passeio pedestre, oferecidos no mercado de viagens, privilegiam os territórios de montanha e os espaços de grande interesse natural, estas áreas apresentam um elevado potencial para se desenvolverem como destinos turísticos de passeio pedestre, atenuando ou contrariando as actuais tendências de abandono, degradação e despovoamento.

O destino turístico Aldeias do Xisto, constituído por 24 lugares, na Cordilheira Central (Região Centro de Portugal), é um espaço reorientado recentemente para novas funções ligadas sobretudo ao lazer e ao turismo, onde os percursos pedestres (caminhos do xisto) são assumidos como factor de inovação do produto turístico e um exemplo para outras áreas com potencialidades e condicionantes semelhantes.

1. Turismo de passeio pedestre

1.1 Enquadramento conceptual

Caminhar pelo puro prazer de caminhar, para explorar, por razões de saúde e bem-estar físico e espiritual, pelo convívio, para conhecer os próprios limites, para contemplar paisagens, para observar a natureza, ou como forma de escapar à vida de todos os dias, utilizando caminhos ou trilhos existentes, é a actividade a que se dá o nome de pedestrianismo, cada vez mais popular na nossa sociedade.

Expressões, em português, como caminhar, andar a pé, praticar pedestrianismo, ou *walking*, *hiking* (EUA) ou *rambling* (Reino Unido), em inglês, encontram-se na literatura e referem-se todas à mesma actividade de andar a pé, em trilhos sinalizados ou promovidos para esse fim. A palavra *trekking*, também associada à mesma actividade, utiliza-se para designar as deslocações a pé, de alguns dias, em grande parte através de carreiros ou trilhos, em áreas montanhosas sem ligação a outras vias de comunicação (Bietolini, 2007).

As motivações dos praticantes de pedestrianismo encontram-se frequentemente associadas à natureza, a um ambiente considerado intacto, preservado e à contemplação de belas paisagens. A procura do bem-estar físico também se encontra entre as motivações dos caminhantes, principalmente nas mulheres e grupos mais idosos (Kouchner e Lyard, 2001). Em Portugal, são as áreas de montanha e as áreas de grande interesse natural¹³ as que se destacam ao analisar a oferta de actividades de pedestrianismo oferecidas por clubes, associações, câmaras municipais e outras entidades sem fins comerciais. Também a distribuição geográfica de percursos pedestres homologados faz sobressair estas áreas (Tovar, 2010).

Os percursos pedestres, ou trilhos, constituem a principal infra-estrutura ou equipamento para a prática de pedestrianismo. São caminhos, marcados ou não, que são promovidos e divulgados com esse propósito. São mais ou menos informais, tal como pode ser a própria actividade de pedestrianismo. A sua concepção não obedece a regras rígidas e uniformes quanto, por exemplo, à localização, aos utilizadores, à forma, à extensão, à sinalização e à manutenção.

Os percursos pedestres podem assumir importância como forma de complementar a experiência do turista num determinado destino, ao constituírem mais uma oferta de actividade em que o turista pode participar, mas também podem assumir o papel principal no produto turístico e constituírem a razão da deslocação ao destino.

Os produtos turísticos baseados no passeio pedestre, disponíveis para compra on-line, não são escassos. As agências de viagens e operadores generalistas, que vendem programas diversos, raramente apresentam ofertas de produtos de passeio pedestre, pelo menos no nosso país. No entanto, existem operadores especializados neste tipo de produto que organizam programas de vários dias de caminhadas em diferentes destinos do globo.

Os produtos de turismo de passeio pedestre podem assumir diferentes configurações:

- Férias com tudo incluído: o operador organiza os transportes, alojamento, refeições e serviço de guia para as caminhadas diárias;
- Férias auto-guiadas: o operador faz a reserva de alojamento e fornece ao cliente mapas, guias, roteiros e toda a informação e conselhos necessários para que

¹³ Consideraram-se áreas de grande interesse natural as áreas pertencentes à Rede Nacional de Áreas Protegidas e Rede Natura 2000.

este possa percorrer, de forma autónoma, um conjunto de percursos no destino; pode haver mudança de alojamento e, neste caso, normalmente existe serviço de transporte de bagagens;

- Férias itinerantes: consistem em percorrer um itinerário, ao longo de vários dias, mudando de alojamento todas as noites. Podem ser guiadas ou auto-guiadas. Incluem, geralmente, o transporte de bagagens entre os alojamentos;

- Férias centradas num local de alojamento, com saídas diárias para percursos diferentes, ou para pontos diferentes de um grande itinerário. Incluem o transporte diário do alojamento para o local de início do percurso e regresso. Normalmente são passeios guiados, mas também podem ser auto-guiados;

- Serviços individuais: alguns operadores vendem serviços avulsos, a pedido do cliente, como por exemplo reserva de alojamento, guias locais no destino ou transporte de bagagens entre pontos de um itinerário definido pelo cliente.

A generalidade da oferta de produtos turísticos que têm por base o passeio pedestre, levam os seus participantes a conhecer áreas de paisagens de elevada qualidade, costumes e tradições das regiões visitadas, oferecendo serviços altamente especializados e um certo grau de exclusividade. O nível e tipo de serviços varia de programa para programa. Por exemplo, no que diz respeito ao alojamento, todas as fórmulas e tipologias são permitidas: o hotel, o turismo rural, o acampamento, ou os abrigos de montanha, podendo mesmo acontecer um pacote incluir uma noite num hotel, outra noite num abrigo de montanha e outra noite num turismo rural. No desenho do produto de passeio pedestre, o elo central são os percursos. O alojamento e refeições, salvaguardando a qualidade e autenticidade, são os que satisfazem melhor as condições de usufruto dos percursos e variam muito consoante o destino.

Pela sua relação com o território e com o meio natural a maioria destes programas enquadra-se no âmbito do turismo de natureza, onde, por definição, a motivação principal é a de “viver experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da natureza” (THR, 2006).

1.2 Oportunidades

O turismo de natureza, de acordo com o Plano Estratégico Nacional de Turismo (2007), faz parte do conjunto de 10 produtos turísticos estratégicos para Portugal, definidos tendo em conta as características do país e o potencial de crescimento do mercado.

De acordo com o já citado estudo da THR, o mercado europeu de turismo de natureza apresentou nos últimos anos um crescimento regular. Em 2004, foram realizados 22 milhões de viagens cuja principal motivação foi usufruir deste produto, correspondendo a 9% do total de viagens realizadas pelos europeus. Para 2015 espera-se que este produto atinja os 43,3 milhões de viagens, o equivalente a um crescimento anual de 7%.

As oportunidades de crescimento estão relacionadas com os seguintes factores: maior e crescente consciência ambiental entre a população dos países emissores; aumento da preferência por áreas envolventes não massificadas como destino de viagem; crescente preferência por férias activas em detrimento de férias passivas (procura de emoções); aumento da procura de experiências com elevado conteúdo de autenticidade e de valores éticos; tirar partido das valências “património e

cultura”; forte presença de oferta de viagens de natureza na *internet*, acessíveis a uma fatia crescente da população.

Existe para este produto uma importante procura secundária. A procura secundária de turismo de natureza é o conjunto das viagens que obedecem a outras motivações principais (sol e praia, touring, etc.) mas nas quais os viajantes realizam, com maior ou menor intensidade, actividades relacionadas com a natureza, quando se encontram no destino (THR, 2006).

Havendo condições para o desenvolver, o turismo de passeio pedestre, enquadrado no âmbito do turismo de natureza, poderá constituir um produto a incrementar no país, com impactos importantes para alguns destinos internos, seja ao nível da sua revitalização, seja ao nível da sua afirmação como destinos turísticos. As regiões definidas como prioritárias para o desenvolvimento do turismo de natureza são os Açores, a Madeira, o Porto e Norte e o Centro (PENT, 2007). As áreas de grande interesse natural e as áreas de montanha são aquelas com maior potencial de desenvolvimento de produtos de turismo de passeio pedestre (Tovar, 2010). O turismo pode mesmo constituir uma oportunidade de as revitalizar, diversificando a sua base de sustentação, uma vez que estas apresentam, muitas vezes, graves problemas económicos e sociais que vão levando à perda de população e abandono dos espaços.

A ideia não é nova e algumas destas áreas, tão importantes como palco das actividades de pedestrianismo organizadas com fins não comerciais, são também destinos turísticos, onde o passeio pedestre assume a componente principal do produto turístico.

1.3 Oferta (empresas e programas) em Portugal e sua repartição espacial

Em Portugal, a organização e venda de actividades recreativas, desportivas ou culturais, em meio natural ou em instalações fixas, de carácter lúdico, com interesse turístico para a região onde se desenvolvam é uma actividade própria das empresas de animação turística¹⁴ (Tovar, 2010).

Os passeios pedestres enquadram-se neste tipo de actividades e a sua organização, com fins comerciais, é feita principalmente pelas empresas de animação turística. De acordo com o quadro legal que estabelece as condições de acesso e de exercício da actividade das empresas de animação turística, também é permitida a organização de programas de passeio pedestre pelas agências de viagens e empreendimentos turísticos, desde que previsto no seu objecto e cumpram o mesmo tipo de condições exigidas às empresas de animação turística, nomeadamente em termos de seguros obrigatórios de acidentes pessoais e de responsabilidade civil¹⁵.

O Turismo de Portugal, mantém um registo das empresas de animação turística e agências de viagens, licenciadas, existentes em Portugal. Os dados disponíveis online¹⁶, permitem efectuar pesquisa por tipo de actividade. As expressões de pesquisa

¹⁴ Decreto-Lei 108/2009, de 15 de Maio, n.º. 1, Artigo 3.º.

¹⁵ Decreto-Lei 108/2009, de 15 de Maio, n.º. 3, Artigo 5.º.

¹⁶ <http://www.visitportugal.com/pturismo/pdf/f37595e5-b6f6-4ba7-b185-30f639f14024.pdf> (14-04-2009).

“Passeio Pedestre” ou “Percurso Pedestre”, geram uma resposta com 161 empresas, registadas como organizadoras de programas de passeio pedestre (agências de viagens e empresas de animação turística), distribuídas da seguinte forma pelas sete regiões do país: Norte (26%), Lisboa e Vale do Tejo (24%), Centro (14%), Madeira (10%), Açores (10%), Alentejo (9%) e Algarve (7%), de acordo com Tovar (2010).

A distribuição geográfica das empresas não permite tirar conclusões sobre os locais onde se realizam os passeios. Para tal, e com recurso à internet, foram analisados os programas, disponíveis *online*, destas empresas (Tovar, 2010). Segundo a THR (2006), em Portugal, 98% das empresas que operam no sector do turismo de natureza, promovem a sua oferta através da internet. Se bem que a grande maioria das empresas tenha presença na internet, das 161 empresas inventariadas, apenas 62 empresas apresentam *on-line* programas de passeio pedestre.

Os programas de passeio pedestre apresentados, num total de 487, são mais ou menos específicos, consoante as empresas. No geral, apresentam o destino, a duração e a modalidade de alojamento e refeições (quadro 1). Foram considerados todos os tipos de programas, desde que a componente principal fosse o passeio pedestre.

Quadro 1. Exemplo de um programa de turismo de passeio pedestre

Tipo de Actividade: Passeio pedestre com guia	
Serviços: Organização e acompanhamento da actividade, Seguro, Transporte e Alojamento	
Alojamento: Inclui 2 noites de alojamento (quarto duplo) e pequeno-almoço em Casa de Turismo Rural	
Duração: 2 dias	
Destino / Zona: Serra da Lousã	
Dia 1	Dia 2
Horas efectivas: 4-6 horas	Horas efectivas: 3-5 horas
Distância: 13-15 km	Distância: 11-13 km
Desnível acumulado: 740-230m	Desnível acumulado: 265-550m
Idade mínima/máxima: 14/65; Mínimo de inscrições: 4 pessoas	
Preço: €150,00/pessoa	

Fonte: Waypoint – Animação Turística e Eventos, Lda. (2010)¹⁷

A organização de passeios pedestres em Portugal não é exclusiva das empresas portuguesas, também operadores estrangeiros organizam este tipo de programas no nosso país. Numa pesquisa, feita na internet a um conjunto de operadores turísticos,

¹⁷http://www.walkinportugal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=84&lang=pt, 22-2-2010.

seleccionados por pesquisa no motor de busca Google, inserindo as expressões “*walking holidays* Portugal” e “*walk in* Portugal”¹⁸, os resultados revelaram que existe um importante conjunto de operadores que vendem férias de passeio pedestre em Portugal, essencialmente produtos que, pela forma como são apresentados, apelando à beleza da paisagem e riqueza natural, se enquadram na esfera do turismo de natureza (Tovar, 2010).

Da pesquisa efectuada, que apresenta um carácter exploratório, e reconhecendo que foi dada, pelo critério de busca utilizando expressões em língua inglesa, primazia aos operadores que se dirigem ao público anglófono, foram encontrados 23 operadores, do Reino Unido, Estados Unidos da América e Austrália, com oferta de 104 programas de férias de passeio pedestre em Portugal. Destes programas, alguns são calendarizados, outros são programas menos detalhados, com data a definir pelo cliente, dentro de um determinado período do ano. Tal como para os operadores portugueses, consideraram-se apenas os programas que têm o passeio pedestre como componente principal, excluindo-se os programas multi-actividades.¹⁹

Considerando a totalidade dos programas oferecidos (quase seis centenas) pelos operadores portugueses e estrangeiros é possível identificar particularidades no que concerne à duração, aos serviços incluídos e ao destino.

