

## **Estratégia de Desenvolvimento Turístico do Vale do Alva: Alvaland**

### **Resumo**

O rio Alva desenvolve-se na encosta sudoeste da Serra da Estrela em pleno Parque Natural, estendendo-se desde a aldeia do Sabugueiro, no concelho de Seia, até ao concelho de Penacova, onde desagua no rio Mondego. Este rio escavou o seu leito por um caminho sinuoso, que possui uma extensão aproximada a 106 quilómetros e criou um vale de uma beleza natural muito valorizada pelos visitantes, começando na apreciação das águas límpidas e frescas do Alva, a partir dos socacos verdejantes que envolvem o rio, e projetando a vista de quem observa a linha do horizonte em admiração pelo conjunto de montanhas que ladeiam este vale majestoso. É o seu enorme potencial turístico que nos conduz a equacionar a sustentabilidade deste território de baixa densidade, que tem o seu “coração” na região da Beira Serra. Assim, reconhecemos dois produtos turísticos potenciadores de estratégias de desenvolvimento a nível regional: turismo de natureza e turismo cultural. A inventariação rigorosa dos recursos endógenos com vista ao conhecimento do seu potencial turístico torna-se uma etapa essencial para a definição dos produtos turísticos, que podem determinar a vocação e a imagem turística desta região, que batizamos como Alvaland.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Produtos Turísticos, Desenvolvimento Turístico, Turismo de Aldeia.

## **Tourism Development Strategy of Valley Alva: Alvaland**

### **Abstract**

The river Alva develops in the southwest slope of the Serra da Estrela Natural Park, extends from the village of Sabugueiro in Seia county to the county of Penacova, where flows into the river Mondego. It has a length of approximately 106 kilometers and creates a valley with a natural beauty valued by visitors, starting in appreciation the clear and fresh water of Alva, from fertile terraces that surround the river, and projecting the view of those who see the skyline in admiration of the set of mountains that flank this majestic valley. Is your enormous tourism potential that leads us to equate the sustainability of this area of low density, which has its "heart" in the region of Beira Serra. Thus, we recognize two tourism products enhancers' development strategies at regional level: nature tourism and cultural tourism. A detailed inventory of local resources with a view to understanding the tourist potential becomes an essential step towards the definition of tourism products, which can determine the vocation and the tourist image of this region, which we called as Alvaland.

Keywords: Sustainability, Tourism Products, Tourism Development, Tourism Village.

## **Introdução**

Este artigo pretende interpretar a existência de um modelo adequado de gestão responsável e sustentável para os recursos naturais e culturais da região do Vale do Alva e, nesse âmbito, contribuir para a preservação das características naturais endógenas e a valorização da identidade cultural das suas populações, que podem ajudar decididamente na transformação desta área-destino. Nesta etapa, o trabalho é de cariz essencialmente descritivo e visa compreender a orientação que o planeamento desta região poderia prosseguir para garantir um desenvolvimento sustentável suportado na função estratégica da atividade turística no novo quadro institucional existente na região Centro. De facto, constata-se que só recentemente com a integração do Pólo de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela na ERT Centro de Portugal se tornará viável implementar a comunicação entre os quatro municípios deste território, que do ponto de vista turístico será gerido numa perspetiva *umbrela* pela mesma ERT.

Reconhecemos que o turismo necessita de um planeamento e gestão eficazes com vista à utilização mais racional dos recursos, que garanta a sua preservação para as gerações futuras num compromisso de desenvolvimento sustentável. Para este desiderato consideramos que a gestão participativa e integrada é uma ferramenta necessária para envolver todos os atores do turismo nesta região do Vale do Alva.

Na segunda parte caracterizam-se os recursos deste destino turístico para adquirir um conhecimento a nível regional, que tem o intuito de avaliar o potencial de produtos turísticos estratégicos de modo a priorizar as opções a assumir em conjunto.

Consideramos que o sector público regional (ERT Centro de Portugal), a quem cabe orientar e promover este processo de articulação em rede no contexto regional, pode contribuir para a coesão das visões municipais e pautar as reflexões com vista a melhorar o desempenho do destino. Sabemos que se pode tratar de um rendimento oportuno para os investidores locais e de emprego para os residentes, podendo assumir uma visão estratégica para a região, o que implicará uma gestão e atuação articulada entre os quatro municípios, como se reflete no terceiro ponto deste artigo.

### **1. Desenvolvimento turístico sustentável a nível regional**

O turismo e o lazer assumem uma importância crescente ao nível da sua relação com os sistemas ambiental, social, económico e cultural, entre outros sistemas com os quais o sistema turístico estabelece interações fundamentais (Cunha, 2013: 104). Entre os nove sistemas gostaríamos de destacar o científico/educativo pela relevância que

atribuímos à interceção fundamental que se realiza com o turismo, sobretudo pela necessidade crescente de desenvolvimento da educação, formação e ciência aplicadas ao turismo na atualidade. Cunha (2013: 104) refere que o sistema educativo e científico “é o sistema ligado aos conhecimentos e à sua transmissão e que, por um lado, garante o desenvolvimento de aptidões pessoais para compreender o fenómeno turístico, introduzir a inovação e a criatividade e, por outro, ajuda as populações a tirar maior e melhor proveito do desenvolvimento do turismo. Se, no passado, o turismo se baseava fundamentalmente na existência de recursos naturais e culturais, cada vez mais, os conhecimentos, o saber, se transformam numa das bases essenciais do turismo”. Constatase que, de facto, as inter-relações do turismo se devem projetar no campo da investigação, do sistema educativo, na difusão dos conhecimentos e a nível da formação profissional.

