

Oportunidades e desafios do turismo de interior para o desenvolvimento local: O caso do concelho da Sertã, Portugal

Opportunities and challenges of inland tourism for local development: The case of the municipality of Sertã, Portugal

Margarete Casquinha (maggiejob27@gmail.com)

Mestre em Turismo de Interior – Educação para a Sustentabilidade,
Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal

Andreia Filipa Antunes Moura (andreiamoura@esec.pt)

Doutora em Turismo, Professora Adjunta Convidada, Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal

RESUMO

O sucesso de um destino só será alcançável, garantindo a harmonização da natureza com o Homem e sustentando a melhoria da qualidade de vida das populações, no presente e para o futuro. É sob esta premissa que surge a inquietação de compreender a influência do turismo no desenvolvimento local de destinos de interior, especificamente no Concelho da Sertã. Deste modo, realizou-se um estudo empírico dirigido aos operadores turísticos locais e responsáveis do poder local, através de uma metodologia qualitativa assente na aplicação de entrevistas semiestruturadas e complementada pela observação direta, por meio da realização de um estágio curricular. Os resultados apurados revelaram que se colocam vários desafios ao turismo de interior tendo em vista o desenvolvimento da Sertã, tais como os fogos florestais, o despovoamento, a sazonalidade ou a fraca promoção turística, bem como diversas oportunidades, como a abundância de recursos naturais, o aumento de circulação da Estrada Nacional 2 ou a criatividade. Em conclusão, verificou-se que o turismo é um motor de desenvolvimento estratégico do concelho, registando-se importantes implicações teóricas e práticas para o futuro.

Palavras-chave: Turismo de Interior; Turismo Sustentável; Desenvolvimento Local

ABSTRACT

The success of a tourism destination is only obtainable by guaranteeing a harmonious coexistence of nature and human activities and an improvement in the quality of life of local populations both, in the present and in the future. It is this premise that rose the interest in studying the impact of tourism on local development in inland regions and, more specifically, in the municipality of Sertã. For this reason, a qualitative empirical analysis was developed, based on the administration of semi-structured interviews to local tourism operators and local authorities, and on direct observation, viable in the context of an internship. The findings reveal that there are significant challenges regarding inland tourism's impact on the development of the municipality of Sertã, such as forest fires, depopulation, seasonality or the lack of promotion. But there are also several opportunities, such as abundant natural resources, the increased flows in road infrastructures or creativity. In conclusion, it has been shown that tourism is a driver of the strategic development of the municipality, which rises important theoretical and practical questions for the future.

Keywords: Inland Tourism; Sustainable Tourism; Local Development

Introdução

O turismo, no contexto da maioria dos países desenvolvidos ou em desenvolvimento, “é encarado como uma importante ferramenta de desenvolvimento rural” contribuindo para “a dinamização, diversificação e modernização das comunidades locais” (Reis, 2012:167). Com isto, é substancialmente importante referir que o turismo pode desencadear o desenvolvimento local de um território e este desenvolvimento pode ser também, por sua vez, o responsável pela prática da atividade turística nesse mesmo território.

De uma maneira muito abrangente, turismo de interior é todo aquele que é praticado com motivação distinta da habitual e para além dos limites de destinos do litoral. Diversos são os desafios e várias são oportunidades que aqui se apresentam, sendo que o processo de desenvolvimento de áreas rurais prende-se essencialmente pelo “equilíbrio adequado entre a utilização dos recursos (naturais e culturais) e o progresso económico, social, cultural e tecnológico” (Kastenholz, Eusébio, Figueiredo, Carneiro e Lima, 2014: 53).



O presente artigo tem como objetivo principal, compreender a influência do turismo no desenvolvimento local de um destino turístico de interior, neste caso, no concelho da Sertã, em Portugal. Desta maneira optou-se por um estudo empírico assente numa metodologia de investigação qualitativa com base numa análise de conteúdo, sendo a técnica de recolha de dados a entrevista semiestruturada. A população-alvo do estudo, os operadores turísticos das seguintes áreas de atividade: Restauração, Hotelaria, Animação Turística e Poder Local (Município da Sertã). Dos resultados deste estudo, foi possível apurar desafios e oportunidades que se instigam no processo de desenvolvimento local do destino turístico de interior: a Sertã.

Enquadramento teórico

Numa breve contextualização histórica mundial, a problemática de desenvolvimento surge no início das sociedades industriais e da globalização (modelo funcionalista) e sofre uma rutura, na década de 60, por se verificar a insustentabilidade da lógica do consumo de massa e do modelo nas suas vertentes económica e social (Rita e Mergulhão, 1997; Amaro 2004 e Reis, 2012). É ainda na década de 60 que emerge uma consciência ambiental e surgem os primeiros movimentos ambientalistas, colocando a indústria como principal destruidora do meio ambiente no presente e para o futuro.

Em Portugal, durante largas décadas, assistiu-se à litorização das atividades económicas, sobretudo nas áreas de Lisboa e Porto, causando a desvitalização das zonas de interior. Para colmatar o subdesenvolvimento destas regiões e tendo em vista a melhoria da qualidade de vida das populações locais foi adotado um processo de modernização, orientado na mobilização do capital endógeno e na valorização das características próprias de cada região, suscitando a conversão das ameaças em oportunidades (Rita e Mergulhão, 1997). Se “Desenvolvimento Local exprime o processo de satisfação de necessidades e de melhoria das condições de vida de uma comunidade local” (Amaro,2004:20), Desenvolvimento



Sustentável, nas suas dimensões económica, social e ambiental, emerge na criação de um compromisso entre economia e ecologia na intenção de findar as desigualdades sociais e a degradação ambiental gerada nos modelos anteriores. A estrutura do desenvolvimento sustentável assenta sobre duas solidariedades, a sincrónica e a diacrónica, a primeira visa o respeito pela sociedade no presente e a segunda, pela sociedade no futuro, sendo que para o bem-estar de uma quota parte das gerações vindouras não se pode sacrificar a geração atual, e vice-versa (Carvalho, 2009).

O turismo, enquanto atividade económica dinâmica e catalisadora de investimento é também responsável por uma prática social, económica e ambiental ao nível do desenvolvimento local do destino em que se insere.

