

Autor: Carlos Gonçalves

Instituição: Universidade de Lisboa – Faculdade de Letras

Palavras-chave: território, cooperação, redes, ordenamento, turismo, desenvolvimento

PORTUGAL TERRITÓRIOS E TURISMO

1- Introdução

O turismo é um fenómeno cujas origens se perdem no tempo. No entanto é a partir da década de sessenta, que se verifica o seu mais acentuado crescimento. Em algumas décadas apenas, o Turismo assume um carácter universal e uma dimensão que o coloca a par das actividades económicas mais proeminentes.

O efeito dinamizador e diversificador da produção turística, assegurando o arrastamento de outros sectores económicos, conjugam-se com o efeito catalizador dos investimentos no turismo, reflectindo-se nos modelos que estruturam os territórios turísticos. A maioria das regiões encara o turismo como um meio privilegiado de desenvolvimento, sendo muitas vezes considerado como única alternativa para as actividades económicas em declínio.

O passado já mostrou como o turismo pode ser pernicioso e corrosivo para o equilíbrio dos territórios, servindo em muitos casos apenas para server indiscriminadamente os recursos dos espaços “invadidos”, sem que o retorno seja consistente e sustentado. Estas situações são fruto de uma abordagem focada no curto prazo e no crescimento económico desregulado que relega para segundo plano, uma visão integrada entre as múltiplas componentes que estruturam a geografia de um território.

O ponto de partida deste trabalho é a tentativa de congregação de todas as relações que se estabelecem em torno do fenómeno turístico, projectando um modelo/visão de “fazer território”, forjado(a) sobre uma perspectiva estratégica, de base endógena, e fortemente embutida numa dinâmica de participação no processo de planeamento, desaguando em territórios articulados em sistemas de rede com uma densa teia de relações que garantam a sustentabilidade económico-ambiental (criando laços que assegurem o equilíbrio entre ambos), tendo como ferramentas fundamentais o planeamento e a gestão do território, sob a perspectiva do turismo.

2- Patamar de partida

Os modelos de planeamento e gestão dos territórios turísticos em Portugal são os ideais? Serão eles capazes de, congregando as enormes potencialidades que o sector (com o seu cariz de abrangência transversal), pode trazer para um desenvolvimento regionalmente integrador, dotado de capacidades reais para evitar os desequilíbrios recorrentes na estruturação do território?

Definido o posicionamento de partida, que servirá simultaneamente de esboço para as margens do trabalho, o caudal de investigação fluirá sobre o leito da seguinte tese: partindo de um conjunto de territórios que integrem um leque de locais de grande interesse turístico conectados em rede será possível estruturar de forma coordenada e consistente um modelo de Planeamento e Gestão Territórios Turísticos em Rede, (TTURE) para estes espaços, configurando-os como destinos suficientemente ricos e diversificados para competir internacionalmente, e com isto induzir um ritmo de desenvolvimento económico, abrangente e contagioso, que envolva neles os diferentes agentes económicos, as entidades politico-institucionais e as populações locais, criando em paralelo mecanismos de controlo dos princípios sobre os quais deve assentar o equilíbrio de todas as componentes envolvidas no processo de ordenamento do território.

O conceito de rede assume aqui importância basilar, sendo encarado sob duas perspectivas distintas, muito embora complementares: i) na perspectiva do Planeamento Territorial, deve servir de elemento exponencializador dos recursos turísticos efectivos e potenciais, existentes no território; ii) na perspectiva da Gestão Territorial, deve criar mecanismos eficazes de auto-controle nas articulações das relações da rede, reproduzindo os seus efeitos na aceitação, bem como na monitorização permanente das boas práticas do Ordenamento do Território, intimamente relacionado com os princípios de sustentabilidade.

3- Portugal e o “caminho” turístico

Importa, de sobre maneira, fazer (pelo menos) um “voo rasante” sobre o percurso do turismo em Portugal. Conspiraram positivamente, factores geográficos (físicos e humanos) para que o turismo atracasse em Portugal, sendo possível distinguir quatro fases de maturação pelas quais passou o fenómeno, percebido sob o prisma da sua relação com espaço: i) descoberta do fenómeno; ii) desenvolvimento precoce; iii) primeiros desajustes; iv) início do domínio do imobiliário sobre a lógica turística. Sendo certo que os limites, bem como as designações atribuídas, devem ser entendidas, necessariamente, com uma margem confortável de flexibilidade.

A primeira etapa teve lugar entre 1900 e 1950, baseada no termalismo, com prevalência clara do turismo interno, tendo como apoio promocional a Sociedade de Propaganda Nacional. Criou-se então um embrião de desenvolvimento turístico com o Plano de Aproveitamento Turístico do Estoril. No entanto, o fenómeno mantendo-se confinado a um estatuto de pouca importância.