Assim, observa-se que a formação no âmbito do turismo é dos atributos essenciais com vista a cumprir um princípio basilar presente na Lei de Bases do Turismo (Decreto-Lei n.º 191/2009), que estabelece que o princípio da sustentabilidade se traduz na adoção de políticas que fomentem: “a fruição e a utilização dos recursos ambientais com respeito pelos processos ecológicos, contribuindo para a conservação da natureza e da biodiversidade; o respeito pela autenticidade sociocultural das comunidades locais, visando a conservação e a promoção das suas tradições e valores; a viabilidade económica das empresas como base da criação de emprego, de melhores equipamentos e de oportunidades de empreendedorismo para as comunidades locais” (idem: 5337). De facto, esta citação conduz-nos a uma análise crítica à situação atual do turismo nacional e a nível das várias regiões, para constatar inúmeras debilidades na prática da sustentabilidade no modelo de desenvolvimento do sistema do turismo, quando interage com outros sistemas, designadamente os sistemas ambiental, sociocultural e o económico, que tradicionalmente merecem maior atenção, mas também o sistema científico e educativo, com vista a repensar um modelo de “crescimento” e de políticas de “betonização” que têm sido adotadas também no turismo. Somente uma mudança considerável de atitudes na generalidade dos agentes turísticos poderá mudar este ciclo pouco sustentável, onde os valores economicistas e de mercado se têm imposto a outros mais íntegros e, logo, mais sustentáveis!

A título de exemplo de boa prática no sistema educativo referimos o mestrado conjunto desenvolvido em rede pelos Institutos Politécnicos de Leiria e da Guarda denominado Gestão e Sustentabilidade no Turismo, que tem como objetivos principais

afirmar e promover a capacidade de diferenciação numa lógica de sustentabilidade como uma das grandes preocupações que deverá presidir às estratégias de desenvolvimento turístico mais competitivas. Estas estratégias deverão ser materializadas no terreno, envolvendo todos os agentes e implementando modelos de gestão integrada. Neste contexto acreditamos que a sustentabilidade do turismo passa cada vez mais por responder às necessidades das populações locais e simultaneamente às dos turistas. É uma perspetiva que reconhece o turismo como um sistema de componentes mutuamente interdependentes que deve ser estudado nas complexas relações estabelecidas com os outros sistemas com os quais interage fortemente.

A formação dos profissionais do turismo constitui uma vertente importante com vista ao cumprimento da estratégia definida para o desenvolvimento sustentável apoiado no turismo, pois a atividade turística e lúdica dependem da preservação e valorização dos recursos naturais, histórico-patrimoniais e culturais. Neste contexto, o planeamento do turismo deve ser pró-ativo e a participação governamental e da comunidade residente deve ser efetiva. Na realidade, a contribuição do planeamento para a sustentabilidade dos destinos turísticos explica-se na medida em que envolve a reflexão sobre a utilização mais harmónica dos espaços turísticos e das dinâmicas locais, procurando otimizar os fatores socioeconómicos, ambientais, políticos e culturais.

Segundo o Instituto para a Qualificação da Formação (IQF, 2005), os profissionais com formação superior em Turismo, teoricamente, reúnem competências técnicas, cognitivas, sociais e relacionais que traduzem o perfil adequado ao desempenho de funções técnicas no planeamento e desenvolvimento do turismo. Existe uma necessidade emergente da figura do técnico de desenvolvimento e planeamento turístico, que seja responsável pelo planeamento, conceção, desenvolvimento e promoção de produtos com interesse turístico, e que trabalhe de forma articulada com outros profissionais com responsabilidades locais de dinamização e promoção das regiões, no domínio do turismo.

Também interessa conhecer a medida em que a formação superior em Turismo se adequa às necessidades de um planeamento turístico de carácter estratégico, particularmente a nível local, que constitui uma premissa essencial para a sustentabilidade da atividade turística. Nesse estudo, interessa relacionar as funções de planeamento turístico ao nível local com a formação superior em Turismo, com vista a conhecer os níveis de interação entre Escola e Destino.

Hoje, nomeadamente na comunidade académica assume-se que os fluxos turísticos têm a capacidade de gerar impactes positivos e negativos, tornando-se assim necessário considerar os melhores processos de planeamento e de desenvolvimento turísticos a nível regional, muito particularmente em áreas predominantemente rurais e naturais. Os desafios do mundo rural incluem o turismo como setor essencial com vista à sua refuncionalização no âmbito de um desenvolvimento equilibrado que se suporte numa base económica regional diversificada. Augusto *et al.* (2010) defendem a necessidade de uma análise integrada multisectorial e pluridimensional no território. Estes autores baseiam-se no estudo dos resultados obtidos nos quadros comunitários que contribuíram para bloquear a integração ao nível da pluridimensionalidade (políticas territoriais) e da multisectorialidade (políticas sectoriais), que se tornam estratégias necessárias sobretudo para o espaço rural. Neste contexto sugerem um paradigma de atuação nas áreas rurais de baixa densidade com vocação turística centrado na abordagem integrada e territorializada (Augusto *et al.*, 2010: 499).

O trabalho de tornar um território coeso e competitivo implica definir o modelo que melhor permitirá atingir tal objetivo, “sendo que um poderá ser de natureza claramente exógena e outro endógena, designados também de abordagem *top-down* e *bottom-up*, ou eventualmente fazer coexistir um misto de governança (*top-down/bottom-up*) suportada pela metodologia do planeamento estratégico aplicada ao planeamento territorial” (Augusto *et al.*, 2010: 500). Parece-nos que esta metodologia que combina as duas abordagens será oportuna com o intuito de definir melhor as políticas e de as implementar no território em apreço no Vale do Alva.