Os programas de passeio pedestre analisados têm duração variável, encontrando-se com maior frequência programas com duração de vários dias nos operadores estrangeiros (neste universo, a duração não foi inferior a 4 dias) e programas com duração inferior, frequentemente de um dia apenas, nos operadores portugueses (representando 83,6% do total deste universo).

Quadro 2. Duração dos programas de turismo de passeio pedestre em Portugal, por região

Região	Duração dos programas, em dias						Nº Programas		
	1	2 e 3	4 a 6	7 e 8	9 e 10	>=11	TOTAL	% 1 dia*	% > 1 dia**
Açores	20	1	1	6	0	4	32	5%	7%
Alentejo	37	5	1	18	0	2	63	9%	14%
Algarve	8	4	1	19	0	1	33	2%	14%
Centro	57	19	1	6	0	0	83	14%	14%
Lisboa	130	1	4	0	0	0	135	32%	3%
Madeira	65	1	1	26	3	2	98	16%	18%
Norte	90	26	7	21	0	2	146	22%	30%
TOTAL	407	57	16	96	3	11	590	100%	100%

Fonte: Tovar, 2010

Legenda: * % de programas de 1 dia em relação ao total de programas de 1 dia

** % de programas de 2 ou mais dias em relação ao total de programas de 2 ou mais dias

¹⁸ As pesquisas foram efectuadas entre os dias 30-10-2009 e 5-11-2009.

¹⁹ Os programas multi-actividades são aqueles que incluem um conjunto diverso de actividades. Um exemplo poderá ser: fim-de-semana no rio Paiva – 1º dia: descida de *rafting* e tiro com arco; 2º dia: passeio pedestre e escalada.

Para o conjunto em estudo, os programas de 1 dia (que representam 69% do total), consistem, geralmente, num passeio pedestre guiado, temático ou não, e os programas de 2 ou mais dias (31% do total) apresentam-se nas diferentes modalidades de férias de passeio pedestre: férias com tudo incluído, férias auto-guiadas, férias itinerantes ou férias centradas num alojamento. Há programas que incluem o transporte para o destino – a viagem de avião, no caso de operadores estrangeiros – outros que apenas incluem os serviços no destino. Há diferentes tipologias de alojamento utilizadas e também diferentes modalidades no que diz respeito às refeições.

O quadro 2 mostra que a oferta de programas de turismo de passeio pedestre cobre a totalidade do território nacional. A região de Lisboa apresenta um número muito significativo de programas de 1 dia mas perde importância como destino de turismo de passeio pedestre quando se consideram os programas de duração superior. Considerando apenas os programas de 2 ou mais dias de duração, verifica-se que as regiões mais importantes são o Norte (30%), a Madeira (18%) e as regiões Centro, Alentejo e Algarve (14%) – (Tovar, 2010). Neste universo, a região dos Açores, embora com menor número de programas que as regiões mencionadas, é a região que apresenta maior número de programas com duração superior a 11 dias. Estes incluem a visita a mais que uma ilha do arquipélago. Ainda no que concerne aos programas com duração superior a 1 dia, os programas de passeio pedestre de 1 semana (7 ou 8 dias) são os mais frequentes, em Portugal, seguindo-se os programas de fim-de-semana ou fim-de-semana alargado, com 2 a 6 dias de duração.

Observando a duração dos programas em cada uma das regiões destino (quadro 2), podem classificar-se os destinos, de acordo com a duração mais frequente dos programas que acolhem:

- Os Açores, Alentejo, Algarve e Madeira são destinos de programas de 7/8 dias;
- O Centro é destino de programas de 2/3 dias;
- O Norte é destino de programas de 2/3 dias e 7/8 dias;
- Lisboa apresenta um número residual de programas com mais que 1 dia de duração, sendo os mais frequentes os de 4 a 6 dias.

Em cada uma das 7 grandes regiões (Açores, Alentejo, Algarve, Centro, Lisboa, Madeira e Norte) é possível identificar destinos mais específicos, que constam com maior frequência nos programas de turismo de passeio pedestre (quadro 3). Nesta análise consideram-se todos os programas, incluindo os que têm a duração de 1 dia (TOVAR, 2010).

Dos programas analisados, para a região dos Açores, grande parte (36%) não menciona o local exacto onde se desenvolvem. 35% têm a ilha de S. Miguel como destino e 23% a ilha do Pico, onde têm relevância os programas de subida ao ponto mais alto de Portugal. Em “outros” destacam-se os programas que envolvem várias ilhas, programas no Faial e na ilha de S. Jorge (quadro 3).

No Alentejo, a preferência dos operadores é a Costa Alentejana (38%), desde Grândola até Odeceixe, integrando a área do Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina. A área do Parque Natural da Serra de São Mamede (11%) é também um importante destino de turismo de passeio pedestre, na região Alentejo.

Em “outros” (11%), encontram-se programas no vale do Guadiana e Mértola, Monsaraz, Serra de Ossa e Estuário do Sado (quadro 3).

Os programas de turismo de passeio pedestre no Algarve, apresentam-se para os destinos Algarve (46%), de forma genérica, Monchique (20%), ou Serra de Monchique, e Costa Vicentina (20%) (quadro 3).

A região Centro apresenta grande fragmentação de destinos de passeio pedestre, muito poucos se identificando por “Centro”. Destinos como Aldeias do Xisto e Serra da Lousã (29%), Parque Natural da Serra da Estrela (26%) ou Aldeias Históricas (11%), são de grande importância. Em “Outros” (33%) inclui-se grande variedade de destinos como vale do Ceira, Oliveira do Hospital, Serra do Açor, Serra do Caramulo, Serra da Gardunha, Serra de Sicó, etc. A região apresenta uma importante área de montanhas que se estende de Nordeste para Sudoeste e integra as serras da Estrela, Gardunha, Açor, Lousã e Sicó, com áreas pouco exploradas, que constituem destinos quase exclusivos do rol de ofertas das empresas de animação turística locais (quadro 3).

Os operadores estrangeiros têm uma actuação muito reduzida nesta região. Foram encontrados apenas 2 programas, com duração de 8 dias, em Belmonte.

Quadro 3. Principais destinos de turismo de passeio pedestre nos programas consultados, por região

Açores		Algarve		Lisboa	
Açores	36%	Algarve	46%	Lisboa	7%
Pico	23%	C. Vicentina	20%	PNSA	30%
S. Miguel	35%	Monchique	20%	PNSC	38%
Outros	6%	Outros	14%	Outros	25%
Alentejo		Centro		Norte	
Alentejo	32%	Centro	1%	Norte	6%
PNSSM	11%	PNSE	26%	PNPG	34%
Évora	8%	Aldeias Históricas	11%	Douro	15%
Costa Alentejana	38%	Aldeias do Xisto e Serra	29%	Serra d’Arga	5%

		da Lousã			
Outros	11%	Outros	33%	Outros	40%

Fonte: TOVAR (2010)

Essencialmente destino de programas de 1 dia, a região de Lisboa apresenta duas áreas privilegiadas para a realização de passeios pedestres: o Parque Natural da Serra da Arrábida (30%) e o Parque Natural Sintra-Cascais (38%). Outros destinos, nesta região (25%), são a Tapada de Mafra, Serra de Montejunto, Serras d’Aire e Candeeiros, Costa da Caparica, Sesimbra e estuário do Tejo. A cidade de Lisboa não ultrapassa 7% do total (quadro 3).

A região Norte é a única região do país que integra um Parque Nacional – o Parque Nacional da Peneda-Gerês (PNPG) – que representa, segundo os programas analisados, uma das mais importantes áreas (34%) (quadro 3), em Portugal, para a prática de pedestrianismo. No contexto nacional, em números absolutos, é o 2º destino de passeio pedestre mais importante de Portugal continental, sendo apenas superado pelo Parque Natural de Sintra-Cascais. O Douro (15%) é também um importante destino de turismo de passeio pedestre, no Norte de Portugal. Esta sub-região apresenta importância relevante nos programas dos operadores estrangeiros e assume a posição de destino mais importante, no Norte de Portugal, quando se consideram apenas os programas com 2 ou mais dias. Em “Outros” (40%), encontram-se destinos como a Serra da Freita, Serra d’Arga, Vale do Lima, Viana do Castelo, Parque Natural de Montesinho, entre outros (quadro 3).

A região da Madeira aparece, em grande parte dos programas, como destino em si. Os programas, de uma forma genérica, referem “Madeira” ou “Levadas da Madeira”. Assim, no caso desta região, não são considerados diferentes destinos mais específicos.

De acordo com o exposto, pode concluir-se que para todas as regiões de Portugal existe oferta de programas de turismo de passeio pedestre. Abordando destinos mais específicos, destacam-se as áreas protegidas (parque nacional e parques naturais), em todas as regiões do país, o Douro, no Norte, e as Aldeias Históricas e Aldeias do Xisto, no Centro (TOVAR, 2010).

Estes três últimos destinos, e particularmente o destino Aldeias do Xisto, são destinos que se afirmam pela cuidada revitalização do património construído de micro-territórios de baixa densidade, para fins turísticos, e que integram interessantes elementos culturais e paisagísticos. Os percursos pedestres são assumidos como factor de inovação e parte integrante do produto turístico a desenvolver.

2. Caminhos do Xisto: um novo destino de turismo de passeio pedestre no Centro de Portugal

2.1 Aldeias do Xisto: uma estratégia inovadora, alicerçada nos lazeres turísticos, para valorizar património(s) e criar novas centralidades

No âmbito da promoção do desenvolvimento regional em Portugal, para o período 2000-2006, foram definidas um conjunto de medidas de discriminação positiva para as sub-regiões com mais e maiores dificuldades estruturais (como acontece com uma parte significativa do interior rural e montanhoso), alicerçadas nos recursos endógenos e nas actividades consideradas de maior relevância para alavancar novas dinâmicas territoriais (capazes de inverter ou pelo menos estancar as trajectórias negativas que marcavam esses territórios).

Sob a designação de Acções Integradas de Base Territorial (AIBT), com enquadramento nos Programas Operacionais Regionais, emergem diversas estratégias (acompanhadas de meios financeiros e de uma estrutura de gestão própria) em função do perfil geográfico das áreas de intervenção. No caso da Região Centro de Portugal, as AIBT aparecem centradas em áreas como, por exemplo, a Serra da Estrela, o Vale do Côa e o Pinhal Interior.

O Pinhal Interior é uma sub-região crítica da Cordilheira Central Portuguesa. Como em tantas outras áreas de montanha, coexistem diversos problemas sociais, económicos e territoriais, designadamente o despovoamento, a carência de serviços e infra-estruturas básicas, a fragilidade das actividades tradicionais, como a agricultura e a silvicultura, e ainda a crescente pressão antrópica sobre as áreas mais sensíveis, devido ao abandono do território e às fragilidades dos instrumentos de gestão territorial (Carvalho, 2009-a).

Contudo, os recursos e os valores patrimoniais e paisagísticos relevantes conferem aos ambientes de montanha um valor cada vez mais elevado (Cunha, 2003), e permitem aos gestores e decisores políticos encontrar caminhos no sentido de reorientar a vocação e reconverter os seus espaços, procurando novos usos/funções associados à emergência de um novo sistema social de valores, ligado à sociedade urbana e à fruição dos tempos livres (Carvalho, 2009-b).

O reconhecimento do potencial dos territórios de montanha para a prática de actividades de lazer e turismo tem feito com que estes sejam actualmente pensados como componentes de soluções capazes de revitalizar estes espaços fragilizados. Foi este um dos pressupostos centrais da programação para o desenvolvimento desta sub-região em 2000-2006.

A AIBT do Pinhal Interior (componente FEDER) constitui a matriz identitária do Programa das Aldeias do Xisto e de um conjunto significativo de actividades em torno destes lugares de montanha, através de cinco linhas de acção com o intuito de reforçar e requalificar a capacidade de alojamento turístico, apoiar a animação turística, promover as potencialidades turísticas do território, melhorar as acessibilidades locais e transversais, e criar ou reforçar infra-estruturas e equipamentos de promoção das potencialidades.

Esta última linha de acção, serviu de suporte ao projecto de “requalificação de um conjunto de aldeias serranas que sustente uma rede de sítios de interesse turístico” (CCRC, 2001: 38) – materializado no Programa das Aldeias do Xisto (PAX) –, e a outros projectos, de modo a constituir uma “rede de percursos activos (pedestres, BTT, TT, rodoviários) e culturais (arquitectura tradicional, arqueologia), numa perspectiva integrada que promova a globalidade da região, a requalificação ou o estabelecimento de novas praias fluviais, e o estabelecimento de uma iniciativa museológica constituída por iniciativas temáticas ou desenvolvidas em conjuntos ou

em elementos isolados, dispersos pelo território e preservados *in situ*” (CCRC, 2001).

O PAX configura uma intervenção direccionada para a “recuperação de coberturas e fachadas, requalificação de espaços sociais, instalação de mobiliário urbano, recuperação de pavimentos de ruas e calçadas, infra-estruturação com redes básicas), que sustente uma rede de sítios de interesse turístico” (CCRC, 2001). Para a prossecução destes objectivos foram definidas as seguintes iniciativas elegíveis: sinalização (de acesso, de informação, identificação); infra-estruturas (redes básicas, pavimentos, serviços em espaços exteriores e interiores) e imóveis públicos e particulares (arranjo de fachadas, coberturas, substituição de portas, janelas e respectivas caixilharias).