Com isto, podemos atribuir ao setor do turismo, o papel de atividade mobilizadora de evolução e progresso em áreas territoriais mais desfavorecidas, evitando a estagnação das mesmas e desencadeando desenvolvimento e avanço (Reis, 2012). Isto é, a atividade turística, desde que, assente na realização de planeamento e de uma monitorização permanente "é aquela que tem as melhores condições para gerar o desenvolvimento sustentável" (Figueira e Dias, 2011:32).

Para que o turismo atue, tendo em vista o desenvolvimento local, numa perspetiva de sustentabilidade é necessária a compreensão e aplicação da Agenda 21 Local, como documento estruturante para implementação do desenvolvimento local sustentável ao nível municipal. A Agenda 21 é um Plano de Ação que envolve vários grupos de atores, tendo como principais objetivos a viabilidade económica, a proteção do ambiente e o progresso das condições de vida das populações. É um processo autárquico em parceria com todos os setores da sociedade com o propósito de tornar sustentável o desenvolvimento local e de tornar viável a sua implementação (Carvalho, 2009). O desenvolvimento sustentável exige uma abordagem integrada (Tavares, 2009:8) e ao nível local, procura potenciar os recursos endógenos envolvendo todos os agentes e atores do processo numa



dinâmica participativa e transformativa (Carvalho, 2009). É sabido que muitos dos destinos mobilizadores da prática turística não determinam estratégias de ação devidamente planeadas e a monitorização é muitas vezes precária.

Em suma, o turismo “é encarado com um verdadeiro e importante veículo de desenvolvimento regional” (Matias & Sardinha, 2008:205) e a articulação desta atividade com o desenvolvimento social, económico e cultural, com o meio ambiente e seus recursos, originam a prática do turismo sustentável, nunca comprometendo, o usufruto das próximas gerações. (Ruschmann & Rosa, 2006).

Metodologia

O conceito de investigação tem como fim a construção de conhecimento, adquirida no processo de aprofundar conceitos, gerados a solucionar problemas. Ou seja, investigar é um procedimento reflexivo sistematizado e científico, que consiste na procura da verdade, sob forma de validar novo conhecimento ou refutar conhecimento existente (Morais, 2013). Para tal e segundo o mesmo autor, o processo de investigação é composto por várias etapas, metódicas e sequenciais, i) diagnosticar o problema; ii) efetivar a revisão da literatura; iii) selecionar a metodologia a aplicar; iv) apurar os resultados obtidos; v) corroborar as conclusões adquiridas.

Neste contexto, desenvolveu-se um estudo exploratório, tendo como base a revisão da literatura e partindo do ponto que a formulação do problema, deve ser clara, exequível e pertinente, e de uma forma analítica, efetuar uma abordagem do real, sem conter em si, um julgamento moral (Quivy & Campenhoudt, 1998). Constatou-se assim, que a pergunta deve ser ajustada ao objetivo estabelecido, dado que este estudo pretende analisar o turismo de interior no concelho da Sertã, Portugal, como atividade que visa o desenvolvimento local, numa perspetiva sustentável. Desta forma, optou-se por uma metodologia qualitativa e pela entrevista semiestruturada como instrumento de recolha de dados, na intenção de interpretar o fenómeno



em estudo e considerando que a grande vantagem da entrevista é a sua adaptabilidade (Bell, 1993).

Sendo que a entrevista semiestruturada implica a formulação de tópicos de perguntas a aplicar e portanto, a construção de um guião de entrevista. Neste estudo, para uma abrangente verificação da realidade, formularam-se dois guiões de entrevista, sendo o primeiro dirigido à operação, ou seja, à Restauração, Hotelaria e Animação Turística, e o segundo, aos órgãos de tomada de decisão ao nível local, ou seja, a representantes do Município da Sertã. As entrevistas decorreram durante os meses de março e abril de 2018 e concretizaram-se presencialmente. Foram realizadas 11 entrevistas no total e todas foram recolhidas em formato áudio e posteriormente transcritas.

A amostragem adequada para o desenvolvimento do presente estudo foi a amostra representativa da população por se verificar que “é importante recolher uma imagem globalmente conforme à que seria obtida interrogando o conjunto da população” (Quivy & Campenhoudt 1998: 19). Assim sendo, a população que compreende os operadores turísticos totais do concelho, é de 47 unidades (Restauração, Hotelaria e Animação Turística) e a entidade representativa do Poder Local é a Câmara Municipal da Sertã, optando-se pela escolha apropriada de uma parte (N=11) na representação de um todo. Neste contexto, estabeleceu-se como amostra: os operadores turísticos cuja relevância e estatuto se destacasse no município da Sertã e os representantes do poder local com influência e interesse no setor do turismo (ver Tabelas 1 e 2).

Tabela 1 – Caracterização da amostra (Operadores Turísticos)

Operadores turísticos	Tipologia	Capacidade	Principais serviços	Localização
Restaurante A	Restaurante Típico	57 lugares	Oferta gastronómica	Sertã
Restaurante B	Churrasqueira	28 lugares	Oferta gastronómica	Sertã
Restaurante C	Restaurante Típico		Oferta gastronómica	Sertã
Restaurante D	Restaurante Típico –	90 lugares/ Sala	Oferta gastronómica	Sertã



	Casamentos e batizados	250 lugares/Salão de eventos		
Estabelecimento Hoteleiro A	Hotel 3*	25 quartos	Hotelaria	Sertã
Estabelecimento Hoteleiro B	Hotel 4*	73 quartos	Hotelaria Casamentos e batizados	Pedrogão Pequeno
Estabelecimento Hoteleiro C	Hotel 4*	25 quartos	Hotelaria	Sertã
Empresa de animação turística A	Atividades outdoor e Todo o Terreno	10 a 60 pessoas	Passeios TT, caminhadas, desportos natureza	Pedrogão Pequeno
Empresa de animação turística B	Atividades náuticas	10 a 60 pessoas	Wakeboard, passeios de barco, gaivota e canoa	Cernache do Bonjardim

Fonte: elaboração própria

Tabela 2 – Caracterização da amostra (Representantes do Poder Local)

Representantes do Poder Local	Entidade	Cargo	Função	Anos de Serviço
Entrevistado A	CMS	Técnico Superior	Departamento cultura/turismo/desporto	20 anos
Entrevistado B	CMS	Assistente Operacional	Departamento cultura/turismo/desporto	11 anos

Fonte: elaboração própria

Neste sentido, foram entrevistados os seguintes operadores turísticos: quatro restaurantes (Restaurantes A, B, C e D), um hotel de 3 estrelas (Estabelecimento Hoteleiro A), dois hotéis de 4 estrelas (Estabelecimentos Hoteleiros B e C), duas empresas de animação turística (A e B). Quanto aos órgãos de tomada de decisão ao nível local (Câmara Municipal da Sertã) seguem-se os representantes da autarquia (Entrevistados A e B).