Assim, a participação das populações locais torna-se uma estratégia fundamental de envolvimento dos agentes diretamente interessados no desenvolvimento turístico sustentado do seu território de vida quotidiana. Augusto *et al.* (2010: 501) referem que a focalização no desenvolvimento endógeno “faz emergir novas formas de governação – abordagem *bottom-up*, modelo que visa a construção partilhada e participada de uma nova visão para o território, refletindo-se aqui o princípio da descentralização e o conceito de *empowerment* como fórmula de se atingir o desenvolvimento sustentável”. A partir desta primeira abordagem acreditamos que a estratégia a prosseguir para um dado território eminentemente rural pode considerar a complementaridade entre as duas abordagens, anteriormente citadas, que deve considerar uma lógica relacional entre as forças vivas do território, sendo para isso necessário uma governação que atue de modo a capacitar o território e os seus agentes, tirando partido das suas características

distintivas, cujas diretrizes orientadoras ocorrem de forma ascendente/descendente e vice-versa.

O desenvolvimento sustentável enquanto conceito fundamental registou um marco fundamental com a publicação de “O Nosso Futuro Comum” pela Comissão Mundial de Ambiente e Desenvolvimento em 1987, conhecida como Relatório Bruntland, na qual se definiu como sendo aquele desenvolvimento que “satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as futuras gerações virem a satisfazer as suas próprias necessidades” (OMT, 1999: 21).

A reflexão académica tem incidido crescentemente no princípio da sustentabilidade, que se tornou uma das questões mais relevantes também no âmbito do turismo. Consideramos que para se prosseguir numa verdadeira política de turismo sustentável numa dada região será necessário, segundo Burnay (2006: 168): “uma forte vontade política; a existência de um quadro legislativo adequado ao sector e atividades; a existência de recursos e incentivos financeiros que apoiem os investimentos necessários, quer do sector público, quer do privado; a formação e capacitação dos investidores; a certificação e monitorização dos destinos e dos produtos e um trabalho empenhado com os atores locais”.

Considerando que o turismo rural se baseia em recursos naturais e modos de vida rural, regra geral frágeis, o marketing de destinos pode jogar um papel social preponderante na preservação desses recursos, desenvolvendo estratégias para o desenvolvimento sustentável, mas satisfazendo, simultaneamente, as necessidades dos turistas. Neste sentido, e segundo Kastenholz (2006), um “produto destino” não pode ser “constantemente modificado, ao sabor dos gostos do mercado, já que existem componentes fixos e por preservar. Por isso pode exigir-se que o marketing de destinos turísticos seja sempre simultaneamente, *product-oriented* e *market-oriented*, contrastando, deste modo, do marketing de outras categorias de produtos”. A seleção adequada da estratégia de “marketing-mix” a ser implementada num destino de características marcadamente rurais e naturais, no interior de Portugal, poderá assegurar uma posição competitiva face ao mercado turístico. Neste âmbito, o conhecimento profundo do destino é fundamental, o que justifica a sua caracterização espacial e a análise das suas potencialidades e fraquezas com o intuito de garantir um modelo de desenvolvimento harmonioso e sustentável.

Na perspetiva de Salgado (2010), os produtos turísticos são bastante diversificados em Portugal e em resultado da riqueza de recursos turísticos tornam-se

potenciadores de estratégias de desenvolvimento sustentável, quer a nível nacional, regional e mesmo a nível nacional. Neste âmbito, revela-se importante implementar uma inventariação rigorosa dos recursos endógenos com vista ao seu conhecimento e à estruturação da oferta turística com o intuito de promover produtos de qualidade e mesmo com uma projeção internacional. No seguimento desse estudo é necessário definir os recursos turísticos que determinam a vocação e a imagem turística desta região-destino Alvaland e, assim, promover o desenvolvimento de novos produtos turísticos de excelência, funcionando como verdadeiros dinamizadores das políticas e das estratégias sectoriais do turismo, sobretudo projetando essa dinâmica a nível regional. No seguimento procedemos a uma breve caracterização dos recursos existentes nesta região do Vale do Alva de modo a permitir o interesse de desenvolver os produtos de turismo de natureza, rural, cultural, ou outros que possuam potencial endógeno.

## **2. Caracterização dos recursos do Vale do Alva**

A Região Centro de Portugal, onde se insere o Vale do Alva, possui um enorme potencial para se transformar num destino turístico relevante a nível nacional, sobretudo agora que existe uma Entidade Regional única responsável por integrar as políticas que artificialmente fragmentaram este território NUT II, a nível turístico. Os seus fatores de atração são caracterizados pela diversidade e riqueza inerente aos recursos turísticos existentes, bem como a localização geográfica, pela centralidade, e as boas acessibilidades, a hospitalidade dos residentes, os preços competitivos e o clima de segurança, são apenas algumas das razões que se apontam para evidenciar o elevado potencial desta Região.

De seguida passamos a descrever a região do Vale do Alva, que pode facilmente ser considerado um verdadeiro culto à beleza natural. Por exemplo, no Roteiro da Serra da Estrela elaborado por Queirós *et al.* (2008: 81-87) propõe-se um percurso pelo Vale do Alva: Vide, São Gião e Sandomil, pois “por detrás de Vide, levanta-se a Serra do Açor, coroada pelo Colcorinho. Dali se pode subir à aldeia histórica do Piódão, um presépio de xisto, passando antes pelos Centros de Interpretação de Chãs d’Égua e de Vide, onde nos afloramentos rochosos das ribeiras de Alvoco e Piódão se encontra um importante núcleo de gravuras rupestres, datadas do Neolítico à Idade do Ferro”. Destaca-se nesta parte do roteiro uma descrição detalhada do património natural e cultural do Vale do Alva, que é fundamental conhecer com vista a potenciar a sua

valorização para o turismo, recreio e lazer, sobretudo nos concelhos de Seia e de Oliveira do Hospital.