Os 24 lugares seleccionados para o Programa Aldeias do Xisto encontram-se repartidos por 14 municípios das sub-regiões do Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Beira Interior Sul e Cova da Beira (figura 1).



Fonte: ADXTUR (2010)

Figura 1. A AIBT do Pinhal Interior e as Aldeias do Xisto: esboço de localização

Os investimentos realizados neste contexto (e na área geográfica próxima das aldeias do xisto, através de outros instrumentos financeiros) permitiram dotar o Pinhal Interior de um conjunto de novos equipamentos e infra-estruturas de alojamento com efeitos positivos na evolução do número de empresas na área do alojamento, restauração e animação turística, que permitiu criar uma escala mínima de equipamentos e serviços para novas actividades e eventos (culturais e lazer turísticos) neste território. De igual modo, apoiaram outras iniciativas de diversificação da base económica local, destacando-se a criação de uma rede de lojas em regime de *franchising* para comercializar produtos endógenos (em especial o artesanato).

Importa referir ainda a criação da Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto (ADXTUR), em parceria com 16 municípios da região Centro e com mais de 70 operadores privados que actuam no território. Este novo actor institucional desempenha um papel decisivo em matéria de gestão e promoção da marca (e dos territórios das) Aldeias do Xisto, e de um conjunto diversificado de actividades em torno dos seus recursos e produtos endógenos, entre as quais destacamos os percursos pedestres.

2.2 Percursos pedestres das Aldeias do Xisto

Os “Caminhos do Xisto” são 16 percursos pedestres, de pequena rota, implementados nos territórios das Aldeias do Xisto (quadro 4). Aproveitando caminhos antigos, os percursos desenvolvem-se a partir das aldeias, ou nas suas proximidades, possibilitando um contacto muito próximo com o território e os seus valores naturais e culturais (TOVAR, 2010).

Quadro 4. Os Caminhos do Xisto (Centro de Portugal)

Percurso	Aldeia(s) / Concelho	Forma	Extensão (Km)
CX da Barroca	Barroca / Fundão	Circular	9,2
CX Rota das Aldeias Serranas	Talasnal, Casal Novo / Lousã	Circular	6
CX Rota dos Moinhos	Lousã	Circular	6
CX de Álvaro - Longra	Álvaro / Oleiros	Circular	7
CX Álvaro - Gaspalha	Álvaro / Oleiros	Circular	6
CX de Gondramaz	Gondramaz / Miranda do Corvo	Linear	5,6
CX de Sarzedas	Sarzedas / Castelo Branco	Circular	15
CX das Aldeias de Góis	Aigra Nova, Aigra Velha, Pena e Comareira / Góis	Circular	9,2
CX de Casal de S. Simão	Casal de S. Simão / Figueiró dos Vinhos	Circular	5,1
CX de Figueira	Figueira / Proença-a-Nova	Circular	6,3
CX Acessível do Gondramaz	Gondramaz / Miranda do Corvo	Linear	0,45

CX de Água Formosa	Água Formosa / Vila de Rei	Circular	7,4
CX da Foz do Cobreão	Foz do Cobreão / Vila Velha de Ródão	Circular	11,3
CX de Fajão	Fajão / Pampilhosa da Serra	Circular	4
CX de Martim Branco	Martim Branco / Castelo Branco	Linear	9,5
CX da Benfeita	Benfeita / Arganil	Circular	10
TOTAL			118,05

Fonte: TOVAR (2010), com base em ADXTUR (2010).

De acordo com a ADXTUR, a implementação desta rede de caminhos, pretende ser um factor de inovação do produto turístico existente no território, aumentando a capacidade de atracção e a qualidade do mesmo, contribuindo para a criação de um destino de excelência de Turismo de Natureza, e permitindo ainda o alargamento das actividades de lazer, não só para os turistas como para a população local.

No total, são quase 120 quilómetros de percursos sinalizados, ligados a 17 das 24 aldeias que constituem a rede de Aldeias do Xisto. A maior parte dos percursos são circulares, com início e fim numa das aldeias. O Caminho do Xisto das Aldeias de Góis, une 4 aldeias: Aigra Nova, Aigra Velha, Pena e Comareira. Apenas 3 dos Caminhos do Xisto assumem a forma linear, com o ponto de chegada diferente do ponto de partida (quadro 4).

Todos os percursos se encontram marcados/sinalizados (figura 2) de acordo com as normas da Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal e foram submetidos ao processo de homologação, que se encontra em curso (ADXTUR, 2010).



Foto: Paulo Carvalho

Figura 2. Sinalização (placa indicativa) do Caminho do Xisto de Benfeita (Arganil)

A informação sobre os percursos encontra-se disponível, em português e inglês, na página de internet das Aldeias do Xisto. Para cada um, existe um folheto, disponível para *download*, com informação bastante detalhada, que inclui: identificação dos percursos, mapa/esquema, distância, duração, tipo (circular ou linear), desnível acumulado, altitude máxima e mínima, texto descritivo, pontos de interesse, altimetria, grau de dificuldade, época do ano aconselhada, informações e contactos úteis, sinalética, normas de conduta e identificação dos promotores. Adicionalmente, encontra-se disponível, *online*, informação para GPS. A disponibilidade de informação prática e completa, em português e inglês, é relevante pois a dificuldade de acesso a informação sobre percursos pedestres constitui um entrave à organização de programas de turismo de passeio pedestre e consequentemente ao desenvolvimento de destinos vocacionados para este tipo de turismo.

Os órgãos oficiais de turismo, quer nacionais, quer regionais, com responsabilidade ao nível da promoção turística, poderão ter um papel importante na centralização e difusão da informação existente.

O Visitportugal²⁰ é o site oficial de promoção turística do destino Portugal desenvolvido pelo Turismo de Portugal, a autoridade turística nacional. Aqui é possível encontrar sugestões de passeios pedestres a realizar nas Aldeias do Xisto. Contudo não é disponibilizada informação sobre os trilhos em si, ou onde obter essa informação. As sugestões apresentadas, em 9 línguas, são:

- Serra da Lousã, recomendando a Rota das Aldeias Serranas;

- Aldeias de Góis, recomendando visita às aldeias de Comareira, Aigra Nova, Aigra Velha e Pena.

A página de internet da Entidade Regional de Turismo do Centro²¹, entidade responsável pela valorização turística e pelo aproveitamento sustentado dos recursos turísticos da sua área de actuação, que engloba o território das Aldeias do Xisto, e pela promoção no mercado interno não apresenta informação sobre os Caminhos do Xisto.

Utilizando a ferramenta de pesquisa, na página da Associação Turismo do Centro²², entidade com responsabilidade na promoção externa do destino Centro de Portugal, para encontrar “percursos pedestres”, não se obtém qualquer informação. Contudo, a página apresenta conteúdos sobre 8 dos Caminhos do Xisto, incluindo descrição da extensão de cada um dos percursos, pontos de partida e de chegada, tipologia, grau de dificuldade, desníveis, altitudes mínima e máxima, época do ano aconselhada e pontos de interesse. Não encaminha para a página das Aldeias do Xisto²³, onde a informação, sobre os 16 Caminhos do Xisto existentes, é mais completa e actual.

²⁰ <http://www.visitportugal.com>, 12-1-2010.

²¹ <http://www.turismodocentro.pt/>, 19-2-2010.

²² <http://www.visitcentro.com>, 20-2-2010.

²³ <http://www.aldeiasdoxisto.pt>, 20-2-2010.

2.3 Turismo de passeio pedestre nas Aldeias do Xisto: programas e operadores

Como refere Tovar (2010), a aposta na formulação de novos produtos turísticos é uma das valências da ADXTUR. Os novos produtos turísticos a desenvolver devem enquadrar-se no âmbito do turismo de natureza, turismo desportivo e turismo cultural, dirigidos a pequenos grupos, de 4 a 16 elementos, ou *self guided*, proporcionar experiências únicas, de 1 a 7 dias, através de recursos turísticos existentes e empresas de animação, recorrendo a unidades de Turismo em Espaço Rural ou “hotéis de charme”, ao longo de todo o ano (ADXTUR)²⁴.

No que diz respeito ao turismo de passeio pedestre, as empresas que operam no destino Aldeias do Xisto (11 empresas), de acordo com os dados obtidos na pesquisa efectuada, são de nacionalidade portuguesa e 55% com sede na região Centro / Aldeias do Xisto (Fundão, Góis e Lousã). As restantes empresas, que actuam na área, têm sede na região de Lisboa.

De acordo com informação fornecida pela ADXTUR, existem ainda dois operadores alemães a vender férias de passeio pedestre nas Aldeias do Xisto: *Wikinger Reisen* e *Hauser Exkursionen*. Os programas destes dois operadores não foram analisados por não se encontrarem disponíveis *online*.

A duração de 69% dos programas é de apenas um dia. Dos que têm duração superior, os mais frequentes são de 2 dias, que corresponde a 22% do total. A oferta disponível inclui ainda um programa de cinco dias e dois programas de 7 a 8 dias (Tovar, 2010).

No caso dos programas de 2 dias, propostos para o território Aldeias do Xisto, são em geral programas centrados num único local de alojamento (incluído ou não no preço), com saídas diárias para realizar passeios a pé. Os passeios são guiados e o preço inclui serviço de guia, transporte, quando necessário, entre o local de alojamento e o local de início / fim do percurso, seguros de responsabilidade civil e de acidentes pessoais e, pode incluir refeições em restaurante ou *pic-nics* durante os passeios (Tovar, 2010).

O programa de 5 dias é centrado num único local de alojamento e propõe 4 passeios pedestres auto-guiados. Inclui o alojamento, mapas, *tracks* para GPS, e demais documentação de apoio à realização dos percursos e, ainda, apoio de emergência.

Os dois programas de 7 e 8 dias, têm partida da cidade do Porto e incluem o *transfer* de e para o aeroporto. Estes, propõem mais que um local de alojamento, ao longo da semana, e, além das saídas diárias para realização de passeios pedestres, incluem visitas de carácter cultural a locais históricos.

As condições que existem actualmente no território são propícias ao desenvolvimento de programas centrados num alojamento, muitas vezes fora das aldeias, com saídas diárias. A capacidade de alojamento das aldeias é ainda baixa e apenas 4 aldeias (Gondramaz, Casal de São Simão, Talasnal e Fajão) dispõem de serviço de refeições, para permitir a oferta de programas centrados nestes lugares. Com efeito, no início de 2010 estavam em funcionamento 14 unidades de alojamento, com uma capacidade entre as 2 e as 13 camas, que perfaziam 81 camas,

²⁴ Aldeias do Xisto, Territórios de Baixa Densidade – Oportunidades de Desenvolvimento, http://www.dpp.pt/Workshops/Provere/Aldeias_Xisto.pdf (21-1-2010).

em dez aldeias do xisto – a Serra da Lousã é a sub-região mais importante com quase 60% do total de estabelecimentos e camas (TOVAR, 2010).

No contexto geográfico dos concelhos de enquadramento das Aldeias do Xisto, existiam, na mesma data, 1739²⁵ camas de alojamento turístico (ADXTUR, 2010), grande parte concentrada nas cidades e vilas de maior dimensão, onde existem estabelecimentos, de tipologias diversas, de capacidade média: Castelo Branco, Fundão e Lousã. Os restantes lugares estão servidos por pequenas unidades, de capacidade mais reduzida.

A criação de um percurso de Grande Rota, tal como previsto, ligando todas as aldeias, proporcionará a oportunidade de desenvolver programas de *trekking*, inovadores em Portugal, de vários dias ao longo de um itinerário, pernoitando nas aldeias. O desenvolvimento deste tipo de programa tem ainda a condicionante da capacidade/existência de alojamento e serviço de refeições ao longo do itinerário.

A participação de grupos em programas de passeio pedestre nem sempre é feita no âmbito de uma prestação de um agente ou operador turístico. O turista individual pode organizar os seus próprios programas, de um ou vários dias. O destino Aldeias do Xisto, oferece condições para a realização de programas de passeio pedestre, sem recurso a empresas especializadas, desde que centrados num local, com saídas diárias. Os factores que mais contribuem para esta possibilidade são a extensão dos percursos (1/2 dia a 1 dia), a sua forma (circulares), a sinalização e a informação disponível, que permitem que o pedestrianista percorra o trilho em segurança, voltando ao fim de umas horas ao local de início.

A disponibilidade de informação detalhada sobre os percursos e os serviços turísticos existentes, na página de Internet das Aldeias do Xisto, facilita a organização individual, sem recurso a operadores especializados, de programas de turismo de passeio pedestre na região.

Quadro 5. Factores chave de êxito num destino de turismo de passeio pedestre

Áreas de elevado interesse natural	+
Paisagem de montanha	+
Património cultural rico	+
Adequadas infra-estruturas de acolhimento, sinalização e equipamentos básicos (áreas de descanso, centros de acolhimento e informação, ...)	+
Ampla e variada oferta de percursos (extensão, dificuldade, etc.) adaptada a diversas tipologias de turistas / visitantes.	+
Bom funcionamento de prestadores de serviços de apoio: guias, transporte, etc.	-
Alojamento integrado na envolvente natural	-
Restauração com gastronomia tradicional de qualidade	-
Disponibilidade de informação detalhada sobre os percursos e serviços no destino	+

Legenda: + bom grau de desenvolvimento; - insuficiente grau de desenvolvimento.

