

TURISMO E DESENVOLVIMENTO NO NORDESTE TRANSMONTANO PORTUGUÊS

Francisco José TERROSO CEPEDA*)

Departamento de Economia e Gestão
Instituto Superior Politécnico de Bragança
5300 BRAGANÇA
PORTUGAL

1. O Turismo como Factor Estratégico de Desenvolvimento em Regiões Periféricas

Sabemos hoje que a actividade turística pode desempenhar um papel decisivo no desenvolvimento de algumas regiões, sobretudo periféricas, com reduzidos níveis de industrialização. Pode mesmo significar, como se infere do relatório WTTC (1995), *a base de exportação e acumulação que possibilita a existência de processos sustentáveis de desenvolvimento regional.*

O turismo como factor de desenvolvimento das regiões periféricas pode ser perspectivado a cinco níveis: 1)

. Passagem das vantagens competitivas do turismo de estáticas a dinâmicas. A manutenção exagerada e persistente das vantagens competitivas estáticas está na base da perda de competitividade regional dos produtos turísticos. É óbvio que as

*) Doutor em Economia. Coordenador do Departamento de Economia e Gestão.

1) Ver, a este respeito, VERA REBOLLO, J. Fernando e MARCHENA GÓMEZ, Manuel J.(1995) - *Efectos del Turismo en las Estructuras Perifericas: Una Aproximacion Analítica.* XXI Reunión de Estudios Regionales. Vigo.

regiões periféricas terão, numa primeira fase, de tirar partido das suas vantagens competitivas estáticas, promovendo o ambiente, o sol, as praias, as festas, tec; porém, e numa segunda fase, a actividade turística tem de passar por uma maior especialização funcional, diversificando a oferta e introduzindo melhorias tecnológicas significativas. No dizer de Marchena (1994), citado por Vera Rebollo e Marchena Gómez (1995), *o processo de transformação destas vantagens estáticas em dinâmicas por introdução de melhorias tecnológicas, de capital humano e de flexibilização da oferta é o que origina a reorientação positiva e estável do turismo nas regiões periféricas.*

. A participação da administração pública no que concerne, fundamentalmente, a matérias relacionadas com acessibilidades, ordenamento do território e gestão do ambiente é imprescindível para uma melhor e mais correcta implantação do turismo. É sabido igualmente que a maioria dos bens turísticos (ambientais e culturais) são públicos, não falando do entorno que rodeia as actividades turísticas (segurança, limpeza, espaços de lazer e de convívio) que são da responsabilidade da administração pública. A dotação da região em infraestruturas e serviços deverá ser um dos vectores da estratégia a seguir.

. Entre o consumo provocado pelas actividades turísticas e os produtos das regiões periféricas estabelecem-se relações que provocam aquilo que designaremos por efeito multiplicador turístico. Decorre deste facto a importância estratégica do turismo enquanto factor de desenvolvimento deste tipo de regiões. Os bens e serviços que satisfazem as necessidades dos turistas são por estes pagos às empresas que os distribuem; posteriormente, uma parte dessa receita é distribuída por outras empresas que forneceram às primeiras esses mesmos bens e serviços. Entra-se assim num processo dinâmico, no qual o efeito final é substancialmente maior que a despesa inicial levada a cabo pelos turistas. No dizer de Vera Rebollo e Marchena Gómez (1995) *os efeitos da procura turística não se esgotam com os impactos económicos directos e indirectos provocados nas empresas regionais, uma vez continuarem a gerar um novo ciclo de efeitos induzidos no consumo e no investimento regional. A procura turística gera uma sucessão encadeada de impulsos produtivos, de tal forma que no final se origina um efeito multiplicador sobre o conjunto do sistema económico regional.* As empresas regionais que oferecem os bens e serviços para a actividade turística, face à pressão da procura, procedem a investimentos de modernização, originando acréscimos na FBCF decisivos para o desenvolvimento das regiões periféricas.