Queirós *et al.* (2008: 88) apresentam a Central Elétrica do Desterro como uma peça notável de arqueologia industrial, que foi construída a partir de 1906 na vertente esquerda do rio Alva. Também apresentam um notável e rico circuito turístico (idem: 107-126) intitulado Entre o Alva e o Mondego mas, na realidade, parece em todo o seu esplendor corresponder ao território do Vale do Alva, apesar de aqui e ali se alargar além das curvas de nível mais elevadas deste vale profundo.

A obra *Rotas e Percursos da Serra da Estrela* (Tavares, 2012) propõe um conjunto de percursos pedestres que conduzem o visitante a observar a diversidade de paisagens e habitats das áreas mais elevadas da Serra da Estrela, dos quais se destaca o percurso do Cabeço dos Corvos com uma extensão de 5785 metros de tipo circular e de baixo grau de dificuldade. Este percurso denominado de Alto Alva (Tavares, 2012: 60-64) integra “um conjunto de percursos de pequena rota que têm como objetivo dar a conhecer a paisagem, geologia, flora e fauna da Mata do Desterro, área florestal que se encontra sob gestão do Município de Seia. O itinerário percorre a cumeada da referida Mata, atravessando uma zona de relevo relativamente suave, a uma altitude superior a 900 metros, coroada pelo marco geodésico do Cabeço dos Corvos” (1061 metros de altitude), constituindo o ponto mais elevado da Mata do desterro.

Rodrigues e Kastenholtz (2010) consideram que a procura de espaços naturais para o desenvolvimento de atividades turísticas continua a crescer, sobretudo aqueles que apresentam a presença do Homem e as paisagens que possuem elementos aquáticos. Para estas autoras, as atividades como os percursos pedestres em espaços eminentemente naturais e rurais são cada vez mais procurados para fins de lazer e de turismo. Neste contexto, o território em apreço constitui pelas suas características um destino muito interessante para diversas atividades lúdicas, recreativas e turísticas, pois possui um espelho de água que potencia essa fruição de uma experiência turística singular.

Tovar (2011:158) conclui que o “pedestrianismo é uma atividade com elevadas perspetivas de crescimento, assim como o turismo de passeio pedestre enquadrado no âmbito do turismo de natureza”. Considera que em todas as regiões do nosso país existe oferta de percursos pedestres, atividades de pedestrianismo e programas de turismo de passeio pedestre.



No concelho de Seia irá realizar-se um Festival Internacional de Passeios Pedestres que “é a forma de unir vontades e saberes ([www.portugalwalkingfestival.com/seia](http://www.portugalwalkingfestival.com/seia))” no final de novembro de 2013. A marca Aldeias de Montanha é o traço comum para um desenvolvimento turístico integral da Serra da Estrela em todas as suas vertentes naturais, patrimoniais e sociais. Está criado um novo paradigma de oferta turística, que foge da sazonalidade e da oferta exclusiva em períodos de frio. Lembre-se que a aldeia do Sabugueiro, onde nasce o rio Alva, é uma das aldeias desta rede. A Serra da Estrela afirma-se assim como a Montanha que brilha, que apetece visitar durante todo o ano, que tem muitos vales, muito verde, muita água e muita luz. A maior parte dos locais privilegiados são acessíveis a pé, pelo que uma Rede de Percursos Pedestres é uma das melhores apostas para visitar este território.

A crescente procura das áreas rurais está também associada à evolução e a mudanças consideráveis no turismo, seja pelo lado da procura, seja pela oferta cada vez mais diferenciada. No contexto actual assume-se cada vez mais importante a garantia da sustentabilidade, que levou a considerar que muitas dessas áreas rurais fossem reconhecidas como áreas protegidas, dado que essas áreas verificam uma crescente importância à medida que a pressão, os riscos e a degradação aumentam a nível do ecossistema natural e cultural. De facto, as áreas protegidas (incluindo os parques naturais) têm objectivos diversos, que vão desde a preservação de espécies animais e vegetais, nomeadamente em risco de extinção, às investigações científicas, aos estudos ambientais e à preservação de paisagens raras ou únicas que possuem elevado valor natural e cultural. Podem, também, ser destinos de recreio e lazer com vista a proporcionar, especialmente às populações urbanas, o contacto com o natural, o belo e o autêntico. Estes espaços servem às gerações mais idosas para permitir reviver o passado e às gerações mais jovens para um contacto privilegiado com a natureza. O vale do Alva apresenta todos os atributos referidos para as atividades turísticas, recreativas e lúdicas, pelo que merece ser estudado e melhor conhecido no seu potencial de contribuir para o desenvolvimento regional.

Tratando-se de uma área de povoamento disperso em pequenos povoados e periférico, em relação às de maior desenvolvimento, são hoje caracterizadas por serem economicamente deprimidas e de baixa densidade, pelo que o desenvolvimento deve ser estimulado com base na proteção e conservação das suas qualidades estéticas, culturais, históricas, entre outras, e torna-se necessário que as populações sejam envolvidas no processo de gestão, partilhando responsabilidades.