A segunda fase (1950 a 1963) engrenou numa conjuntura de desenvolvimento económico acelerado em que o turismo eclodiu pujante em toda a Europa, sendo certo

que em Portugal não foram sentidas as vibrações dessa ebulição europeia, mantendo-se este com o rótulo de sector marginal face no contexto do continente europeu. Muito embora a percepção do potencial do turismo indiciava a abertura do país para as suas exigências, e com isso conhece, neste período os primeiros resultados palpáveis. A promoção ganha um carácter vincadamente localista, concentrando-se em Lisboa, enquanto grande destino de atracção, acolhendo sobretudo turistas ingleses, franceses e americanos. Apesar de se conhecer, nesta fase, oscilações constantes, no número de entradas de turistas, o turismo assume internamente uma posição notável, ultrapassando as receitas das exportações de produtos como a cortiça e o vinho do Porto. No contexto europeu o seu posicionamento continua a ser marginal.

A fase dos primeiros desajustes (1963 a 1973) marca o tempo em que o turismo adquire características de “explosivo de fragmentação” que rebenta e atinge todo o seu campo de acção. Este período, a actividade turística caminha de braço dado com os progressos no desenvolvimento económico do país. Assiste-se à generalização do uso do automóvel, ao pagamento de tempo de férias e ao crescimento da utilização do transporte aéreo. Progressivamente começam a chegar a Portugal grandes contingentes de turistas, que desencadeiam (como resposta à procura) a pulverização de algumas regiões do país (Lisboa; Algarve; Madeira) com estruturas de suporte às actividades turísticas. Incidindo na projecção do binómio sol e mar, definiam-se os contornos (cada vez mais carregados), da geografia de um país pró-turismo, tomando pomposamente posse do estatuto de motor de desenvolvimento económico. Nesta dinâmica, apesar de se criarem algumas iniciativas de planeamento avulso, os desequilíbrios começam a fermentar, ultrapassando rapidamente as barreiras do equilíbrio urbanístico e ambiental.

A quarta fase, embora arranque com os solavancos da crise económica (1973), depressa adensa o seu caudal, com o seu primeiro pico a verificar-se quatro anos depois (com um aumento de 43% das entradas de turistas). Esta vaga turística permite que em apenas dez anos se tenha triplicado as entradas, duplicada as dormidas de estrangeiros e que se multiplicasse por nove as receitas externas. Assiste-se então a uma cavalgada desenfreada direccionada para múltiplos sentidos, e comandada (ou de perto, ou à distância), pelos tentáculos viscosos do sector imobiliário num casamento perfeito (embora que condenado a horizontes de longevidade curtos), com os meandros do poder local. Multiplicam-se assim, pelo mesmo expoente das entradas, as disfunções ambientais, alinhando pelo mesmo diapasão, a degradação dos recursos naturais, espraiando-se o “reinado de quase total anarquia” no ordenamento territorial.

4 – Contornos da dinâmica recente

A dinâmica recente remete invariavelmente para o conceito de concentração. Este conceito é transversalmente comum: aos destinos de oferta (hegemonia de Lisboa e Algarve a que se junta a Madeira); aos países emissores (com mais de metade das dormidas divididas entre o Reino Unido e Alemanha); e aos produtos promovidos (continuando a sorver às golfadas o sumo da imagem estilizada de destino de sol e mar). Começam neste período (a partir de 1980) a surgir os primeiros sintomas da alergia provocada por este desgaste, um dos indícios é a redução do tempo de permanência média. Torna-se evidente e premente a necessidade de intervenção organizativa, para tal criaram-se Regiões de Turismo (na tentativa de fomentar a promoção e desenvolvimento à escala regional). Para além disto, lavra-se o Plano Nacional de Turismo, preparando-se terreno para ser semeada uma estratégia para o sector, que devia nascer com as raízes fincadas na qualidade, entretanto alienada. Mas as iniciativas não foram frutíferas, uma vez que grande parte, das medidas propostas neste plano, fora abandonada, mantendo-se a lógica de parcelamento no planeamento do território (no caso específico, de territórios com fortes componentes turísticas). Com isto, os desígnios do desenvolvimento turístico com base na qualidade, reduzindo os desequilíbrios, controlando os múltiplos e variados excessos verificados no litoral, e fomentando novos destinos em regiões com outras potencialidades, não ganhou força suficiente para poder medrar.

É perfeitamente palpável o trajecto de crescimento vertiginoso do turismo em Portugal, assumindo no contexto actual uma posição que permite que seja encarado como um sector estratégico para o desenvolvimento económico do país, desencadeando e consolidando processos de desenvolvimento em regiões como o Algarve, Madeira e mais recentemente Açores. Pode, segundo o Programa de Recuperação de Áreas Deprimidas (PRASD) verter essa importância estratégica para a recuperação destes territórios. O turismo é apresentado neste documento como *“uma das poucas actividades que, fazendo apelo ao uso dos recursos endógenos e à utilização de mão-de-obra local por ventura objecto de reciclagem, será capaz de contribuir mais eficazmente para a redução de assimetrias regionais, e para o combate à pobreza e à exclusão social em regiões desfavorecidas, carenciadas ou objecto de catástrofes recentes, promovendo, a prazo, um aumento do emprego e bem-estar, especialmente se conduzido numa lógica de desenvolvimento sustentado e sustentável”*.