²⁵ De acordo com o Instituto Nacional de Estatística, a capacidade em Estabelecimentos Hoteleiros (não inclui Turismo no Espaço Rural nem Pousadas de Juventude), nos 14 concelhos que constituem o território Aldeias do Xisto, é de 1949 camas (dados referentes ao ano de 2008, disponíveis em www.ine.pt, 10-3-2010).

Fonte: Tovar (2010).

O número, a dimensão, a forma e a localização dos percursos oferecem múltiplas possibilidades de combinação para serem usufruídos no âmbito de uma prestação turística com tudo incluído, tal como o atestam os programas disponíveis no mercado.

A existência de outros atractivos e serviços – percursos de BTT, praias fluviais, empresas de animação turística, restaurantes, lojas e a própria paisagem – permite ainda a formulação de diversos produtos turísticos, de qualidade e potencial atractividade, em que o passeio pedestre pode não assumir a componente principal mas ser um importante complemento.

O quadro 5 apresenta os factores que se consideram imprescindíveis num destino de turismo de passeio pedestre e o seu grau de desenvolvimento no destino Aldeias do Xisto.

Com base na informação sistematizada, pode concluir-se que o destino Aldeias do Xisto é um destino de turismo de passeio pedestre com grande potencial de desenvolvimento (TOVAR, 2010).

É uma paisagem de montanha de elevado interesse natural, enquadrando-se por isso na tipologia de território que aparece com maior frequência nos programas de pedestrianismo e de turismo de passeio pedestre.

O património cultural é rico e estão em curso diversas de acções com vista à sua valorização e promoção: recuperação das casas de xisto, valorização da gastronomia, entre outros.

Todo o território é gerido sob uma marca única – Aldeias do Xisto – e tem sido alvo de intervenções integradas que contemplaram a criação de adequadas infra-estruturas de acolhimento, sinalização e equipamentos básicos, como áreas de descanso, praias fluviais, centros de acolhimento e informação, entre outras.

A oferta de percursos é ampla, variada e adaptada a diversas tipologias de turistas ou visitantes. Está prevista a expansão de rede de percursos de pequena rota e a criação de um percurso de grande rota, atravessando todo o território, o que vai permitir diversificar a possibilidade de produtos / configuração de programas.

Existe um conjunto de operadores experientes, com conhecimento profundo da região capaz de prestar bons serviços de apoio ao turismo de passeio pedestre. Contudo, estes serviços são prestados no âmbito de programas organizados. Serviços de transporte de bagagens ou de pessoas entre locais de alojamento, ou entre o local de alojamento e o local de início do percurso e regresso, são difíceis de operacionalizar.

A capacidade de alojamento na envolvente geográfica das Aldeias do Xisto é suficiente. Contudo é escassa a oferta de alojamento turístico nas aldeias onde é também muito reduzida a oferta de serviços de restauração.

A disponibilidade de informação sobre os percursos pedestres e serviços turísticos na rede de Aldeias do Xisto é exemplar e regularmente actualizada. Ganharia maior eficácia e difusão, criando melhores acessos a partir dos portais da Entidade Regional de Turismo do Centro e Agência de Promoção Turística Regional Turismo do Centro.

3. Conclusão

Os percursos pedestres, caminhos preparados para a prática do pedestrianismo, no contexto das actividades de lazer de ar livre, tal como o número de interessados na prática desta actividade, conheceram nos últimos anos um importante impulso em Portugal.

Neste contexto, os percursos pedestres assumem importância como forma de complementar a experiência do turista num determinado destino, ao constituírem mais uma oferta de actividade em que o turista pode participar, mas também podem assumir o papel principal no produto turístico e constituírem a razão da deslocação ao destino (Tovar, 2010).

Em Portugal, existem percursos pedestres homologados e é crescente o número de actividades de pedestrianismo oferecidas por diversas entidades, com destaque para a preferência pelas áreas de montanha e de elevado interesse natural, e também existe um relevante conjunto de operadores (nacionais e estrangeiros) especializados na oferta de produtos de turismo de passeio pedestre (através de modalidades, destinos e duração variável).

Grande parte dos programas organizados por empresas portuguesas corresponde a programas de 1 dia, sendo escassa, em comparação com o que oferecem os operadores estrangeiros, a oferta de programas com duração superior a 4 dias, o que revela um sub-aproveitamento da oportunidade de oferecer programas de turismo de passeio pedestre estruturados.

Destacam-se as regiões Norte e Lisboa e Vale do Tejo, quando se consideram os programas de 1 dia. A apreciação de programas com duração superior, confere a importância da região Norte, e faz sobressair também as regiões da Madeira, Algarve, Alentejo e Centro, como principais destinos de turismo de passeio pedestre em Portugal.

No que diz respeito a destinos mais específicos, destacam-se as áreas protegidas (parque nacional e parques naturais), em todas as regiões do país, o Douro, no Norte, e as Aldeias Históricas e Aldeias do Xisto, no Centro.

O território Aldeias do Xisto é um destino turístico recente. Até há poucos anos, a generalidade das aldeias estava muito degradada, os acessos eram comprometedores e a oferta de alojamento e outros serviços turísticos era quase inexistente.

Hoje, resultante de melhorias nas acessibilidades e da intervenção realizada no âmbito da “Acção Integrada de Base Territorial do Pinhal Interior” (Programa Operacional da Região Centro de Portugal, 2000-2006), nomeadamente do Programa das Aldeias do Xisto, com o envolvimento e a articulação de entidades públicas, privadas e associativas, a região oferece condições para o desenvolvimento de produtos de turismo de passeio pedestre, como o atestam os exemplos observados nesta investigação.

A par da existência de um interessante conjunto percursos pedestres, definidos e sinalizados de acordo com as normas e recomendações existentes, e da disponibilidade de informação detalhada sobre eles, as características físicas e culturais do território, a oferta de alojamento turístico, a oferta de gastronomia tradicional da região, o programa de animação das aldeias, a existência de serviços de passeios pedestres guiados, a existência de lojas de venda de produtos locais e,

ainda a promoção de tudo isto sob uma única marca, a marca Aldeias do Xisto, gerida por uma associação que congrega interesses públicos e privados, são factores que contribuem para a afirmação deste território como destino turístico vocacionado para produtos de turismo de natureza, com destaque para o turismo de passeio pedestre.

Referências bibliográficas

- Bietolini, A. (2007). *Manual de Caminhada – Trekking*, Arte Plural Edições, 96 pp.
- Butler, R.; Hall, C. M. & Jenkins, J. (eds.) (1998). *Tourism and recreation in rural areas*, Chichester, John Wiley & Sons, 328 pp.
- Carvalho, P. (2009-a). *Património construído e desenvolvimento em áreas de montanha. O exemplo da Serra da Lousã*, Lousã, Câmara Municipal da Lousã, 657 pgs.
- Carvalho, P. (2009-b). “Planeamento, turismo e património em territórios de baixa densidade”, *Biblos*, Vol. VII (2ª série), pp. 485-506.
- CCRC (2001). *Programa Operacional da Região Centro: 2000-2006*, Coimbra, CCRC, 97 pp.
- Cunha, L. (2003). “A montanha do centro português: espaço de refúgio, território marginal e recurso para o desenvolvimento local”. In CAETANO, Lucília (coord.): *Território, Ambiente e Trajectórias de Desenvolvimento*, Coimbra, Centro de Estudos Geográficos, pp. 175-191.
- Godde, P., Price, M. & Zimmermann, F. (eds.) (2000). *Tourism and Development in Mountain Regions*, New York and Oxon, Cabi Publishing, 357 pp.
- Hall, D.; Roberts, L. & Mitchell, M. (eds.) (2003). *New Directions in Rural Tourism*, Aldershot, Ashgate, 237 pp.
- Hall, C. M. & Page, S. J. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, place and space*, London and New York, Routledge, 530 pp.
- Kouchner, F. & Lyard, J. (2001). “A valorização do turismo de passeio pedestre nos territórios rurais – Guia pedagógico para a elaboração e execução de um projecto de passeio pedestre”, *Inovação em Meio Rural*, Caderno nº. 12, Observatório Europeu Leader (disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/walking/walking.pdf>, 12-02-2009).
- PENT (2007). “Plano Estratégico Nacional do Turismo”, In *Diário da República*, 1ª Série, nº 46, 4.4.2007, pp. 2166-2174.
- Pearce, D. & Butler, R. (eds.) (2005). *Contemporary Issues in Tourism Development*, London and New York, Routledge, 273 pp.
- Price, M. (2007). *Mountain Area Research and Management. Integrated Approaches*, London, Earthscan, 302 pgs.

- Redelif, M.; Haan, H. & Kasinis, B. (eds.) (1997). *Sustainable rural development*, Aldershot, Ashgate, 224 pp.
- THR (2006). *Turismo de Natureza*, Lisboa, Turismo de Portugal (disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portug%C3%AAs/Proturismo/ProdutoseDestinoturísticos/ProdutosTurísticos/TurismodeNatureza/Anexos/TURISMO%20De%Natureza.pdf>, 16-02-2009).
- Tovar, Z. (2010). *Pedestrianismo, Percursos Pedestres e Turismo de Passeio Pedestre em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Turismo (Gestão Estratégica de Destinos Turísticos) apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, 146 pp.
- Tovar, Z. e Carvalho, P. (2011). “Caminhos do Xisto (Cordilheira Central): um novo destino de turismo de passeio pedestre em Portugal”, *Cadernos de Geografia*, Coimbra, Departamento de Geografia (Universidade de Coimbra) e Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, nº 28/29 (2009/2010), pp. 131-142.
- Vergunst, J; Árnason, A. & Shucksmith, M. (eds.) (2009). *Comparing rural development. Continuity and change in the countryside of Western Europe*, Aldershot, Ashgate, 212 pp.

Susana Silva
Doutoranda em Geografia
Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra (Portugal)

Paulo Carvalho
Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território
Faculdade de Letras. Universidade de Coimbra (Portugal)

Turismo Termal em Portugal: as Perspectivas dos Gestores das Estâncias Termais da Região Centro

Resumo

O turismo de saúde e bem-estar, considerado na actualidade como um produto estratégico, está umbilicalmente ligado às estâncias termais, embora estas constituam um produto que se mantém na base da hierarquia dos destinos de férias e à margem dos circuitos turísticos globais, e cuja reinvenção se assume como um desafio permanente.

Com o objectivo de explicitar a actual dinâmica termal e definir linhas de orientação e acção para o seu desenvolvimento, foi aplicado um inquérito por questionário aos gestores e administradores das estâncias termais da região Centro de Portugal, sobre a situação e as perspectivas das actividades e espaços termais. Os principais resultados apurados revelam a necessidade de articular as estâncias no sentido de construir um produto compósito, atractivo e competitivo, que através da apologia na diversificação e diferenciação se possam constituir como efectivos destinos turísticos.

1. O papel das estâncias termais na actual concepção de turismo

O turismo mais do que um fenómeno económico é igualmente um dos maiores fenómenos sociais dos tempos modernos (Sharpley et al., 2002), se se tiver em conta

que há muito que se tornaram centrais na sociedade contemporânea componentes como lazer, descanso, férias e tranquilidade (Santos, 2005). Tal reflectiu-se no aumento do consumo de actividades ligadas ao lazer e ócio, na curiosidade em conhecer novos espaços e ambientes, suscitando o incremento da procura turística e o aparecimento de novos destinos e formas de passar o tempo (Escada, 1999).

Contudo, novas mudanças se têm vindo a operar no domínio do turismo que, nas últimas duas décadas, se tem assumido como uma indústria de experiências, onde os turistas procuram experiências únicas que lhes proporcionem qualidades materiais e imateriais e os estimulem emocionalmente. É neste sentido que se vem afirmando que o turista moderno é multi-motivado pois procura satisfazer múltiplas necessidades durante a sua viagem (Magdalini et al., 2009). Nesta linha, as alterações nos domínios da procura, da oferta e do contexto macroeconómico têm delineado uma nova orientação, uma nova leitura e experiências turísticas, o que exige novos requisitos de competitividade e de diferenciação espacial para a actividade turística onde novos (ou renovados e reinventados) produtos e destinos se desenvolvem de modo a satisfazer os interesses cada vez mais específicos da procura, que se baseiam nos conteúdos estratégicos de cada território, diversificando assim uma oferta demasiado restrita e condicionada pelos destinos tradicionais (Barros, 2004; Fonseca, 2005).

Um dos nichos de turismo que tem emergido como um fenómeno global, ao qual foi atribuído um crescimento potencial de 5 a 10% ao ano até 2015 e que traduz uma motivação primária e secundária de 3 e 7 milhões de viagens respectivamente, em território europeu, é o turismo de saúde e bem-estar (Mei, 2007). Um crescimento exponencial explicado pela actual alta propensão para viajar, principalmente por parte de pessoas mais maduras, pela mudança de estilos de vida e pelo facto do turista se informar muito bem sobre os destinos e buscar a componente de experiência em destinos e produtos alternativos (Didascalou et al., 2009).

Em Portugal este produto está umbilicalmente ligado às estâncias termais e actividades a elas relacionadas. Estas correspondem a um produto turístico antigo mas que ressurge, como forma de contornar uma marginalidade a que tinha sido votado, camuflado no segmento de saúde e bem-estar que, embora embrionário no cenário turístico global, tem procurado ocupar um espaço mais proeminente.