As áreas protegidas em Portugal são muito recentes. O PNSE foi criado através do Decreto-Lei n.º 55/76 de 16 de Julho, referindo tratar-se de "uma região de característica económica de montanha" onde subsistem "refúgios de vida selvagem e formações vegetais endémicas de importância nacional". A sua criação decorre da política levada a cabo no País com o objectivo de preservar e conservar o património natural de maior importância. Tem uma extensão aproximada de cem mil hectares, o mais extenso parque natural do país, que corresponde às áreas territoriais dos Concelhos de Celorico da Beira, Covilhã, Gouveia, Seia, Manteigas e Guarda. A delimitação deste Parque é feita em função de critérios de natureza física e dos recursos naturais, pelo que o limite dos concelhos que o integram não é coincidente com os limites do Parque.

Esta região mantém-se deprimida, social e economicamente, excepto no período histórico das indústrias dos lanifícios, e relativamente mal aproveitada nas suas potencialidades, realidade que também caracteriza o concelho de Seia onde nasce o rio Alva, na qual as atividades tradicionais, a sua identidade cultural e o seu rico património natural podem potenciar soluções corretas e integradas para os problemas da região do Vale do Alva. De acordo com o Plano de Ordenamento do PNSE (2001), os diversos aspectos positivos são factores determinantes para o seu desenvolvimento integrado e sustentado e onde o turismo em particular pode jogar um papel importante, bem como os inúmeros aspectos negativos que é preciso ter em conta, podem abordar-se segundo a natureza dos factores geológicos, flora e vegetação, fauna, zonas de interesse biológico, paisagem, recursos humanos, acessibilidades, uso do solo e o ordenamento municipal.

Esta área geográfica, à semelhança de grande parte do interior do País, possui alguns problemas de carácter estrutural que advêm da sua posição periférica, tanto no sentido geográfico como no do desenvolvimento, pelas razões da debilidade das acessibilidades, da incapacidade das cidades crescerem e serem polarizadoras do desenvolvimento das áreas circundantes, pela falta de mão-de-obra qualificada, que também se vem tornando incipiente à custa do êxodo rural e da emigração. Acusa também uma certa degradação, destruição de lugares e recursos naturais, fruto de condições que proporcionam uma crescente desertificação.

Contudo, circunstâncias que intervieram desfavoravelmente no passado podem ser hoje factores catalizadores do desenvolvimento turístico integrado. A par de todo um conjunto de mudanças económicas e sociais estruturais, que têm vindo a beneficiar estas regiões, são de referir factores como: o património cultural, tais como monumentos e locais históricos, festas e romarias e património étnico; a proximidade de agregados

populacionais e de pólos de comércio local; as condições para práticas desportivas ou de lazer (passeios, esqui, caça, pesca); a intervenção activa dos poderes públicos locais, bem com das associações de desenvolvimento local; a competência e eficácia na promoção da região e na comercialização das unidades existentes; a qualidade nas instalações de acolhimento e hospedagem e competência dos serviços prestados; a conservação da arquitectura rural tradicional; o tradicionalismo das práticas agropecuárias; as especificidades da fauna e flora autóctones; a proximidade fronteiriça; a montanha, o acidentado do relevo e a diversidade da paisagem, entre outras.

Neste sentido, pode considerar-se que a paisagem é a melhor matéria-prima de que uma região, um lugar dispõe, pois espelha o grau de cultura de um povo. É também um valor económico, um valor turístico e poderá ajudar a construir a imagem de um país ou destino. Espaços geográficos de monumentalidade natural como o Vale do Alva. A paisagem constitui, ainda, uma referência essencial da identidade das comunidades rurais e o enquadramento de espaços e actividades é cada vez mais valorizado pelas populações urbanas. A contemplação de uma paisagem pode ser a maior atracção que um lugar do mundo tem para oferecer. Por tudo isto, o conceito de paisagem seja natural ou humana, insere-se na definição de património turístico, podendo representar um poderoso potencial de atractividade para o destino.

O turismo pode converter-se num meio de revalorização de paisagens que entraram em crise ou perdido funções tradicionais. Cabem, neste sentido, as iniciativas de turismo rural com a utilização pelo turista das antigas casas rurais, devidamente acondicionadas ou transformadas em pequenos estabelecimentos de alojamento que integram perfeitamente a procura turística sem produzir uma deterioração da paisagem.

Esta diversidade de factores é de extrema importância para a competitividade do destino Alvaland, na medida em que tem a capacidade de se afirmar como um destino atractivo, capaz de se destacar e de se impor no mercado. Essa competitividade passa também pela segmentação, pela personalização dos serviços, pelas suas singularidades e identidades, e pela revalorização desses mesmos factores. Infelizmente, até hoje constata-se ainda enormes debilidades e constrangimentos no desenvolvimento turístico da região.

### **3. Política e estratégia turística: Alvaland**

Os principais objectivos do estudo do potencial de desenvolvimento de produtos turísticos para atingir a sustentabilidade ambiental, social e económica, no destino

Alvaland são, designadamente: caracterizar os vários produtos a desenvolver em função do perfil do mercado turístico; identificar os produtos estratégicos e os respectivos segmentos de mercado prioritários para este destino turístico; seleccionar os produtos característicos deste destino que correspondam às necessidades dos mercados turísticos; perceber a importância de certos atributos dos recursos no processo de atracção e escolha de um destino à luz do(s) segmento(s) escolhido(s); perceber os atributos que cada segmento mais valoriza nos produtos oferecidos por este destino; conhecer a sensibilidade dos turistas, em cada segmento, às condições ambientais, dada a crescente preocupação com a componente ambiental do turismo, e a responsabilidade que o marketing tem no domínio do turismo em áreas protegidas; fazer sugestões para um melhor desenvolvimento da oferta turística, que se possa adequar a esses segmentos, no sentido da sua satisfação; sugerir algumas linhas de actuação no marketing para o desenvolvimento de produtos turísticos estratégicos com vista ao estabelecimento de uma imagem sustentável neste destino.