Todas as entrevistas foram gravadas em formato áudio, de forma a garantir o mínimo de perda de informação possível e a permitir uma análise posterior com maior detalhe. As entrevistas foram transcritas e analisado o seu conteúdo, procurando assim, sistematizar os dados obtidos para a obtenção dos resultados do estudo.

Apresentação e discussão de resultados



Como atrás referido, para a realização das entrevistas, elaboraram-se 2 guiões de entrevista, sendo o primeiro dirigido à operação, portanto, aos operadores turísticos e o segundo aos representantes do poder local.

Das 11 entrevistas efetuadas, apuraram-se resultados relativamente a: (i) contributo da atividade turística para o desenvolvimento local; (ii) motivo principal de atração turística do concelho da Sertã, (iii) existência de parcerias ou potenciais parcerias; (iv) necessidades para o desenvolvimento do setor turístico; (v) influência da autarquia no desenvolvimento local da sertã; (vi) estado da arte do desenvolvimento local sertaginense; e (vii) ameaças e oportunidades para o turismo e desenvolvimento local; tal como se apresenta de seguida, em maior detalhe.

(i) Contributo da atividade turística para o desenvolvimento local

Os entrevistados responderam unanimemente que o seu contributo era o serviço da sua própria atividade.

Por exemplo, na **Restauração** os representantes alegaram muitas vezes o produto regional e a oferta gastronómica diversificada no âmbito em que servem de intermediários para “divulgar a gastronomia” para oferecer “os pratos mais típicos da região” e para efetuar “um serviço de excelência” servindo esta atividade como “complemento para a estadia de qualquer visitante”, transferindo assim “economia para a região”.

Nas **Unidades Hoteleiras** os representantes alegaram que o seu serviço efetua dormidas e sabendo à partida que no espaço de uma estadia curta ou longa “as pessoas precisam de dormir, ou em trabalho ou em passeio” (Unidade Hoteleira A) e ao nível do contributo da sua atividade para o desenvolvimento local afirmam que “as pessoas não vêm para esta unidade hoteleira apenas para ficar aqui, vêm para conhecer toda a região. Vão aos restaurantes, vão conhecer as praias fluviais, fazer atividades outdoor. No nosso entender esse é o nosso contributo, não só para o turismo como



também para a economia”. (Unidade Hoteleira B). Desta maneira, e na máxima do assunto em causa *“O nosso hotel contribui com mais empregos de pessoas da região... damos a conhecer a região sem quaisquer barreiras geográficas. Os nossos hóspedes contribuem de sobremaneira para a economia local, desde a visita aos restaurantes da vila, ao consumo no comércio local”*. (Unidade Hoteleira C)

Já um dos representantes das **Empresas de Animação Turística** coloca a sua atividade como sendo um *“...contributo importante...uma vez que traz pessoas dos grandes centros a esta região e que potencia todos os negócios paralelos à animação turística, quer a restauração, ao alojamento e todos os outros derivados”*. (Empresa de Animação Turística A)

Por sua vez, os **representantes do poder local** entrevistados referiram esse contributo como *“o setor do turismo é extremamente importante, tanto no vetor económico e social, como na integração do território e sua promoção”* (Representante da Autarquia A) e que *“Turismo é, basicamente o ponto essencial para divulgar a Sertã”* (Representante da Autarquia B), desta maneira é atribuído ao concelho da Sertã o lugar de *“Pólo de atração- por um lado pela sua área de território e centro de realidade do mesmo e por outro, também, pelas valências que tem, ao potenciar outras áreas económicas”* (Representante da Autarquia A).

Verificou-se, portanto, que todos os entrevistados apontaram o turismo como *“motor da economia local”* e que todos estão sensíveis à noção de Desenvolvimento Local (DL), que segundo Carvalho (2009: 81) está relacionado com *“iniciativas inovadoras e mobilizadoras da coletividade, articulando as potencialidades locais com as condições dadas pelo contexto”*. Assim, com base no quadro da literatura, o DL visa a articulação equilibrada entre as dimensões social, cultural, económica, ambiental e política numa máxima de sustentabilidade, apoiando-se numa vontade comum e reforçando a confiança nos recursos próprios, de maneira a



combinar esta articulação para a melhoria da qualidade de vida, agora e no futuro (Melo, 1998).

Verifica-se, assim, que o turismo constitui uma influência positiva para o DL do concelho da Sertã, já que todos os entrevistados demonstraram a capacidade de oferecer o produto local da forma mais genuína possível, sentindo-se na obrigação de divulgar a gastronomia típica, os recursos naturais do concelho e a oferta diversificada no campo dos desportos aventura.

