

ESTUDOS REGIONAIS

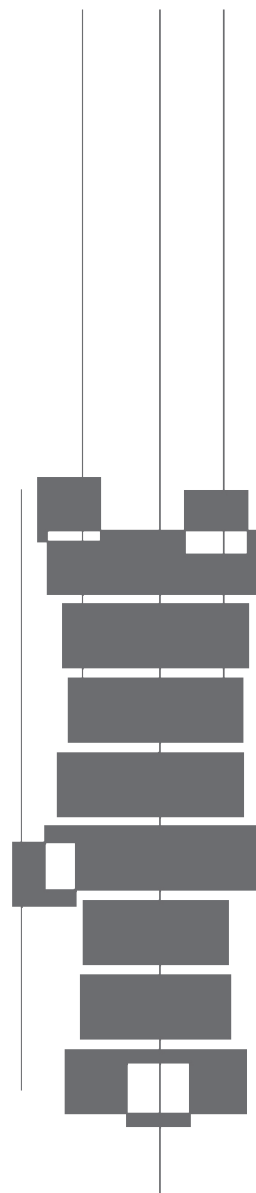
REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS
PUBLICAÇÃO QUADRIMESTRAL - Nº 15 - 2007

AVALIAÇÃO CONTINGENTE PARA ANALISAR
A VONTADE DE PAGAR DOS HABITANTES DO HUAMBO.

REDES CULTURAIS E DESENVOLVIMENTO LOCAL:
A EXPERIÊNCIA DA COMUM.

POTENCIAR O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO A PARTIR
DE UM PROCESSO DE PLANEAMENTO ESTRATÉGICO
DE MARKETING: O CASO DE ALMEIDA.

CARTOGRAFIA DE COBERTO DO SOLO
PARA O TERRITÓRIO ANGOLANO UTILIZANDO
IMAGENS DE SATÉLITE MODIS.



DIRECÇÃO EDITORIAL

Editor Chefe: **Pedro Nogueira Ramos**

COMITÉ EDITORIAL

Adriano Pimpão, Universidade do Algarve
Álvaro Domingues, Universidade do Porto
António Figueiredo, Universidade do Porto
António Pais Antunes, Universidade de Coimbra
António Simões Lopes, Universidade Técnica de Lisboa
Armindo Carvalho, Universidade do Porto
Artur Rosa Pires, Universidade de Aveiro
Felisberto Marques Reigado, Universidade da Beira Interior
Fernando Ruivo, Universidade de Coimbra
Francisco Diniz, Universidade de Trás-os-Montes
Henrique Soares de Albergaria, Universidade de Coimbra
João Ferrão, Universidade Clássica de Lisboa
João Guerreiro, Universidade do Algarve
José Cadima Ribeiro, Universidade do Minho
José Pedro Pontes, Universidade Técnica de Lisboa
José Reis, Universidade de Coimbra
José Silva Costa, Universidade do Porto
Manuel Brandão Alves, Universidade Técnica de Lisboa
Mário Fortuna, Universidade dos Açores
Mário Rui Silva, Universidade do Porto
Paulo Dias Correia, Universidade Técnica de Lisboa
Rui Nuno Baleiras, Universidade Nova de Lisboa

CATALOGAÇÃO RECOMENDADA

REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS. Coimbra, 2007
Revista Portuguesa de Estudos Regionais /
Ed. APDR-Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional
2º Quadrimestre - Coimbra APDR, 2007
Quadrimestral
ISSN 1645-586X

www.apdr.pt

FICHA TÉCNICA

| **COMPOSIÇÃO:** Eduardo Oliveira
| **CAPA:** Eduardo Oliveira | **IMPRESSÃO:** Tipografia Guerra - Janeiro 2008
| **TIRAGEM:** 400 exemplares | **DEPÓSITO LEGAL N.º** 190875/03
| **PREÇO:** Avulso € 15.00 (IVA incluído) / Assinatura € 30.00 (IVA incluído)

ÍNDICE

INDEX

Avaliação Contingente para Analisar
a Vontade de Pagar dos Habitantes do Huambo. 5

ZITA BERNÁCIA BENGUELA
ARMANDO MANUEL VALENTE
TOMAZ PONCE DENTINHO

Redes Culturais e Desenvolvimento Local:
a Experiência da Comum. 21

JOÃO REBELO
LEONIDA CORREIA
ARTUR CRISTÓVÃO

Potenciar o Desenvolvimento Turístico
a Partir de um Processo de Planeamento Estratégico
de Marketing: o Caso de Almeida. 41

FERNANDO P. FONSECA
RUI A.R. RAMOS

Cartografia de Coberto do Solo para o Território Angolano
Utilizando Imagens de Satélite Modis. 65

ANA ISABEL CABRAL

AVALIAÇÃO CONTINGENTE PARA ANALISAR A VONTADE DE PAGAR DOS HABITANTES DO HUAMBO

Zita Bernácia Benguela - Universidade Agostinho Neto, Huambo - E-mail: bernacia2000@yahoo.com.br

Armando Manuel Valente - Universidade Agostinho Neto, Huambo

Tomaz Ponce Dentinho - Universidade dos Açores - E-mail: tomaz.dentinho@mail.angra.uac.pt

RESUMO:

O sistema de abastecimento de água da cidade do Huambo está bastante degradado em virtude da guerra civil que vitimou Angola durante trinta anos. O objectivo do artigo é determinar a vontade de pagar dos habitantes do Huambo para avaliação da capacidade económica de melhoria do sistema de abastecimento de água da cidade. Para isso adoptou-se o método de avaliação contingente e entrevistaram-se trezentas famílias dos diferentes bairros da cidade do Huambo. Seguidamente determinou-se a curva da procura de abastecimento de água da população do Huambo e estimou-se a receita e o número de excluídos para diferentes níveis de política preços.

ABSTRACT:

The water supply system of the City of Huambo is severely degraded due to thirty years of civil war in Angola. The objective of this article is to estimate the willingness to pay of the Huambo residents for the improvement of the water supply system of the city. To achieve that it is used the contingent valuation methodology with a survey questionnaire applied to three hundred households in Huambo city area. This allows the estimation of the water demand function for Huambo residents and also the calculation of the excluded households for each level of water prices.



1. INTRODUÇÃO

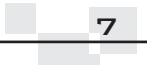
O desenvolvimento sustentável envolve a gestão eficiente, equitativa e sustentável dos recursos naturais e em especial dos recursos hídricos. A água é essencial não só à vida do homem e dos ecossistemas mas também para o estabelecimento de actividades de produção e de consumo que estão associadas ao desenvolvimento das pessoas e dos sítios. É porque o desenvolvimento requer quantidades crescentes de água que se vem constatando a crescente escassez daquele recurso e se vem questionando a sua sustentabilidade (Unesco, 2003; Archer Et Al., 2001; Parlamento Latino Americano, 2000). A Republica de Angola também está atenta e esta problemática e em 2002 publicou a Lei da Água na qual se considera a água como um bem social, renovável, limitado e com valor económico (capítulo II, artigo 9. alínea g), e onde se defende uma gestão eficiente dos recursos hídricos.

Estes objectivos de carácter geral estão fortemente relacionados com problemas bem concretos, dramáticos e geradores de conflitos. O Relatório da Conferencia de Paris sobre a Água e o Desenvolvimento Sustentável de 19 de Maio de 1998, relata que a água tem-se tornado num bem estratégico e fonte de muitos conflitos. De facto, face à água, o mundo vive actualmente uma situação de crescente escassez, poluição e desperdício. Em muitos casos a falta de água deve-se a factores sócio-económicos mas também existe má gestão de infra-estruturas por parte dos responsáveis pela gestão da água. Não se trata apenas de uma questão de quantidade mas também de qualidade nomeadamente a contaminação por poluição dos recursos hídricos e a falta de condições de saneamento (Archer Et Al., 2001; Unesco-WWAP, 2003; Borsoi e Torres, 2003). De acordo com estes autores 80% das doenças e 1/3 (um terço) das mortes nos países em desenvolvimento são causados por água contaminada.

O Huambo situa-se no Planalto Central de Angola e é tradicionalmente a segunda cidade daquele país em vias de desenvolvimento. No entanto, Huambo foi uma das cidades mais afectadas pela guerra civil de Angola que durou cerca de trinta anos, desde 1975 a 2002. Em virtude disso o sistema de abastecimento de água da cidade do Huambo está fortemente degradado, não fornecendo água para consumo de forma eficiente e dentro dos parâmetros de potabilidade bacteriológica recomendados internacionalmente. De acordo com a Direcção Provincial de Saúde do Huambo, no seu relatório de 2004, é muito elevada a incidência de doenças provocadas pelo consumo de águas contaminadas com agentes patogénicos.

Apesar disso, se assumirmos que a água é um recurso com valor económico podemos estimar o valor que as pessoas estão dispostas a pagar pela sua gestão eficiente e assim suportar os custos de um sistema de abastecimento que forneça água em quantidade e qualidade. A vontade de pagar por uma água em quantidade e qualidade é considerada por Vicent et al., (1997) como, *“a medida económica dos benefícios do consumo de água e deve ser usada como critério para definir o preço da água”*. É nesta ordem de pensamento que, neste trabalho é avaliada a vontade de pagar das populações da cidade do Huambo de forma a que esta possa vir a ter acesso a um recursos essencial à vida e ao desenvolvimento.

Pretendemos com este trabalho, avaliar a vontade de pagar por uma água de qualidade e em quantidade que possa ser fornecida pelo sistema público, avaliando-se assim a possibilidade das populações aceitarem tal serviço público para cada nível de preços. Para calcular a vontade de pagar utilizaremos o método de avaliação contingente.



Vale a pena ressaltar que quando se implementam projectos de melhoria e/ou expansão de sistemas de abastecimento de água, são gerados benefícios internos e externos. São benefícios externos os que vêm associados a custos evitados com deflagração de doenças de veiculação hídrica, os que resultam da melhoria do potencial produtivo das pessoas, ou os que derivam da conservação dos aquíferos ao evitar-se a abertura constante de furos e poços. O método de avaliação contingente abarca os benefícios internos e externos associados ao abastecimento de água.

Ao fornecer informações da vontade de pagar pelo serviço público de abastecimento da água este trabalho apoia a tomada de decisão pública pois esclarece a estrutura de preços que pode suportar a implementação do serviço de abastecimento de água.

O trabalho está estruturado em cinco partes. Depois desta introdução faz-se, na segunda parte, a caracterização e o diagnóstico do sistema de abastecimento de água no Huambo. Na terceira parte apresenta-se sumariamente a metodologia de recolha e tratamento de dados. Na quarta parte explicitam-se os resultados obtidos e na quinta parte apontam-se as conclusões e recomendações.

2. CARACTERIZAÇÃO, DIAGNÓSTICO E OBJECTIVOS

2.1 MEIO AMBIENTE

A província do Huambo, também conhecida, por “planalto central” fica situada na região centro-oeste de Angola. A sua superfície é de 35.771 km² (2,61% da extensão nacional). A Cidade do Huambo, objecto desta análise, localizada no município com o mesmo nome e ocupando uma posição central dentro do mesmo. A província do Huambo encontra-

se toda localizada na zona de climas alternadamente húmidos e secos das regiões intertropicais de ventos alisados. Devido à altitude a que a maior parte do território da província se encontra, o clima é em geral temperado, mesotérmico quente com Inverno seco e Verão chuvoso (classificação de Koppen), sendo a temperatura média anual inferior a 20° C; 19,1° na Cidade (Centro de Estudos Agronómicos da Chianga). A precipitação atinge uma altura pluviométrica média anual igual ou superior a 1400 mm. A estação das chuvas estende-se por sete meses indo de Outubro a Abril e é caracterizada pela existência de 2 máximos na curva das precipitações, um em Novembro ou Dezembro e outro em Março ou Abril. Estes dois máximos são separados por um período de chuvas mais escassas e que é designado localmente por “pequeno cacimbo”. O grande cacimbo coincide com a estação de seca que vai de Maio a Agosto. Os meses de Setembro e Abril são meses de transição. As características climáticas associadas à geomorfologia e estrutura geológica, permitem a formação de abundantes linhas de água superficiais e lençóis de águas subterrâneas. O Planalto Central de Angola onde se situa Huambo, separa bacias hidrográficas muito importantes na província, assim como em toda a Angola e grande parte de África. Para noroeste parte o rio Queve, para nordeste o rio Cutato, afluente do rio Cuanza, para sul o rio Cubango e para sudoeste o rio Cunene.

Do ponto de vista das condições ambientais, a deflorestação constitui um problema grave nas diferentes bacias hidrográficas o que as torna bastante vulneráveis face à retirada da cobertura vegetal e a uma intensa actividade agrícola próxima das margens dos rios. A reabilitação das instituições e a recuperação da economia poderão dar um novo enquadramento a este problema.

Do ponto de vista da qualidade o rio Cunene constitui o corpo receptor do esgoto doméstico. A maior carga poluidora vem do seu afluente, o rio Calohumbula, o qual nasce no centro da cidade e transporta todo tipo de resíduos para o mesmo, situação idêntica ocorrendo com o rio Queve. A recuperação do sistema de abastecimento de água e de saneamento básico abordada neste trabalho, e também a reabilitação das instituições e a recuperação da economia, poderão dar um novo enquadramento a este problema.

2.2 SOCIEDADE E ECONOMIA

Segundo dados estatísticos do Governo da Província do Huambo, a população desta província está estimada em 2.355.453 habitantes no ano de 2004, sendo 924.869 residentes no município sede e 1.661.292 nos demais municípios. A cidade do Huambo tem uma população estimada em 624.162 (Quadro 1).

A economia da cidade do Huambo assim como da província é resultado de vários processos que ocorreram no país desde a independência em 1975. Nessa data foi instaurada uma economia centralizada

onde o Estado controlava todas as acções. Não tendo alcançado muitos êxitos, houve em 1991 um processo de reformas económicas que resultaram na descentralização da economia e liberalização de vários sectores produtivos. O processo de desenvolvimento que se esperava no seguimento da liberalização veio a ser interrompido pela guerra pós eleitoral que isolou a província desde 1992 a 2002, e mesmo até 2006 devido ao péssimo estado das vias de acesso. Assim, a economia da Província assenta fundamentalmente na agricultura e pecuária orientadas para o autoabastecimento.

Na agricultura produz-se principalmente o milho, o feijão, a batata rena, a batata-doce, o café arábica, o pinheiro, o eucalipto, frutícolas diversas e plantas aromáticas. A nível da pecuária existe bovinicultura de carne e de leite, suinicultura e caprinos. No entanto, o isolamento em que se encontra a Província, tornaram a agricultura e a pecuária em actividades de subsistência, realizadas por grupos familiares que utilizam materiais rudimentares que não possibilitam a melhoria da produtividade e orientam o seu produto para auto-consumo e geração de rendimento.

QUADRO 1
População da Província do Huambo por Municípios e respectivas áreas.

N/O	Municípios	População	Área (km ²)
1	Huambo	924 869	2 609
2	Caála	397 110	3 680
3	Longonjo	77 116	2 915
4	Ukuma	69 462	1 600
5	Tchinjenje	24 496	800
6	Ekunha	137 910	1 677
7	Londuibali	95 597	2 698
8	Bailundo	236 221	7 065
9	Mungo	73 583	5 400
11	Katchiungo	91 622	2 947
12	Tchicala/Choloanga	227 468	4 380
População Total		2 355 454	
Área Total			35 771

Fonte: Governo da Província do Huambo, (2004)

A actividade industrial também é muito rudimentar. De segundo parque industrial do país até 1992, o Huambo transformou-se num esqueleto industrial com total destruição das suas infra-estruturas produtivas, económicas e sociais.

Actualmente verifica-se um processo de relançamento da sua economia, notando-se já o retomar de algumas actividades tais como a circulação dentro da Província do Caminho-de-Ferro de Benguela, o reaparecimento de estabelecimentos comerciais diversos, e o surgir de algumas indústrias do ramo alimentar e bebidas. A nível de infra-estruturas sociais destaca-se a reabilitação e construção de escolas, hospitais, reparações pontuais da rede de canalização de água e ainda a construção de alguns poços melhorados de abastecimento de água, contando com apoio do Governo Central, investimentos estrangeiros, organizações não governamentais e pessoas de boa fé.