Tendo em consideração os objectivos e com base na revisão da literatura, apresentada nos dois pontos anteriores, Leitão (2004) identificou a necessidade de analisar a oferta e a procura turística de acordo com uma série de variáveis que pudessem servir de base para a segmentação do mercado e de suporte à caracterização dos produtos turísticos. Assim, o planeamento pode definir-se como um processo complexo que implica o conhecimento do espaço sobre o qual incide a identificação das necessidades, a definição de objectivos e os meios para os alcançar. De acordo com este conceito, para o desenvolvimento turístico da região, devem ser tidos em conta os segmentos de mercado definidos em conjugação com os recursos disponíveis, mas, também, em conformidade com os desejos da população local, dos empresários turísticos e do sector público. A segmentação de mercado tem em vista melhorar a eficácia das estratégias de marketing, passando pela definição do produto mais atraente para os segmentos escolhidos como mercado-alvo. Considera que os “portugueses urbanos”, distinguindo o grupo “mais jovem” e “mais idoso” e ainda os “estrangeiros”, poderão ser o mercado-alvo que interessa a este destino turístico e que pode ser alvo de uma estratégia diferenciada, como revela o estudo de Leitão.

Constata também que os “portugueses urbanos”, sobretudo os “mais idosos” e os “estrangeiros”, valorizam, muito particularmente, os recursos naturais, ou seja, a “paisagem”, o “ar puro”, o “ambiente sossegado”, a “flora”, a “fauna”, etc. Nesta perspectiva, o produto a definir para além do que é comercializado, como o alojamento,

o transporte e os serviços que lhe estão inerentes, deve ser, também, um produto que se baseia em “bens públicos” que determinam a experiência do turista, o que alguns autores chamam “turismo de observação das paisagens”. A observação implica geralmente a deslocação. Neste contexto, passear na natureza é actualmente uma das actividades de lazer mais apreciadas em muitos países e pode representar uma potencialidade importante, embora subestimada, das regiões rurais portuguesas. É, além disso, uma actividade que, quando bem planeada, produz o mínimo impacto ambiental possível, tem carácter educativo, pode criar empregos (guias, biólogos e geógrafos) e pode ser praticado por pessoas de qualquer idade. Também podemos referir o produto Touring Cultural e Paisagístico, referido no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), como estratégico para a Região Centro.

De facto, a observação e interpretação da natureza, associada ao desenvolvimento de percursos pedestres é uma actividade flexível e adaptável a diversos segmentos (Leitão, 2004). Os trilhos pedestres não devem ser padronizados, distinguem-se pelo tipo de traçado, pela implementação física e podem atingir objectivos distintos de acordo com os interesses, necessidades e desejos do segmento de mercado. Podem satisfazer interesses especiais, associados a determinadas idades. A importância da segmentação reside na possibilidade de desenhar produtos melhor direccionados. Assim, para o segmento dos “mais jovens”, aproveitando os contrastes morfológicos e as zonas de maior declive, é possível traçar percursos mais difíceis, apelando ao esforço, ao desafio, ao carácter aventureiro e em ligação com outras actividades desportivas a que este segmento dá muita importância, como é o caso da “escalada”, “parapente”, “montanhismo”, “canoagem”, que de resto são actividades que vêm sendo implementadas. Ao contrário o segmento dos “portugueses urbanos”, revela mais que os outros segmentos, sensibilidade para com as “visitas às áreas protegidas em grupo e com guias”. As caminhadas guiadas, com suporte em centros de interpretação da natureza, que estão a ser desenvolvidos, constituem uma oferta mais adequada para este segmento. Pela importância que dá aos atributos de natureza ambiental, os trilhos pedestres podem oferecer um contacto muito próximo com a natureza e satisfazer interesses específicos, como observar espécies de fauna e flora mais raras, fazer as “Rotas da Natureza”, como as “das Lagoas”, dos “Vales Glaciários”, dos “Rios Zêzere e Alva”, entre outros. Estes percursos podem igualmente satisfazer os “mais idosos” e os “estrangeiros” quando bem planeados e organizados.

Leitão (2004) também revela que passear será talvez a melhor maneira de gozar a experiência da beleza natural do campo, ao mesmo tempo que se pode associar a outros produtos. É o caso, da visita a actividades tradicionais do mundo rural, como as agrícolas, a criação de gado, o fabrico de queijo, a criação do cão da serra, ou almoçar em restaurantes típicos da região, entre outras. Estas actividades associadas ao turismo da natureza podem fazer emergir uma recente oferta de alojamento, “as Casas de Natureza”, e actividades ao ar livre apostando-se sobretudo naquelas menos prejudiciais para os ecossistemas. Este conjunto de actividades podem ainda promover o desenvolvimento de programas científicos no domínio da conservação da natureza, a criação de “ecolojas”, “ecomuseus” e de programas para a formação de “jovens guias”, entre outras. Todas estas iniciativas, ao contrário de outras actividades, não causam grandes impactos negativos, contribuindo, assim, para os princípios de desenvolvimento sustentável. O segmento “mais idoso” valoriza também particularmente a riqueza histórico-cultural e uma oferta que potencie a variedade de recursos dessa natureza. A aposta nestes requisitos pode aumentar a satisfação desse segmento. O desenvolvimento das chamadas “Rotas Culturais”, como a “dos Castelos”, a “dos Descobridores”, a “das Antigas Judiarias” e a “das Aldeias Históricas”, entre outras, são exemplos já desenvolvidos na região do PNSE, divulgados por inúmeras publicações.