(ii) Motivo principal de atração turística no concelho da Sertã

Os motivos de atração turística no concelho da Sertã, foram muito coincidentes, tanto para os responsáveis do setor da Restauração, Unidades Hoteleiras, Empresas de Animação Turística como para os representantes da Autarquia Local. Ambos apontam os **recursos naturais** como os principais motivos atração no concelho. Para um dos entrevistados do setor da **Restauração** “*Em qualquer parte do concelho temos sempre contato com a natureza...*” (Restaurante B) e para salientar esta afirmação, um membro de uma **Unidade Hoteleira** refere que, no concelho, como recursos turísticos atrativos pode destacar-se “*a paisagem, as ribeiras, a proximidade das albufeiras, o Rio Zêzere...*” (Unidade Hoteleira A). Assim sendo é de destacar que “*a paisagem que se alcança dos inúmeros miradouros é imperdível*” (Unidade Hoteleira C). Para além dos recursos naturais apontados também se fez referência à **centralidade** do concelho, sendo que a Sertã está “*situada num centro nevrálgico de comunicações de estradas*” (Unidade Hoteleira A). O outro motivo referido foi a **Gastronomia** “*diferenciadora e genuína*” (Unidade Hoteleira C). A Gastronomia, para o setor das **Empresas de Animação Turística** é apontada como “*...muito importante...*” (Empresa de Animação Turística B) estando a Sertã denominada, para um dos **Representantes da Autarquia**, pela “*terra da Gastronomia*” (Representante da Autarquia A). As Aldeias do Xisto, foram apontadas como um motivo de



atração que tem vindo a tornar-se cada vez mais forte. Contudo e considerando importante destacar que no geral, “o motivo principal que traz pessoas à Sertã são o descanso, as paisagens, os passeios, as atividades de BTT e outras.” (Restaurante C)

Neste estudo apurou-se, então, que os recursos naturais com maior relevo e significado turístico no concelho da Sertã são os recursos hídricos. Desta maneira, corrobora-se Santos, Cravidão e Cunha (2010: 15):

As praias fluviais surgem como uma alternativa direta ao turismo de sol e praia, associado ao turismo massificado. Modo de referência da democratização através das atividades de lazer, a relação com os ambientes aquáticos não marítimos, especialmente rios e albufeiras, tornam possível que em espaços com menores densidades relacionais, menos acessíveis e ainda com debilidades infraestruturais e de equipamento consideráveis, surjam produtos turísticos resultantes da qualidade dos recursos naturais aquáticos.

Já a gastronomia, apontada diversas vezes como produto turístico local é considerada como “recurso turístico primário” (Sampaio, 2009:119) podendo afirmar-se que é parte integrante da cultura do lugar, sendo que “a sua preservação e valorização deverão, pois, ser vistas como tão importantes como a de qualquer outro elemento do património cultural” (Sampaio, 2009: 119).

(iii) Existência de parcerias ou potenciais parcerias

A necessidade de verificar a existência de parcerias existentes e potenciais parcerias entre os vários tipos de atores locais, numa máxima de desenvolvimento local, pôde apurar-se que a existência de parcerias é feita de uma maneira natural e na maioria das vezes que estas se efetuam, são de forma inócua e generosa. Isto é, entre os diversos atores locais ligados às atividades turísticas (Restauração, Unidades Hoteleiras, Empresas de Animação Turística) existe uma espécie de entreaajuda definida pelos próprios, sendo salientado por um membro do setor da **Restauração** que



“quando vem alguém comer ao nosso restaurante e nos procura por dormida nós aconselhamos os lugares mais próximos e que coincida com as necessidades do visitante” (Restaurante C). Posto isto, o principal motivo de entreajuda passa por “...manter as pessoas por cá o maior número de tempo para ajudar no desenvolvimento de economia das unidades como da região” (Restaurante A). Contudo, um membro de uma **Unidade Hoteleira** referiu a existência de parcerias na medida em que “nos passeios que elaboramos, para que o hóspede/cliente prolongue a sua estada na nossa unidade hoteleira, temos parcerias com todos os restaurantes da região, com empresas de animação turística, com a ADXTUR, o Turismo do Centro e com o Turismo de Portugal” (Unidade Hoteleira C). Uma outra Unidade Hoteleira apontou a existência de parcerias locais, no âmbito na Animação Turística “na componente de Team Building com Eventos Corporate” (Unidade Hoteleira B). Já para uma das **Empresas de Animação Turística** as existências de parcerias verificam-se ao nível da restauração e alojamento, como complemento da atividade turística que o seu serviço oferece, como referido “Temos parceria com alguns alojamentos locais e hotéis e depois temos alguns parceiros nacionais que são as agências de viagens e as agências Team Building” (Empresa de Animação Turística A).

Já na **Autarquia da Sertã** as parcerias existentes fundamentam-se na estratégia turística nacional e assim sendo apontam-se como parceiros “a Comunidade intermunicipal Médio Tejo, a Pinhal Maior, as Aldeias do Xisto, a Grande Rota do Zêzere (associadas às Aldeias do Xisto) e a Turismo do Centro de Portugal. Como outros parceiros temos, na área do ensino, as escolas profissionais e o Instituto Vaz Serra (IVS) na área do Desporto Aventura” (Representante da Autarquia A).

Desta maneira, pôde apurar-se do estudo, que, entre os operadores turísticos existe um sentimento comunitário, de parceria natural, na tentativa de prestar um bom serviço e de aumentar a permanência do visitante no



concelho. Para reforçar esta dinâmica e segundo Polèse, (1998 cit. in Simão 2009):

O sucesso de uma região dependerá, em última análise, da sua capacidade de chamar a si a resolução dos seus problemas, de organizar vários agentes em torno de objectivos comuns, e de adaptar-se e ajustar-se com sucesso às pressões externas. As fontes de desenvolvimento residem, deste modo, na própria população, no seu sentido de comunidade e, talvez mais importante de que tudo, no seu espírito de inovação e iniciativa.

Neste contexto, é necessário sublinhar que muitas das parcerias e estratégias, fundadas através de políticas “desenvolvimentistas”, se não forem consolidadas pelo quadro teórico e articuladas com o território em que se inserem, podem causar impactos negativos, por não contribuírem para a melhoria da localidade nem da qualidade de vida dos seus habitantes (Dall'Agnol, 2012 cit in Scótolto e Netto, 2015: 45).

(iv) Necessidades para o desenvolvimento do setor turístico

Para o desenvolvimento do setor de atividade turística de cada representante entrevistado foram definidas diversas necessidades, sendo algumas delas comuns a todos (sazonalidade, fraca promoção como destino turístico, maior entrosamento entre os operadores turísticos e a autarquia) a todos (Guião A). Para a **Restauração**, o combate à sazonalidade é uma necessidade sentida no geral e há quem reclame que *“a época de inverno é muito fraca em relação época de verão”* (Restaurante C) e que se deve, para um membro de uma das **Unidades Hoteleiras**, *“repensar a calendarização dos eventos que ocorrem durante os meses de Verão na Sertã, deixando o mês de julho e agosto para a afirmação de outras realidades mais populares”* (Unidade Hoteleira C). Para que a Sertã desenvolva em termos turísticos *“é necessário que venha mais gente, é preciso que façam mais eventos”* (Unidade Hoteleira A) e também *deverá existir melhor “Divulgação e maior entrosamento entre as unidades*



hoteleiras e entre este setor turístico e o próprio município” (Unidade Hoteleira B).