Segundo Eleni Didascalou et al. (2009), o turismo de saúde é uma das formas mais antigas de turismo, na sequência da importância conferida nas civilizações clássicas. Posição igualmente assumida por Carminda Cavaco (2005), quando se refere ao termalismo como o tipo de actividade turística mais remota, mais consolidada e como estando nas origens do turismo enquanto actividade criadora de lugares variados e dinâmicos que originaram a fundação de localidades, importantes e prestigiados centros turísticos e até grandes centros urbanos (Cunha, 2003), reforçando o importante papel que as termas desempenharam na localização, génese, desenvolvimento local e regional e promoção da imagem dos locais, conferindo-lhes um valor simbólico determinante (Mangorrinha, 2000).

Nesta linha, as termas constituem uma oferta competitiva numa nova filosofia de ocupação de tempos livres e férias, um espaço onde é harmoniosa a combinação entre saúde e bem-estar, lazer e turismo, constituindo uma fórmula bastante atractiva, capaz de satisfazer argumentos diversos como o descanso, a evasão, o

recreio e bem-estar, cada vez mais procurados na motivação turística actual e, acima de tudo, porque criam e proporcionam um ambiente, uma atmosfera próprias, uma experiência única, bastante apreciadas pela sociedade contemporânea (Ezaidi et al., 2007; Didascalou et al., 2009). As termas, pelas suas características terapêuticas, ambientais e patrimoniais, são lugares idóneos para esses objectivos, pois o “microcosmo termal” composto por um conjunto de elementos fundamentais, desde o equipamento balnear ao equipamento de alojamento, cultural, recreativo, comercial e ambiental (Mangorrinha, 2000), identifica os espaços termais não só como centros terapêuticos de cura e prevenção, mas também como centros de saúde e bem-estar físico e psíquico, centros de recreio, lazer e actividade social (Vargas et al., 2002).

Em termos de destino turístico, o lugar das termas nas escolhas dos portugueses é residual. Tendo por base os últimos resultados conhecidos, relativos às férias dos portugueses por tipo de ambiente, que datam de 2006, o destino termas ocupava a 5ª posição, representando 2,5% das escolhas de quem gozou férias fora do ambiente habitual. Valor que ascende aos 12,7%, quando considerado o ambiente preferido para os residentes no Continente, com 15 ou mais anos, que não gozaram férias no referido ano (Tp, 2008).

Contudo, o turismo termal, identificado actualmente como uma actividade transversal, assume progressivamente um papel de relevância no contexto do turismo moderno ao mesmo tempo que constitui uma resposta para o turista mais interessado que procura uma alternativa ao modelo tradicional de sol e praia, o contacto com a natureza e o afastamento das massas, cabendo às estâncias termais adaptar-se e corresponder às expectativas deste turista contemporâneo.

2. O turismo e o lazer no contexto da multifuncionalidade das estâncias termais

O uso das águas termais para fins de saúde é uma tradição milenar, assim como é antiga a componente de saúde no turismo. Neste âmbito, o termalismo, actividade de carácter turístico, para além de alicerçada na cura termal, inclui cada vez mais a vertente preventiva para além da possibilidade de se usufruir de actividades lúdicas e turísticas, aproximando-se do turismo termal, que pressupõe já o usufruto de toda a estância termal. Desta forma, os consumidores que, não tomando a cura e efeitos terapêuticos das águas como motivação central, encaram as termas muito para além disso, como destinos de lazer, de férias, de ócios, o que os torna mais turistas do que propriamente aqvistas/termalistas. O turismo termal envolve fluxos mais complexos em termos de motivações onde a motivação de férias ganha destaque e a actividade de turismo e lazer predomina, em muitas situações, sobre a curativa (Cavaco et al., 2008).

As estâncias termais, numa linha de mudança de paradigma alicerçada na revitalização e redinamização, com origens em meados do século XX, procuram captar novos segmentos de mercado, desenvolvendo e promovendo produtos e novas modalidades de tratamento como forma de diferenciarem o produto, que sejam mais próximas das tendências e necessidades de consumo dos actuais clientes (Olivares et al., 2004), que deixaram de se preocupar apenas com a sua saúde para se preocuparem também com o seu bem-estar, forma física e aparência. Para tal contribuiu a alteração do conceito de saúde, considerada pela Organização Mundial

de Saúde como um estado de bem-estar total, físico, mental e social (Fernandes, 2006).

O termalismo clássico, apologista da doença e da cura, é preterido em função do termalismo moderno assente numa matriz de prevenção e bem-estar onde a oferta está vocacionada para segmentos de mercado com motivações terapêuticas, lúdicas e turísticas (Ramos, 2005). Motivações que dilatam o âmbito do turismo de saúde alargando-o ao de bem-estar, assim como o seu mercado potencial (Cavaco et al., 2008). Entende-se desta forma que o termalismo não se trata apenas de uma tendência mas uma actividade milenar, que hoje se apresenta de forma renovada (Inédia, 2009), práticas que têm sido redescobertas, renovadas e integradas para criar uma nova indústria global (Magdalini et al., 2009), podendo-se falar numa “nova era do termalismo”, o “turismo de saúde e bem-estar”.

O conceito e produto são relativamente recentes (inícios da década de 80), mas trata-se de uma dimensão bem mais ampla e diversa que o termalismo e o turismo termal, pois abrange ofertas não termais, outro tipo de serviços e programas, associada também à oferta de actividades lúdicas que tem como objectivos fundamentais a satisfação de cuidados profilácticos de saúde (medicina preventiva), a prestação de serviços terapêuticos (medicina curativa) e a realização de tratamentos de recuperação (medicina de reabilitação) (Fernandes et al., 2008).

O turismo de saúde e bem-estar emerge como um fenómeno global e constitui uma das áreas mais florescentes da actividade turística mundial, muito particularmente no espaço termal europeu e nacional ao afirmar-se como um promissor segmento de turismo que, de certa forma, tem conferido um novo fôlego à dinâmica termal, apresentado taxas de progressão rápidas pela procura em expansão podendo constituir-se como um importante e competitivo segmento turístico (Cavaco et al., 2008), se se pautar por princípios de qualidade e diferenciação de serviços e actividades de saúde e bem-estar, aspectos considerados como os factores competitivos decisivos na resposta à competição internacional e como o melhor caminho para satisfazer as expectativas dos clientes (Mueller et al., 2001).

Esta situação é corroborada através dos dados disponíveis para o contexto português. A frequência do termalismo clássico, embora ainda dominante (em 2009 representava cerca de 69%) tem vindo a diminuir, tendo perdido cerca de 29% de clientes nos últimos anos (2002-2009), a favor do termalismo de saúde e bem-estar que representa já, em 2009, cerca de 31% da procura, uma subida significativa quando comparada com 2002 onde representava pouco mais de 1% (Tp, 2009; Tp, 2010).

O aumento de competitividade do sector termal passa por ultrapassar o conceito tradicional que reduz o balneário a um centro de saúde, e alargar-se a outro tipo de produtos complementares à actividade termal (Vargas et al., 2002). Uma atitude que se vem desenvolvendo nas estâncias termais, um pouco por toda a Europa, que têm encontrado na valência da saúde e bem-estar aliada à componente turística, uma oportunidade de mudança de paradigma na revitalização e desenvolvimento destes espaços.

São vários os casos em que este produto já não se reduz exclusivamente ao termalismo clássico integrando esta valência com uma oferta diversificada de programas e serviços de saúde e bem-estar, às quais se tem conjugado uma oferta mais lúdica, nomeadamente uma aposta em produtos mistos onde é forte a

componente turística (Palma, 2006). Na Alemanha, Hungria e República Checa existem os passeios de balão, na Áustria há um Spa especial para crianças e bebés, um Jurássico Parque assim como na França que dispõe de grutas de espeleologia, rotas temáticas em torno da água e abrigos rurais, a Bélgica oferece noites temáticas, em Itália pode-se usufruir das grutas, do kartódromo e de passeios de charrete, já na Hungria pode-se desfrutar de uma praia artificial mediterrânea, de visitas a parques ou reservas de animais, de feiras de produtos biológicos e do festival da cerveja, e praticar birdwatching e o Reino Unido dispõe do festival de jazz, do museu de antiguidades e de alimentação vegetariana. Particularidades que em conjunto com os programas de bem-estar diversificados constroem uma oferta bastante sugestiva e apelativa pela diversidade de experiências que proporcionam (Cavaco et al., 2008).

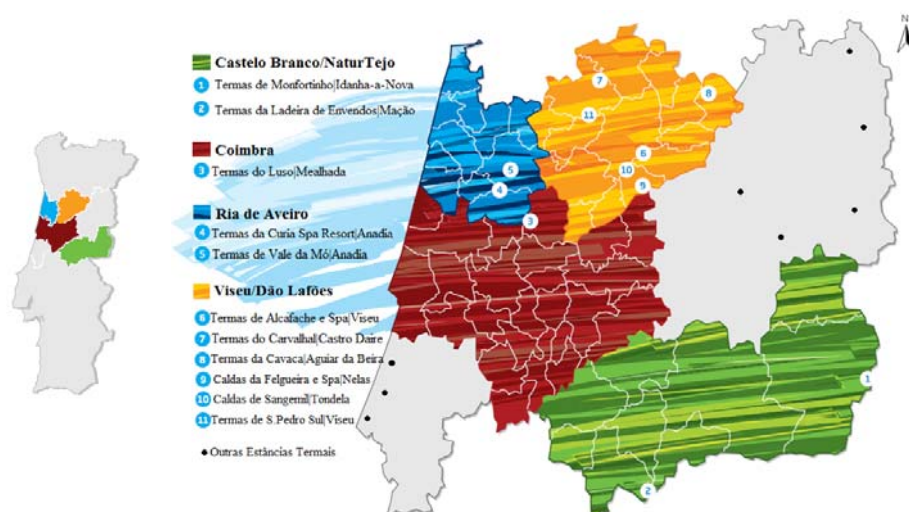
Nesta linha, as estâncias termais em Portugal começam a recuperar algum dinamismo justamente por via da aposta numa oferta diversificada que considera não só os pressupostos terapêuticos como os de saúde e bem-estar e lúdicos, pautada por um equilíbrio e complementaridade entre as duas vertentes ancestrais, oportunamente contemplados na actual legislação que regula o sector.

O decreto-lei 142/2004 de 11 de Junho (Incm, 2004) vem reconhecer formalmente outras potencialidades, para além das terapêuticas, associadas ao bem-estar e lazer, recreio e cultura atribuindo às estâncias termais um papel essencial no âmbito do turismo, onde estas se assumem de forma crescente como um produto turístico compósito, embora embrionário, cujos factores terapêuticos deixam de ser os únicos a justificar a deslocação dos turistas.

3. As estâncias termais do Centro de Portugal

3.1 Mudanças e novas oportunidades para um produto ancestral

O nosso estudo abarca um conjunto de 11 estâncias termais, as termas de S. Pedro do Sul, Carvalhal, Cavaca, Alcafache, Sangemil, Felgueira, Curia, Vale da Mó, Luso, Monfortinho e Ladeira de Envidos, localizadas no território abrangido pela Entidade Regional do Turismo do Centro de Portugal (TCP), que se distribuem pelos 4 pólos de marca turística (figura 1).



Fonte: Adaptado de Tcp (2009)

0 30 km

Figura 1: Localização das estâncias termais por pólos de marca turística, na região Centro de Portugal

Este conjunto representou, em 2009, 51% do total de inscrições realizadas nos estabelecimentos termais portugueses, e 54,5% dos proveitos totais, sendo que 6 destas estâncias (S. Pedro do Sul, Monfortinho, Carvalhal, Felgueira, Alcafache e Curia) figuram no ranking das 15 estâncias mais frequentadas do país, com S. Pedro do Sul a ocupar a posição cimeira há já longos anos, e registam ainda uma média de proveitos por pessoa de 243,4 euros, superior à nacional (242,3 euros) (Tp, 2009; Tp, 2010), o que sublinha a capacidade competitiva que esta região demonstra face a outras.

Na sequência do que é a tendência geral, este conjunto de estâncias termais não congrega só serviços terapêuticos de cura clássica, mas alarga-se a programas de saúde e bem-estar e, actualmente, apenas 2 (Ladeira de Envendos e Vale da Mó) não oferecem este tipo de programas em muito motivado pelas próprias características infra-estruturais e equipamentos directos e indirectos que possuem. As restantes apresentam uma gama mais ou menos diversificada de pacotes de bem-estar, serviço enriquecido em algumas estâncias com a oferta da dimensão de recreio e lazer e que passa fundamentalmente por passeios turísticos pela região onde se inserem, passeios e percursos pela natureza envolvente (parques, áreas de montanha, margens dos rios), circuitos, actividades desportivas (ténis, natação, circuitos de manutenção, golfe), entre outros.

Esta fileira pode ser fundamental em territórios repulsivos e deprimidos no plano demográfico, económico e social, como o são os que acolhem estas 11 estâncias termais que, nos últimos anos (2001-2008) perderam uma média de 1,4% da população, já de si envelhecida (em 2008, com excepção de Viseu, cujo índice de envelhecimento andava na ordem dos 105%, todos os outros concelhos termais ultrapassavam a barreira dos 150%, sendo que no concelho das termas de Monfortinho e Ladeira de Envendos o índice ultrapassava os 400% e 300%, e as perdas populacionais ascendiam aos 13% e 16,4% respectivamente), e com um tecido económico algo débil (Ine, 2002; Ine, 2009).