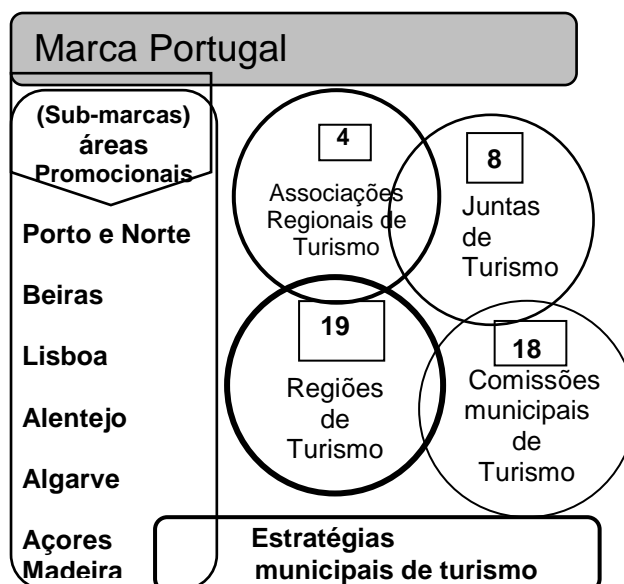
No entanto, apesar de ser reconhecida a importância que o turismo tem na economia nacional, a falta de estratégias adequadas para dimensionar novas soluções de estruturação territorial tem mantido o seu impacto económico concentrado em

poucas fracções do território nacional (Algarve, Lisboa e Vale do Tejo, Madeira), não se verificando capacidades de inovar no que respeita ao nascimento de novas regiões/destinos, que permitam que o crescimento dos indicadores relativos às dormidas ou às receitas tenha outra distribuição espacial. É um facto que não se tem conseguido por em prática o alcance da lógica inerente a este sector, estrategicamente integrador. Os modelos vigentes (ou a ausência deles) não têm gerado as melhorias que urge criar em termos de qualidade, não têm tido capacidade de introduzir mecanismos reguladores nas áreas litorais nem tão pouco articular engrenagens de arrastamento de actividades desencadeadoras de desenvolvimento em áreas deprimidas. Por estes e outros motivos, o modelo(s) de desenvolvimento turístico português, derrama abundantes indícios de debilidade.

5 - As debilidades na organização territorial turística

As principais lacunas prendem-se com o emaranhado de intuições, escalas, e fórmulas associativas que estão incumbidas da missão de promover as potencialidades turísticas. A quantidade de modalidades é tão volumoso (ver *figura 1*) que acaba por espartilhar, criando sobreposições ou instituindo concorrências de contornos ridículos, reduzindo de sobre maneira as capacidades que estes territórios teriam se adoptassem estratégias de afirmação conjunta.

Figura 1 – Instituições e mecanismos de promoção dos territórios turísticos escalas/sobreposição de escalas



Fonte: Elaboração própria -2005

Percebendo que a intervenção, à escala municipal, é talvez aquela que maior reflexo tem no território (uma vez que o município está dotado de instrumentos que lhe permitem efectivamente intervir no sentido de alterar os usos do solo), desenvolveu-se uma pesquisa incidindo sobre uma amostra de municípios, que integrou os dois primeiros, de acordo com a ordem alfabética, em cada NUTE III. Nesta amostra de 48

municípios (15,6% do total) polarizados equitativamente pelo conjunto do país, foi feita uma análise cuidada dos respectivos Planos Directores Municipais, recorrendo aos arquivos da DGOT-DU. A metodologia subjacente à pesquisa teve como objectivos detectar qual o papel que assume o turismo nas respectivas estratégias de desenvolvimento, e de que forma, indiciam, ou não, reflexos efectivos para o ordenamento e desenvolvimento do território. A síntese das principais conclusões será apresentada nos próximos parágrafos.

Quase todos os municípios criam, ou tentam criar a sua marca promocional, 96% contempla o turismo nas suas estratégias de desenvolvimento, 83% considera ter fortes potencialidades turísticas e 58% vê o turismo como eixo prioritário de desenvolvimento. Mais de 60% considera necessário criar infraestruturais, mas apenas 15% refere a vantagem de se integrar numa estratégia regional. Os recursos que detêm relacionam-se invariavelmente, com as condições naturais, patrimoniais e culturais.

Respondendo ao propósito de auscultar as instituições e os principais actores que intervêm directamente nas ramificações por onde se estende o turismo, e na tentativa de entender qual é a sua percepção acerca das debilidades ao nível do planeamento e gestão dos territórios turísticos, foram dirigidos questionários: i) aos responsáveis máximos pela actuação das organizações regionais de turismo; ii) aos mais destacados empresários hoteleiros, de restauração e de animação turística; iii) a agentes de viagens.

Constatou-se, após analisadas as entrevistas, que as associações regionais de turismo foram criadas maioritariamente ao longo dos anos 80 sem fundamentação técnico-científica e têm fundamentalmente uma valência promocional, sendo objectos dessa promoção, em 83% dos casos, o triângulo história/património/cultura. O produto mais apetecido para o futuro é o golfe, ainda que os grandes projectos em curso sejam no sentido de aumentar o número de camas e incrementar as capacidades de animação. A participação dos municípios nas associações regionais, é reduzida, e as capacidades de planeamento destas instituições são quase nulas.