2.3 SISTEMA DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA

A utilização da água a nível da cidade do Huambo, limita-se ao uso doméstico, consumo e higiene, indústria hoteleira, fábrica de refrigerantes SEFA, escolas, hospitais e prestação de serviços nas estações da Sonangol. Na Cidade do Huambo coexistem os dois sistemas de abastecimento de água conhecidos: o sistema público e o sistema privado.

O sistema público é controlado pela Direcção Provincial de Energia e Águas do Huambo (DPEAH) que depende do Governo da Província. Para a sua actividade este órgão está dividido em 2 sectores: o sector de energia e o sector de águas e saneamento. O sector de águas e saneamento da cidade do Huambo baseia-se num sistema de abdução forçada com 2 centrais: a Central Velha do Culimaála com dois grupos electrobombas de 500 m³/h; e a Central Nova do Culimaála com 3 grupos electrobombas,

sendo uma de 500 m³/h, uma de 360 m³/h e a outra de 180 m³ /h. O sistema de abastecimento de água público inclui as fases de captação, armazenamento, tratamento e distribuição domiciliar por meio de redes de canalização, as quais se encontram obsoletas e degradadas, verificando-se inúmeras rupturas e fugas de água por toda a cidade. A capacidade instalada é de 1540 m³ /h mas a capacidade disponível é apenas de 680 m³/h. Da capacidade instalada, apenas se aproveita 50% na Central Velha do Culimaála e 30% na Central Nova do Culimaála representando um rendimento médio de 40%. Com o fim de controlar o consumo foram instalados até à data 796 hidrómetros, em algumas residências e instituições. O processo de instalação de hidrómetros continua.

O sistema privado é constituído por cacimbas, poços a manivela e nascentes. As cacimbas são formas tradicionais de obtenção de água. São poços subterrâneos escavados com material rudimentar cuja água é extraída por meio de baldes presos à corda. De forma geral, a água desses poços apresenta aspecto límpido, mas não existe nenhum tipo de controlo bacteriológico.

Os poços à manivela foram escavados por ONGs como a D.W., OXFAM e CICV. A tecnologia de escavação destes poços é melhor em relação à das cacimbas e apresenta mais segurança em termos de protecção e higiene. Por outro lado, a extracção da água desses poços é feita por bombeamento manual o que evita o contacto da água com os baldes e as cordas.

As nascentes são locais onde a água brota à superfície de forma natural e sempre constituíram uma fonte importante de obtenção de água. Também porque é considerada melhor para beber. Em função disso a empresa de águas realizou obras de melhoramento das condições em que a água é aproveitada com a instalação de tubos por onde a

água sai e construção de caixas de cobertura e área de escoamento das águas residuais bem como instalação de lavandarias.

De acordo com dados da DPEAH (2004) o consumo de água por habitante é de 50 litros/habitante/dia, uma cifra irrisória se tivermos em conta a média referida por Geosites, (2002), que é de 200-500 litros/habitante/dia. No entanto, segundo Mota & Atanásio (2000), a média mínima admissível para a qualidade de vida de uma pessoa é de 80 litros/dia/habitante. Ainda assim, os dados referentes à cidade do Huambo estão acima da média do continente africano que é de 30 litros/dia/habitante.

O que se verifica é uma reduzida cobertura do sistema público de abastecimento de água, uma vez que dos 92.000 consumidores potenciais

apenas estão registados 2.217. Acresce que apenas 2.9% dos consumidores potenciais pagam a água (Quadro 2), sendo as tarifas estabelecidas de forma administrativa, não estando baseadas nos custos de produção da água potável nem na prestação de serviços e manutenção do sistema. De facto, por ser um serviço irregular e de água de fraca qualidade, também devido à alta turbidez que apresenta, as populações nem sempre pagam as mesmas tarifas conferindo pouco valor aos serviços da empresa.

A falta de acesso a água potável tem como consequências uma grande incidência de doenças de veiculação hídrica tais como, as doenças diarreicas agudas, cólera, febre tifóide, meningite, etc. as quais têm dizimado um elevado número de vidas humanas, principalmente crianças, tal como reflecte o Quadro 3.

QUADRO 2

Ineficiência da Gestão da Água na Cidade do Huambo

2003	M ³	Valor kz
Água distribuída	2.686.442	36.266.967
Água cobrada	80.149	1.082.011
Diferencial	-2.606.293	-35.184.955

Fonte: DPEAH – Relatório, 2004

QUADRO 3

Doenças de Veiculação Hídrica na Cidade de Huambo (2004)

Meses	Medicina Geral			Pediatria		
	Casos	Internamentos	Óbitos	Casos	Internamentos	Óbitos
Janeiro	13	5	0	195	183	19
Fevereiro	3	2	1	103	91	8
Março	4	1	1	278	162	5
Abril	9	1	0	338	308	9
Mai	19	14	3	316	279	14
Junho	42	29	4	284	238	12
Julho	30	19	1	109	103	10
Agosto	21	21	0	0	0	0
Setembro	19	10	0	211	186	17
Outubro	26	17	2	366	320	15
Novembro	30	17	2	388	327	30
Dezembro	25	11	1	287	178	13
Total	241	147	15	2 875	2 375	43

Fonte: Hospital Central do Huambo (Gabinete de Estatística), Março 2005

Este problema está mais relacionado com a qualidade e distribuição da água de consumo e não tem a sua origem em factores naturais. Isto porque a Província do Huambo, assim como o país inteiro, dispõe de um potencial hídrico excepcional cuja relativa falta é apenas de carácter sazonal. O problema do sistema de abastecimento público de água à Cidade do Huambo e bairros periféricos se revelar deficiente, com elevado grau de degradação da rede de canalização e outros equipamento (DPAH, 2003) é de carácter sócio-económico. De facto o sistema de abastecimento de água na Cidade do Huambo não é regular e não abrange todo o município o que leva a que a maioria da população se sirva de fontes alternativas de obtenção de água para consumo (sistema privado), tais como: cacimbas, poços, nascentes e rios, cuja água é de qualidade duvidosa.

O deficiente sistema de abastecimento de água e saneamento básico nas áreas urbanas e suburbanas, agravado pela grande concentração de pessoas deslocadas que abandonaram as suas zonas de origem em busca de segurança durante os confrontos armados, fomentou a proliferação de latrinas e fossas sem cimento em algumas áreas urbanas e em quase toda área suburbana, levando à contaminação das águas subterrâneas com vermes fecais, e agentes patogénicos responsáveis pelas doenças referidas no Quadro 3, tal como reporta a OMS (1992).

Um outro problema que pode estar na base da falta de acesso à água potável pode ser os maus hábitos, ou seja, hábitos culturais. As pessoas estão mentalizadas de que a água é um bem universal, imperecível, que a natureza coloca à disposição do homem e, por isso, têm a convicção de que a água pode ser bebida sem necessidade de ser tratada. Isto leva a que muitas pessoas não percebam e questionem o pagamento da água. Se juntarmos a esta última questão o fraco

poder aquisitivo da maioria dos cidadãos da cidade do Huambo, pode-se perceber melhor a razão da baixa procura pelos serviços públicos de abastecimento de água.

2.4 OBJECTIVOS

O objectivo é fornecer algumas indicações de política, capazes de servir de pistas para um desenvolvimento sustentável da cidade do Huambo. O objectivo específico é avaliar a vontade de pagar da população por uma água com qualidade e regularidade fornecida pelo sistema público de abastecimento de água.

3. METODOLOGIA

Do ponto de vista da procura a água pode ser um bem exclusivo, privado, comum ou público. Do ponto de vista da oferta a água pode ser produzida, transportada e distribuída pelo ambiente, por agricultores difusos ou por pequenas e grandes instituições gestoras de redes e reservatórios. A água é um bem económico exactamente porque é escasso (Parlamento Latino-Americano, 2000) e, por isso, tem um valor económico. Seguindo esta linha de pensamento, Vicent, et al., (1997), afirmam que “a água bruta, como qualquer recurso no seu estado natural, tem atributos que afectam o seu uso para os humanos, por exemplo, salinidade, turbidez, odor, gosto e aparência e doenças”. Portanto, embora a chuva se precipite livremente sobre o território, a água deve suportar um processo de captação, tratamento e distribuição para torná-la útil ao consumo humano, e este processo tem custos. Assim, embora a água não seja um bem privado facilmente regulável pelo mercado, é importante que se estabeleça um preço

para a água, uma vez que, a fixação de preços funciona como incentivo a uma utilização racional e mais sustentável da água. De facto os preços da água devem ser reconhecidos como elementos essenciais para assegurar o cumprimento dos objectivos sociais, económicos e ambientais pois ajudam à sustentabilidade dos sistemas de abastecimento pela consideração dos custos dos serviços da água, dos custos ambientais e dos custos de escassez por parte dos consumidores.

Também em Angola a política de gestão dos recursos hídricos é baseada no princípio de que, “a água é um bem social, renovável, limitado e com valor económico”, espelhado na Lei de Águas, (2002). No entanto, a maior parte dos países em desenvolvimento as empresas públicas gestoras de água, têm estabelecido tarifas de água administrativamente longe dos mecanismos de mercado. Contudo, segundo Vicent et al (1997), a água só é utilizada eficientemente, quando o custo da última unidade abastecida (custo marginal) é exactamente igual aos benefícios de uso para o qual esta unidade está avaliada (o benefício marginal). O benefício marginal da água reflecte-se na respectiva curva da procura e demonstra a vontade marginal dos consumidores para pagar os serviços de abastecimento de água.

Os benefícios dos serviços públicos de fornecimento de água potável são enormes. No entanto, como a provisão destes serviços no âmbito de cada núcleo urbano implica fortes economias de escala¹, têm sido oferecidos em regime de monopólio natural pelos governos e, sendo considerados como um bem público. Por isso não têm sido fruto de transacções em mercados plenamente definidos em termos de

preços e quantidades. É para avaliar os benefícios e os custos associados às acções públicas, que surge o método de avaliação contingente (Carrera-Fernandez et al.,2002).

A avaliação contingente apresenta um conjunto de questões que pretendem estimar as preferências dos utilizadores e consumidores de bens públicos e, assim, determinar o valor que eles estariam dispostos a pagar para usufruírem de uma determinada melhoria na oferta dos mesmos. Ao valorizar um bem público, a avaliação contingente elege o consumidor como o centro das atenções, dispensando a necessidade de recorrer a juízos de valor, implícito em funções de utilidade igualitárias.

O método de avaliação contingente pode ser feito de duas formas alternativas. Na primeira, a pergunta sobre a disponibilidade a pagar é aberta ao entrevistado, o qual atribui qualquer valor monetário para a sua disponibilidade a pagar pelo serviço em questão. A segunda forma de tratar a disponibilidade de pagar é através da técnica binária, do sim ou não, portanto pergunta fechada onde o entrevistado é induzido a responder se aceitaria ou não pagar um determinado valor pelo referido serviço. Neste trabalho vamos utilizar a primeira forma. O principal objectivo desta avaliação contingente neste trabalho é obter uma estimativa do valor que os utilizadores de água estariam dispostos a pagar pelo serviço público de abastecimento de água, sejam estes utilizadores efectivos ou meramente potenciais. Através deste tipo de estimativa o poder público pode avaliar os benefícios internos e externos do sistema público de abastecimento de água e daí retirar ilações sobre a forma de o financiar e gerir.

¹ No âmbito regional ou nacional as economias de escala no abastecimento de água não são claras. Youn Kim e Robert Clark (1988) provam que as economias de escala conseguidas no tratamento de água são quase perdidas na distribuição e, assim, as economias de escala que possam ser conseguidas em usos concentrados não residências são perdidos com a distribuição residencial, sobretudo quando as áreas residenciais são muito extensas. Num outro estudo mais recente de Celine Nauges e Caroline van den Bergl (2007) sobre o abastecimento de água em quatro países, provam que existem economias de escala na Colômbia, Moldávia e Vietnam mas que no Brasil as economias de escala no abastecimento de água são menos evidentes.

O inquérito aplicado às famílias serviu para fazer uma avaliação contingente sobre o sistema público de abastecimento de água. O inquérito consta de 3 partes: a 1.^a está constituída por perguntas relacionadas com a identificação e situação económico-social do inquirido; na 2.^a parte, as perguntas relacionam-se com a situação de abastecimento de água público e privado; na 3.^a parte apresentam-se as questões relacionadas com a avaliação contingente.

Nas questões de carácter sócio económico tratava-se de saber fundamentalmente o rendimento das famílias e a sua situação perante o emprego.

Nas perguntas sobre a qualidade do sistema de abastecimento de água público e privado solicitou-se que a pessoas inquirida em cada família classificasse de Bom (1), Regular (2) ou Mau (3), os atributos do sistema público como a frequência de abastecimento, a pressão e a manutenção, e as características comuns aos sistemas públicos e privados, como a cor, o cheiro, o gosto, a qualidade geral do serviço, e a qualidade da água para efeitos de saúde que tem a ver com a percepção pelos consumidores da existência de organismos patogénicos. Ainda sobre a qualidade do sistema de abastecimento de água público perguntou-se sobre o número médio de horas de serviço por dia.

Nas perguntas da avaliação contingente as questões foram apresentadas de forma aberta e o inquirido atribuiu valores monetários pelo serviço público de abastecimento de água com qualidade e regularidade. Os valores que foram discriminados no questionário serviram apenas para facilitar a escolha de valores sem eliminar a possibilidade de o consumidor escolher um outro valor qualquer. Os valores obtidos por cada família serviram para calcular o valor médio por cada bairro (Quadro 5) e o número de famílias capazes de pagar até determinado valor (Quadro 6).

Os domicílios foram seleccionados de forma aleatória, em dez zonas da cidade do Huambo, incluindo área urbana e suburbana. Essas dez zonas são: Cidade Alta, Cidade Baixa, Bairro Académico, Bairro São João, Bairro Benfica, Bairro São Pedro, Bairro Cacilhas, Bairro Militar e Aeroporto. Em cada zona procurou-se alcançar três classes de famílias de acordo com o rendimento familiar: alto, médio e baixo, identificáveis pelo tipo de habitações, respectivamente, vivendas urbanas, apartamentos; que de alguma forma já estão conectados à rede de canalização e vivendas suburbanas, que não estão conectadas à rede. A pesquisa de campo foi realizada no período de Agosto a Setembro de 2004. A amostra de 300 famílias inquiridas representa cerca

QUADRO 4
Indicadores da População e da Amostra por Zonas

	Zona	População	Amostra	% da População	% da Amostra
1	Cidade Alta	41.420	19	6,00%	6,30%
2	Bairro Académico	22.303	10	3,00%	3,30%
3	Cidade Baixa	54.165	23	7,80%	7,70%
4	São Pedro	158.055	68	22,80%	23,30%
5	Cacílias	137.774	59	19,80%	19,60%
6	São João	80.361	35	11,60%	11,60%
7	Benfica	83.830	36	12,10%	12,00%
8	Chiva/Chianga	36.833	16	5,30%	5,30%
9	Aeroporto	44.606	19	6,40%	6,30%
10	Bairro Militar	34.814	15	5,00%	5,00%
	Total	694.162	300	100,00%	100,00%

de 4% da população da cidade, admitindo famílias de nove pessoas (AMARAL,2006). O Quadro 4 mostra o tamanho da amostra por área de abrangência e a proporção da amostra na população para cada zona.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 RESULTADOS

O Quadro 5 apresenta as médias dos resultados mais relevantes do questionário aplicado aos núcleos familiares inquiridos relativamente à situação de abastecimento de água, tanto público como privado. Como se pode ver, de 300 núcleos familiares questionados apenas 109 são servidos pelo sistema público, representando 36% do total.

Analisando a eficiência dos serviços públicos, notamos que a média diária de fornecimento de água é apenas de 4 horas, sendo a média máxima verificada no bairro S. João com 8 horas e a média mínima de 2 horas para o bairro das Cacílias. Estes índices são muito baixos, porque o abastecimento de água deve ser contínuo.