É no desenvolvimento destes novos produtos, associados à exploração e à observação, seja de espaços naturais ou urbanos, do património cultural e natural, que se insere o objetivo do desenvolvimento endógeno, com base na preservação dos recursos e sua consequente valorização turística. Realça-se ainda que o estudo desenvolvido por Leitão (2004) ajuda a compreender que o aumento da atração e do consumo dos turistas passa por reconhecer os atributos mais importantes e combinar a diversidade da oferta existente com circuitos e rotas turísticas, tendo como referência o PNSE, mas englobando todo o sistema económico regional, articulando a sua oferta com outros bens das áreas geográficas envolventes, como é o caso particular das aldeias históricas; no âmbito da atracção dos mercados externos, o planeamento do desenvolvimento turístico desta região deve ainda ter em conta a articulação com a Espanha e a Europa, tirando partido da sua posição fronteiriça e do novo quadro de acessibilidades. Poderá desenvolver particularmente uma oferta turística no âmbito do turismo em espaço rural, já que o desenvolvimento deste tipo de turismo desencadeia um conjunto de actividades diversas, como a venda directa de produtos agrícolas e agro-industriais locais, a venda de artigos de artesanato e a realização de manifestações de folclore regional,

promovendo a valorização cultural, bem como a organização de passeios a pé, entre outras actividades. O planeamento de visitas a locais históricos, a unidades de alojamento típicas, a acidentes naturais de destaque e a criação de parques de descanso e merendas, entre outras iniciativas pode traduzir-se em experiências memoráveis que venham a ser indutoras de mercados potenciais para este destino de eleição para os produtos turísticos já referidos.

A procura turística exige novos produtos em destinos com uma imagem de um turismo sustentável. Estas realidades parecem indiscutíveis e traduzem-se em preocupações crescentes face à urgência da conservação dos recursos e na necessidade de caminhar para desenvolvimentos turísticos sustentáveis. A reflexão à volta do conceito da sustentabilidade em turismo permitiu evidenciar a necessidade de integração dos interesses da população local, dos turistas e da própria indústria turística, bem como a necessidade de conservação do património natural e cultural no desenvolvimento de uma área-destino. Quando se trata particularmente de áreas rurais, em que o mercado de turismo rural assume cada vez maior importância, o desenvolvimento do turismo deve ainda ser planeado numa perspectiva de desenvolvimento integrado, promovendo o desenvolvimento da agricultura, criação de gado, artesanato, formação profissional, entre outras actividades.

Na realidade, consideramos que os produtos turísticos em Portugal são relativamente diversificados e potenciadores de estratégias de desenvolvimento específicas a nível local e regional. Neste âmbito, revela-se como instrumento indispensável fazer-se uma inventariação rigorosa que conduza ao conhecimento dos recursos endógenos de cada município. A existência destes recursos, por sua vez, deverá sugerir a vocação turística de cada município e, assim, promover o desenvolvimento de produtos turísticos de excelência, funcionando como verdadeiros dinamizadores das políticas e das estratégias sectoriais do turismo a nível local. Por exemplo, o município de Seia tem vindo a apostar estrategicamente no Turismo de Natureza. Nesse âmbito, o Centro de Interpretação da Serra da Estrela (CISE) concretiza inúmeros projectos relevantes com vista à consolidação do posicionamento de Seia como uma referência a nível regional e nacional.

A reflexão preliminar feita nos três pontos permite estabelecer algumas linhas orientadoras para repensar as metodologias e as acções de desenvolvimento turístico para o Vale do Alva. De facto, onde não parece existir uma estratégia que corresponda ao peso que o turismo poderia ter na economia desta região. Para já não houve

manifestação de interesse da parte de responsáveis de instituições públicas que detêm essas competências a nível local e regional, pelo menos do ponto de vista institucional. Dada a complexidade do sistema turístico regional e a desarticulação existente entre os quatro municípios, com este artigo pretendemos dar algumas achegas com vista a tornar a rede de agentes públicos e privados mais efetiva e funcional.

## **Conclusão**

Deste artigo poderá concluir-se sobre a importância crescente que o turismo assume nas regiões rurais e de montanha, em particular, e de que as relações que o turismo estabelece com o espaço são cada vez mais estreitas, daí ser considerado um fenómeno estruturante nas organizações espaciais, baseando-se num conjunto cada vez maior de recursos naturais, culturais e humanos. Resulta também a percepção de que a procura turística é cada vez maior e mais exigente, procurando novos produtos e novos destinos. Os produtos turísticos âncora podem ser uma alavanca das políticas e das estratégias sectoriais, sobretudo projetando essa dinâmica ao nível regional, pela articulação dos esforços dos vários municípios envolvidos. Assim, pretende-se também refletir sobre o interesse relativo deste projeto no contexto da região Centro, com vista a atingir a desejada articulação, designadamente com projetos como as Aldeias do Xisto ou as Aldeias Históricas de Portugal.

Estas realidades parecem indiscutíveis e traduzem-se em preocupações crescentes face à conservação dos recursos e na necessidade de caminhar para desenvolvimentos turísticos mais sustentáveis. A reflexão à volta do conceito da sustentabilidade em turismo permitiu evidenciar a necessidade de integração dos interesses da população local, dos turistas e da própria indústria turística, bem como a necessidade de conservação do património natural e cultural no desenvolvimento de uma área-destino como o Vale do Alva. Quando se trata particularmente de áreas rurais, e já que o mercado de turismo rural assume cada vez maior importância, o desenvolvimento do turismo deve ainda ser planeado numa perspectiva de desenvolvimento integrado, promovendo o desenvolvimento da agricultura, criação de gado, artesanato, formação profissional, entre outras atividades que se suportem no aproveitamento dos recursos existentes.