A necessidade de criar uma Marca Regional é apontada algumas vezes segundo a *“definição de uma estratégia concertada entre os municípios da região, para que se promova um destino com uma marca única, aproveitando as sinergias existentes e não desperdiçando recursos”* (Unidade Hoteleira C).

A criação de uma Rota Religiosa é definida como inclusão do Turismo Religioso no concelho da Sertã e a criação de um Roteiro Turístico da região é também indicada como uma das necessidades a colmatar. Para reforçar esta afirmação e segundo um dos entrevistados é necessário *“produzir um guia turístico da Sertã e da região”* no âmbito de *“fomentar uma política de recuperação e preservação dos nossos monumentos, assegurando a sua abertura ao público e outro tipo de iniciativas conducentes à sua valorização. O turismo não sobrevive com a péssima imagem oferecida por centros históricos velhos e abandonados, como é o caso da Sertã. Importa levar por diante a intervenção no mercado da Sertã, rua do Vale de São Pedro, artéria onde se situava a antiga Casa das Guimarães e na Praça da República”* (Unidade Hoteleira C). O mesmo entrevistado, em relação à criação de uma Rota Religiosa, refere que a *“Criação de um roteiro das igrejas do concelho da Sertã, baseado no livro «Arte por Terras de Nun'Álvares», editado no ano passado e da autoria de Vítor Serrão e Ana Maria Farinha. Nessa obra é feita uma investigação cuidadosa e rigorosa sobre o espólio artístico dos nossos templos religiosos e acerca dos pintores e obras dos séculos XVI a XVIII existentes no município. A ideia de criar este roteiro nasceu da constatação de que os municípios desta região não são capazes de se unir e produzir uma estratégia de promoção”*

Uma outra necessidade sentida por alguns dos operadores turísticos entrevistados, neste caso, referido por um membro de uma **Empresa de Animação Turística**, é no âmbito da comunicação e divulgação, isto é, “a



promoção...por parte das entidades e não só das Câmaras Municipais, mas também das Regiões de Turismo (...) primeiro há ineficácia da parte os municípios na promoção e segundo há o esquecimento da promoção por parte das regiões de turismo” (Empresa de Animação Turística A).

Verificando a influência do município no desenvolvimento local da Sertã (Guião B) constatou-se que, segundo os **Representantes da Autarquia**, “o município deveria ter um papel fundamental, pelo menos para criar condições para que a Sertã desenvolvesse em termos turísticos” (Representante da Autarquia B) e que o Plano Diretor Municipal - PDM (documento orientador que define as normas dos territórios) e a Câmara Municipal sendo a responsável “pela gestão desse documento (...) ela é que determina todo o espaço do qual gere...e tudo o que se faça ao nível do território, quer se faça bem ou mal, será sempre da exclusiva responsabilidade da autarquia, atendendo que ela condiciona ou não, de acordo com o PDM, a gestão e a rentabilização do espaço, nas diversas áreas, sejam económicas, sociais, culturais e por aí a fora” (Representante da Autarquia A).

Resumindo, as necessidades apontadas foram: (1) a carência de indústria; (2) a sazonalidade, (3) a fraca comunicação enquanto destino turístico; e (4) o apoio reduzido da parte da Autarquia. Ora, para suprir estas necessidades apontou-se: (a) a definição de uma estratégia concertada entre os municípios da região, devendo desenvolver-se a promoção da região como uma marca única; e (b) a criação de um roteiro turístico da região tendo em vista a valorização e preservação do património histórico e natural, concentrando a oferta regional, tornando-a mais diversificada e fortalecendo assim, a imagem de destino turístico.

Desta maneira, pôde concluir-se que a atenção (por parte da autarquia) dada ao património histórico e cultural, e por consequência, ao turismo, tem sido alvo de crítica local e aponta-se como uma necessidade para o desenvolvimento de atividades ligadas ao setor (do turismo) e remete-se a



necessidade das autarquias em assumir-se como “figurino de intervenção” na área cultural:

O risco, nesta matéria, é justamente o de algumas autarquias, por miopia estratégica, adulterarem estas intervenções desejáveis, que suscitam, sobretudo, um papel pivot e regulador do Estado local, criando, em vez disso, um quadro de municipalização da intervenção cultural, de quase monopólio, com isso, abafando as forças e energias que é preciso conseguir despoletar (Santos, 2011:14).

(v) Influência da autarquia no desenvolvimento local da Sertã

Os próprios **representantes locais** consideram o papel da autarquia como fraco apoiante às empresas ligadas ao setor turístico, sendo assumido por um dos entrevistados que *“o município deveria ter um papel fundamental, pelo menos para criar condições para que a Sertã se desenvolvesse em termos turísticos”*

Ao longo da revisão de literatura apurou-se que o papel da autarquia é muito importante e atendendo ao PDM (Plano Diretor Municipal), é sempre da exclusiva responsabilidade da autarquia a total administração do território, bem como, a melhoria das condições que servem de apoio às empresas ligadas ao setor turístico, no âmbito em que, *“a ideia base é a da capacidade para se utilizarem todos os meios e capacidades humanas e materiais para se satisfazerem as necessidades culturais locais”* (Santos, 2011: 13).