Os outros indicadores destes serviços, tais como, frequência, pressão e manutenção, também se revelam deficientes quanto às exigências dos consumidores, uma vez que o abastecimento não é frequente e a aferição média destes serviços aproxima-se mais da categoria 3 (mau) e muito longe da categoria 1 (bom). Conforme o Quadro 5, o pior serviço foi prestado aos bairros Benfica e Cacílias embora a Cidade Alta apresente um serviço regular. A pressão não é suficiente e a manutenção, quase inexistente, varia desde a ausência nas zonas de S. João, Cacílias, S. Pedro e Cidade Baixa e a regular

nas zonas da C. Alta e Académico. Analisando o afirmado por (OMS, 1992) as variações de pressão interna da canalização e a falta de uma manutenção adequada podem facilitar vazamentos e infiltrações e provocar a contaminação da água. Isto explica porque razão existe um alto índice de contaminação por bactérias coliformes nas amostras recolhidas nas torneiras domiciliarias, quando as análises feitas na Estação de Tratamento de Água que alimenta o sistema de abastecimento revelaram estar dentro dos padrões de potabilidade definidos pela OMS.

Quanto à classificação da água tendo em conta as características organolépticas, tais como a cor, o cheiro e o gosto, os valores médios, evidenciam que em nenhum dos casos estamos em presença da categoria 1, que indica bom parâmetro. Em todos os casos os valores são aproximadamente 2 a 3, o que significa que as características desta água aproximam-se mais da categoria má do que da boa. Há, no entanto, uma pequena diferença entre a água obtida a partir de cacimbas, poços e nascentes, quanto à cor, sendo esta mais límpida, o que se justifica pelos processos de filtração pelos quais passa a água subterrânea estando menos sujeita à poluição (West et al., 2001). Este processo, no entanto, não elimina as bactérias patogénicas, o que de certa forma é confirmado pelas pessoas questionadas que não conferem a esta água a categoria de 1 que corresponderia a ser boa para a saúde (Benguela, 2006).

4.2 DISCUSSÃO

O Gráfico 1 apresenta os valores médios de rendimento e vontade de pagar por zonas. No geral, há uma relação entre a vontade de pagar e o rendimento que, aliás, vem representada no Gráfico 2.

QUADRO 5
Resultados do Questionário às Famílias

Zonas	Número Inquéritos	Famílias com água		Classificação dos serviços de abastecimento de água (sistema público/individual) Categorias médias*								Tratamento da água		Custo médio da água (kz)		Vontade de pagar (Média em kz)	
		Canalizada	Não canalizada	Horas/dia (canalizada)	Frequência	Pressão	Manutenção	Cor	Cheiro	Gosto	Qualidade dos serviços.	Qualidade para saúde	Canalizada	Não canal	Canal		Não canal
C. Alta	19	18	1	3,6	1,9	1,8	2,6	2,2/1,4	2,2/1,7	2,4/2,2	2,1/1,7	2,6/2,4	12	12	200	150	1138
Académico	10	10	0	4,6	2	1,7	1,8	1,8/2,3	1,9/2	1,3/2,1	1,8/2,5	1,6/2,2	6	11	476	360	1038
C. Baixa	23	4	19	4	2,4	2,2	3	2,2/1,4	2/2	1,7/2,2	2/1,6	1,8/1,7	6	15	476	237	1290
S. Pedro	68	26	42	4	2,4	2,1	3	0/2,4	0/2	0/2,4	0/2	0/2,5	2	26	250	0	514
Cacílias	59	15	44	2,2	2,7	2,4	3	2,7/1,7	2,2/1,6	2,6/1,8	2,4/2,3	2,4/2,6	3	24	121	0	485
S João	35	20	15	8	2	1,9	3	2,1/1,3	2,1/2,2	1,3/2	2,9/2	03-Fev	7	13	583	0	522
Benfica	36	16	20	2,2	2,8	2,6	2,9	2,3/1,4	2,2/1,4	2,5/1,6	2/1,9	1,8/1,8	6	23	203	0	904
Chiva/Chianga	16	0	16	0	0	0	0	0/1,5	0/1,7	0/1,7	0/1,6	0/1,9	0	2	0	0	197
Aeroporto	19	0	19	0	0	0	0	0/1,6	0/1,6	/2,3	0/2,1	0/2	0	4	0	0	198
Bairro Militar	15	0	15	0	0	0	0	0/1,4	0/1,4	0/1,4	0/1,5	0/2,5	0	4	0	0	394
Total	300	109	191	4	2,3	2,1	2,8	2,2/1,6	2,1/1,7	1,9/2	2,2/1,9	1,9/2,3	42	134	2309	647	

*Categorias de Classificação: 1) Bom; 2) Regular 3) Mau

GRÁFICO 1
Valores médios de rendimentos e da vontade de pagar por zonas

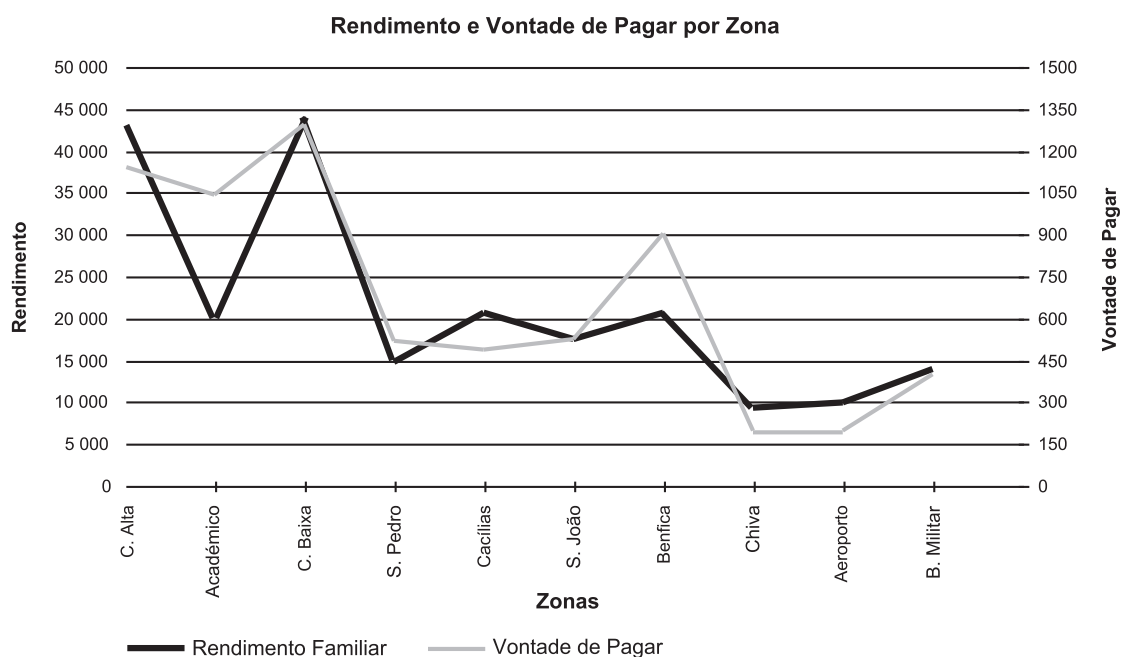
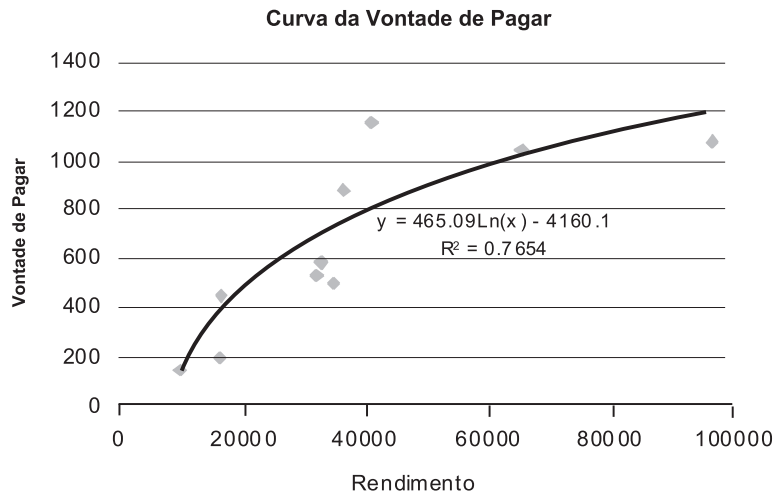




GRÁFICO 2
Relação Rendimento Familiar/Vontade de Pagar



QUADRO 6
Estrutura da Procura de Água da Amostra

Preço	Famílias	Famílias. Acumuladas
2000	26	26
1500	24	50
1000	46	96
500	66	162
125	138	300

No entanto, há também casos em que pessoas que ganham pouco estão dispostas a pagar mais do que as pessoas que têm um rendimento maior. No nosso entender, estes resultados revelam que, a vontade de pagar das pessoas pesquisadas é influenciada não só pelos rendimentos, mas também pelo o tipo de habitação. De facto as famílias que vivem em vivendas, tanto urbanas como suburbanas, têm nos seus quintais as cacimbas onde tiram a água para o seu consumo e os poços estão relativamente próximos, enquanto que as famílias dos apartamentos têm de ir buscar a água potável mais longe, isto sem referir aquelas que vivem nos últimos andares de prédios de 5 e 7 andares sem elevador.

Da pesquisa feita sobre a vontade de pagar (Quadro 6) os resultados revelam que das 300 famílias inquiridas 138 estão disposta a pagar 250 kz, 66 estão dispostas a pagar 500 kz, 46 estão dispostas

a pagar 1.000kz, 24 estão dispostas a pagar 1.500 kz pelo abastecimento de água e 26 famílias estão dispostas a pagar 2.000 kz.

Relacionando as variáveis preço (vontade de pagar) com o número de famílias dispostas a pagar em termos acumulados, resulta uma curva da procura de água da amostra, como a que está representada no Gráfico 3.

Extrapolando a Curva da Procura de Água da Amostra para a Curva da Procura de Água da População do Huambo podemos estimar a vontade de pagar por água de toda a cidade do Huambo (Gráfico 4). Admitimos para isso uma população de novecentos mil habitantes e uma dimensão média por família de nove pessoas (Amaral, 2006).



GRÁFICO 3
Curva da Procura de Água da Amostra

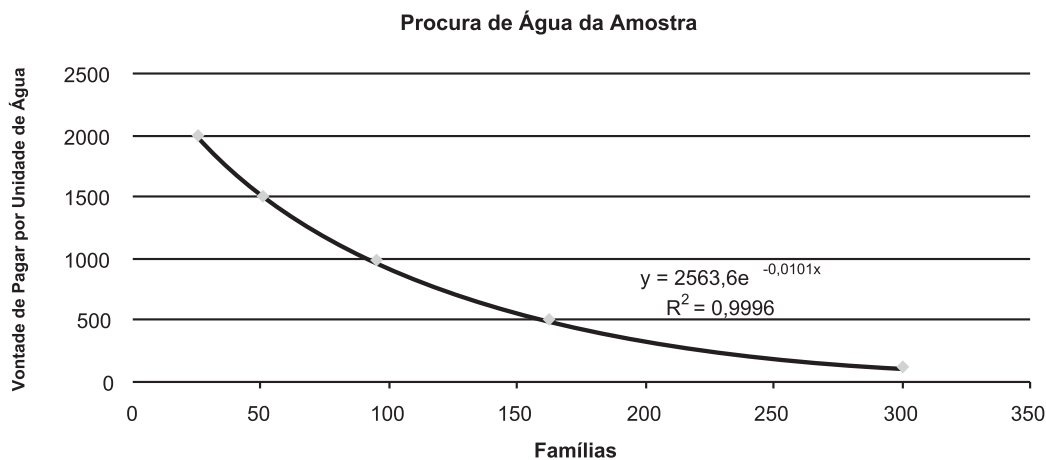
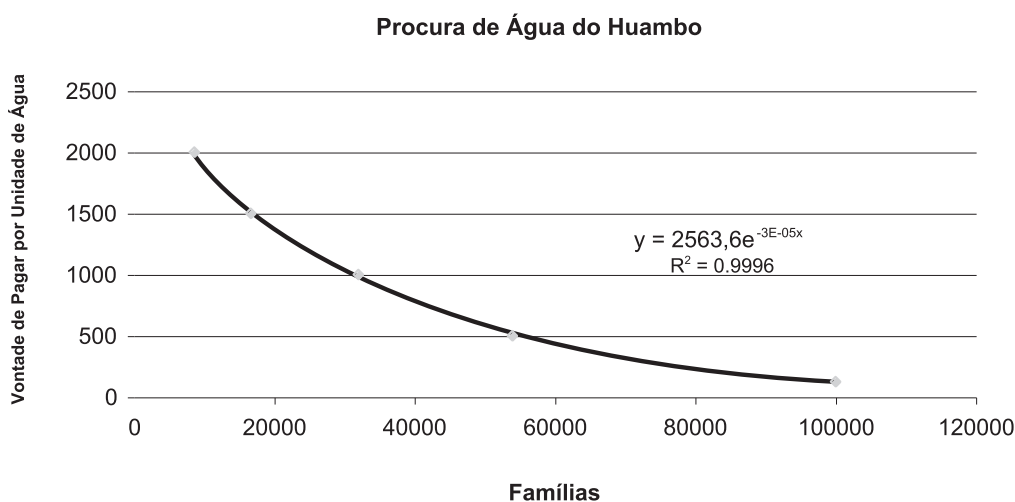


GRÁFICO 4
Curva da Procura de Água da Cidade do Huambo



No Quadro 7 apresentam-se várias simulações que permitem estimar, para cada preço do metro cúbico de água, qual a receita dos serviços de abastecimento e qual o número de famílias excluídas.

Pela observação do Gráfico 5 podemos concluir que a maior receita é obtida quando o preço é de 250 Kwanzas por metro cúbico, embora isso implique que mais de 50% das famílias seriam excluídas do serviço público de abastecimento.

No entanto, com base nos dados apresentados no Quadro 2, o preço por m^3 de água fornecida é de $(1082011,5 \text{ Kz} / 80.149 \text{ m}^3 = 13,5 \text{ Kz} / m^3)$ e o consumo

médio por família com água canalizada é de $(80.149 \text{ m}^3 / 2.217 \text{ famílias}) / 12 \text{ meses} = 3 \text{ m}^3 / \text{mês}$. Neste enquadramento o preço que uma família média teria de pagar por mês seria de 40 Kz e não haveria ninguém excluído.

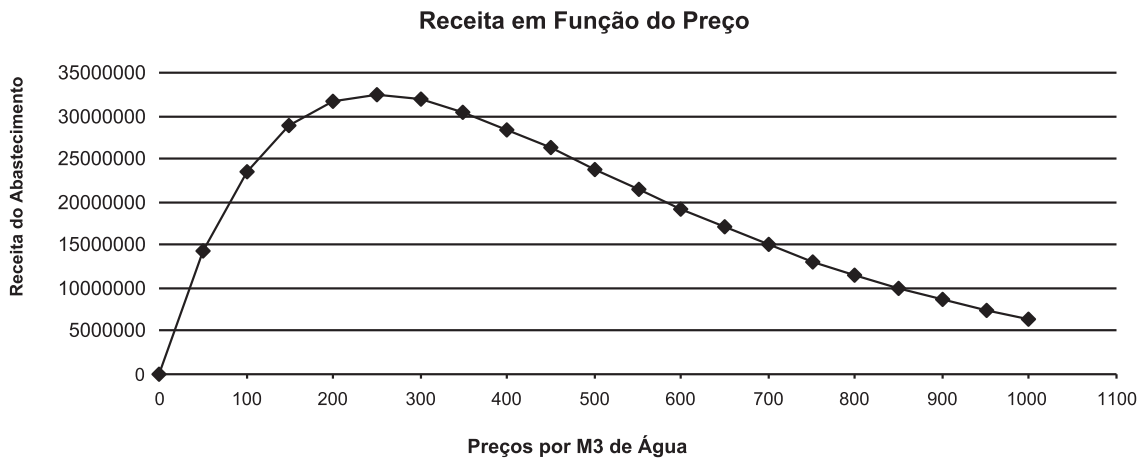
Não temos dados para saber se esse valor é suficiente para financiar o sistema de abastecimento de água da cidade do Huambo. O que sabemos é que se trata de um contributo substancial para a implementação de um sistema eficiente de abastecimento de água à cidade e que este tipo de estudos é importante para saber em que medida núcleos urbanos de diferente



QUADRO 7
Efeitos dos Preços na Procura e na Receita

Preço por metro 3	Pagamento por Família	Famílias Incluídas	Famílias Excluídas	Receita Kz
13	40	138676	0	4000000
33	100	108133	0	10000000
67	200	85028	14972	17005670
100	300	71513	28487	21453853
133	400	61923	38077	24769377
167	500	54485	45515	27242662
333	1000	31380	68620	31380417
667	2000	8276	91724	16551023

GRÁFICO 5
Relação Receita / Preço



dimensão em países em vias de desenvolvimento estão dispostos a pagar por sistemas públicos de abastecimento de água.