No que respeita aos empresários hoteleiros, de restauração e de animação turística, apenas 28% considera o grau de complementaridade dos produtos nas regiões de turismo elevada, e somente 17% considera que o planeamento nestes territórios é bom. Os principais concorrentes são destinos internos, existindo poucas áreas com capacidade de competir internacionalmente. As instituições regionais de turismo são encaradas como estruturas ineficazes pelos principais agentes envolvidos no fenómeno, não vislumbram cooperação entre estas e os municípios que as integram, indicando ainda que a maioria dos concelhos não têm capacidades para se

afirmarem como destinos turísticos. As falhas mais significantes são ao nível da promoção, acessibilidades, mão-de-obra qualificada e falta de planeamento.

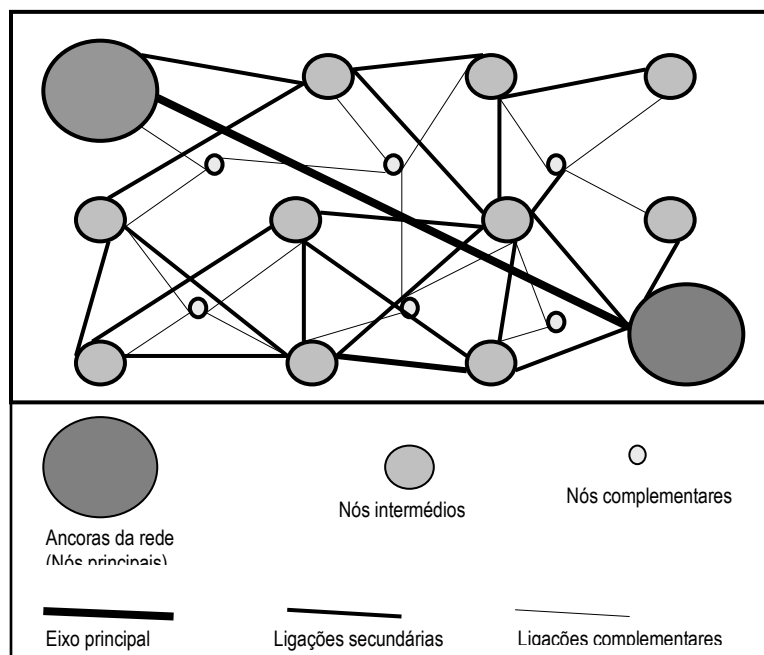
As estruturas de comercialização (agências de viagens), apenas consideram como destinos vendáveis isoladamente, alguns concelhos do Algarve, Lisboa, Porto, e Coimbra. Como destinos com capacidade de atrair turistas internacionais por períodos de (pelo menos 7 dias), apontam o Algarve, Lisboa e Vale do Tejo e Porto/Douro.

Em suma, larga maioria dos municípios contempla o aproveitamento de actividades turísticas como meio capaz de conduzir ao desenvolvimento e uma parte muito significativa considera o turismo como eixo principal atingir este objectivo. No entanto, na esmagadora maioria dos casos é assumida uma postura individualista, não percepcionando a necessidade de inclusão em escalas mais abrangentes, assumindo estratégias individuais e muitas vezes posturas de concorrência declarada, com os municípios contíguos. Está arredada das indicações recolhidas na análise dos documentos de planeamento municipal, uma leitura integrada numa lógica de complementaridade, confirmando-se esta indicação com a informação colhida nas entrevistas. A necessidade deste tipo de abordagem decorre desde logo da recorrência dos produtos e segmentos turísticos mais valorizados (ou que mais se pretende valorizar), estando estes quase invariavelmente relacionados com os valores naturais, patrimoniais e culturais, assumindo grande relevo os segmentos ligados aos espaços rurais, demonstrando que nestes, mais do que em qualquer outros territórios, o turismo é encarado como uma das poucas “tábuas de salvação”.

6- O modelo TTURE (Territórios Turísticos em Rede) como proposta para se (re)dimensionar novos destinos: directrizes para o seu funcionamento

O modelo de planeamento de Territórios Turísticos em Rede (TTURE) que aqui propomos, pretende ser particularmente profícuo no desenvolvimento de destinos/regiões turísticas, inflacionando os benefícios e envolvendo várias escalas nessa relação, privilegiando o aproveitamento das capacidades locais, mas nunca descorando as valências de territórios agregadores, desencadeantes de desenvolvimento numa lógica de osmose comandada por uma relação biunívoca entre o local e o regional. Essas redes de territórios devem ter uma estrutura em teia, numa constelação pluri-polarizada (representada graficamente na *figura 2*), em que integrem territórios âncora, nós intermédios e complementares no sentido de promover o colectivo, catalizando todos os fluxos.

Figura 2 – Representação gráfica de uma rede de Territórios Turísticos do tipo Constelação Pluri-polarizada



Fonte: *Elaboração própria (2005)*

A proposta vinculasse ao desenvolvimento do conceito de territórios turísticos, entendido como o conjunto de lugares conectados de forma integrada, por relações físicas, culturais e sócio-económicas que pelas suas características permitam o aproveitamento e desenvolvimento turísticos, valorizando a interdependência e a criação de uma identidade integradora passível de despoletar desenvolvimento económico em paralelo com o equilíbrio no uso do território.