O poder local detém a responsabilidade da articulação de todos os componentes inerentes no processo e de envolver a comunidade na resolução deste, quer em projetos de índole patrimonial quer em projetos de outra índole, que atuem indiretamente ou diretamente com a área do turismo, isto é:

Para se conseguir um bom funcionamento administrativo e operativo, há assim que existir, delegação de autoridade e descentralização de iniciativas, de modo a que todos os agentes envolvidos no processo, participem e se responsabilizem pela sua



execução, sentindo que o resultado final é produto do esforço e do empenhamento de todos e de cada um. (Silva, 2000: 222)

(vi) Estado da arte do desenvolvimento local sertaginense

Neste tópico de análise as respostas coincidiram, sendo que um dos entrevistados do setor da **Restauração** aponta o estado efetivo do DL sertaginense como *“um desenvolvimento local a médio prazo. Há esforço por isso, da parte dos agentes, da parte do município penso que se deveriam esforçar mais”* (Restaurante D). No entanto, para um membro de uma das **Unidades Hoteleiras** *“tudo o que é feito implica morosidade. O facto de não se trabalhar em rede, é muito prejudicial para o desenvolvimento da região”* (Unidade Hoteleira C). Já um dos entrevistados de uma **Empresa de Animação Turística** refere que *“no sector do turismo tem efetivamente existido alguma evolução nestes últimos anos e este tem trazido crescimento económico nesta área”* (Empresa de Animação Turística A). Com isto é necessário salientar que, para um **Representante da Autarquia** *“a parceria entre a Câmara Municipal e os agentes locais é fundamental”* bem como a reunião dos *“agentes locais com os técnicos do turismo e com os decisores políticos”* (Representante da Autarquia B). Portanto, segundo este ponto de vista, *“a Sertã tem muito para crescer, tem muito para mostrar potencialidades que não são visíveis, mas para isso precisa de ter um Plano que defina qual o “design” a caminhar e depois como se vai desenvolver partindo desse “design”* (Representante da Autarquia A). Em termos de equidade social e económica, um dos entrevistados fez referência à *“desertificação do interior, que é completamente desigual e é injusto para a economia local estar a lidar com grandes superfícies comerciais”* (Empresa de Animação Turística B).

Deste modo, os resultados revelaram um desenvolvimento local a médio prazo e uma evolução lenta e morosa, apontando-se barreiras criadas pela própria autarquia, como por exemplo, o encerramento do Posto Turismo ao fim-de-semana. De acordo com a literatura, é de salientar que a autarquia



detêm um papel fundamental no Desenvolvimento Local do concelho da Sertã e segundo Scótolto e Netto (2015:44) “pensar em desenvolvimento local é pensar em modificar a situação atual de uma localidade tornando-a aperfeiçoada, melhorada, aprimorada”. A valorização do fator endógeno e do controlo desse fator, deve ser ajustado, sempre na máxima do interesse local, sendo que:

O desenvolvimento endógeno pode revitalizar e dar uma nova dinâmica aos recursos locais, que de outra forma poderiam tornar-se supérfluos, permanecer ocultos ou subutilizados. A íntima dependência entre o desenvolvimento endógeno e os recursos locais pode ter um impacto positivo sobre os interesses e perspectivas locais. (Santos, 2011:7)

(vii) Desafios e oportunidades para o turismo e desenvolvimento local

No leque dos **desafios**, um membro da **Restauração** enuncia a “*perda da floresta nos incêndios e (...) a desertificação*”. Como tal, para um entrevistado de uma das **Unidades Hoteleiras** são enumeradas os seguintes desafios “*zona pouco promovida e fora dos circuitos turísticos mais conhecidos, inverno frio e húmido, falta de povoamento, a sazonalidade e claro, os incêndios*” (Unidade Hoteleira C). Para uma das **Empresas de Animação Turística**, os desafios prendem-se com a divulgação e promoção do concelho como destino turístico, ou seja, “*há territórios semelhantes ao nosso em que há uma dinâmica na promoção, muito mais arrojadas do que a nossa*”. Para sublinhar esta afirmação, um dos **Representantes da Autarquia** refere que “*O que nos prejudica enquanto destino turístico é principalmente a má divulgação e má coordenação dos eventos e atividades porque cada um faz por si e sabemos que o trabalho em grupo é sempre mais proveitoso do que o trabalho individual*” (Representante da Autarquia B).

Como **oportunidades**, no setor da **Restauração**, consideram que a união dos concelhos vizinhos seria um benefício para a “*melhoria da divulgação da oferta regional*” (Restaurante C) e juntos se pode “*vender não só um concelho, mas vender uma região*” (Restaurante D) tendo como base,



segundo uma **Unidade Hoteleira** “*as características naturais da região: beleza paisagística, barragens e praias fluviais e a tranquilidade associada ao turismo em espaço rural*” (Unidade Hoteleira C). Como outras oportunidades aponta-se “*O aumento do interesse por turismo em zonas pouco conhecidas*” (Unidade Hoteleira C). e “*aumento de circulação da Nacional 2 (N2)*” (Unidade Hoteleira A) ou seja, a “*exploração do vetor centralidade e excelentes vias de acessibilidade*” (Unidade Hoteleira C). A planificação de uma **estratégia turística** para o **Turismo Religioso e Património Cultural e Histórico** foi apontada como uma oportunidade a desenvolver. Já para os **Representantes da Autarquia**, as oportunidades assentam principalmente nos “*atores locais e (...) na panóplia de produtos endógenos.*”

Em resumo, os desafios prendem-se com: (1) os fogos florestais; (2) a comunicação e promoção; (3) o despovoamento; e (4) a sazonalidade, sendo que as oportunidades se encontram no âmbito: (a) do desenvolvimento estratégico; (b) do aumento de circulação da Nacional 2; (c) do realce das características naturais da região; (d) da criatividade aplicada ao turismo.