A importância dos recursos termais neste território está oportunamente identificada e espelhada nas várias abordagens estratégicas de que são alvo no seio de alguns instrumentos de desenvolvimento territorial. Desde o Plano Estratégico Nacional do Turismo (2006-2015), onde a saúde e bem-estar figura como um dos 10 produtos estratégicos em Portugal (embora a estratégia definida para este produto esteja centrada especialmente nos centros de Spa & Wellness, integrando as estâncias termais numa estratégia secundária) (Mei, 2007; Tp, 2006), à estratégia do Turismo do Centro de Portugal que define o turismo de saúde e bem-estar como um produto estratégico do território de prioridade 2 (Tcp, 2009), e que seguem as linhas

orientadoras definidas também no Programa Operacional Regional da Região Centro (2007-2013), que aponta os recursos termais, identificados como recursos específicos da região, como uma das “forças” do Centro, assim como considera a procura crescente do produto de saúde e bem-estar a nível mundial, uma “oportunidade” para a sua valorização económica assim como alavanca para a diversificação e dinamização do tecido económico local (Ccdrc, 2007; Ccdrc, 2008). Neste espectro referem-se ainda os Programas Territoriais de Desenvolvimento, nomeadamente o do Baixo Mondego, Dão-Lafões e Beira Interior Sul que delinearão objectivos e acções específicas para as estâncias aí localizadas, no sentido da valorização dos recursos, do aumento de competitividade e do desenvolvimento dos territórios e comunidades locais onde se inserem (Ambm, 2008; Amrdl, 2008; Cedru, 2008).

Mais específica é a Estratégia de Eficiência Colectiva (EEC) PROVERE (Programa de Valorização dos Recursos Endógenos) através da acção “Valorização das estâncias termais da Região Centro” (desenvolvida no âmbito do QREN) que, numa lógica de rede, pretende desenvolver um conjunto de intervenções que visam potenciar a valorização económica e social das estâncias termais e posicionar a região Centro em segmentos de mercado de valor acrescentado e com procuras internacionais dinâmicas, cujas intervenções, materiais e imateriais, se centram fundamentalmente no reforço da competitividade, na estruturação de produtos compósitos, na construção e integração em rede, na concepção e implementação de estratégias de marketing, na requalificação, sofisticação, inovação e investigação (Atp, 2008; Ccdrc, 2009).

Reconhecendo o papel importante dos gestores/administradores das estâncias termais como actores fundamentais no seu processo de revitalização e desenvolvimento, na compreensão da complexa dinâmica termal nacional e como vozes activas de extrema importância na sustentação de futuras estratégias, importa questioná-los sobre a percepção presente e futura que têm sobre o sector termal em geral e as estâncias em particular, e ainda a forma como encaram o modelo de desenvolvimento ancorado na valência do turismo e lazer, há muito perspectivado para as estâncias, mas cujos resultados são ainda pouco visíveis, a avaliar pela posição marginal das estâncias termais na hierarquia dos destinos de férias.

São aqui apresentados os resultados de um inquérito por questionário realizado entre Outubro de 2009 e Setembro de 2010, dirigido aos 11 gestores/administradores das estâncias termais em estudo, obtendo-se resposta de 8 estabelecimentos, o que corresponde a 72,7% da amostra total, equivalendo as não-respostas a 27,3%. Não sendo esta uma situação óptima, uma vez que não se obteve uma taxa de respostas de 100%, o facto de apenas três entidades não terem respondido demonstra a importância, pertinência e actualidade deste estudo (Silva, 2010).

O inquérito por questionário realizado foi baseado no questionário aplicado por Adília Ramos (2005), por se achar um modelo eficaz em termos de concepção e obtenção de respostas que, para esta investigação, foi actualizado, aprofundado e alargado a outros âmbitos.

Cada uma das questões disponibiliza um conjunto de possibilidades de respostas através de escolha múltipla simples. Os resultados apresentados, para cada uma, têm como base uma escala de respostas definida através de categorias com um

intervalo de 1 a 5 (escala de tipo Likert) (Ramos, 2005) em que o nível 1 corresponde a discordo totalmente, o nível 2 a discordo, o nível 3 a não concordo nem discordo, o nível 4 a concordo e o nível 5 a concordo totalmente, sujeitos a uma apreciação em termos de média (Méd.), moda (MO), nível máximo (Máx.) e mínimo (Mín.) registado para cada opção e desvio padrão (DP). São apresentadas as que obtiveram os valores mais altos de média e portanto as que mais vezes foram objecto de escolha, por parte dos inquiridos, para dar resposta às questões expostas a priori, apontando-se igualmente as opções menos pertinentes à concretização de cada questão. De referir que, em função da escala de respostas (1 a 5), e para os itens formulados na positiva, quanto mais elevada for a pontuação de cada participante em cada item (mais próxima de 5), mais favorável se considera a resposta dos inquiridos face à questão em análise, sendo que o sentido da escala de respostas é invertido quando o item é de cariz negativo.

3.2 A percepção dos gestores/administradores quanto ao presente e futuro das estâncias termais portuguesas

O inquérito por questionário foi estruturado em duas partes, precedidas pela justificação e âmbito desta investigação e por uma análise inicial introdutória referente ao enquadramento da estância termal e perfil de cada inquirido.

Relativamente a este último, a análise revela um equilíbrio entre ambos os sexos, uma idade média próxima dos 40 anos e com grau académico superior (Licenciatura) nas mais diversas áreas de formação. Estes ocupam cargos como director operacional e termal, administrador, gestor, coordenador e presidência, e permanecem nas actuais funções, em média, há cerca de 6 anos (quadro 1).

A parte I deste questionário estava organizada em torno de um conjunto de questões essenciais à compreensão da dinâmica da actividade e espaços termais: 1) A realidade actual do termalismo e estâncias termais em Portugal; 2) Motivos do estado actual de funcionamento das estâncias termais; 3) O carácter urgente e os motivos da reestruturação do sector termal; 4) A reestruturação da actividade termal e espaços termais – 4.1) Outros serviços e actividades que deveriam oferecer para uma optimização dos equipamentos, património, espaço e dinamização das estâncias termais; 5) As principais dificuldades e obstáculos à reestruturação das estâncias termais; 6) Os principais pontos fortes e oportunidades à reestruturação das estâncias termais.

Quadro 1: Perfil dos inquiridos

Termas	Sexo	Idade	Habilitações Literárias	Área de Formação	Função desempenhada	Duração da função
Monfortinho	Masculino	37	Licenciatura	Gestão/Adm. de empresas	Director termal	2 anos
Ladeira de Envidos	-	-	-	-	-	-
Luso	-	-	-	-	-	-
Curia	Feminino	38	Bacharelato	Turismo	Assistente de Direcção	9 anos

Vale da Mó	Masculino	68	Licenciatura	Ensino Básico	Gestor de Concessão	7 anos
Alcáface	Masculino	55	Licenciatura	Engenharia Mecânica	Presidente Conselho Administração	11 anos
Carvalhal	Feminino	31	Licenciatura	Relações Públicas	Directora Operacional	6 anos
Cavaca	Masculino	30	Mestrado	Turismo e Gestão	Gestor Financeiro/ Director de Unidade	1,5 anos
Felgueira	-	-	-	-	-	-
Sangemil	Feminino	36	Mestrado	Marketing	Coordenadora de Marketing	1 ano
S. Pedro do Sul	Masculino	38	Licenciatura	Direito	Administrador Delegado	6 anos

Fonte: Silva (2010)

A análise deste conjunto de pontos permitiu sintetizar os principais resultados e apresentar as principais conclusões e tendências (Silva, 2010).

Assim sendo, a primeira abordagem aos inquiridos no sentido de conhecer a sua “Percepção da realidade actual do termalismo e estâncias termais em Portugal”, permitiu, através dos resultados obtidos, concluir que estes posicionam a situação do termalismo português num nível intermédio (média de 3,3), em direcção a uma perspectiva positiva, transparecendo a vontade de mudança, mas que coloca a descoberto preocupações estruturantes que afectam a actividade e os espaços, já que os elementos caracterizadores da realidade actual apresentados abarcam mais opções de cariz positivo do que negativo (quadro 2).

Este conjunto de responsáveis reconhece assim que as estâncias que têm apostado na diversificação e qualificação de serviços têm beneficiado em termos de atractividade, opção que alcançou um valor médio de 4,3 (concordo), que a vertente se saúde e bem-estar já ocupa um lugar de destaque nas termas, e na sua opinião, o termalismo em Portugal presta um serviço de qualidade, mas cuja progressão está bastante condicionada pelo carácter sazonal, intrinsecamente relacionado com a actividade termal, apontando ainda a falta de investigação científica completa e moderna sobre as águas mineromedicinais e sua aplicação, como elementos justificativos da presente situação.

Em sentido oposto, para os inquiridos, o que menos se coaduna com a realidade é a opção “todas as estâncias termais portuguesas têm condições para se tornarem destinos turísticos de massa” e a opção “o serviço termal reflecte o facilitismo dos concessionários na aquisição de recursos não qualificados”, que reuniu consenso nas respostas ao fixarem-se no nível 2, discordo, constituindo elementos que, na voz dos responsáveis termais, não reflectem de todo o momento termal actual.

Quadro 2: A realidade actual do termalismo e estâncias termais em Portugal

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos						
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx	DP	
As estâncias que têm apostado na diversificação	4,3	4	4	5	0,46	

e qualificação de serviços têm sido casos de sucesso em termos de atractividade					
A vertente de saúde e bem-estar está a ganhar expressão nas termas portuguesas	4,1	4	4	5	0,35
O termalismo em Portugal presta um serviço de qualidade	4,1	4	3	5	0,64
O carácter sazonal da actividade tem prejudicado o progresso das estâncias	4,1	4	3	5	0,64
As estâncias termais portuguesas têm contribuído para o desenvolvimento dos territórios locais	4,1	4/5	3	5	0,83
Há falta de investigação científica completa e moderna sobre as águas e sua aplicação	4,1	4	2	5	0,99
A maior parte do alojamento nas imediações das termas sofre com as oscilações sazonais da actividade termal	4,1	4	2	5	0,99
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Todas as estâncias termais portuguesas têm condições para se tornarem destinos turísticos de massa	2,0	2	1	3	0,76
O serviço termal reflecte o facilitismo dos concessionários na aquisição de recursos não qualificados	2,1	2	1	3	0,83
Todas as estâncias portuguesas têm condições para se manterem em actividade todo o ano	2,3	2	1	4	1,04
As estâncias de gestão pública estão associadas aos apoios sociais, à terapêutica e por consequência a uma maior especialização da clientela	2,4	3	1	4	1,06
As estâncias termais portuguesas ocupam lugar de destaque nos circuitos turísticos globais	2,4	3	1	3	0,74
Resultados globais da questão 1	3,3	4	1	5	0,87

Fonte: Silva (2010)

Ao definirem e justificarem o “Estado actual de funcionamento das estâncias termais” os inquiridos, perante os itens apresentados, destacam numa posição cimeira, com uma média de 4,5 (aproximando-se do nível concordo totalmente), a falta de investigação científica na área como a principal razão da situação actual (quadro 3). Nesta linha, a legislação obsoleta que vigorou durante décadas, a falta de planos estratégicos e de cooperação com outros agentes territoriais votando as termas ao individualismo, tal como a falta de investimento na recuperação da imagem turística e a débil ou mesmo ausência de animação termal são outros dos aspectos apontados como estando na base do actual estado de funcionamento das estâncias que, em termos médios, se situam numa posição acima do nível intermédio (3), pendendo para um cenário funcional menos desejável e favorável, tendo em conta que se trata de uma questão composta por itens de cariz negativo, cujas respostas, nos níveis mais altos (4 e 5) da escala, revelam uma tendência mais negativa.

Pelo contrário, na sua opinião, o quadro actual de funcionamento não se deve, nem à imagem repulsiva que a actividade e estâncias emanam, nem à informação termal desactualizada, opções que são rejeitadas em uníssono pelos inquiridos com uma média de respostas situada entre os níveis 1, discordo totalmente e 2, discordo.

Tendo em conta o cenário que traçaram nas questões anteriores, e nesta linha de reflexão, os gestores/administradores partilham de forma unânime a opinião da necessidade premente de revitalização do sector termal em Portugal apontando as principais razões para tal (quadro 4) e que se centram fundamentalmente na necessidade das estâncias se acentuarem e consolidarem enquanto pólos de desenvolvimento local e regional, em reactivarem o seu papel no imaginário turístico do público e em captarem um público mais jovem, no sentido de revitalização da frequência (média de 4,3), evocando a imagem turística e o papel de outrora de que as mesmas eram detentoras.

Quadro 3: Motivos do estado actual de funcionamento das estâncias termais

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
Falta de investigação científica na área	4,5	4/5	4	5	0,53
Legislação obsoleta e descontextualizada que vigorou durante décadas	4,0	4	2	5	0,93
Ausência de planos estratégicos	3,9	4	3	4	0,53
Individualismo	3,9	4	3	4	0,35
Ausência ou deficiente animação termal	3,9	4	2	5	0,83
Falta de investimento na recuperação da imagem turística	3,8	4	3	5	0,89
Falta de integração com os produtos turísticos locais e regionais	3,8	4	2	4	0,71
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Imagem repulsiva	1,6	1	1	3	0,74
Informação termal desactualizada	1,9	1	1	4	1,13
Pouca ou nenhuma informação termal	2,1	1	1	4	1,13
Fraca atractividade	2,4	3	1	3	0,74
Perda de prestígio	2,4	3	1	4	1,06
Resultados globais da questão 2	3,2	4	1	5	0,94

Fonte: Silva (2010)

Fazem parte também das suas escolhas, e de forma vincada a avaliar pela média de respostas apurada, acima da posição 4 (concordo), motivos como a rentabilização dos investimentos que têm sido realizados em algumas estâncias, como uma oportunidade fundamental à sua reestruturação, assim como, a necessidade em otimizar os patrimónios termais, enquanto factores de diferenciação, em prol de um aumento da atractividade termal.