Estes princípios desenham um vértice que faz imergir a necessidade de solidariedade entre territórios e com isto processos de desenvolvimento por contágio, pondo em colaboração, numa relação de mutualismo, territórios e agentes âncora, com territórios e agentes complementares, desencadeando um processo ciclicamente cumulativo que sustenta o processo de desenvolvimento territorial. A proposta aqui apresentado de planear destinos turísticos sob a forma de redes de territórios é uma forma de incutir o alargamento da base económica local/regional com suporte sustentável onde o turismo não é um fim em si mesmo, mas é perspectivado sob uma visão de conjunto, integrada e multifacetada encarando-o como um sistema cumulativo, uma espécie de efeito (in)directo extremamente positivo.

O modelo TTURE surge assim associado a quatro vectores estruturantes que devem funcionar em simultâneo, garantindo o dimensionamento de destino(s) turístico(s) economicamente sustentado(s) e ambientalmente sustentável(is).

O primeiro vector (Dimensionamento Integrado da Oferta e da Procura), compatibiliza as necessidades a que a rede de territórios deve responder, com as características inerentes à oferta turística. A integração tem em linha de conta todos os

segmentos de oferta que existem na área abrangida pela rede, tornando-os usufruíveis a quem os visita. Tem o propósito de alargar a base económico-funcional regional, desaguando numa fórmula de desenvolvimento com sustentação sustentável. A sustentação decorre da activação de um conjunto alargado de actividades. A sustentabilidade resulta da interdependência entre elas, e destas, com o território que as suporta.

O funcionamento em rede permite que os TTURE valorizem de igual forma todas as micro-actividades ligadas ao artesanato, ao aproveitamento dos elementos físicos, tradições culturais, memória dos lugares, etc. O aproveitamento turístico vai activar actividades inovadoras e tradicionais endogeneizando a resposta à panóplia de necessidades do turista. Deve ser assinalado que este consumidor é extremamente exigente, e a qualidade, mas também a diferenciação, é um trunfo, que conduz directamente à necessária valorização das complementaridades. A cooperação em rede põe em ligação as grandes unidades hoteleiras, com todas as actividades de animação, casas de turismo rural, empresas de turismo de natureza, actividades balneares, actividades agrícolas (produzindo produtos de excelência para os restaurantes, hotéis, ...) actividades de artesanato, têxteis, indústrias tradicionais, etc. podendo todas elas (por mais tradicionais que sejam), ser alvo de usos inovadores.

O território encarado nesta perspectiva não valoriza apenas os postos de trabalho criados nas grandes unidades hoteleiras, ou na restauração, ele desencadeia uma paleta de actividades que vão dar conteúdo à rede, enriquecendo a oferta e despoletando mecanismos de desenvolvimento intersectorial enraizado numa base alargada, tendo como linha orientadora, o facto de que ao turista tem que ser oferecido um leque enorme de produtos e serviços, para que este satisfaça as suas múltiplas necessidades. Essas necessidades são mais facilmente, e mais proficuamente supridas se se considerarem conjuntos de territórios, interligando as potencialidades inerentes a cada um deles, minimizando automaticamente as carências individuais.

A proposta de planeamento TTURE está embebida nas relações resultantes do funcionamento em rede implicando na oferta todos os tipos de agentes locais/regionais, rejeitando a massificação da participação exógena na composição dessa oferta turística, transbordando este processo para a integração territorial, até ao ponto de se dimensionar uma escala regional que possa, de facto, ser encarada como destino turístico, potenciando, nos moldes definidos, um rumo consistente de desenvolvimento regional.

O segundo vector (Ordenamento do Território) traz para o modelo a possibilidade de se encontrar o ponto de equilíbrio entre a defesa e o uso dos recursos, garantindo a protecção ambiental a uma escala alargada, relegando para segundo plano o

“umbigocentrismo” que vigora na percepção do território. O turismo sustentável resulta de um cenário em que se compatibiliza a resposta às necessidades sociais com o desempenho da economia.

Este vector conduz a uma capacidade de monitorização interactiva colectivamente auto-reguladora que advém do sentimento aglutinador de responsabilidades individuais/colectivas. A monitorização interactiva e colectivamente auto-reguladora é o propósito que lhe subjaz e mobiliza mecanismos de percepção e aceitação colectiva dos princípios do ordenamento do território enquanto formas de se alcançar metas de compromisso que permitam almejar a sustentabilidade num destino turístico. O mecanismo entra em actividade a partir do interior da rede, sendo uma consequência directa do seu funcionamento. Por exemplo, um lugar que possa ser encarado na rede como território âncora, um Parque Natural, um lugar classificado como Património da Humanidade, ou qualquer outro território que mova avultados fluxos de procura, veria os seus impactos reduzir-se por via da disseminação desses visitantes por toda a rede, distribuindo-os pela totalidade do espaço de abrangência. Esta função caberia à estrutura de gestão de rede.

Do ponto de vista das entidades integrantes da rede também este mecanismo produziria efeitos, uma vez que uma empresa de animação turística desempenharia a sua função em articulação directa com o Parque Natural, o proprietário do restaurante, o hoteleiro, o artesão, o cidadão... podendo esta cadeia começar por qualquer outro ponto e interligar muitos mais agentes, assimilando-se, naturalmente (por via da necessidade de cada um), os princípios do equilíbrio harmonioso no ordenamento do território, evitando, e até corrigindo, os atropelos constantes e gritantes que a paisagem tem sofrido por via das pressões vorazes dos interesses turísticos, vistos, e desenvolvidos, de forma individualista.