Os fogos florestais foram indicados por quase todos os entrevistados, sendo apontados como um flagelo, maioritariamente, da responsabilidade da gestão do território, que se apresenta como um território de combustão, desprovido de estratégia turística como fator de atração. Como refere Santos, Cravidão e Cunha (2010: 14) “a paisagem está continuamente presente nas interpretações que foram feitas do espaço e é a forte interação entre as características físicas e a intervenção do ser humano que lhe dá real expressão”. A má comunicação e promoção do concelho enquanto destino turístico, uma outra ameaça indicada pela maioria dos entrevistados, segundo o quadro da literatura, para Madeira (2010: 54) “o destino turístico contempla todo o conjunto de elementos e organizações que desenvolvem a atividade turística e contribuem para o produto turístico” sendo que a escolha da estratégia de marketing a adotar “depende das circunstâncias, da vocação de cada uma, das vantagens e desvantagens



que daí podem vir e da persistência para acreditar fortemente que os resultados virão, mesmo que a médio e longo prazo” (Madeira, 2010: 51). O despovoamento e a sazonalidade foram outras ameaças mencionadas por quase todos os entrevistados, podendo ser conclusivo, que a inclusão de uma estratégia a aplicar, quer no combate ao despovoamento, quer no combate à sazonalidade, deve apoiar-se no melhoramento dos recursos turísticos, de maneira a aumentar o interesse pela procura, transformando uma ameaça numa oportunidade. Segundo Pimentel e Pimentel (2015: 132):

A sociedade fundada no ritmo da industrialização passa a ser questionada pela degradação das condições de vida dos centros urbanos. O contato com a natureza é, então, realçado por um sistema de valores alternativos, em que o ar puro, a simplicidade da vida e a natureza são vistos como elementos “purificadores” do corpo e do espírito poluídos pela sociedade industrial. O campo passa a ser reconhecido como espaço de descanso e lazer. É neste sentido que o ambiente rural passa a ser lócus do turismo.

Efetivamente, e para firmar os motivos que levaram as regiões de interior a repensar a estratégia turística, Ribeiro (2001 :324) reconhece que:

Todavia e, devido aos processos de erosão social e de elevado desgaste demográfico que sofreram durante as últimas décadas e que as foi progressivamente privando de capacidade de iniciativa, de dinamismo, de força anímica, de autoconfiança, de capacidade empreendedora, estas regiões vêm demorando a responder aos novos desafios que o turismo lhes coloca, cedendo, deste modo, espaço à eventual instalação de agentes exteriores”.

No leque de oportunidades foi sugerida a criação de uma estratégia transformativa, que alterasse as ameaças em oportunidades. Para reforçar esta afirmação, estimando o aumento de novas necessidades e desejos, por parte dos turistas da atualidade, Ribeiro (2001: 323) altea a “importância da criatividade, da imaginação, do engenho, para «descobrir» e, muito especialmente, para realizar e dar vida às oportunidades empresariais que o turismo nas regiões do interior é capaz de propiciar”.



O aumento de circulação da Nacional 2 (N2) é também indicada como uma oportunidade, visto que esta estrada nacional (que vai de Chaves – Norte de Portugal, a Faro – Sul de Portugal), atravessa a vila da Sertã.

A tranquilidade associada ao turismo em espaço rural e as características naturais da região, são oportunidades mencionadas pela maioria dos entrevistados, de maneira que, segundo Ribeiro (2001: 322):

Tais oportunidades emanam diretamente da necessidade de colmatar lacunas, quase sempre bastante grandes, existentes ao nível das componentes mais convencionais da oferta — alojamento, restauração, transportes, etc. — e preencher valências que começam agora a emergir: novas práticas desportivas, de fruição da natureza e de animação em geral.

Assim, constatou-se que o turismo de interior é o motor económico mais dinâmico e diversificado do concelho da Sertã, debatendo-se com desafios de entorno adjacentes à “interioridade”, mas, simultaneamente, promovendo oportunidades de desenvolvimento local sustentáveis.

Conclusões

O presente estudo teve como objetivo verificar a influência do turismo de interior no desenvolvimento local, neste caso, do concelho da Sertã. Deste modo, foi possível, em traços gerais, identificar a importância que a atividade turística detém em destinos de interior e no desenvolvimento local por ele gerado, de forma a garantir um planeamento adaptado à realidade do local e na premissa de articulá-lo com os recursos naturais transformados em produtos turísticos, numa intenção sustentável e promissora. No cômputo geral, o estudo realizado confirma que: i) o turismo tem grande influência para o desenvolvimento local da Sertã, embora lento e a médio prazo, tem a promessa de se articular com a comunidade, promovendo o bem-estar e equidade social, económica e ambiental; (ii) que a Autarquia Local, no que



concerne ao estímulo do DL entre operadores, tem sido insuficiente, sendo este processo, garantido e efetivado pelos próprios operadores, natural e solidariamente. Ao contrário do que é defendido pela literatura, que atribui responsabilidades de promoção e desenvolvimento dos destinos às autarquias locais.

“(...) cada vez mais, são os órgãos públicos (governo, órgãos locais e regionais) que assumem a realização de campanhas de promoção do turismo doméstico com o objetivo de estimular os residentes a viajar internamente e de reduzir o número de viagens ao estrangeiro” (Cunha & Abrantes, 2013: 423).

Os resultados apurados no estudo evidenciam ainda lacunas ao nível do planeamento e desenvolvimento turístico, nomeadamente, no combate à sazonalidade, mantendo a época baixa com fraca dinamização.

Desta maneira, no que diz respeito a implicações práticas do trabalho realizado, avista-se a necessidade de alterar o Plano Diretor Municipal (PDM), já que é o flagelo sazonal dos fogos florestais que é apontado como o maior desafio para a Sertã enquanto destino turístico. Ao mesmo tempo, que se alerta para a operacionalização efetiva do Plano Estratégico Municipal da Sertã (PEMS, 2015), constatando-se a “cada vez mais clara necessidade de uma abordagem multidimensional que equilibre interesses económicos e a conservação dos recursos, numa perspetiva de sustentabilidade económica e ambiental” (GENTIN_UA, 2015).

O concelho da Sertã, perante os resultados apurados no estudo e pela revisão do quadro teórico efetuada, deve desenvolver-se apoiado numa estratégia de incentivo à união entre turismo e desenvolvimento local numa perspetiva sustentável, que assente na criação de sinergias intermunicipais criando redes e parcerias com os concelhos vizinhos, de maneira a incitar a criação de um produto local, como marca identitária. Como tal, de acordo com Rita e Mergulhão (1997: 39) “o aproveitamento simultâneo de um



conjunto de recursos trará para as regiões maiores benefícios do que o aproveitamento de cada um dos recursos *de per si*".

Considerando os resultados obtidos no estudo, e na premissa do desenvolvimento local sustentável, desenvolveu-se a Tabela 3 com sugestões e propostas de melhoria para a afirmação do concelho da Sertã como destino turístico de interior.