5. CONCLUSÕES

A importância dos sistemas de abastecimento de água está relacionada com a melhoria da qualidade de vida dos habitantes, na medida em que ao aumentar a eficiência dos serviços de abastecimento de água, se diminui a incidência de doenças relacionadas com a água, se melhora a qualidade de vida e se potenciam actividades produtivas.

A elevação da qualidade de vida dos habitantes constitui um dos objectivos do desenvolvimento sustentável. Pelo estudo realizado existe uma vontade grande de pagar por um serviço de abastecimento público eficiente e o sistema de abastecimento de água existente tem custos privados e públicos muito elevados.

Este dado pode ajudar o governo provincial na implementação de um projecto de melhoria e extensão dos serviços de abastecimento de água, com vista a proporcionar o bem-estar social às populações e a promoção do desenvolvimento sustentável do Huambo.



BIBLIOGRAFIA

- ASSEMBLEIA NACIONAL DA REPUBLICA DE ANGOLA, Lei de Águas, (2002)- Luanda.
- AMARAL, SILVIA; VIEIRA, JOSÉ C. & DENTINHO, TOMAZ P. (2006) – O Impacto da Universidade do Huambo no Desenvolvimento do Planalto Central de Angola. *Estudos Regionais*, nº 13, 3Q, 2006, pp. 5-28.
- ARCHER, L. BISCAIA J. OSSAWALD W. E RENAUD, M. (2001) - *Novos Desafios a Bioética*. Porto Editora.
- BENGUELA, ZITA (2006) – Caracterização do Sistema de Abastecimento de Água do Município do Huambo. Tese de Mestrado em gestão e Conservação da Natureza. Universidade dos Açores.
- BORSOI, Z.M.F. & TORRES, S. D. A. (2003) – *A Política de Recursos Hídricos no Brasil*, Editora Epse, 2003. site: <http://www.witaniumentechology.com.br/>.
- CARRERA- FERNANDEZ, J. & MENEZES, W. F.- Avaliação Contingente e a Demanda por Esgotamento Sanitário: Uma Análise a partir da Região do Alto Subaé- Bahía. (s/d). Brasil.
- DPAH, 2003 -*Relatório Anual da Direcção Provincial de Energia e Águas (2003) Sector de Águas*, (pp 6-21) Governo do Huambo. (2002) http://pt.wikipedia.org/wiki/Abastecimento_de_%C3%A1gua
- MOTA, R. & ATANÁSIO, (2000) – *Geo 9*. Plátano Editora. Lisboa, Portugal.
- OMS Project. ANG| DWS| 001, (1992) - Programa Nacional de Agua e Saneamento, UNICEF.
- PARLAMENTO LATINO AMERICANO- Seminário: “*Água: Valor Económico e Desenvolvimento Sustentável*”. Divulgação pela Coordenadoria de Recursos Hídricos da Secretaria dos Recursos Hídricos Saneamento e Obras. 2000. SP Brasil.
- UNESCO- WWAP. (2003) - *Água para Todos, Água para la vida*. Edición Espanhola.
- WEST, A. C. PIO, S. & HENRIQUES G. A. (2001) - *Estratégia de Protecção e Gestão das Águas Subterrâneas na Directiva Quadro da Água*. Portugal.
- VICENT, R. JEFFREY, ALI, M. R. & ASSOCIATES (1997).- *Environment and Development in a Resource-Rich Economy: Malaysia under the New Economic Policy*. Harvard Institute for International Development, Institute of Strategic and International Studies, Malaysia.

REDES CULTURAIS E DESENVOLVIMENTO LOCAL: A EXPERIÊNCIA DA COMUM¹

João Rebelo^a - Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD) - E-mail: jrebelo@utad.pt

Leonida Correia - CETRAD/DESG/UTAD - E-mail: lcorreia@utad.pt

Artur Cristóvão - CETRAD/DESG/UTAD - E-mail: acristov@utad.pt

RESUMO:

Cooperação interinstitucional, parcerias e redes são palavras-chave cada vez mais presentes nas dinâmicas de desenvolvimento de qualquer território ou sector de actividade. A cultura não foge a este quadro, embora não abundem exemplos de Redes Culturais em Portugal. Num âmbito mais regional e local, surgem as chamadas Redes de Programação Cultural, sendo a COMUM – Rede Cultural um dos poucos casos. Este trabalho debruça-se sobre a análise qualitativa de benefícios económicos e sociais resultantes da criação e consolidação da COMUM. Em termos de desenvolvimento económico, esta avaliação permitiu concluir por um efeito positivo sobre (a) o reforço da identidade e história colectiva da região, (b) a formação cultural individual, (c) a sociabilidade e (d) a formação de novos públicos, dentro de uma óptica de transferência de benefícios inter-geracionais e de um aproveitamento de infra-estruturas culturais locais.

Palavras-chave: Parcerias, cooperação interinstitucional, gestão cultural, estudo de caso

ABSTRACT:

In recent years, cooperation, partnership and networks between institutions have increasingly figured in the development dynamics of most branches or sectors of activity. Culture is not an exception to this scenario, though few examples of cultural networks in Portugal can be found. At a regional and local level we can mention the so-called Cultural Programming Networks, of which the COMUM – Cultural Network is a case in point. The present paper evaluates the economic and social benefits derived from the creation of COMUM. In terms of socio-economic development, the results appear positive, particularly with regard to (a) strengthening of the region's shared identity and collective sense of history, (b) promoting cultural knowledge at the individual level, (c) stimulating habits of community-based social interaction, and (d) creating new markets/clienteles for cultural goods and services. These advances have been achieved mainly through the inter-generational transfer of benefits, and the expanded/diversified use of local cultural infrastructures.

Keywords: Partnerships, networks, inter-institutional cooperation, cultural management, case study

¹ O conteúdo deste artigo é, no essencial, parte de um trabalho mais amplo de avaliação da COMUM – Rede Cultural (Cristóvão *et al.*, 2007) conduzido por uma equipa de investigadores do DESG/UTAD, da qual os autores fizeram parte. O Estudo foi realizado no âmbito das actividades do citado Projecto, financiado pelo Programa Operacional da Região Centro. A versão final do artigo beneficiou dos comentários e sugestões de dois *referees* anónimos. Naturalmente que as opiniões, erros ou omissões são da exclusiva responsabilidade dos autores.

^a Autor para correspondência.

1. INTRODUÇÃO

Em Março de 2000, em Lisboa, o Conselho de Chefes de Estado e de Governo da União Europeia (UE) estabeleceu a meta ambiciosa de, até 2010, tornar a UE na economia baseada no conhecimento mais dinâmica e competitiva do mundo, capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e maior coesão social. Tal objectivo deu lugar à chamada Estratégia ou Agenda de Lisboa.

Dentro da economia do conhecimento e do alcance de um desenvolvimento económico e social equilibrado, a UE assumiu que o sector cultural e criativo tem um papel fulcral, através de impulsos positivos no crescimento económico, na competitividade, no emprego e na inovação, na linha do assumido pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), segundo a qual a cultura pode influenciar o desenvolvimento económico regional (OECD, 2005: 9): *“By disseminating benchmarks conducive to synergy among players and projects implementation; By creating an environment that is attractive for residents as well for visitors and tourists; By providing leverage for the creation of products that combine aesthetic dimension and utilitarian functionality”*. Isto é, a cultura deve ser assumida, simultaneamente, como um investimento em capital social e como um intermediário e consumidor final de bens, com fortes efeitos de *spillover*.

Apesar desta postura e da substancial literatura publicada ao longo dos últimos 40 anos sobre a aplicação da teoria e da análise económica na resolução de questões culturais (Ginsburgh e Throsby, 2006)², o estudo da influência da cultura no

desenvolvimento económico e social dos territórios tem sido reduzido ou mesmo negligenciado. Mais recentemente, este posicionamento tem vindo a alterar-se em consequência do surgimento de uma nova visão económica assumir que o desenvolvimento deve centrar-se mais nas pessoas (capital humano) e menos nos bens, desempenhando a cultura um papel relevante neste processo. Como refere Santos (2007: 3): *“A cultura começa a ser reconhecida como dimensão indispensável para se ultrapassar uma concepção economicista de desenvolvimento”*.

Neste cenário, apesar de reconhecido o importante contributo positivo do sector cultural para a “economia do conhecimento” e para o desenvolvimento económico e social dos territórios, não é de estranhar que seja algo escassa a investigação sobre o tema, mesmo a nível europeu, conforme se deduz do documento “The Economy of Culture in Europe” (EU, 2006: 1), no qual se refere que *“The role of the cultural and creative sector within this context is still ignored. Indeed, the move to measure the socio-economic performance of the sector is a relatively recent trend. Moreover, the exercise is a contentious one. For many, the arts are a matter of enlightenment or entertainment. That leads to the perception that the arts and culture are marginal in terms of economic contribution and should therefore to be confined to the realms of public intervention. This may explain to a large extent the lack of statistical tools available to measure the contribution of the cultural sector to the economy whether at national or international level, in particular compared to other industry”*.

² O trabalho seminal de Baumol e Bowen (1966) colocou a economia da cultura num campo próprio, sendo o seu reconhecimento pela comunidade de economistas marcado pelo influente artigo de Throsby (1994). Publicações posteriores, como os livros de Benhamou (1996), de Throsby (2001), de Towse (2003) e de Ginsburgh e Throsby (2006), revêem o “estado da arte”, quanto à articulação entre a economia e a cultura, evidenciando como diferentes conceitos económicos podem ser aplicados na abordagem de uma grande diversidade de questões relacionadas com cultura.

Na linha das metodologias utilizadas para avaliação do impacto sobre o desenvolvimento económico de diferentes bens e actividades culturais, em especial de festivais³, este trabalho debruça-se sobre a análise qualitativa de benefícios económicos e sociais resultantes da criação e consolidação de uma plataforma supra municipal de programação cultural. Especificamente, pretende apreciar-se a influência do evento na utilização de infra-estruturas culturais disponíveis nos vários concelhos, no reforço da identidade e história colectiva da região, na formação cultural individual e social, na formação de públicos, sem descurar o modelo de gestão e funcionamento adoptado.

Para o alcance destes objectivos, além desta introdução, o artigo inclui: um breve enquadramento sobre as inter-relações entre cultura, economia e desenvolvimento regional (secção 2); a análise da Rede COMUM, incluindo a descrição da metodologia de recolha da informação (subsecção 3.1) e a apreciação das dinâmicas culturais e impactes socio-económicos (subsecção 3.2); e algumas conclusões (secção 4).

2. CULTURA, ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Para a generalidade das pessoas, o termo “cultura” é um conceito de difícil definição, sendo usado numa variedade de contextos, para significar diferentes coisas e com rigor variável (Throsby, 1999). De acordo com Throsby (1995 ; 2001), é possível definir cultura num duplo sentido. Num primeiro, a cultura tem uma orientação mais funcional, incluindo todas aquelas actividades que, de alguma forma, envolvem

criatividade na sua produção, têm inerente a geração e a comunicação de significados simbólicos e o seu produto final tem, pelo menos potencialmente, alguma forma de propriedade intelectual. Neste conceito genérico, a cultura pode ser representada pelo “sector cultural” da economia, onde caem eventos e actividades relacionadas com música, teatro, literatura, artes visuais e cinema.

No outro sentido, a cultura enquadra uma estrutura antropológica e sociológica para descrever um conjunto de atitudes, crenças, valores e práticas comuns ou repartidos por um grupo étnico ou social. A cultura, nesta perspectiva, é expressa em termos de valores e costumes fundamentais para o funcionamento de uma sociedade em particular, que evolui ao longo do tempo e à medida que é transmitida de uma geração para outra. Está aqui envolvido o conceito de capital cultural⁴, que não deve ser consumido mas antes legado entre gerações, sendo necessário, para tal, assegurar a sua sustentabilidade como garante do próprio desenvolvimento económico.

Estas duas construções diferentes para o termo “cultura” são assumidas no documento recente da Comissão das Comunidades Europeias (2007: 4), onde se nota que o conceito “*Pode remeter para as belas artes, que abarcam um variedade de obras de arte, produtos e serviços culturais. A «cultura» tem também um significado antropológico. Ela é a base em que assenta um mundo simbólico de significado, crenças, valores, tradições que se exprimem em língua, arte, religião e mitos. Como tal, desempenha um papel fundamental no desenvolvimento humano e no complexo tecido das identidades e dos hábitos dos indivíduos e das comunidades*”.

³ Neste tipo de eventos colocam-se questões como (OECD, 2005): Conseguem os festivais ter um impacto durável no desenvolvimento local, dado o seu carácter temporário? A maioria das competências, incluindo gestão e empregos necessários, provém do exterior? São financeiramente auto-sustentáveis ou dependem do orçamento público?

⁴ O conceito de capital cultural aparece pela primeira vez em Throsby (1999), que o associa às outras três formas reconhecidas de capital (físico, humano e natural).

Para obviar as dificuldades inerentes à adopção de diferentes concepções e construções de cultura, a UE estabeleceu um conceito abrangente e funcional de cultura, incluindo (EU, 2006):

- Sectores não industriais, que produzem bens e serviços não reprodutíveis com o objectivo de serem consumidos de forma aberta (concerto, feira de arte, actuação), abarcando os campos das artes visuais (pintura, artesanato, escultura, fotografia), as artes performativas ou de representação ao vivo (ópera, orquestra, teatro, dança, circo) e o património (museus, locais patrimoniais e arqueológicos, bibliotecas e arquivos);
- Sectores industriais, no sentido de que produzem bens culturais finais para reprodução e disseminação em massa e exportação, como sejam as indústrias relacionadas com o filme e o vídeo, jogos de vídeo, cinema, música, publicação de livros e imprensa; e
- Sectores criativos, no sentido de que se está perante um *input* criativo e inovador utilizado na produção de bens não culturais finais e incluindo actividades como o *design* (de moda, de interiores e de produtos), a arquitectura e a publicidade.

Para a avaliação dos impactes económicos e sociais da cultura, em especial dos sectores não-industriais, há que ter em conta os efeitos directos e indirectos, quantificáveis, com maior ou menor dificuldade, no produto, no emprego e noutras variáveis económicas. Adicionalmente, não restam dúvidas de que a cultura e a inovação desempenham uma função crucial na atracção de investimento, de talentos criativos e na promoção do turismo. Esta asserção é assumida como válida, apesar de, mesmo a nível europeu, não existirem estudos claros e sistemáticos sobre o impacte económico da cultura, e mais especificamente das artes do espectáculo, em variáveis como o rendimento e o emprego, baseando-se o conhecimento actual, fundamentalmente, em análises de resultados extraídos de eventos concretos.

No geral, estas análises revelam o seguinte (EU, 2006): as receitas próprias e o apoio de privados têm aumentado; o financiamento dos governos centrais tem vindo a diminuir, aumentando, em contrapartida, o financiamento dos governos locais e regionais; o impacte económico indirecto (na economia local) é relevante e superior ao valor dos subsídios públicos; 75% do emprego nas artes de espectáculo é a tempo parcial; há um apelo crescente à formação nas áreas da gestão e finanças, assim como das tecnologias de informação e comunicação; os principais desafios incidem na atracção de audiências, no acréscimo de subsídios, na adequação do receitas operacionais e no reconhecimento desta actividade como uma verdadeira indústria.