No modelo TTURE, o hoteleiro é colocado no mesmo patamar que o Parque Natural, o Património Mundial, o café, a loja de produtos regionais, as actividades de animação, os serviços de turismo das autarquias, etc. O vértice de convergência entre todos estes interesses é o facto de todos pertencerem à mesma estrutura, terem todos um vínculo que os prende uns aos outros. Retomando o mesmo exemplo, o Parque Natural vai ter interesse em defender o hotel, da mesma forma que o hotel vai ter interesse em defender os valores do Parque Natural, porque será clara a relação de dependência entre ambos e destes com todos os outros, obtendo todos vantagens decorrentes da harmonia equilibradora.

Esta dependência produz automaticamente os mecanismos de monitorização interactiva, uma vez que se as actividades desenvolvidas pelas empresas de animação não forem consentâneas com os valores de ordenamento, que defendem o

engrandecimento do conjunto, vão ser censuradas no seio da rede, e no extremo, serão afastadas da rede, saindo prejudicadas porque não beneficiam da imagem colectiva, passando a sua actuação a ser encarada como actividade marginal, não incorporando os pacotes de oferta preconizados pela rede, nem tão pouco, podem beneficiar da imagem da rede ou da marca de excelência que esta granjeia.

Esta forma de monitorização dos princípios do ordenamento do território ganha, corpo e dimensão de operacionalidade quando se alarga a escala, para todo o perímetro da rede, pondo no mesmo patamar um lugar/município, com todos os outros que estão conectados nos TTURE, sendo prejudicial para todos se um fogo florestal destruir parte de uma área de reserva natural, ou se um curso de água que cruza o território da rede for descaracterizado, ou se um troço do litoral for desfigurado por força do urbanismo em cavalgada selvagem, ou se os valores culturais de uma parte da rede for subjugados a interesses perversos, perdendo-se a sua autenticidade, ou se o arranjo dos espaços públicos for descurado, ou se os serviços de saúde forem maus, ou...todos os aspectos são valorizados pela imagem de excelência e será do interesse de todos procurar que todos a respeitem, garantindo os fluxos de interactividade na monitorização, percebendo o todo como um corpo uno, onde a infecção num dos múltiplos órgãos vai afectar irremediavelmente o bem-estar geral.

Esse sentimento será aglutinado pela participação de todos os agentes e actores na configuração da rede, erigindo, nessa multiplicidade dos seus interesses, a estrutura da rede.

O terceiro vector (Planeamento Participativo), traz para primeiro plano os actores principais que fazem o território, onde cada elemento, sendo beneficiado pela estrutura em rede, também a beneficia, induzindo qualidade e exponencializando a obtenção de resultados, alimentando gradualmente o próprio sistema assumindo um nível de responsabilidade em cadeia onde todos maximizam as suas vantagens ao fazer parte da rede, e a rede, maximiza a sua operacionalidade delegando decisões nos seus elementos, sendo eles micro ou macro-agentes, dimensionando a capacidade de cooperação, as escalas de integração e os níveis de envolvimento desejáveis. Este vector desemboca num sentir colectivo das obrigações e partilha de proveitos que a cooperação possibilita.

Neste sentido a dinâmica de rede quando encarada como fruto de uma placa giratória que movimentada todos os nós, sejam eles de que dimensão, natureza ou tipologia forem, tem como propósito dotar o modelo territorial TTURE de um sentimento de comunidade que seja agregador, onde se perceba claramente as obrigações e os proveitos individuais na persecução de um objectivo comum.

Estes propósitos desagregam-se em cinco campos onde se reflectirá a sua importância, permitindo: i) reforçar a legitimidade do plano; ii) reforçar o sentimento de identidade territorial e imagem colectiva; iii) consensualizar objectivos, estratégias e acções; iv) facilitar a identificação e mobilização de parceiros; v) garantir o sucesso do modelo de planeamento – na fase de elaboração, implementação, e monitorização.

O primeiro dos cinco campos onde os propósitos se efectivam, diz respeito ao facto de que se as opções tiverem um pendor colectivo, ganham um apor de legitimidade e serão facilmente defendidas por aqueles que as formularam, garantindo o equilíbrio entre o turismo e o território, uma vez que facilmente se aceitará que ao construir um hotel sobre uma arriba, em que parte dela será transformada num campo de golfe (processo tão em voga no pântano organizacional reproduzido no território português, onde sempre, ou quase sempre, a visão individualista prevalece) desfigurando irremediavelmente a paisagem e lancetando um, ou parte de um, ecossistema, será prejudicial para todos os agentes que se identificam (e são identificados), pela beleza e qualidade daquele troço de litoral (isto para além dos riscos que isso acarreta). O primeiro campo, interliga-se com o segundo, por forma a que os propósitos ganhem consistência, na medida em que é da identidade territorial, ou seja, da força do vínculo da comunidade com o território que suposta as suas actividades, que surgirá a imagem colectiva. Esta imagem colectiva é fundamental em dois sentidos: primeiramente para a agregação interna e depois para a projecção externa dos TTURE.