Paralelamente, estes não consideram que as técnicas e equipamentos termais obsoletos e desajustados à realidade actual e o esgotamento do modelo actual de oferta termal constituam argumentos plausíveis que justifiquem a reestruturação do

sector, cuja média de respostas se situa entre os níveis discordo totalmente e discordo.

Em relação à “Reestruturação da actividade e espaços termais” traduzidas em acções e intervenções, mais uma vez os inquiridos são peremptórios e elegem a realização e manutenção de pesquisas científicas actualizadas das propriedades terapêuticas das águas mineromedicinais como uma acção primordial, obtendo uma média de 4,5 (quadro 5).

Quadro 4: O carácter urgente e motivos da reestruturação do sector termal

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
A necessidade de acentuar e consolidar o seu papel enquanto pólos de desenvolvimento local e regional	4,3	4	4	5	0,49
A necessidade em reactivar o seu papel no imaginário turístico do público	4,3	4	4	5	0,49
A necessidade de captar o interesse do público jovem	4,3	4	4	5	0,49
A complexidade da actividade turística global e dos interesses e motivações da procura actual	4,1	4	3	5	0,69
A necessidade de rentabilizar o diverso património termal	4,1	4	4	5	0,38
A necessidade de rentabilizar muitos investimentos já realizados em algumas estâncias termais (quer em termos de alargamento de mercados quer em termos temporais)	4,1	4	4	5	0,38
A necessidade de criar um produto atractivo, completo e integrado que responda às necessidades actuais, de médio e longo prazo	4,1	4	3	5	0,69
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
As técnicas e equipamentos termais obsoletos e desajustados à realidade actual	1,9	2	1	3	0,69
O actual modelo de oferta termal está esgotado e deixou de ser apelativo	2,0	2	1	3	0,58
Resultados globais da questão 3	3,6	4	1	5	0,68

Fonte: Silva (2010)

Quadro 5: Reestruturação da actividade termal e espaços termais – principais acções

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
Realizar e manter pesquisas científicas actualizadas das propriedades e dos efeitos terapêuticos das águas mineromedicinais	4,5	4/5	4	5	0,53
Captar o público mais jovem	4,4	4	4	5	0,52
Qualificar o alojamento na área de influência termal	4,4	4	4	5	0,52
Mais e melhor complementaridade entre as estâncias termais e as unidades de alojamento	4,4	4	4	5	0,52
Embelezar os espaços exteriores	4,4	4	4	5	0,52
Aumentar e/ou melhorar as acessibilidades	4,4	4	4	5	0,52
Criação e afirmação da marca termas	4,4	4	4	5	0,52

Optimizar o espaço envolvente para a realização de várias actividades de animação turística e culturais	4,4	4	4	5	0,52
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Reduzir os preços do tratamento clássico	2,3	1	1	4	1,39
Privatizar algumas estâncias termais	2,9	3	1	5	1,36
Evitar dependência face ao Serviço Nacional de Saúde/Segurança Social no que diz respeito ao termalismo terapêutico especializado	3,0	3	2	4	0,76
Apostar num mercado-alvo de classe média-alta e alta	3,4	4	2	4	0,74
Preços acessíveis nos programas de saúde e bem-estar	3,5	3/4	3	4	0,53
Alargamento a mercados indiferenciados	3,5	4	2	4	0,76
Resultados globais da questão 4	4,0	4	1	5	0,55

Fonte: Silva (2010)

Na sequência, e reforçando o nível de concordância alto dos inquiridos face às opções apresentadas (acima do nível 4, concordo), salientam ainda a necessidade de captar públicos diversos, nomeadamente o mais jovem, assim como uma melhor e mais eficaz ligação aos territórios, produtos e ofertas envolventes, o planeamento do espaço termal e intervenções ao nível urbanístico e patrimonial como essenciais à reestruturação.

Em sentido inverso consideram que, na reestruturação termal, não é fulcral reduzir os preços do tratamento clássico, privatizar estabelecimentos termais e evitar a dependência face ao Serviço Nacional de Saúde/Segurança Social, cujas respostas se situaram ao nível do discordo e não concordo nem discordo.

Neste estudo quisemos ser mais específicos e pormenorizados no que diz respeito a “Outros serviços e actividades que se deveriam oferecer para uma optimização dos equipamentos, património, espaço, e dinamização das estâncias termais”. Os inquiridos destacam um conjunto que reuniu consenso nas respostas ao situarem-se no nível concordo, com uma média de 4,1 (quadro 6), avançando que dever-se-á apostar em programas terapêuticos para crianças com necessidades especiais, em percursos turístico-educativos, em rotas que incluam uma oferta diversificada, em programas de *remise en forme* e contra a obesidade infantil.

Já os *Wine Bar* com provas de vinho e os casinos foram os serviços menos contemplados com níveis de respostas elevados, situando-se num nível intermédio, não concordo nem discordo e concordo. Com uma área de 606 km², uma população residente de 5197 habitantes em 2001 (menos 8,6% em relação ao valor registado em 1991) e uma densidade populacional de 8,6 habitantes/Km², distribuem-se pelo Concelho as 8 Freguesias que o constituem, a saber: Alcórrego, Aldeia Velha, Avis, Benavila, Ervedal, Figueira e Barros, Maranhão e Valongo.

Quadro 6: Outros serviços e actividades que se deveriam oferecer para uma optimização dos equipamentos, património e espaço, e dinamização das estâncias termais

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
Programas terapêuticos para crianças com	4,1	4	4	5	0,35

necessidades especiais					
Percursos turístico-educativos – visitas guiadas temáticas dentro e no espaço termal adjacente	4,1	4	4	5	0,35
Rotas turísticas locais e/ou regionais que integrem outros produtos turísticos da região	4,1	4	4	5	0,35
Programas de "remise en forme"	4,1	4	3	5	0,64
Programas contra a obesidade infantil	4,1	4	3	5	0,64
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Wine Bar com provas de vinhos	3,3	3	2	5	0,89
Casinos	3,3	3	2	5	1,04
Resultados globais da questão 4.1	3,8	4	2	5	0,66

Fonte: Silva (2010)

Para além de caracterizarem a realidade actual, justificarem-na e apontarem caminhos no sentido da mudança, os inquiridos estão bem cientes das “Principais dificuldades e obstáculos à reestruturação das estâncias termais”, ao reconhecerem, em concordância (nível 4, concordo), serem a dificuldade em captar investimento, em estabelecer ligações com os territórios em termos de parcerias com os actores territoriais locais e regionais e operadores turísticos e o *handicap* em termos de investigação científica, os principais constrangimentos (quadro 7).

A vertente de doença e cura bastante enraizada no modelo de exploração das estâncias termais difícil de ultrapassar, a perda de propriedades terapêuticas e a inércia e apatia em termos de gestão são encarados como o menor dos obstáculos, por parte dos responsáveis pela actual oferta termal na região do TCP.

Contudo, não obstante os obstáculos admitidos, estes responsáveis apontaram os “Principais pontos fortes e oportunidades à reestruturação das estâncias termais”, dos quais destacaram o papel das estâncias enquanto indutoras de desenvolvimento local através das actividades e efeitos directos, indirectos e induzidos que lhe estão associados, tendo obtido a média mais elevada do conjunto (4,4), a importância das tendências actuais no que concerne à saúde e bem-estar, o aumento de recursos qualificados nas vertentes presentes nos espaços termais, a margem de progressão ainda grande no campo da investigação e os investimentos já realizados (quadro 8).

Quadro 7: Principais dificuldades e obstáculos à reestruturação das estâncias termais

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
Dificuldades em captar investimento	4,3	4	4	5	0,46
Dificuldades em estabelecer parcerias com os actores territoriais locais e regionais e operadores turísticos	4,3	4	3	5	0,71
<i>Handicap</i> em informação e investigação científica para novas aplicações das águas minero-medicinais	4,1	4	4	5	0,35
O mercado frequentador ser maioritariamente português	3,9	4	3	5	0,64
Dificuldades em interagirem com o território onde se inserem	3,9	4	3	5	0,83
Dificuldades em afirmar a marca "termas" como produto turístico de qualidade em Portugal	3,9	4	3	5	0,83
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					

A vertente de doença e cura bastante enraizada no modelo de exploração das estâncias termais difícil de ultrapassar	2,1	2	1	3	0,64
Perda de propriedades terapêuticas de algumas termas	2,4	3	1	3	0,74
Inércia e apatia dos gestores/administradores	2,4	2	2	3	0,52
Resultados globais da questão 5	3,7	4	1	5	0,93

Fonte: Silva (2010)

Em sentido oposto, a massificação de alguns produtos turísticos e consequente perda de clientes é o aspecto que, na sua opinião, menos constitui uma vantagem para o sector termal, embora se situe no nível intermédio da escala de respostas 3 (nem concordo nem discordo).

Em termos globais, a média das respostas apuradas, face às questões apresentadas, situaram-se na sua maioria perto do nível 4 da escala de respostas (concordo), o que reflecte uma tendência positiva, sobretudo em termos de concordância dos inquiridos face às opções de resposta apresentadas para cada questão e sua importância, e indicia uma consciência da realidade e uma vontade geral de mudança, aproveitando-se e maximizando-se os aspectos positivos, as potencialidades, sem deixar, contudo, de identificar os obstáculos mas trabalhando no sentido de os minimizar assim como os seus efeitos.

Quadro 8: Principais pontos fortes e oportunidades à reestruturação das estâncias termais

Opções mais pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
Item	Méd.	Mo	Mín.	Máx.	DP
Oportunidades enquanto indutores de desenvolvimento local através da criação de postos de trabalho e indução de outras actividades	4,4	4	4	5	0,52
A importância actual da saúde e bem-estar	4,3	4	4	5	0,46
O aumento de recursos qualificados tanto na área da saúde e bem-estar como na turística, de recreio e lazer	4,1	4	4	5	0,35
Campo aberto a novas investigações para potenciais aplicações preventivas e terapêuticas	4,1	4	4	5	0,35
A diversificação de gostos e interesses da sociedade actual	4,1	4	3	5	0,64
Os investimentos já realizados em algumas estâncias termais	4,1	4	3	5	0,64
Opções menos pertinentes à resposta à questão apresentada, segundo os inquiridos					
A massificação e perda de interesse por outros produtos turísticos	3,1	3	2	4	0,64
Possibilidade de integração com o produto TER	3,5	3/4	3	4	0,53
Resultados globais da questão 6	3,9	4	3	5	0,47

Fonte: Silva (2010)

Na segunda parte do questionário, onde a maioria das questões eram de selecção dicotómica entre duas afirmações (Sim/Não) e de resposta aberta na sua justificação, pretendeu-se recolher opiniões mais concretas e conclusivas, quanto ao

termalismo português, e mais especificamente em relação às próprias estâncias de que este conjunto de gestores/administradores são responsáveis, sobre as vertentes das estâncias e o seu papel na sua revitalização, a qualificação e especialização de mercados, os modelos de gestão, a importância do ordenamento e planeamento do território, a promoção e as relações de complementaridade como factores intervenientes na dinamização e atractividade das estâncias, assim como os principais constrangimentos e oportunidades do sector e das estâncias termais que gerem culminando na opinião quanto ao futuro que perspectivam para as estâncias e a actividade termal.

No cômputo geral, todos os gestores/administradores concordam com o desenvolvimento da vertente turística, lúdica e de recreio nas estâncias termais através de uma necessária complementaridade entre esta e a vertente curativa clássica, inclusive nas próprias estâncias que gerem justificando esta posição pela crescente necessidade de dinamizar as estâncias, de captar novos mercados e de dar resposta a clientes cada vez mais diversificados e exigentes nas experiências que procuram, que não se esgotam no mero tratamento termal, o que os faz rejeitar em uníssono a especialização num só mercado assim como a selecção de mercados, especialmente um mercado de elite (classe média-alta). Contudo, a maioria (75% das respostas obtidas) admite que nem todas as estâncias portuguesas têm condições de base para desenvolver a vertente turística justificado pelo facto de algumas constituírem unidades de pequena dimensão e não possuírem condições e infra-estruturas básicas no que concerne à actividade turística, nomeadamente de alojamento e restauração na zona envolvente, muito embora, haja quem avance que muitas possuem boas condições infra-estruturais e equipamentos, localizadas em envolventes naturais e territoriais históricas e ricas bastando que trabalhem no sentido da complementação da oferta.

Todavia, na opinião dos inquiridos a abertura das estâncias termais a um público mais vasto (em termos de motivações) deverá ser pautada por algumas exigências consideradas essenciais ao seu desenvolvimento sustentável como a complementaridade da oferta, a existência de recursos humanos qualificados e de uma estrutura física do estabelecimento termal confortável, atractiva e adaptada aos diversos tipos de clientes e valências, exigências que, segundo estes responsáveis, deverão ser pautadas por um parâmetro transversal, a qualidade. Neste âmbito, a maior parte (75%) é favorável à categorização qualitativa das estâncias termais (5, 4, 3 estrelas), como forma de diferenciar serviços, promovendo altos patamares de qualidade e uma melhor base de informação à decisão do cliente, já que para 62,5% dos inquiridos, existem estâncias termais de má qualidade a operar em Portugal sendo necessário, na sua opinião, que haja um controlo mais rigoroso no que concerne à qualidade das mesmas e dos seus serviços. E é neste sentido que metade dos inquiridos (50%) defende um modelo de gestão de natureza privada, argumento que permitiria elevarem-se os padrões de qualidade e que a concorrência fosse uma realidade em igualdade de circunstâncias.