Os estudos revelam também que, paradoxalmente, apesar de estarmos a viver num tempo em que as tecnologias de informação e comunicação aboliram distâncias e restrições temporais, factores como a localização física e a socialização permanecem decisivos para a competitividade e o sucesso económico, com centros urbanos e regiões, dentro do mesmo país e entre países, a disputarem ferozmente a captação de investimento directo estrangeiro e de talentos (EU, 2006). De modo a serem bem sucedidos nesta tarefa, além de incentivos fiscais e financeiros e de infra-estruturas básicas, os poderes públicos apresentam no seu cardápio de vantagens vários factores de diferenciação, como uma oferta cultural rica diversificada e condições de qualidade de vida para os residentes. Parece não restarem dúvidas de que a cultura é hoje encarada como um novo factor de desenvolvimento dos territórios, não apenas pela atracção de visitantes e turistas, mas também pelo facto de proporcionarem as condições necessárias para a instalação de uma base produtiva exportadora (OECD, 2005).

No que se refere aos sectores artísticos tradicionais e não industriais (artes visuais, dança, drama, ópera, museus, etc.), uma vez que produzem bens não transaccionáveis, o respectivo valor económico não é quantificável pelo simples preço de mercado. Neste sentido, economicamente, a intervenção activa do Estado nestes sectores cai no domínio da correcção das falhas de mercado (nomeadamente, externalidades e bens públicos), no sentido em que as organizações do sector produzem bens geradores de benefícios não privados, que entram na definição alargada de bem público e de externalidade, com efeitos a nível do bem-estar social e intergeracional e na criação de *spillovers*. Estes podem, de acordo com Escaleira (2001), ser agrupados em: identidade/prestígio nacional e coesão social; experimentalismo e inovação; opções de procura presentes e futuras; e impactes no desenvolvimento económico e social (no sentido de “industrializante”).

A intervenção pública está relacionada com a forma como os agentes económicos e os governos se organizam em torno da produção/venda e consumo/compra do produto “artes”, ou seja, como lidam com eventuais fricções de mercado (O’Hagan, 1998). Economicamente, estas fricções traduzem-se nos chamados custos de transacção⁵.

O reconhecimento da existência de custos de transacção é a base do moderno estudo económico das instituições e da própria intervenção pública (Rushton, 2003). A lição proporcionada pelos custos de transacção é que não há uma resposta clara sobre a forma organizacional que melhor se ajusta à provisão de bens e serviços culturais, uma vez que o valor dos custos de transacção varia com o

tipo e variedade de preferências dos consumidores e com a própria tecnologia de produção, ou seja, com as características da oferta e da procura. Isto é, a cultura pode ser oferecida por organizações públicas, privadas ou mesmo em parceria público-privada. A escolha deve incidir na alternativa que proporcionar o maior benefício económico líquido.

No Quadro 1 sintetizam-se as razões para o apoio público à cultura e actividades culturais na UE.

Tendo por base os efeitos de *spillover* e as características de bem público expressas no quadro anterior, na Europa há uma forte intervenção pública, quer directa quer indirecta, no financiamento das actividades culturais, variando entre 0,5% e 1% do PIB do respectivo país⁶.

Seguindo o exemplo do sucedido nos países mais desenvolvidos, também em Portugal, nas duas últimas décadas, tem sido pública e politicamente assumido que a cultura pode ser um factor importante para o desenvolvimento económico e social. Por exemplo, para a consecução deste objectivo, o Programa Operacional da Cultura (POC), enquadrado no Eixo 1 do Plano de Desenvolvimento Regional (PDR) para Portugal, no período 2000-2006, estabeleceu como objectivos gerais a elevação do nível de qualificação dos portugueses e a promoção do emprego e a coesão social.

O papel da cultura como veículo de desenvolvimento do potencial humano conduziu a que o POC fosse especialmente dirigido para o cumprimento daqueles dois objectivos, incluindo, como prioridades de actuação, a protecção e preservação do património

⁵ Este conceito foi introduzido de forma seminal por Coase (1988: 6), ao relevar: “*In order to carry out a market transaction it is necessary to discover who it is that one wishes to deal with, to inform people that one wishes to deal and on what terms, to conduct negotiations leading up to a bargain, to draw up the contract, to undertake the inspection needed to make sure that the terms of contracts are being observed, and so on*”.

⁶ Tradicionalmente, o sector das artes do espectáculo é o que mais beneficia de apoio público, representando, em média, entre 15 a 20% dos fundos destinados à cultura, com o teatro e a música clássica a terem uma parte significativa. Concomitantemente, também é este sector que beneficia de maior apoio privado, em especial via mecenato.



QUADRO 1
Justificação do apoio público às artes na UE

Justificação	Descrição
Acesso à cultura = imprescindibilidade democrática (<i>democratic empowerment</i>)	<p>O desenvolvimento cultural é uma das condições para uma efectiva prática democrática. Para o efeito, a política pública deve assegurar a todos os cidadãos igual condição de acesso à cultura.</p> <p>O sector das artes performativas sofre da “doença dos custos” (Baumol e Bowen, 1966), isto é, os custos crescem a um ritmo superior ao da produtividade, o que impossibilita o seu financiamento apenas por receitas de bilheteira. De modo a assegurar a existência deste sector, importante pelo seu contributo para o enriquecimento intelectual dos cidadãos, este tem de ser financiado por mecenato e/ou apoio público.</p> <p>Noutros sectores menos marcados por um desfasamento tão saliente entre os custos e a produtividade, a intervenção pública é necessária para assegurar diversidade de oferta, pois o sector privado apenas produz bens e serviços cujo sucesso está praticamente assegurado, não se preocupando com a riqueza e variedade de oferta.</p>
Acesso a cultura = educação	<p>A cultura tem um valor educacional complexo, no sentido em que o acesso e a participação na cultura actuam como <i>mind-opener</i>. A diversidade cultural actua como incentivo para descobrir outras realidades e perspectivas e encoraja a tolerância.</p> <p>Adicionalmente, a educação em artes proporciona aptidões que são “transferíveis” para outros sectores, como sejam a abertura social, a capacidade de ouvir outros, o espírito de grupo e de cooperação, a capacidade de concentração e de imaginação.</p>
Sector cultural forte = porta estandarte para valores nacionais e Europeus	<p>A cultura funciona como um embaixador de promoção de valores de tolerância, democracia, liberdade de expressão e interacção. Numa perspectiva mais interactiva, a cultura é um precioso instrumento de apoio inter-cultural e de diálogo dentro da Europa, assim como entre a Europa e o resto do mundo.</p>
Participação no acesso a um sector cultural diverso = reforço da identidade e do sentido de pertença	<p>A cultura ajuda a promover a construção de uma identidade a nível local, nacional e europeu, numa perspectiva de bom senso e tolerância.</p>
Participação e acesso para todos = coesão social	<p>Através do apoio a uma diversidade de línguas e comunidades locais, a cultura ajuda à integração de diferentes segmentos da população, reforçando a coesão social e a inclusão.</p>
Geração de externalidades positivas = legitimação da intervenção pública em nome do interesse público	<p>As actividades culturais geram externalidades positivas, porque da oferta e consumo do bem beneficia a totalidade da comunidade. Economicamente, beneficiam sectores como o turismo e os transportes⁷.</p>
Acréscimo na rendibilidade do investimento = intervenção pública legitimada com base no progresso económico esperado	<p>As actividades culturais contribuem para bons registos da produtividade, tornando-se um factor de progresso económico, em linha com os factores trabalho, capital, tecnologia e empreendedorismo.</p> <p>Neste contexto, o apoio público à cultura (tal como o apoio público à educação) é justificado pelo seu contributo para a melhoria do crescimento económico, podendo ser visto como um investimento estratégico.</p>

Fonte: Adaptado de EU (2006: 122-123).

⁷ Um dos casos mais paradigmáticos é o do museu de Guggenheim em Bilbao, que modificou e reforçou a imagem e identidade da cidade e, simultaneamente, proporcionou o surgimento de actividades económicas relacionadas com o turismo e um desenvolvimento sustentado da cidade.



e das infra-estruturas culturais relevantes para o desenvolvimento socio-económico e para a atractividade das regiões e o apoio a actividades culturais que possam promover a criação de serviços com valor acrescentado (Ministério da Cultura, 2000). A nível da implementação, o POC privilegiou as novas formas de cooperação (parcerias entre diversas entidades) capazes de fomentar a criação de redes de programação e a promoção de acções integradas de valorização do território.

Na avaliação intercalar do POC (Mateus e GEOIDEIA, 2003), ressaltam duas indicações essenciais para o caminho a percorrer no futuro: (1) dar crescente importância ao acesso à cultura através das novas tecnologias de informação; e (2) desenvolver o potencial proporcionado pelo trabalho em parceria e pela criação de circuitos de programação cultural em rede.

Posteriormente, no estudo de actualização da avaliação intercalar do POC (Mateus e GEOIDEIA, 2005), realçam-se os resultados alcançados no âmbito do POC 2000-2006, considerando que são suficientemente significativos para justificar a continuação do percurso de valorização do desenvolvimento cultural como campo de aplicação dos fundos estruturais. Adicionalmente, é reforçada a relevância que, num mundo crescentemente globalizado, o sector cultural tem enquanto actividade humana, social e económica geradora de emprego e riqueza, sendo o seu desenvolvimento indispensável para a competitividade, emprego e coesão social, no quadro da Estratégia de Lisboa renovada.

Na linha do concluído nas avaliações referidas, em Santos *et al.* (2005), após realização de um diagnóstico sobre o sector da cultura em Portugal, são apontadas algumas orientações para a formulação das políticas públicas culturais, relevando-se como indispensável o recurso a parcerias e redes, para aproximar os

agentes e rentabilizar as acções culturais e como vantajosa a sua aplicação territorial numa lógica integrada, concretizando-se através de instrumentos como as redes de equipamentos e programação ou as geminações de cidades, com preponderância nas cidades médias.

Em Portugal não abundam exemplos de Redes Culturais sendo, porventura, as mais conhecidas as Redes de Teatros, de Leitura Pública, de Museus e de Arquivos, lançadas pelo Ministério da Cultura, à escala nacional, que mobilizaram uma significativa despesa do Estado nos últimos 18 anos (Lima, 2005). Num âmbito mais regional e local, surgem as chamadas Redes de Programação Cultural, sendo a COMUM – Rede Cultural um dos poucos casos, a par da ARTemRede (criada por um conjunto de 16 autarquias da Região de Lisboa e Vale do Tejo) e a SEM REDE – Rede Nacional de Programação de Novo Circo (envolvendo um conjunto vasto de teatros municipais e outros, associações e centros culturais).

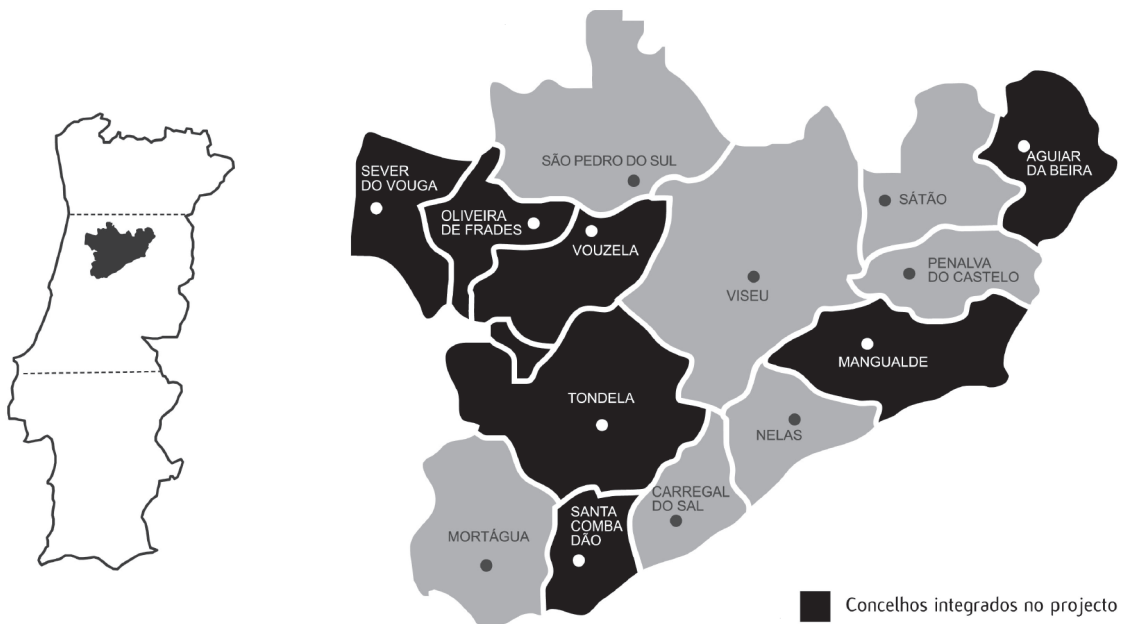
3. A COMUM – REDE CULTURAL

A Rede COMUM foi uma parceria cultural que funcionou no período entre Maio de 2004 e Abril de 2006, promovida pela Associação Cultural e Recreativa de Tondela (ACERT) e pelo Cine Clube de Viseu (CCV) e integrando, como parceiros, sete municípios da região Centro, destacados na Figura 1.

3.1 RECOLHA DA INFORMAÇÃO

A exemplo do sucedido noutros estudos sobre actividades culturais, em especial festivais, a análise dos impactes económicos e sociais da COMUM baseia-se, sobretudo, no tratamento de informação documental e de outra recolhida por inquirição, seguindo várias fases e diferentes técnicas.

FIGURA 1
Área geográfica da COMUM



Fonte: ACERT/CCV.

No caso em apreço, numa primeira fase, foi feita uma recolha de documentação geral sobre a Rede, para compreensão das suas características e história. Além disso, foi feita uma entrevista circunstanciada, com base em guião de perguntas abertas, aos seus responsáveis, a qual permitiu, de viva voz, a obtenção de informação essencial sobre as origens, grandes objectivos, públicos-alvo, estrutura organizativa, programação, relações com a região, importância percebida da Rede em diferentes dimensões e perspectivas quanto à sua sustentabilidade. Posteriormente, foi também realizada uma entrevista ao técnico da entidade pública (Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro) que financiou e acompanhou o Projecto, com o objectivo de conhecer as suas percepções sobre a trajectória do mesmo, assim como sobre os seus pontos fracos e fortes, dificuldades, continuidade futura e preocupações principais em matéria de avaliação.

A realização do historial das actividades da COMUM foi facilitada por estas entrevistas e continuada com a análise da documentação disponibilizada, nomeadamente o dossier de candidatura ao Programa Operacional, as Agendas Mensais, os relatórios, recortes de imprensa e outro material fornecido.

A caracterização dos equipamentos culturais concelhos afectos ao Projecto foi feita com base em informação recolhida por inquirição junto das autarquias, tendo em conta variáveis como: tipo e características dos edifícios; localização, acesso, estacionamento e horário de funcionamento; valências e equipamentos técnicos; recursos humanos envolvidos; e programação realizada. A informação sobre as acções realizadas, os espectadores e o preço das entradas nos espectáculos foi extraída dos chamados “mapas de controlo de programação”, que nos foram facultados pelos promotores do Projecto (ACERT/CCV).

Tendo em vista a elaboração de um balanço prospetivo desta iniciativa, foi realizada uma sessão do tipo *Focus Group* (Butler *et al.*, 1994), que teve lugar na ACERT. Estiveram presentes, para além dos responsáveis e da equipa técnica do Projecto, representantes de seis municípios parceiros. A sessão foi conduzida pela equipa da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, que confrontou os presentes com um conjunto de cinco questões, relativas aos seguintes aspectos centrais do estudo: (1) motivações e expectativas no momento da adesão à Rede; (2) modelo de gestão e funcionamento da Rede; (3) mais valias da COMUM; (4) continuidade e sustentabilidade; e (5) análise global do Projecto (matriz de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças).

3.2 DINÂMICAS CULTURAIS E IMPACTES SOCIO-ECONÓMICOS

Inerente à concepção e execução do projecto esteve uma visão estratégica supra municipal de promoção socio-cultural, e um esforço conjunto de valorização de espaços e de formas de aprendizagem. Para a concretização da Rede foi essencial a vontade dos sete municípios em implantarem um programa cultural conjunto, capaz de valorizar os espaços culturais existentes. Dito de outra forma, subjacente ao projecto esteve um pensamento estratégico delineado a partir da análise dos espaços culturais disponíveis, da programação cultural oferecida e dos públicos potenciais (ACERT/CCV, 2004a).