Estes propósitos estabelecem as pontes que conduzem ao sucesso do modelo de planeamento, desde logo na fase de elaboração, mas sobretudo na fase de implementação, uma vez que todos contribuem para a sua concretização. Esta imagem colectiva tem de ser desenvolvida, de ser incorporada em todos os componentes da oferta turística da rede, necessitando para tal de instrumentos e metodologias adequadas à colheita das várias imagens que emanam das características inerentes aos aspectos físicos e humanos da geografia dos lugares e agregá-los numa fórmula única que facilmente seja assimilada pela comunidade receptora e que ao mesmo tempo seja fortemente apelativa para atrair os visitantes necessários para que todos os nós da rede sejam activados.

O último pilar de sustentação da rede é por isso o marketing territorial, desenvolvendo formas de projecção e produzindo um efeito directo na criação de laços fortes de identidade com o território, agregando as diferentes imagens dos nós da rede, compondo uma marca única e unificadora. O vector Marketing territorial deve responder ao propósito de dotar o modelo de Planeamento TTURE de uma identidade aglutinadora, que contrarie a “força natural” para se dividir, para confundir, para

deturpar, para sobrepor as imagens que imanam de todos os quadrantes da geografia dos lugares e que lhe conferem a capacidade de atrair visitantes. Deve mobilizar o interesse por conhecer, sentir, usufruir o território por parte de outras pessoas para além dos que são residentes (sendo estes a maioria das vezes protagonistas na representação quotidiana dessas formulações identitárias). O objectivo é somar as forças inerentes à imagem de cada um dos lugares, vilas, cidades, concelhos, para que o traço comum a todos (imagem da global da rede) tenha conteúdo suficiente para poder ser “vendida” como um destino turístico.

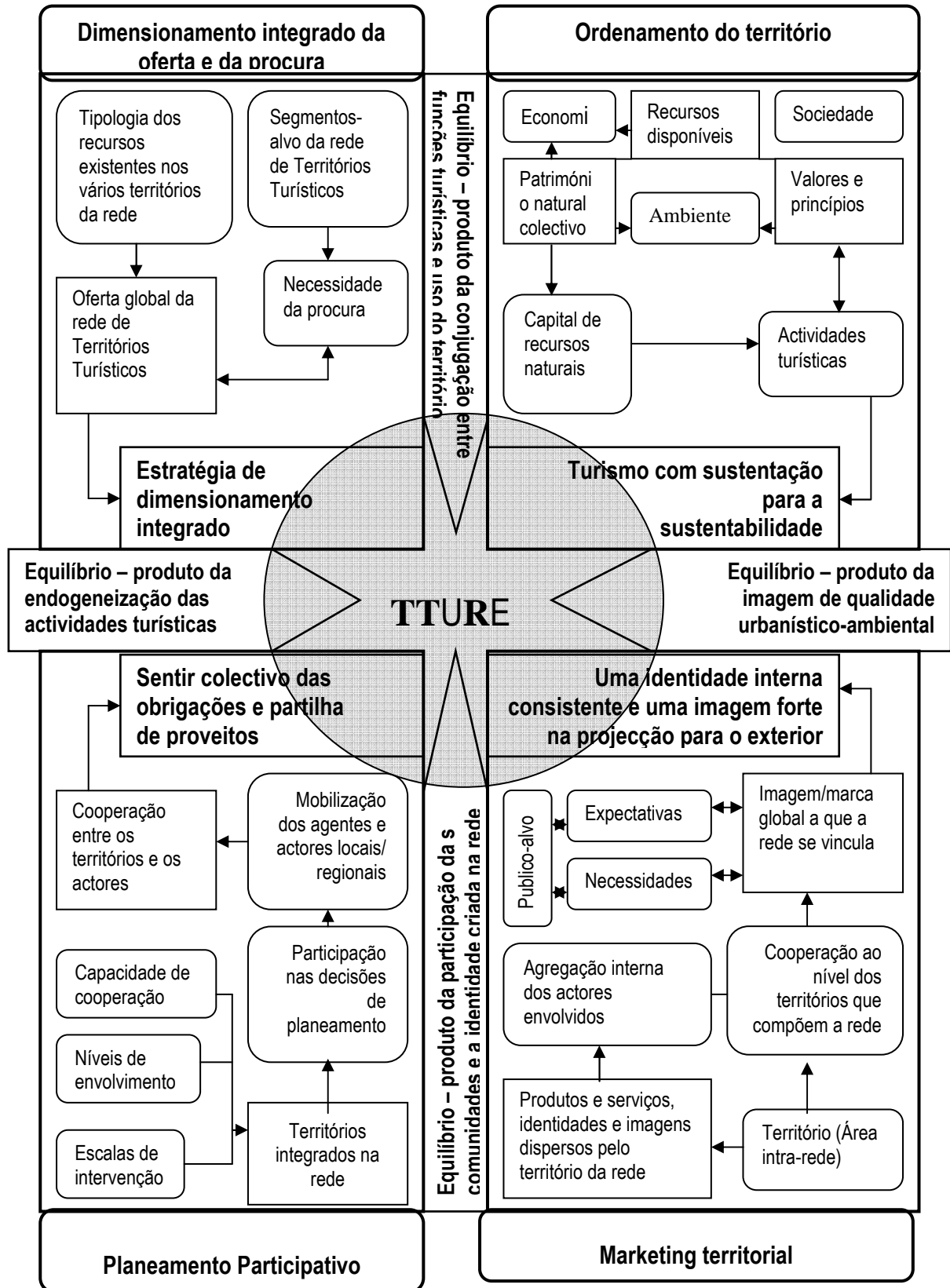
A identidade é fruto da simbiose entre homem e paisagem, produzindo territórios. A imagem global será o produto dessas identidades, produzindo um território onde os visitantes se confrontarão com uma paleta sumarenta das paisagens/território que lhe são apresentadas. A identidade é também de consumo interno, sedimentando as relações dos territórios e dos actores que lhe dão vida, ganhando assim capacidade de projecção externa servindo ainda como elo para mediar a relação da comunidade receptora com as comunidades visitantes. A sua eficácia é avaliada na medida em que, promove, ou não, primeiramente a visita e depois a permanência do visitante.