. As actividades turísticas desempenham um importante e decisivo papel no mercado de emprego regional, aparecendo como indutoras de emprego. Em termos de estrutura do mercado de trabalho turístico acentua-se, cada vez mais, a tendência para a bipolarização; de um lado um reduzido e bem pago número de executivos e, do outro, um enorme conjunto de empregados, trabalhando a tempo parcial em muitos casos, com diversificadas formações com vista a responderem às inúmeras tarefas que a pressão da procura impõe. É enorme o potencial de criação de emprego deste sector, quer de emprego directo quer, sobretudo, de induzido a nível das economias das regiões periféricas. Será necessário, contudo, melhorar o nível de profissionalismo das pessoas, criando para o efeito estruturas de formação profissional adequadas.

. A actividade turística funciona como um verdadeiro sector económico, recolhendo rendimentos extraregionais. Nas áreas periféricas, e a nível das políticas regionais, o turismo tem de ser encarado *como uma actividade industrial que capta rendimentos de não residentes regionais (uma espécie de exportação de serviços vendidos e consumidos no próprio território económico) e de redistribuição sectorial e territorial de rendimentos para o consumo dos residentes regionais* (Buisan, 1995, citado por Vera Rebollo e Marchena Gómez (1995).

2. O Turismo como Instrumento de Desenvolvimento do Nordeste Transmontano

Que poderá fazer o Nordeste Transmontano Português, região não especializada em turismo, para apostar neste sector com vista à dinamização de algumas das suas zonas rurais e à diversificação da estrutura económica regional? Em nosso entender a região deverá enveredar por dois tipos de actuação: i) diversificação da oferta com base na recuperação do património natural e cultural, na introdução de novos produtos turísticos e na aposta de novos e funcionais alojamentos turísticos; ii) criação de uma imagem e de um estilo / identidade da região - feita com base na *oferta natural e cultural* - devidamente promovida e comercializada.

A definição de uma estratégia de desenvolvimento turístico para o Nordeste passa por um conjunto de pré-requisitos que passamos a enumerar: acessibilidades, ordenamento do território, formação e qualificação de recursos humanos,

infraestruturas desportivas e de lazer, conservação do património regional e gestão racional do mesmo.

Entre as vantagens que o turismo pode trazer ao Nordeste destacaremos: i) a possibilidade de mobilização de recursos endógenos; ii) o aparecimento de diversas formas de economia social; iii) o potenciar da diversificação da economia regional; iv) o aumento do emprego regional; v) o "arrastamento" dos outros sectores da economia regional; vi) o gerar de uma base mais estável de obtenção de recursos; vii) o "fixar" da população, sobretudo nos centros rurais.

Que produtos turísticos podem ser oferecidos pelo Nordeste com vista ao seu desenvolvimento?

No âmbito do denominado turismo natureza o Nordeste pode oferecer turismo de neve e montanha, de espaços naturais, ecoturismo, agro-turismo, turismo rural, turismo cinegético e turismo de aventura. Para que tal seja possível deverá esta região definir os seguintes objectivos (CEDRU, 1992): i) valorizar os recursos naturais e ecológicos; ii) diversificar e avolumar os recursos turísticos da região, incluindo os de turismo ambiental; iii) garantir qualidade aos fluxos, indo de encontro às expectativas de turistas sensibilizados pelo ecológico e pela natureza (Vale do Douro, Parque Natural das Arribas do Douro, Parque Natural de Montesinho, Zona Protegida do Azibo); iv) atrair novas clientelas; v) criar equipamentos e estruturas de apoio, que assegurem novas actividades, e por essa via empregos e riqueza; vi) reabilitar/recuperar o património construído.