Relativamente aos espaços, foram detectados os seguintes traços comuns:

- A transversalidade dos seus objectivos e a pouca especificidade dos seus campos de actividade;

- A dissociação entre o plano de desenvolvimento das infra-estruturas físicas e um plano de programação ou um conjunto estruturado de actividades;
- As deficiências nos equipamentos técnicos essenciais para o desenvolvimento de actividade cultural;
- A falta de equipas de gestão e produção cultural; e
- A não coordenação entre espaços culturais idênticos em locais próximos.

Apesar do forte investimento em espaços culturais, sobretudo na década de 90 do Séc. XX, na quase totalidade da responsabilidade das autarquias, por não ser o *core business* destas instituições, a oferta cultural é pouco consistente e desenquadrada de objectivos de médio e longo prazo, fundamentados na cultura e nas sociedades locais e globais. Adicionalmente, “...temos as questões que se prendem com as carências de distribuição artística que todos os agentes denunciam, sejam elas musicais, audiovisuais, teatrais ou de divulgação de pensamento, exposições, novos criadores, etc” (ACERT/CCV, 2004a: 5).

Os concelhos envolvidos na Rede têm uma população residente de cerca de 100.000 habitantes. Além desta, foi também considerada a potencial capacidade de atracção das populações dos concelhos vizinhos. Conforme se refere em ACERT/CCV (2004a: 5), “... uma das mais valias que o recente investimento em auditórios municipais pode proporcionar será precisamente o acolhimento de eventos culturais que raras vezes conseguem fazer um circuito razoável de exposição ao público”. No mesmo documento é

referido que a solução para os problemas detectados passa pela mudança de filosofia de gestão dos espaços culturais por parte das autarquias e pela implantação de uma rede de relações entre as autarquias e os criadores, integrando-se a COMUM neste conceito, com os objectivos constantes do Quadro 2.

Em concreto, a COMUM estabeleceu como missão a criação de uma rede de programação e apoio à produção cultural, integradora dos espaços culturais das autarquias promotoras, tendo em

vista a circulação de eventos culturais e artísticos na região, rentabilizando as infra-estruturas existentes e divulgando a cultura regional, nacional e internacional. Para atingir a missão proposta, a gestão administrativa⁸ e programática foi partilhada entre a ACERT e o CCV, através da designação de um responsável de cada uma das associações, que funcionaram como coordenadores/representantes do projecto, sendo criada uma equipa com competências bem definidas (Quadro 3).

QUADRO 2
Objectivos da COMUM

Objectivos
Promover a identidade cultural regional;
Criar uma rede de programação cultural assente em sete municípios;
Beneficiar de condições económicas vantajosas na programação dos eventos culturais em circuito itinerante;
Programar eventos culturais nas várias artes (teatro, cinema, música, dança, exposições, ateliers pedagógicos e conferências);
Valorizar os espaços económicos culturais dos concelhos;
Apoiar a criação pelos agentes locais e a circulação dos seus trabalhos pelos espaços da Rede;
Criar condições para a edição de uma agenda cultural, página na Internet, anúncios de imprensa e divulgação geral comuns aos municípios promotores da Rede Cultural; e
Implementar e avaliar um modelo de gestão de espaços culturais.

Fonte: ACERT/CCV (2004a: 6).

QUADRO 3
Cargos e funções da equipa afecta ao Projecto

Cargos	Funções
Coordenação geral	Dois responsáveis pela coordenação executiva e artística do projecto, reportando às direcções da ACERT e do CCV. Organização das reuniões da Comissão de Acompanhamento e Programação. Coordenação da avaliação contínua, controlo financeiro, marketing e comunicação da Rede
Produção	Coordenação das apresentações de espectáculos, digressões, e apoio aos artistas. Gestão dos contactos a nível autárquico, artístico, organização e manutenção de base de dados. Gestão dos dados de público e eventos e organização das actividades pedagógicas do projecto. Recolha de informações para os suportes de comunicação
Técnicos de palco	Acompanhamento técnico da montagem das acções em todos os espaços. Responsabilidade pela utilização e rentabilização da bolsa de equipamento e manutenção de equipamentos
Secretariado	Secretariado e apoio à equipa técnica

Fonte: ACERT/CCV (2004b).

⁸ De acordo com o protocolo de parceria assinado em 22 de Março de 2004 (ACERT/CCV, 2004c), a gestão financeira do projecto foi assumida pela ACERT.

Em resumo, com a COMUM pretendeu-se, sobretudo, criar uma dinâmica de produção e de consumo cultural apoiada no aproveitamento dos recursos disponíveis, beneficiando do aproveitamento de economias de escala e de gama, com uma utilização mais eficaz e eficiente das infra-estruturas culturais municipais existentes. Nos quadros seguintes procede-se a uma caracterização das mesmas, assim como dos recursos humanos que lhes estão afectos, com base nos resultados dos inquéritos respondidos pelas sete autarquias.

Com excepção da infra-estrutura de Oliveira de Frades, os espaços culturais têm, em termos arquitectónicos, características modernas (Quadro 4), sendo relativamente recentes (não mais do que uma década). A sua lotação média é de 344 lugares, variando entre um mínimo de 188, em Mangualde, e um máximo de 892 em Tondela.

No Quadro 5 visualiza-se a localização dos espaços culturais afectos ao Projecto, bem como a facilidade/dificuldade de acesso e estacionamento e o horário de

QUADRO 4

Tipo e características físicas das infra-estruturas culturais por concelho

Concelho	Tipo de edifício	Ano de const/recons	Características	Área (m ²)	Lotação (nº lug.)
Aguiar da Beira	Centro Cultural	2001	Moderno	1 200	209
Mangualde	Auditório da Biblioteca	1991	Moderno	2 875	188
Oliveira de Frades	Cine-Teatro	1983	Antigo	1 160	328
Santa Comba Dão	Casa da Cultura	2001	Moderno	n.d.	276
Sever do Vouga	Centro de Artes	2002	Moderno	n.d.	321
Tondela	Novo Ciclo ACERT	1996	Moderno/Antigo	n.d.	892*
Vouzela	Cine-Teatro	1997	Moderno	524	195

Fonte: Inquérito às autarquias.

* Lotação correspondente a três salas, com 276, 116 e 500 lugares.

QUADRO 5

Localização, acesso/estacionamento e funcionamento por concelho

	Agb	Mng	Ofr	Scd	Svv	Tnd	Vzl
Localização							
Centro							
Periferia							
Área de dinâmica comercial							
Próximo de estabelecim. ensino							
Acesso							
Fácil							
Regular							
Difícil							
Estacionamento							
Fácil							
Regular							
Difícil							
Horário de Funcionamento (2005)							
Só à noite							
Todo o dia							
Tarde e noite							
Outro*							

Fonte: Inquérito às autarquias.

Agb: Aguiar da Beira; Mng: Mangualde; Ofr: Oliveira de Frades; Scd: Santa Comba Dão; Svv: Sever do Vouga; Tnd: Tondela; Vzl: Vouzela.

* Em Mng e Svv os edifícios abrem ainda à noite, mediante o programa; em Vzl só aos fins-de-semana.

atendimento. A maior parte dos equipamentos culturais localiza-se no centro da sede dos concelhos, estando numa área de dinâmica comercial e na proximidade de estabelecimentos de ensino. Em termos das condições de acesso e de estacionamento, verifica-se que, na maioria dos municípios, este se processa de forma fácil ou regular (apenas em Santa Comba Dão e Sever do Vouga há dificuldades a este nível). Quanto ao horário de funcionamento, por norma, os edifícios estão abertos todo o dia, mas no caso de Aguiar da Beira e Oliveira de Frades apenas abrem à noite e em Vouzela aos fins-de-semana.

Face à predominância da localização dos equipamentos culturais no lugar central das cidades e vilas, às facilidades de acesso e à lotação, a implementação de uma programação permanente pode proporcionar um forte impulso (externalidade positiva ou efeitos de *spillover*) para a animação económica destas mesmas áreas urbanas, esbatendo, de algum modo, os efeitos perniciosos do seu declínio populacional.

A distribuição das valências e dos equipamentos técnicos de apoio das infra-estruturas culturais por concelho é apresentada no Quadro 6. Em termos gerais, os espaços utilizados detêm as valências e equipamentos técnicos de apoio necessários para a ocorrência dos eventos culturais, destacando-se, contudo, o Novo Ciclo ACERT de Tondela, que é a infra-estrutura melhor equipada.

Para além das instalações e equipamentos próprios dos municípios envolvidos, a Rede contemplou uma “bolsa de equipamento de luz e som” para utilização nos espaços usados, evitando o recurso ao aluguer. A disponibilidade deste equipamento permitiu a realização de eventos em locais alternativos, como escolas, igrejas ou ao ar livre, em parques, largos e praças.

QUADRO 6
Valências e equipamentos técnicos de apoio por concelho

	Agb	Mng	Ofr	Scd	Svv	Tnd	Vzl
Valências							
Bar							
Restaurante							
Café-concerto							
Sala de reuniões							
Sala de exposições							
Sala de espectáculos							
Sala de ensaios							
Camarins							
Biblioteca							
Outras*							
Equipamentos Técnicos de Apoio							
Luz							
Som							
Vídeo/cinema							
Outros**							

Fonte: Inquérito às autarquias.

Agb: Aguiar da Beira; Mng: Mangualde; Ofr: Oliveira de Frades; Scd: Santa Comba Dão; Svv: Sever do Vouga; Tnd: Tondela; Vzl: Vouzela.

* Em Tnd: estúdio de som/vídeo, laboratório de fotografia, oficinas, pátio interior e jardim.

**Em Agb: um vídeo projector; em Tnd: todo o tipo de equipamentos básicos p/realizar espectáculos.

No que respeita aos recursos humanos afectos aos equipamentos culturais, o Quadro 7 evidencia as diferenças, em termos de número e função, ao nível dos concelhos. Existe um responsável pela gestão do equipamento na maioria dos concelhos; as excepções são Santa Comba Dão e Sever do Vouga. No caso de Oliveira de Frades, é este a única pessoa afectada ao equipamento cultural. Tondela (24), Mangualde (12), Santa Comba Dão (10) e Vouzela (10) são os municípios que apresentam um maior número de funcionários afectos à infra-estrutura. O Novo Ciclo ACERT de Tondela é também o que exhibe a estrutura mais diversificada, em termos de funções.

A nível da oferta, ao longo dos dois anos de actividade da Rede (Maio de 2004-Abril de 2006), foi prevista a realização de 224 eventos, alguns com várias

sessões, num total de 381 acções: 99 em 2004, 214 em 2005 e 68 em 2006. Tomando em conta os 24 meses de programação, tal traduz uma média a rondar as 16 acções por mês.

A programação envolveu um conjunto diversificado de áreas artísticas, como oficinas pedagógicas, cinema, conferências, música, dança, exposições, e teatro, oferecidas com carácter de alguma regularidade ao longo do ano.

No Quadro 8 é possível observar a distribuição das 378 acções efectivamente promovidas pela COMUM⁹ pelos sete municípios parceiros por área artística.

QUADRO 7
Recursos humanos afectos aos equipamentos culturais por concelho

Concelho	Recursos Humanos	
	Nº	Função
Aguiar da Beira	1	Responsável pela gestão do equipamento
	1	Apoio técnico
Mangualde	1	Responsável pela gestão do equipamento
	7	Técnicos profissionais de biblioteca e documentação
	3	Auxiliares administrativos
	1	Telefonista
Oliveira de Frades	1	Responsável pela gestão do equipamento
Santa Comba Dão	1	Atendimento ao público
	2	Técnico de luz/som/atendimento ao público
	3	Apoio logístico/técnico de projecção
	4	Apoio logístico/atendimento ao público
Sever do Vouga	1	Programador cultural
	1	Auxiliar de serviços gerais
Tondela	1	Responsável pela gestão do equipamento
	5	Directores a tempo inteiro (d direcção executiva)
	3	Administrativos
	4	Técnicos
	1	Projeccionista
	1	Carpinteiro
	2	Funcionários da limpeza
	2	Produtores
	5	Actores
Vouzela	1	Responsável pela gestão do equipamento
	1	Projeccionista
	1	Auxiliar de serviços Gerais
	7	Apoio ao bengaleiro/bilheteira/plateia e porta

Fonte: Inquérito às autarquias.

⁹ Das 381 acções programadas, foram cancelados dois espectáculos em 2004 e um em 2005.

Relativamente ao peso das acções realizadas, destacam-se os concelhos de Vouzela, que contabiliza 18% do total, de Aguiar da Beira e Mangualde, ambos com 16%. Seguem-se os municípios de Tondela (15%), Sever do Vouga (13%), Santa Comba Dão (11%) e Oliveira de Frades (11%).

As oficinas pedagógicas apresentam um maior peso relativo (31%), o que denota uma forte preocupação com as actividades educativas e é coerente com a vontade de formação e sensibilização de novos públicos para a cultura. O teatro (16%), o cinema (15%) e a música (15%) têm uma importância intermédia, sendo seguidos pela dança (12%) e pelas exposições (10%). A realização de apenas duas conferências denota que esta área tem uma expressão muito reduzida (0,5%) no conjunto de eventos promovidos pela COMUM.

Conjugando a repartição por concelhos com as áreas artísticas, chega-se a idêntica conclusão, isto é, as oficinas pedagógicas, o teatro, e a música são as áreas mais frequentes na programação de cada concelho, embora não pela mesma ordem de importância. É de salientar, mais uma vez, o destaque das actividades pedagógicas no total da programação concelhia, com um peso que varia entre um mínimo de 24% em Mangualde e 44% em Tondela. Tal facto revela que o objectivo de estruturar uma oferta cultural dirigida às escolas de cada concelho foi prosseguido, efectivamente, no âmbito da COMUM.

Ao nível da procura, ao longo do período em análise, estima-se que tenham participado nas actividades culturais 38.776 pessoas, o que traduz uma média de cerca de 103 espectadores por acção. No Quadro 9 é possível observar a distribuição do número de espectadores em cada concelho, por área artística.

QUADRO 8

Distribuição das acções por área artística e por concelho

Concelho	Of.Pedag.	Cinema	Confer.	Dança	Expos.	Música	Teatro	Total
Aguiar da Beira	22	5	1	12	7	7	8	62
Mangualde	14	16	0	6	7	7	9	59
Oliveira de Frades	12	11	0	0	3	6	8	40
Santa Comba Dão	15	2	0	2	5	6	12	42
Sever do Vouga	14	7	0	7	5	11	7	51
Tondela	24	5	1	0	8	10	7	55
Vouzela	17	11	0	20	1	10	10	69
Total	118	57	2	47	36	57	61	378

Fonte: ACERT/CCV.

QUADRO 9

Distribuição dos espectadores por área artística e por concelho

Concelho	Of.Pedag.	Cinema	Confer.	Dança	Expos.	Música	Teatro	Total
Aguiar da Beira	1089	269	45	274	537	493	633	3340
Mangualde	972	915	0	120	903	940	1407	5257
Oliveira de Frades	452	650	0	0	1011	930	1069	4112
Santa Comba Dão	736	119	0	30	950	2366	1127	5328
Sever do Vouga	1137	575	0	134	1097	1891	1523	6357
Tondela	1484	582	45	0	1564	5672	1301	10648
Vouzela	1123	315	0	450	150	661	1035	3734
Total	6993	3425	90	1008	6212	12953	8095	38776

Fonte: ACERT/CCV.

É em Tondela que se verifica uma maior participação: assistiram às 55 actividades aí realizadas mais de 10,6 mil pessoas (27% do total). Em termos de ordem de importância, seguem-lhe os concelhos de Sever do Vouga (16%), Santa Comba Dão e Mangualde (ambos com 14%). É nos concelhos de Oliveira de Frades (11%), Vouzela (10%) e Aguiar da Beira (9%) que se regista uma menor afluência do público. É de realçar o caso de Vouzela, o qual, apesar de contabilizar o maior número de acções (69), apenas atraiu cerca de 10% do total de espectadores.

A área artística que abrange o maior número de participantes é a música (33% do total), seguida pelo teatro (21%). Com um peso intermédio, aparecem as oficinas pedagógicas (18%), as exposições (16%) e o cinema (9%). As outras duas áreas (dança e conferências) têm uma importância bastante inferior, não ultrapassando, em conjunto, 3% do número total de espectadores.