A influência da falta ou incipiente ordenamento e planeamento dos territórios termais na atractividade e dinâmica das estâncias parece ser um tema de parco interesse para os inquiridos a avaliar pelas não-respostas (50%), porém, as quatro respostas obtidas sublinham o carácter negativo deste factor, tendo em conta que há uma afectação ao nível da imagem, da acessibilidade, dos estilos de vida, da própria

sociabilização assim como uma diminuição da qualidade de vida. A outra escala, 75% dos inquiridos concorda que é necessária a elaboração de um plano de acção para as estâncias termais nomeadamente ao nível da coordenação dos investimentos, da aplicação de objectivos a cumprir, constituindo um meio para a criação de linhas orientadoras que sirvam de base para a actividade termal e serviços relacionados localizados nestes territórios.

Relativamente às estâncias termais que gerem/administram, e avaliando a sua própria actuação e postura, todos os inquiridos revelam utilizar quatro ou mais meios de promoção das estâncias, dos quais se destaca as páginas na internet, panfletos, feiras e certames que são transversais a todas mas, apenas dois afirmaram participar em eventos internacionais (Carvalho e S. Pedro do Sul).

Segundo a maior parte destes responsáveis as estâncias que gerem/administram não estão integrados em nenhum circuito ou rota turística regional, e apenas dois referem a respectiva região turística em que se inserem, no caso a Região de Turismo do Dão-Lafões, revelando um desconhecimento no que à pertença a um grupo diz respeito. Contudo, grande parte da amostra, 6 inquiridos, admitiu manter algum tipo de relação de complementaridade e troca mútua de sinergias com outros elementos do cluster termal indicando como principais parceiros o sector da hotelaria e restauração.

Os vários constrangimentos apontados tanto ao sector como à estância que gerem/administram, ao nível da falta de divulgação e promoção, de investimento, de mão-de-obra qualificada, de alojamento qualificado, de actividades e serviços complementares, da envolvente desqualificada e estruturas físicas dos balneários desactualizadas, levam os inquiridos a encararem o futuro do termalismo português com algumas reservas apesar das capacidades que lhe reconhecem, mostrando-se bem mais optimistas em relação à respectiva estância da qual são responsáveis.

No término do questionário, os inquiridos referiram que a regulamentação, a organização, a fiscalização, a requalificação das infra-estruturas e a aposta na mão-de-obra qualificada, a construção de uma proposta com valor, a promoção associada a fortes campanhas de marketing e publicidade e a captação de investimento constituem os principais factores necessários às estâncias termais portuguesas para alcançarem o estatuto e dinâmica de muitas estâncias europeias.

Em linhas gerais, os resultados desta auscultação aos gestores/administradores por via de questionário, vêm corroborar o modelo de desenvolvimento para as estâncias termais que se defendeu ao longo da investigação mais alargada que efectuámos, um modelo que não é de toda uma novidade, pois outros estudos já o demonstraram, muito embora tarde a sua aplicação em moldes sustentáveis e sustentados, pelo que se tentou de certa forma perceber porquê através de determinadas questões. Trata-se de um modelo assente na complementaridade e articulação entre duas vertentes, a terapêutica clássica e a de saúde e bem-estar aliada à componente de turismo e lazer (Silva, 2010).

4. Conclusões

Apesar da actividade termal e o termalismo se ter alicerçado durante muitos anos nas suas características distintivas conferidas pelas águas e actividades terapêuticas, o facto é que, a evolução do próprio conceito por via das novas

exigências dos mercados e sociedades tem levado a uma reformulação de objectivos e da oferta que se posiciona agora na dimensão da saúde e bem-estar assente em conceitos como a prevenção e reabilitação, e associada a novos hábitos de lazer e turismo.

Os gestores/administradores inquiridos, para além de fazerem um retrato do que é a actividade termal e estâncias termais na actualidade, sem se furtarem de esclarecer as razões que levaram a que a situação hoje não seja a mais favorável, sublinham, apesar de todos os constrangimentos, a importância e urgência da sua revitalização que só encontrará viabilidade através da necessária complementaridade entre duas vocações que sempre estiveram presentes nestes espaços.

Em síntese, segundo os inquiridos, as estâncias que têm apostado na diversificação e qualificação de serviços têm sido casos de sucesso e a vertente de saúde e bem-estar que ganha expressão nas termas portuguesas constituem as características que melhor espelham a realidade actual do termalismo e estâncias portuguesas. Já a falta de investigação científica e a legislação obsoleta e descontextualizada que vigorou durante décadas são apontadas como as principais causas do actual funcionamento das mesmas.

Neste sentido, a necessidade de acentuar e consolidar o seu papel enquanto pólos de desenvolvimento e a necessidade em reactivar o seu papel no imaginário turístico do público constituem os principais motivos à sua reestruturação que, na voz dos inquiridos, deverá incidir sobretudo na realização de pesquisas científicas e na captação de público mais jovem, incluindo ainda outros serviços e actividades como programas terapêuticos para crianças com necessidades especiais e percursos turístico-educativos.

Contudo, na sua perspectiva, as dificuldades em captar investimento e em estabelecer parcerias com os actores territoriais locais e regionais, constituem os principais entraves à sua reestruturação. A favor apontam o facto de serem potenciadores de desenvolvimento local através da criação de postos de trabalho e indução de outras actividades e a importância actual da saúde e bem-estar.

E, segundo eles, a estratégia a adoptar passa pela complementaridade entre as vertentes turística/lúdica e terapêutica, e não uma especialização de mercado, embora reconheçam que nem todas possuem, actualmente, condições para receber um público mais diferenciado, reiterando, inclusive, que há estâncias com serviços de má qualidade a operar, e como tal defendem a iniciativa privada assim como a categorização das estâncias com vista a serem garantidos altos níveis de qualidade, afinal um dos factores estratégicos e competitivos do actual turismo. Competitividade que alcançarão se o seu caminho for planeado e construir-se de forma integrada com outros actores no sentido de maximizarem as sinergias positivas das quais só beneficiarão aproveitando potencialidades e ultrapassando obstáculos.

É nesta linha que os gestores/administradores das 11 estâncias termais em estudo mostram as suas reservas quanto à actividade termal em geral, mas vêem com optimismo a evolução da estância da qual são responsáveis.

Neste sentido, a dotação das termas de vantagens competitivas e diferenciadas, num ambiente concorrencial cada vez mais estreito e dinâmico, exige uma constante reinvenção das mesmas através de caminhos diversos. Será este sentido da mudança pelo qual se deverão pautar as novas estratégias de relançamento dos “territórios

termais” como pólos de turismo mas também como espaços de actividades múltiplas, de modo a responder a um turismo e turistas contemporâneos mais exigentes motivados pela busca de experiências únicas. Desta forma, a revitalização das estâncias termais passa por uma reestruturação e diversificação de toda a estrutura termal e turística associada, numa apologia da diferenciação e para que as mesmas se possam (re) constituir como destinos turísticos de excelência.

Bibliografia

- Ambm (2008). *Programa Territorial de Desenvolvimento 2008-2013 do Baixo Mondego*, Lisboa, Associação de Municípios do Baixo Mondego.
- Amrdl (2008). *Programa Territorial de Desenvolvimento da Região de Dão-Lafões*, Associação de Municípios da Região de Dão-Lafões.
- Atp (2008). *Estratégia de Eficiência Colectiva: Programa de Valorização das Estâncias Termais da Região Centro*, Lisboa, Associação das Termas de Portugal.
- Barros, J. C. (2004). *A Projectão do Quotidiano no Turismo e no Lazer*, Lisboa, Instituto Superior da Ciências Sociais e Políticas.
- Cavaco, C. (2005). “A diferenciação regional da função turística”, In *Geografia de Portugal. Actividades Económicas e Espaço Geográfico (vol.3)*, Lisboa, Círculo de Leitores, Lisboa, pp. 385-394.
- Cavaco, C. et al. (2008). *Turismo de Saúde e Bem-Estar: Termas, Spas Termais e Talassoterapia*, Colecção Estudos e Documentos, nº 15, Lisboa, Universidade Católica Portuguesa.
- Ccdrc (2007). *Programa Operacional Regional do Centro 2007-2013*. Coimbra, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Centro.
- Ccdrc (2008). *Programa Operacional Regional do Centro 2007-2013*. Lisboa, Edição Observatório do QREN.
- Ccdrc (2009). *Valorização das Estâncias Termais da Região Centro. Estratégias de Eficiência Colectiva (EEC) – PROVERE*, Lisboa, QREN.
- Cedru (2008). *Estratégia de Desenvolvimento e Plano de acção 2007-2013 da Beira Interior Sul*, Lisboa, Centro de Estudos e Desenvolvimento Regional e Urbano.
- Cunha, L. (2003). *Introdução ao Turismo*, Lisboa, Editorial Verbo.
- Didascalou, E. et al. (2009). “Wellness tourism: evaluating destination attributes for tourism planning in a competitive segment market”, *Tourismos*, Volume 4, nº 4, pp. 113-126.
- Escada, P. (1999). *Turismo Termal e Desenvolvimento em Monte Real*, Tese de Mestrado em Geografia Humana, Coimbra, Universidade de Coimbra.

- Ezaidi, A. et al. (2007). “El patrimonio geológico de Marruecos: una potencialidad para el desarrollo de un turismo de salud, como factor de lucha contra la pobreza”, *PASOS*, Volume 5, nº 3, pp. 371-382.
- Fernandes, J. (2006). *Thalassa, Thermae, Spa – Salute Per Aqua*. Colecção Viver Melhor, Lisboa, Plátano Editora.
- Fernandes, J. et. al. (2008). *Spas, Centros Talasso e Termas: turismo de saúde e bem-estar*, Lisboa, Gestão Plus Edições.
- Fonseca, M. A. (2005). *Espaço, políticas de turismo e competitividade*, Natal, EDUFRN.
- Incm (2004). *Decreto-Lei 142/2004 de 11 de Junho*, Lisboa, Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Ine (2002). *Censos 2001 – Centro: Resultados Definitivos*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.
- Ine (2009). *Anuário Estatístico da Região Centro 2008*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.
- Inédia (2009). “Oferta termal de nível europeu”, *Revista Cultos* (Jornal Público), Lisboa, Edições Inédia.
- Magdalini et al. (2009). “The wellness tourism market in Greece – an interdisciplinary methodology approach”, *Tourismos*, Volume 4, nº 4, pp. 127-144.
- Mangorrinha, J. (2000). *O lugar das termas – património e desenvolvimento regional e as estâncias termais da região do Oeste*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Mei (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*, Lisboa, Ministério da Economia e da Inovação, Turismo de Portugal, IP.
- Mueller, H. et al. (2001). “Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry”, *Journal of Vacation Marketing*, Volume 7, nº 1, pp. 5-17.
- Olivares, D. et al. (2004). “Propuestas de desarrollo turístico integrado para un destino maduro de turismo de salud: Benassal”, *Cuadernos de Turismo*, nº 13, pp. 27-49.
- Palma, F. (2006). “Spa Termal - Oportunidades de investimento e de negócio”, *Actas do 11º Congresso da European Spas Association*, S. Pedro do Sul.
- Ramos, A. (2005). *O Termalismo em Portugal: dos factores de obstrução à revitalização pela dimensão turística*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro, (2005).
- Santos, N. (2005). “Organização social e consumo. Práticas e lugares de consumo. O tempo livre e o lazer”, In Caetano, L. (org.). *Território e Trajectórias de Desenvolvimento*, Coimbra, Centro de Estudos Geográficos, pp. 105-134.

- Sharpley, H. et al. (2002). *Tourism and Development – concepts and issues*, Clevedon, Channel View Publications.
- Silva, S. (2010). *O Turismo de Saúde e Bem-Estar. Uma Estratégia de Desenvolvimento para a Região Centro*, Tese de Mestrado em Geografia (Ordenamento e Desenvolvimento), Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Silva, S. e Carvalho, P. (2011). “Turismo Termal em Portugal: as Perspectivas dos Gestores das Estâncias Termas da Região Centro”, *Actas Oficiais del 5º Congreso Internacional Virtual sobre Turismo y Desarrollo*, Málaga, Grupo de Investigación EUMED (Universidade de Málaga), 19 pp.
- Tcp (2009). *Plano de Actividades e Orçamento 2009. Entidade Regional de Turismo do Centro*, Aveiro, Turismo do Centro de Portugal, (2009).
- Tp (2006). *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal – Saúde e Bem-Estar*, Lisboa, Turismo de Portugal, IP.
- Tp (2008). O turismo em 2006. Portugal, Continente e Regiões Autónomas, Lisboa, Turismo de Portugal, IP.
- Tp (2009). *Termas em Portugal – a oferta e a procura em 2008*, Lisboa, Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/Departamento de Informação Estatística, Turismo de Portugal, IP.
- Tp (2010). *Termas em Portugal – a oferta e a procura em 2009*, Lisboa, Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/Departamento de Informação Estatística, Turismo de Portugal, IP.
- Vargas, R. et al. (2002). “Las estaciones termas en Andalucía. De la explotación tradicional a la configuración de un nuevo producto turístico integral”, *Cuadernos de Turismo*, nº 10, pp. 101-122.