O Vale do Alva é um território eminentemente rural que deve considerar a complementaridade entre as duas abordagens do planeamento territorial, incluindo uma lógica relacional entre as forças vivas do território, sendo para isso importante assumir



um novo arquétipo para a conceção e implementação das políticas territoriais/setoriais, que se baseie na capitalização da vocação de cada território como processo chave do desenvolvimento, bem como na capacidade de integrar em todas as ações a componente de integração, de modo a estar “focalizado no desenvolvimento sustentável com uma orientação ascendente/descendente e descendente/ascendente no que concerne ao retrato territorial que o estado central define e as respetivas linhas orientadoras que irão permitir que o país se afirme além fronteiras” (Augusto *et al.*, 2010: 500). Estes autores relevam uma governança que se inspire no modelo *bottom-up* como forma de possibilitar a existência do princípio da cidadania, e no modelo *top-down* como um meio para se garantir a concertação e a articulação entre as estratégias definidas nos diferentes níveis espaciais.

Concluiu-se que a evolução económica e social se traduziu no desenvolvimento de um novo conceito de marketing que aponta não só no sentido da satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, mas que exige também uma maior integração das preocupações das sociedades modernas, como no âmbito da actuação ambiental e responsabilidade social das empresas e organizações e que a definição correcta dos mercados-alvo pode aumentar o sucesso das estratégias de planeamento e desenvolvimento sustentáveis numa área essencialmente rural e natural.

As características físicas deste Vale permitem concluir sobre as suas potencialidades para o turismo sustentável e também dos condicionalismos a ter em conta. O contraste entre as áreas mais naturais e as mais humanizadas neste território, traduz-se em algumas dificuldades na sua gestão, podendo sempre pensar local e também ter presente as necessidades dos turistas. De acordo com o que a região tem para oferecer aos turistas, pode dizer-se que o destino Alvaland dispõe de condições que lhe permite desenvolver ofertas diversificadas e especializadas de acordo com as necessidades atuais de vários nichos de mercado. Umas, mais relacionadas com férias activas, prática de desportos de montanha ao ar livre e em rio, e outras para férias mais tranquilas, privilegiando o contacto com a natureza, a observação do património natural, o desfrute da paisagem física e humanizada, os percursos pedestres, entre outras actividades.

É neste caso possível escolher grupos de turistas para uma atração contínua ao longo do ano. A estratégia de marketing pode ser diferenciada, com adaptações específicas a cada um dos segmentos e produtos turísticos, maximizando assim, os benefícios para todos os envolvidos. Assim, para o desenvolvimento turístico da região,

devem ser tidos em conta os segmentos de mercado definidos em conjugação com os recursos disponíveis e produtos potenciados, mas, também, em conformidade com os desejos da população local, dos empresários turísticos e do sector público.

De facto, as ideias expostas podem constituir mais um contributo útil para estimular todos os intervenientes, principalmente os responsáveis do poder local e regional, a nível turístico, em necessária articulação com as instituições de ensino, para que em conjunto partilhem as responsabilidades e os deveres com vista a atingir um desenvolvimento que todos merecemos que seja sustentável. Porém, não deixamos de chamar a atenção para o muito que é necessário e, sobretudo, fazer-se de forma rigorosa e científica, também no sector do turismo.

### **Referências bibliográficas**

Queirós, A. S., Veloso, A. S., Ferreira, H. D., 2008, *Património Natural e Cultural da Serra da Estrela: Roteiro Serra da Estrela*, Liga de Amigos de Conimbriga, s. l.

Tavares, A. O., 2012, *Rotas e Percursos da Serra da Estrela – Planalto Superior*, CISE, Seia.

Augusto, D. D., Pinho, J. C., Rodrigues, C. J., 2010, Análise Integrada Multisectorial e Pluridimensional no Território, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 13/14 (2), 499-511.

Burnay, M. J., 2006, O Turismo Sustentável e o Turismo de Natureza - Constrangimentos e Oportunidades, Turismo de Montanha. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n.º 6, pp. 167-179.

Cunha, L., Abrantes, A., 2013, *Introdução ao Turismo*, 5ª Edição, Lidel, Lisboa.

Diário da República, 2009, Lei de Bases do Turismo, Decreto-Lei n.º 191/2009 de 17 de agosto, INCM, 1ª Série, N.º 158.

IQF, 2005, *O Turismo em Portugal: Evolução das Qualificações e Diagnóstico das Necessidades de Formação*, IQF, Lisboa.

Kastenholz, E., 2006, O Marketing de Destinos Turísticos – O seu significado e potencial, ilustrado para um Destino Rural, Turismo de Montanha. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, n.º 6, pp. 31-44.

Leitão, M. L., 2004, *Análise do Mercado Turístico do Parque Natural da Serra da Estrela: Estudo de Segmentação e Implicações para o Planeamento de Marketing de Áreas-Destino*, Dissertação de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro.

OMT, 1999, *Conta Satélite do Turismo – Quadro Conceptual*, OMT, Madrid.

Rodrigues, A., Kastenholz, E., 2010, Sentir a Natureza – Passeios Pedestres como Elementos Centrais de uma Experiência Turística, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 13/14 (2), 719-728.

Salgado, M. A. B., Leitão, M. L., 2011, Estratégia de Desenvolvimento Turístico da Serra da Estrela, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 16, 97-113.

Salgado, M. A. B. (2010) Perspetivas do turismo rural em Portugal, Moreno, F. J. J., Arcos, F. J., M. (eds.), *Estudios de Turismo Rural y Cooperación entre Castilla y León y Portugal*, Ediciones Universidad, Salamanca, 49-63.

Tovar, Z., 2011, Pedestrianismo, Percursos Pedestres e Turismo de Passeio Pedestre em Portugal, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 16, 145-159.