Da análise conjunta do público por concelho com as áreas artísticas, é possível concluir que, em geral, face ao número total de espectadores por concelho, as áreas que registam maior participação em todos

eles são as oficinas pedagógicas, a música e o teatro, embora assumindo diferentes posições em termos de ordem de relevância em cada um.

Ao nível da participação em actividades culturais, uma questão que se pode colocar é se o preço das entradas constitui uma barreira à afluência do público. O Quadro 10 foi construído com a preocupação de encontrar uma resposta para esta dúvida¹⁰. A leitura do mesmo revela que o factor preço não é determinante no acesso aos eventos promovidos pela COMUM, se atendermos a que 94% das entradas são gratuitas. Os 2.048 bilhetes pagos, repartem-se pelas áreas do teatro (64%), da música (26%) e do cinema (10%).

Sendo assim, em relação à forma de financiamento das actividades, a exemplo do que sucede com certa frequência nas artes do espectáculo, o financiamento público, isto é, a entrada livre, tem um peso significativo. Esta estratégia é a adequada se o objectivo for a “democratização” da cultura, através da captação de grupos sociais de baixo rendimento e sensíveis ao preço.

QUADRO 10
Distribuição dos bilhetes, pagos e gratuitos, por área artística

Área artística	Pagos	Gratuitos	Total
Oficinas Pedagógicas	0	4 637	4 637
Cinema	197	3 034	3 231
Conferências	0	45	45
Dança	0	888	888
Exposição	0	6 000	6 000
Música	536	11 143	11 679
Teatro	1 315	6 250	7 565
Total	2 048	31 997	34 045

Fonte: ACERT/CCV.

¹⁰ É de salientar que, apesar de serem respeitantes a uma larga maioria dos eventos, que envolveram cerca de 88% do total de espectadores, os números não dizem respeito à sua totalidade, porque para alguns deles não se dispunha de informação relativa à repartição entre bilhetes pagos e gratuitos.

Em termos de balanço prospectivo, da sessão *Focus Group* pôde extrair-se que as motivações e expectativas dos diferentes parceiros se aproximam, existindo pequenas variações. São de realçar as diferenças entre os promotores (ACERT e CCV), a Câmara Municipal de Tondela e as restantes. No caso de Tondela, o envolvimento na Rede COMUM visava, fundamentalmente, dar um salto qualitativo, já que no concelho, através da ACERT, está satisfeita a programação e a ocupação dos grandes espaços culturais, assim como garantido um trabalho permanente de articulação e parceria com o município.

Assim, a participação na Rede teve em vista, sobretudo, enfrentar os seguintes novos desafios: (1) a diferenciação de públicos, atendendo às diferentes áreas de programação; (2) a maior acessibilidade a bens culturais e à descentralização, tendo em vista a proximidade de outros centros urbanos; (3) a valorização dos serviços educativos; e (4) a promoção de um projecto integrado, gerador de coesão social e cultural à escala regional.

Em relação aos restantes municípios, é de destacar a importância de assegurar a programação e rentabilização de espaços culturais recentemente construídos ou requalificados, assim como de outros já existentes. Contudo, as motivações são mais diversificadas e podem organizar-se nos seguintes nove pontos: (1) abraçar uma ideia inovadora e com elevado potencial; (2) trabalhar em rede, abrir o concelho e integrá-lo numa estratégia e num projecto cultural com dimensão; (3) rentabilizar espaços culturais; (4) assegurar programação regular e permanente; (5) oferecer espectáculos diversos e com qualidade; (6) fomentar a produção cultural concelhia; (7) valorizar e divulgar o trabalho de Associações e Colectividades locais; (8) formar e sensibilizar públicos (escolar e geral); e (9) divulgar o concelho.

A aposta no desenvolvimento regional constituiu, sem dúvida, um elemento forte do projecto. Efectivamente, como referiu um elemento da equipa de animação da Rede, o seu envolvimento assentou na convicção de que *“A programação cultural a desenvolver não seria apenas baseada em critérios artísticos, mas também com vista ao crescimento da região, dos agentes locais, criando novas dinâmicas sociais, provocando maior interacção entre associações e outros agentes, intensificando e agilizando a comunicação entre autarquias, investindo em actividades culturais/artísticas dirigidas a público escolar e em formação para público geral, potenciando o crescimento de um público mais exigente”*.

Uma análise mais fina das mais valias identificadas pelos parceiros revela as múltiplas facetas da dinâmica e dos resultados da Rede, sendo de referir:

- A dinamização do tecido associativo concelhio e a geração de procura cultural e formativa e de iniciativas concretas: *“O trabalho com as associações permitiu criar mais interesse pelas actividades culturais, dinamizou grupos de teatro, que estão a ensaiar peças novas”*; *“Surgiu um grupo de teatro em Aguiar da Beira”*;
- A formação de públicos através dos ateliers pedagógicos nas escolas: *“A formação dos mais pequenos, o público do futuro, foi muito bom!”*; *“Conseguimos formar públicos ao nível da escola”*;
- O envolvimento de públicos diversos através da programação pluridisciplinar: *“Chamou diferentes públicos, tocou diferentes sensibilidades”*; *“Conseguiu-se adequar a diversidade da oferta a diferentes tipos de público”*;
- A dinamização económica pelo fluxo de artistas e outros intervenientes no projecto: *“Os grupos que vieram de fora são uma mais valia para o concelho, criaram-se algumas sinergias económicas”*.

Não menos importante que tudo isto é o orgulho de receber artistas e bons espectáculos e o reforço de auto-estima resultante dos concelhos terem ganho atenção e visibilidade através da acção cultural: *“Tivemos uma estreia nacional em Aguiar da Beira”; “Ficámos a ganhar com o facto de podermos usufruir de bons espectáculos”; “No final de todos os espectáculos, o público adorou e passou a palavra, perguntavam quando era o próximo”; “Em Sever do Vouga estivemos 20 anos sem ter uma sala de espectáculos. Os artistas também gostaram de ir a Sever do Vouga”.*

Na lógica da ACERT, um dos objectivos era, precisamente, *“criar auto-estima nas pessoas e nos territórios e devolver às pessoas o gosto de viver no sítio onde estão. Fazer ver que a cultura é um instrumento de fixação das pessoas e de desenvolvimento territorial”.* Esta auto-estima, por sua vez, acabou por se reflectir na própria ACERT, através da observação dos resultados positivos das actividades: *“Fazer um espectáculo com 300 ou 400 pessoas ao ar livre e ver o gosto do público, abrir uma classe de dança em Aguiar da Beira e termos de recusar pessoas, ...”.*

No seu conjunto, na lógica de promotores e parceiros, a Rede criou dinamismo cultural e ofereceu qualidade, gerou participação acrescida de vários actores locais, criou até expectativas exteriores elevadas entre criadores, responsáveis políticos e autarcas vizinhos. Como sublinhou o autarca de Tondela: *“Isto não foi uma mera agência de contratação de espectáculos. Conseguiu-se a construção de um novo tipo de cultura”.* Mas as frustrações também emergiram na apreciação dos organizadores, nomeadamente a dificuldade em fidelizar públicos, a fraca adesão a determinado tipo de espectáculos e a incapacidade de gerar mais valias económicas pela ausência de oferta hoteleira.

Relativamente à continuação da Rede, existe o desejo de continuar, mas são muitas as dúvidas quanto à sustentabilidade financeira do projecto. Promotores e parceiros são concordantes na análise e manifestam a ideia de que *“é um erro parar”* e de que são precisas estratégias claras para a próxima fase. No entanto, todos agitaram a questão financeira, em particular tendo em conta o montante dos custos necessários para garantir a qualidade, a situação financeira problemática das autarquias e a perspectiva de pouco ou nenhum apoio por parte do Estado. Por outro lado, é reconhecido que ACERT e CCV, estruturas base de dinamização das actividades, não podem avançar com recursos próprios, nem estar dependentes de pagamentos com atraso.

4. CONCLUSÕES

Na linha do relevado pela economia da cultura, também os resultados da análise feita à Rede Cultural COMUM são claros quanto à dificuldade de quantificação dos efeitos directos sobre a economia do território, sendo os impactes essencialmente sentidos ao nível do bem estar social e intergeracional e de efeitos de *spillover*. Não restam dúvidas de que se esteve na presença de um processo dinâmico de produção e consumo cultural apoiado por agentes locais e valorizador dos recursos disponíveis, em particular das infra-estruturas municipais.

A Rede aumentou a utilização das infra-estruturas culturais (edifícios, equipamentos, etc.) disponíveis nos vários concelhos, permitindo, assim, beneficiar de economias de escala, de gama e de aprendizagem. À excepção de Tondela, as infra-estruturas culturais são públicas, isto é, são de iniciativa e propriedade das autarquias e geridas de forma não profissional, em coerência com a dimensão das mesmas, os públicos

alvo e a forma de financiamento. Neste contexto, a participação no projecto constituiu também um meio de aprendizagem para os “gestores” culturais das diferentes autarquias, passando pela concepção e programação de eventos culturais, divulgação, acompanhamento e avaliação.

Os eventos distribuíram-se, de forma relativamente equilibrada, entre os sete municípios envolvidos. Conjugando a repartição dos eventos por concelhos com as áreas artísticas, pode inferir-se de que a COMUM teve um papel positivo para o reforço da identidade e história colectiva da região, da formação cultural individual, da sociabilidade e, muito importante, da formação de novos públicos, dentro de uma óptica de transferência de benefícios inter-geracionais.

A experiência da COMUM constituiu uma oportunidade de testar um modelo de gestão e funcionamento, com um balanço positivo e as expectativas globalmente satisfeitas. Mas algumas falhas emergiram. Desde logo, ao nível da parceria, dominou a relação dos promotores com cada um dos parceiros (isto é, a ligação vertical), e foram menores as articulações entre os municípios e entre estes e as instituições culturais de âmbito local (ou seja, as conexões horizontais). Assim, um futuro com mais solidez e coesão exige a reconfiguração da Rede, privilegiando múltiplas relações entre o núcleo central de parceiros e a construção de extensões, ao nível de cada município.

Por outro lado, a continuidade da COMUM é vista como problemática na óptica financeira, tendo em vista as exigências de um projecto com qualidade, a situação financeira das autarquias e a perspectiva de pouco ou nenhum apoio por parte do Estado central. Contudo, a exemplo do que sucede noutras actividades culturais, os encargos inerentes a este projecto devem ser assumidos como um investimento em capital humano, de que beneficia a totalidade da sociedade, logo, justificando o financiamento público.

Esta lógica, se coerentemente assumida pelo Estado e pelas autarquias, poderá originar políticas valorizadoras da dimensão cultural do desenvolvimento, que garantam os investimentos necessários ao trabalho em rede. Na linha do defendido por Escaleira (2001), no estágio actual de desenvolvimento das artes do espectáculo em Portugal, é importante o aproveitamento de economias de escala, através de Redes Culturais alargadas como a COMUM, impulsionando a itinerância cultural. A implementação de redes de itinerância permite que as autarquias contribuam de forma economicamente eficiente para a formação do gosto de populações com pouco acesso à fruição cultural, combinando qualidade e quantidade, sob a influência das políticas públicas.

A implementação e sucesso de Redes Culturais implicam, naturalmente, a existência de uma malha consistente de agentes públicos e culturais capazes de fomentarem e sustentarem o funcionamento da rede, situação difícil de ocorrer em territórios de baixa densidade populacional, onde o problema do financiamento surge logo à cabeça, como se deduziu deste trabalho. Neste contexto, a apreciação da viabilidade deste tipo de instrumentos culturais deve ter em mente dimensões relacionadas com: (a) a educação e formação dos *players* do território, constituindo um capital cultural, através de uma rede de organizações, mais ou menos, formais (e.g., escolas, grupos culturais, colectividades locais) e da formação de públicos; (b) o fomento da criatividade local e o estabelecimento de uma apropriada rede de distribuição capaz de servir diferentes públicos do território; e (c) uma clara definição de direitos de propriedade, em todo o processo organizativo e financeiro.

BIBLIOGRAFIA

- ACERT/CCV (2004a), COMUM – Rede Cultural, Press Book 2003, Tondela, ACERT/CCV.
- ACERT/CCV (2004b), COMUM – Rede Cultural. Candidatura à Medida 1.5 do Programa Operacional da Região Centro, Tondela, ACERT/CCV.
- ACERT/CCV (2004c), Protocolo de Parceria do Projecto COMUM – Rede Cultural, Tondela, ACERT/CCV.
- Baumol, W. e E. G. Bowen (1966), *Performing Arts - The Economic Dilemma: Commom to Theater, Opera, Music, and Dance*, Cambridge, MIT Press.
- Benhamou, Françoise (1996), *L’Economie de la Culture*, Paris, Éditions La Découverte (1ª edição).
- Butler L., N. Liggett, D. Havens, W. C. Anderson e L. K. Stark (1994), *Building Partnerships Through a Focus Group Process*, Washington State University, Pullman.
- Coase, Ronald H. (1988), *The Firm, the Market, and the Law*, Chicago, University of Chicago Press.
- Comissão das Comunidades Europeias (2007), *Comunicação sobre uma agenda europeia para a cultura num mundo globalizado*, Bruxelas, SEC(2007) 570, Comissão das Comunidades Europeias.
- Cristóvão, Artur (Coordenação), J. Rebelo, A. Baptista, L. Correia, A. P. Rodrigues (2007), *Uma rede para o futuro? Estudo de avaliação da COMUM – Rede Cultural*, Vila Real, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, DESG/CETRAD.
- Escaleira, José J. P. (2001), *No Palco, entre o Mercado e o Estado – Reflexões sobre a Economia das Artes do Espectáculo, numa Viagem pela Economia Industrial, na Companhia de Políticas Públicas, Aplicação ao Caso Português*, Tese de Doutoramento em Economia (não publicada), Porto, Faculdade de Economia da Universidade do Porto.
- EU (2006), *The Economy of Culture in Europe*, European Comission, <http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html>.
- Ginsburgh, Victor A. e David Throsby (2006), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 1, North-Holland, Elsevier.
- Lima, Isabel P. de (2005), “As Redes Culturais são um importante instrumento de Coesão Nacional”, in *Criar Cultura*, Newsletter do Programa Operacional da Cultura, nº 7, pp. 3.
- Mateus, Augusto & Associados e GEOIDEIA (2003), *Relatório Final da Avaliação Intercalar do Programa Operacional da Cultura do Quadro Comunitário de Apoio 2000-2006 (QCA III)*, Ministério da Cultura, <<http://poc.min-cultura.pt>>.
- Mateus; Augusto & Associados e GEOIDEIA (2005), *Relatório Final da Actualização da Avaliação Intercalar do Programa Operacional da Cultura*, Ministério da Cultura, <<http://poc.min-cultura.pt>>.
- Ministério da Cultura (2000), *POC – Programa Operacional da Cultura 2000-2006*, Ministério da Cultura, <<http://poc.min-cultura.pt>>.
- O’Hagan, John, W. (1998). *The State and the Arts: An Analysis of Key Economic Policy Issues in Europe and the United States*, Cheltenham, UK, Edward Elgar.
- OECD (2005), *Culture and Local Development*, Paris, OECD Publishing.
- Rushton, M. (2003), “Cultural Diversity and Public Funding of the Arts: A View from Cultural Economics”, in *The Journal of Arts Management, Law and Society*, Vol. 33, nº 2, pp. 85-97.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (2007), “Cultura/Economia – Uma Relação a Revisitar” in *OBS*, nº 15, pp. 3-9.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (Coord.) e outros (2005), *Contribuições para a formulação de políticas públicas no horizonte 2013 relativas ao tema Cultura, Identidades e Património*, Observatório das Actividades Culturais, <<http://www.oac.pt>>.
- Serrano, A., F. Gonçalves e P. Neto (2005), *Cidades e Territórios do Conhecimento: Um Novo Referencial para a Competitividade*, Lisboa, Edições Sílabo.
- Throsby, David (1994), “The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics” in *Journal of Economic Literature*, Vol. 32, nº 1, pp. 1-29.
- Throsby, David (1995), “Culture, Economics and Sustainability” in *Journal of Cultural economics*, nº 19, pp. 199-205.
- Throsby, David (1999), “Cultural Capital” in *Journal of Cultural Economics*, nº 23, pp. 3-12.
- Throsby, David (2001), *Economics and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Towse, Ruth (2003), *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited.