Tabela 3 – Sugestões e propostas de melhoria para a afirmação do concelho da Sertã como destino turístico de interior

Nome da Proposta	Ação
a) Posto de Turismo da Sertã	Alterar as instalações do Posto de Turismo da Casa da Cultura para o Edifício NUMOAS
b) Espetáculos e Eventos	Trocar a agenda da Casa da Cultura para o Cine Teatro Tasso e vice-versa
c) Marca Regional "O Coração de Portugal" "The heart of portugal"	Promover o concelho como um todo, destacando a diferenciação dos produtos regionais e a localização geográfica privilegiada: no coração do país
d) Rota de Turismo Religioso	Criar uma Rota Religiosa
e) Espaço Caravanismo	Melhorar o espaço destinado a autocaravanas
f) Ecomuseu da Sertã	Criar um Ecomuseu, com o intuito de representar a panóplia de produtos endógenos e tradições da Sertã
g) Jardim da Serrada	Criar docas e ancoradouros junto à Ribeira Grande
h) Espaço CIAR (Centro de Interpretação de Arte Rupestre-Sertã)	Dinamizar do espaço CIAR como Centro de Investigação e Estudos Rupestres
i) Dinamização do Castelo da Sertã	Criar um ciclo cultural no Castelo da Sertã
j) Zona histórica da Sertã	Reabilitar a zona histórica da Sertã
k) Roteiro Turístico	Elaborar um roteiro turístico da região

Fonte: elaboração própria

Por fim, é importante referir que foram sentidas algumas limitações no âmbito da dimensão da amostra e da análise de conteúdo realizada. Pôde concluir-se também que a temática em estudo apresenta escassa investigação nacional, considerando assim, que estas limitações constituem reptos para o



futuro, passando a sugestão, pela realização de novos estudos, mais abrangentes e com aplicabilidade a vários destinos, nacionais e internacionais, permitindo a recolha de melhores e mais dados para análises mais aprofundadas, comparativas e longitudinais.

Referências bibliográficas

- Amaro, R. (2004). Desenvolvimento – Um conceito ultrapassado ou em renovação? – Da teoria à prática e da prática à teoria, *Cadernos de estudos Africanos*. 4, 35 –70
- Bell, J. (1993). *Como realizar um projeto de investigação*. Lisboa: Gradiva.
- Baptista, A. (1985). Mobilização do potencial endógeno de desenvolvimento, *Revista de Investigação Urbana e Regional*. 2 (4), 24-26
- Câmara Municipal da Sertã. (2018, março 19). *PEMS: Plano estratégico municipal da Sertã 2015 - relatório final*. Retrieved from http://cm-serta.pt/images/Camara_Municipal/PEMS_Relatorio-final.pdf
- Carvalho, N. (2009). Desenvolvimento Local Sustentável - A Agenda 21 Local como instrumento de política privilegiado para a sua implementação. *Barlia*. 5, 79-94
- Cunha L. & Abrantes A. (2013). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: LIDEL. ISBN: 978-972-757-951-8
- Figueira, V. & Dias, R. (2011). *A Responsabilidade social no turismo*. Lisboa: Escolar Editora
- Kastenholz, Eusébio & Figueiredo. (2014). *Reinventar o turismo em Portugal*. Aveiro: UA editora. ISBN:978-972-789-395-9
- Madeira, N. (2010). *Marketing e comercialização de produtos e destinos*. Porto: Principia Editora



- Matias, A. & Sardinha, R. (2008). *Avanços em economia e gestão do turismo – Novas tendências, sustentabilidade e desenvolvimento regional*. Lisboa: Instituto Piaget
- Melo, A. (1998). *Ditos e reditos em torno do desenvolvimento local in a rede para o desenvolvimento local*. IN LOCO. 5-8.
- Morais, C. (2013). *Investigação: Do problema aos resultados*. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança. DOI: 10.13140/RG.2.1.2846.9927.
- Pimentel, T. & Pimentel, M. (2015). Rural, ruralidade e turismo: Noções e práticas contemporâneas. *El Periplo Sustentable*, 29, 120-143
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de investigação em ciências sociais*. (2 ed.). Lisboa: Gradiva
- Reis, P. (2012). Desenvolvimento local: O binómio turismo/áreas rurais nas estratégias de desenvolvimento local. *Exedra*, 6, 155-172
- Ribeiro, M. (2001). Oportunidades empresariais no sector do turismo em regiões do interior de Portugal. *Gestão e Desenvolvimento*, 10, (3), 319-332
- Rita, J. & Mergulhão, L. (1997) Desenvolvimento local em meio rural: que possibilidades?. *Economia e Sociologia*, 63, 31-42
- Ruschmann, D. & Rosa, R. (2006). *A sustentabilidade como estratégia de desenvolvimento em empreendimentos turísticos – O caso da ilha de Porto Belo*. IV SeminTUR - Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 7 e 8 de julho de 2006. Caxias do Sul, RS Brasil: Universidade do Vale do Itajaí
- Sampaio, F. (2009). A gastronomia como produto turístico. *Exedra*, 6, 119-134
- Santos, D. (2011). *Dos modelos de desenvolvimento local aos projectos de animação cultural: Conceitos, dimensões e desafios*. I Jornadas de



Animação Cultural: que desafios, 7-8 de abril de 2011. Leiria: Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico

Santos, N. Cravidão, F. & Cunha, L. (2010). *Espaço turístico e meio ambiente natureza, paisagens culturais e os produtos turísticos associados ao território*. Actas - 4º Congresso Latino Americano de Investigação Turística: 22 a 24 setembro de 2010 (pp. 1- 26): Montevideo

Scótolo, D. & Netto, A. (2015). Contribuições do turismo para o desenvolvimento local. *Cultur*, 1, 36-59

Silva, E. P. (2000). Património e identidade: Os desafios do turismo cultural. *Antropológicas*. 4, 217-224

Simão, J. P. R. V. (2009). *Turismo como motor de desenvolvimento local: O caso do Vale do Tua*. Tese de Mestrado: Universidade Nova de Lisboa). Retrieved from www.unl.pt/

Tavares, M. C. C. (2009). *Desenvolvimento sustentável e agenda 21 local: estudo Exploratório*. Tese de Mestrado: Universidade de Aveiro. Retrieved from <https://www.ua.pt/>