No que respeita ao turismo cultural o Nordeste pode oferecer um vasto e rico património etnológico - festas e tradições populares, artesanato e gastronomia - bem como um património não menos importante formado pelos monumentos, museus e circuitos históricos e arqueológicos (castros, citânias, castelos, núcleos históricos, vias romanas, etc). Para potenciar esta oferta o Nordeste terá de reabilitar e preservar os seus recursos culturais e diversificar os produtos turísticos.

O Nordeste Transmontano deverá, com a celeridade possível, criar ou reforçar infraestruturas de apoio ao desenvolvimento turístico, que mais do que nunca se assumem como estratégicas para a qualificação da oferta. De entre elas destacaremos o reforço da capacidade de acolhimento em termos qualitativos e quantitativos (novas unidades hoteleiras, aldeamentos turísticos, pousadas de juventude, abrigos de montanha, parques de campismo, etc), a criação de uma central

de reservas que permita ao turista informações rápidas e seguras quanto às disponibilidades de alojamento e à calendarização de eventos turísticos, a construção de piscinas, *courts* de ténis e outros serviços de animação turística, a revitalização das linhas ferroviárias encerradas ao tráfego com vista à exploração turística e o reforço da informação e da promoção turística (postos de turismo, inventário cultural, sinalização de percursos, roteiros turísticos gerais e temáticos (antas, castros, menires, moinhos, pombais, aldeias tradicionais, etc).

3. Conclusões

O turismo pode vir a constituir-se como sector estratégico no desenvolvimento do Nordeste Transmontano Português, muito embora não possa ser visto como panaceia para os graves problemas económicos e sociais com que se debate esta região. É bom não esquecer que, se a actividade turística não for devidamente planeada e utilizada de forma correcta, pode ocasionar problemas graves à região.

O lançamento de novos produtos turísticos no Nordeste Transmontano deve ser precedido por um estudo de análise custo-benefício em relação aos resultados e impactos que desse lançamento decorrem. A avaliação dos impactos deverá ter em linha de conta múltiplos factores: económicos (rendimentos e custos), sociais (tensões que podem ser geradas), culturais (manutenção do património) e ambientais (conservação dos recursos e da paisagem).

De uma vez para sempre tem de abandonar-se a falsa ideia que o elevado desenvolvimento de alguns produtos turísticos é muito vantajoso; o crescimento incontrolado da sua oferta pode mudar - e já mudou em muitas situações - as características inatas do produto, para além de custos nos diferentes domínios ambientais, culturais, económicos e sociais.

BIBLIOGRAFIA

- . BODSON, Daniel (1995) - *Tourisme et Environnement, Les Deux Faces D'Un Meme Phenomene*. Louvain.
- . BREYNER, Pedro M.(1995) - *Turismo de Massas: O Desafio da Sustentabilidade*. Estoril.
- . CEDRU (1992) - *Estudo Sobre a Região Transfronteiriça de Trás-os-Montes / Zamora*. Direcção Geral do Desenvolvimento Regional. Lisboa.
- . CEPEDA, Francisco J. Terroso (1996) - *Um Novo Olhar sobre o Nordeste Transmontano. Turismo: Sector Estratégico?* Jornal Mensageiro de Bragança. Ano LVI. Nº 2586.
- . CRAVIDÃO, Fernanda D. e CUNHA, Lúcio (1995) - *Turismo e Ambiente. Falsa Convivência ou Conflito Instalado?* Estoril.
- . MORMONT, Marc (1995) - *L'Environnement Dans Une Stratégie De Development Rural*. Fondation Universitaire Luxembourgoise.
- . VALENTE, Jorge P. (1995) - *Turismo e Desenvolvimento Regional*. Câmara Municipal de Beja.
- . VERA REBOLLO, J. Fernando e MARCHENA GÓMEZ, Manuel J.(1995) - *Efectos del Turismo en las Estructuras Perifericas: Una Aproximacion Analitica*. XXI Reunión de Estudios Regionales. Vigo
- . WTTC (1995) - *Viagens e Turismo. Perspectiva Económica*. Bruxelas.