Partindo de uma imagem pujante, fermentada por uma identidade forte e unificadora, desenvolvidas, uma e outra, pelos instrumentos de marketing territorial, o modelo TTURE será revigorado, servindo de ignição para bombear os fluxos internos, catapultando uma comunidade de territórios turísticos para a esfera da competitividade.

É na confluência todos estes “vasos capilares” que se consubstancia o modelo TTURE (representando-se as várias componentes e relações entre elas na **figura 3**). Trata-se de uma resposta à inexistência de uma moldura capaz de estruturar o território português com destinos turísticos competitivos (para além do Algarve, Lisboa, Madeira e o que agora, toscamente, germina em torno do Porto/Vale do Douro), servido de ignição e combustível, para que o turismo alimente processos de desenvolvimento regional sustentado e sustentável.

Esta lógica aplicada a uma escala alargada (ao país), seria capaz de criar a dimensão e o número ideal de regiões/destino turístico para que Portugal pudesse capitalizar convenientemente o seu potencial turístico, respeitando e promovendo a endogeneização dos possessos de desenvolvimento, alimentados na identificação ampla das comunidades com os territórios, irrigando na raiz, o sentimento de bem-estar dos residentes pela melhoria da sua auto-estima que advêm de uma relação pacífica e profícua com o território, valorizando-o, e percebendo que este é admirado pelos outros (os visitantes e turistas).

Figura 3 - Modelo de Planeamento Territórios Turísticos em Rede (TTURE)



Fonte: Elaboração própria (2005)

7 – Conclusão

Para finalizar importa trazer aqui, o, já longínquo, patamar de partida: Os modelos de planeamento e gestão dos territórios turísticos em Portugal são os ideais? Serão eles capazes de, congregando as enormes potencialidades que o sector, com o seu cariz de abrangência transversal, pode trazer para um desenvolvimento regionalmente integrador dotado de capacidades reais para evitar os desequilíbrios recorrentes na estruturação do território? Tudo na leva a concluir que os modelos que estruturam o país no panorama turístico não servem o aproveitamento das valências deste vértice onde se encontram múltiplas potencialidades. A abordagem não é adequada e não se adapta à sua transversalidade, tão pouco é capaz de gerar as escalas necessárias, manietando as possibilidades que adviriam de se entender estes territórios mediante uma filosofia de amplas redes de complementaridades. A análise das capacidades do modelo proposto conduzir a processos de ordenamento ou de desenvolvimento regionalmente integrador, ficam no vasto campo das possibilidades, só podendo ser aclaradas com testes efectivos a casos concretos. Fica entreaberta, a proposta.

Bibliografia

- ⇒ BRITO, Sérgio Palma (2004) – *Implantação espacial do Turismo*. Urbanismo e Ordenamento do Território: Balanço dos anos 1970-2000.
- ⇒ CIDRAIS, Álvaro Jaime Gomes (1998) – *Marketing Territorial aplicado às cidades médias portuguesas: os casos de Évora e Portalegre*. Faculdade de Letras. Universidade de Lisboa
- ⇒ CUNHA, Licínio (2001) – *Introdução ao Turismo*. Editorial Verbo
- ⇒ Análise de Conjuntura – Boletim nº59 (Setembro, Outubro 2003). Direcção Geral de Turismo
- ⇒ FERRÃO, João (1995) - *Colectividades territoriais e globalização: contributos para uma nova estratégia de emancipação*. Inforgeo, (pp. 9-10;65-75)
- ⇒ Programa de Recuperação das Áreas Deprimidas (2004), Ministério da Economia
- ⇒ PARTIDÁRIO, M.R.- *Ambiente e Turismo, Economia e Prospectiva*, Revista do Ministério da Economia, 4, Fevereiro:79-88
- ⇒ SILVA,C.N. (1997) – *Planeamento e Participação do publico*. In APA Edições (Associação Portuguesa de engenheiros do Ambiente). Workshop sobre participação publica (68-73), Lisboa.
- ⇒ SIRGADO, José Rafael (1990) – *Dissertação de Mestrado em Geografia Humana e Planeamento Regional e Local –Turismo e Desenvolvimento local e regional, o caso do concelho de Lagos na região do Algarve e no país*. Faculdade de Letras - Universidade de Lisboa