POTENCIAR O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO A PARTIR DE UM PROCESSO DE PLANEAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING: O CASO DE ALMEIDA

Fernando P. Fonseca, - Departamento de Engenharia Civil – Universidade do Minho - E-mail: ffonseka@gmail.com

Rui A.R. Ramos - Departamento de Engenharia Civil – Universidade do Minho - E-mail: rui.ramos@civil.uminho.pt

RESUMO:

Os espaços rurais deparam-se hoje em dia com os desafios resultantes da reestruturação das actividades económicas tradicionais e das imposições ditadas por mercados mais amplos. Estes desafios têm promovido localmente novas políticas de desenvolvimento que valorizam os recursos locais e a diversificação das actividades rurais. Neste contexto, o turismo é considerado, em muitos casos, um sector-chave para a reabilitação económica desses territórios.

Potenciar o desenvolvimento de Almeida através de um processo de planeamento estratégico de marketing foi o objectivo de um caso de estudo efectuado naquele espaço rural periférico português. O turismo surge como um vector estratégico para o desenvolvimento de Almeida, através da fixação de um conjunto de objectivos e de acções que visam rentabilizar os recursos locais. O estudo apresenta um conjunto de acções que pretendem potenciar o desenvolvimento do turismo e superar alguns obstáculos que têm inibido a afirmação desse sector em Almeida.

Palavras-chave: Turismo, planeamento estratégico, marketing territorial, Almeida.

ABSTRACT:

Nowadays the rural regions are fighting against the challenges resulting from the reform of traditional economic activities and new markets characteristics. These challenges promote new local development politics that results in mobilize the local resources and in expand the rural activities. In this context, the tourism is considered, in many cases, a key sector for the economic growth of these territories.

The case study presents a strategic marketing plan to promote the development of Almeida, a Portuguese peripheral rural territory. The tourism was explored as a strategic vector in the development of Almeida, by promoting some local potential resources. The study presents several actions to develop the tourism sector and to break some difficulties that reduce the affirmation of this sector in Almeida.

Keywords: Tourism, strategic planning, territorial marketing, Almeida.

1. INTRODUÇÃO

As tendências regressivas que se detectam em diversos espaços rurais, sobretudo nas áreas periféricas, como no Interior de Portugal, têm suscitado uma preocupação crescente por parte de diversas entidades em busca de acções que contrariem ou, pelo menos, atenuem os efeitos negativos do êxodo rural e do envelhecimento demográfico. Desde os incentivos de âmbito local para a fixação de população jovem ou qualificada, passando pelo reforço de investimentos públicos, pela promoção de planos correctores das assimetrias regionais, até algumas iniciativas comunitárias, há um largo espectro de medidas que procuram solucionar os problemas dos espaços rurais periféricos. Apesar de persistirem traços comuns em muitos deles, as actuais políticas de desenvolvimento sustentam a especificidade de cada caso e a adopção de modelos inovadores, necessários para rentabilizar o potencial endógeno e envolver mais activamente os agentes locais no processo de desenvolvimento. Estes modelos de desenvolvimento “territorialistas” segundo a terminologia proposta por alguns autores (Rita e Mergulhão, 1997; Cardoso, 2001; Barros, 2003) pugnam pela diversificação económica e pela multifuncionalidade dos espaços rurais.

Nesta estratégia de desenvolvimento, o turismo é assumido como um dos sectores com maior capacidade para rentabilizar os recursos locais, revitalizar actividades que lhe são tributárias, como a produção agro-alimentar ou o artesanato e, assim, dinamizar e diversificar o tecido económico rural. Esta noção é partilhada transversalmente por diversas entidades e órgãos, desde a perspectiva comunitária, às orientações veiculadas a nível nacional, local e até de âmbito científico (Cristóvão, 1999; Ribeiro e Marques, 2000).

Foi norteador por estes princípios que Fonseca (2006) apresentou um modelo de desenvolvimento alternativo para Almeida, espaço rural paradigmático do Interior, de que este artigo sintetiza algumas conclusões. A partir do levantamento de informação e de um conjunto de entrevistas dirigidas a entidades locais/regionais, procurou-se diagnosticar as principais potencialidades e debilidades que se colocam ao território, definindo um conjunto de objectivos e de acções partilhadas pelos actores. Houve um amplo consenso relativamente ao papel que o turismo poderá desempenhar na reabilitação económica de Almeida, mas detectaram-se vários entraves que têm impedido uma adequada afirmação do sector. Em termos teóricos pretende-se definir um modelo inovador para a gestão do território, o processo de planeamento estratégico de marketing territorial, através do qual seja possível estabelecer um conjunto de objectivos e de acções práticas que contribuam para mitigar as dificuldades e gerar um processo de desenvolvimento integrado e mobilizador, capaz de dar um novo alento à economia local e à actividade turística em concreto.

2. CONTRIBUTOS DO TURISMO NA DIVERSIFICAÇÃO ECONÓMICA DOS ESPAÇOS RURAIS E SUA NATUREZA

O turismo é considerado uma das actividades melhor posicionadas para diversificar e revitalizar a economia dos espaços rurais. No recentemente apresentado Plano Estratégico Nacional para o Desenvolvimento Rural (PENDR, 2007), os investimentos turísticos em áreas rurais são defendidos por contribuírem para a diversificação das economias locais. O Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território (PNPOT, Lei n.º58/2007, de 4 de Setembro) atribui também importância ao papel que o turismo poderá desempenhar no desenvolvimento de espaços rurais

de regiões em declínio, alicerçado nos valores do património cultural, natural e paisagístico. O próprio Plano Estratégico Nacional para o Turismo (PENT, Resolução do Conselho de Ministros n.º53/2007, de 4 de Abril) classifica como *estratégicos* diversos produtos que tendencialmente se localizam nos espaços rurais, nomeadamente, o turismo de natureza, o turismo de saúde e de bem-estar e, em menor escala, o *touring* cultural. Para além das orientações destes documentos de âmbito nacional e de carácter transversal, a nível local, especialmente na perspectiva do desenvolvimento municipal, o turismo é quase sempre considerado um sector prioritário. A nível científico são também diversos os autores que valorizam o papel que o turismo poderá desempenhar na revitalização económica dos espaços rurais e na diversificação de actividades (Cristóvão, 1999; Cànoves *et al.*, 2006). Deste modo, verifica-se que há um relativo consenso sobre os benefícios que o turismo pode acarretar para o desenvolvimento dos espaços rurais. Importa, então, analisar a natureza e o alcance desse contributo e as características da oferta e da procura que se processa nos espaços rurais.

A terciarização económica é um dos benefícios mais evidentes do desenvolvimento do turismo nos espaços rurais, decorrente do desenvolvimento de um conjunto de serviços de apoio e de dinamização turística, com reflexos a diversos níveis. Permite a criação de postos de emprego, ainda que sazonais, em regiões onde as oportunidades são normalmente escassas. Representa também uma oportunidade para a fixação de mão-de-obra mais qualificada ou para requalificar a existente. Dinamiza um conjunto de actividades que qualificam e identificam a oferta turística em espaço rural, nomeadamente ao nível do artesanato, dos produtos locais e da gastronomia autóctone. Gera uma preocupação crescente pelo ordenamento do território e pela salvaguarda e recuperação do património cultural e natural, de modo a qualificar dois dos recursos mais procurados pelos turistas nestes

espaços. Desta forma, contribui para a manutenção da identidade cultural e para a sobrevivência de tradições ancestrais, em risco de desaparecimento. A jusante e, na sequência do desenvolvimento turístico, surgem ainda diversos benefícios que passam pela possibilidade de instalação de actividades de animação, de organização de eventos, de prestação de serviços, de fomento comercial, entre outras. Em termos mais genéricos, poderá ainda ter reflexos na atractividade de equipamentos, de infra-estruturas e de outros recursos do exterior (novos moradores, mais investimentos, eventos, etc.). A actividade turística desde que devidamente planeada e gerida pode assegurar a perenidade destes benefícios, atenuando os problemas da actividade agrícola e funcionando como uma fonte complementar para a economia local. Porém, como advertem Cristóvão (1999) e Ribeiro e Marques (2000), o turismo não se pode converter num chavão ou num elixir para o desenvolvimento dos espaços rurais, como por vezes se procura veicular, mas sim numa janela de oportunidades que (a par de outras actividades) não deve ser enjeitada. Com efeito, há um conjunto de obstáculos, quer do lado da oferta, quer do lado da procura, que constituem riscos para o desenvolvimento do turismo nos espaços rurais. A desvitalização demográfica e a descaracterização dos atractivos turísticos são dois dos principais entraves ao desenvolvimento de iniciativas locais. Os necessários níveis de qualidade requeridos pela procura não são, muitas vezes, correspondidos pela oferta (dos equipamentos, dos serviços ou dos recursos) dos espaços rurais. O número de postos de emprego criados é limitado e afectado por acentuadas variações sazonais. A capacidade institucional dos actores locais é frequentemente débil, o que impede a organização da oferta e a profissionalização da promoção. O mercado que procura estes motivos é ainda limitado (Muller, 2000) e há uma grande variedade de destinos. Superar estas dificuldades constitui um desafio para os espaços rurais, que só se conseguirá

ultrapassar com a adopção de modelos inovadores e de novas atitudes, que insiram o turismo num processo de desenvolvimento integrado e sustentável, que envolva as entidades locais mais activamente na rentabilização dos vários recursos endógenos.

O turismo nos espaços rurais está também muito associado a um conjunto de alterações operadas no lado da procura, mediante a busca de destinos mais individualizados, em detrimento dos massificados ou *fordistas* (do tipo “sol e praia”). Poon (1993) e Salvà-Tomàs (2000) referem que esta nova atitude do mercado turístico se deve à procura de destinos mais individualizados, à procura de serviços personalizados, de férias activas, de experiências enriquecedoras (*learning while travelling*), de autenticidade, de tranquilidade e ao interesse pelas culturas locais. Cunha (2006) refere que este turismo *alternativo* apresenta as seguintes características: baixa densidade, pequena escala, atracção de um segmento específico da sociedade, normalmente turistas com rendimentos acima da média e com um nível de instrução superior e de origem urbana. Os espaços rurais apresentam um conjunto de recursos que se enquadram nestas formas emergentes de turismo alternativo. Para Umbelino (1998) o turismo rural referencia-se sobretudo na cultura e nas actividades que prevalecem em espaços de interior ainda não absorvidos pelo modo de vida urbano. O turismo rural, em si mesmo, é incompatível com o turismo de massas, permitindo um contacto directo com a natureza, com as populações locais e com o património cultural. De acordo com Leal (2001), os espaços rurais apresentam recursos que permitem a prática de diversas actividades de contacto com a natureza e com o património cultural, que são atractivas para as populações urbanas, como: as viagens educativas, a caça e pesca, desportos de aventura, ecoturismo, férias em quintas, etc. Os espaços rurais têm capacidade para dar resposta à procura crescente de bens patrimoniais (materiais

e imateriais) que os territórios urbanos não estão em condições de satisfazer. Assim, estes territórios podem oferecer os seguintes produtos turísticos que, segundo Middleton (1996), constituem um conjunto de elementos tangíveis e intangíveis referenciados numa actividade específica: *turismo cultural*, baseado no encontro com valores culturais e patrimoniais pré-existentes (estilos de vida comunitária, tradições culturais, artesanato, sítios de interesse arqueológico, monumentos, festas, folclore, etc.); *turismo de aventura*, propiciado pelo património natural e paisagístico, que estimula a prática de actividades e de desportos variados de contacto com a natureza; *ecoturismo*, produto que difere do anterior, por se processar em áreas com interesse ambiental, nas quais os turistas desfrutam dos valores naturais/ecológicos, causando um impacto mínimo (Cunha, 2006); *turismo de saúde*, ancorado em elementos que permitem o relaxamento ou tratamento preventivo ou curativo de certas doenças (termalismo, climatismo, etc.); *turismo residencial*, embora deva ser entendido como uma forma de alojamento e não como um produto, porque o conceito de turismo exclui a própria residência (Cunha, 2006), o turismo residencial surte efeitos similares, nomeadamente, na recuperação do património edificado, na dinamização de serviços e do comércio local, em receitas para as autarquias, etc. As características dos espaços rurais adequam-se a este *produto*, numa lógica de segunda residência (*short breaks*). De um modo geral, estes atractivos, têm permitido desenvolver o *turismo no espaço rural* (TER), que engloba uma multiplicidade de situações e de modalidades de turismo. De acordo com o Decreto-Lei n.º54/02, de 11 de Março, o TER comporta um conjunto diversificado de modalidades de hospedagem, de serviços e de animação promovidos numa zona rural, pela utilização de factores naturais, sociais e culturais desses espaços, pela exploração em pequena escala, numa lógica de complemento para a economia local.

3. O PLANEAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING, UM PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

O desenvolvimento dos espaços rurais em regressão constitui um desafio que passa pela adopção de modelos inovadores de gestão territorial, que dê primazia a uma perspectiva integrada e valorizadora dos recursos locais, que apele a um maior voluntarismo e participação dos actores locais nas estratégias de desenvolvimento (Cristóvão, 1999; Barros, 2003; PENDR, 2007). Implica uma ruptura na actuação dos actores locais, que dê primazia ao trabalho em rede ou em parceria e a uma postura mais efectiva de animação, que privilegia a cooperação e a concertação. Exige, assim, a adopção de um modelo de base *territorialista*, embora, como argumenta Barros (2003), a desvitalização de alguns espaços rurais é tão pronunciada que o processo de desenvolvimento de “baixo para cima” poderá não ser suficiente, sendo necessária uma adequada solidariedade regional e institucional para debelar as fragilidades.

A natureza do planeamento estratégico de marketing reveste-se de características que se enquadram no referido modelo de desenvolvimento *territorialista*, isto é, num processo baseado no aproveitamento dos recursos locais e numa perspectiva de maior voluntarismo e de envolvimento das entidades locais no aproveitamento desses recursos. As actuais políticas de desenvolvimento regional pugnam por estes princípios ao preconizarem modelos inovadores e específicos de rentabilização das potencialidades locais para os territórios mais desvitalizados (Maillat, 1996), ao invés de serem suportadas exclusivamente por políticas exógenas e descendentes, uniformes, muitas vezes desajustadas da realidade local, sendo assim pouco eficazes.

O planeamento estratégico não corresponde ao conceito de *planeamento* no sentido convencional e cartesiano do termo. Fundamentalmente, é um processo de gestão territorial, que define um grande desígnio de desenvolvimento para um período de médio/longo prazo, assente num conjunto de eixos estratégicos, partilhados e participados pelos actores locais (Ferreira, 2005). O planeamento estratégico é um processo para gerir a mudança e para descobrir os caminhos de um futuro mais promissor. O aproveitamento de oportunidades locais de desenvolvimento, a visão global e inter-sectorial do território a longo prazo, a formulação de objectivos prioritários e a concentração de recursos em temas críticos, o incentivo à participação e à concertação dos actores locais são alguns dos contributos mais importantes que o planeamento estratégico induz no desenvolvimento territorial, segundo Quinta (2002). Estes pressupostos afastam o planeamento estratégico da concepção clássica de planeamento e aproximam-no do conceito de “plano-processo” (Lourenço, 2003), havendo mesmo autores, como Ferreira (2005), que consideram que o planeamento estratégico constitui “um novo paradigma de planeamento e gestão susceptível de revolucionar as nossas concepções clássicas”.

A integração de técnicas de marketing territorial num processo de planeamento estratégico apresenta diversas vantagens. O marketing é igualmente uma ferramenta de gestão territorial, que tem como uma das prioridades auxiliar o planeamento estratégico na constituição de uma imagem eficaz do território, de modo a que se torne mais apelativa para os alvos pretendidos (Nunes, 1999). Esta noção faz todo o sentido atendendo à crescente concorrência global entre os territórios pela captação de recursos susceptíveis de incentivar o desenvolvimento (investimentos, moradores, turistas, eventos, etc.). Neste contexto impõe-se não só um aperfeiçoamento das vantagens competitivas dos territórios mas

também o entendimento das lógicas de funcionamento do(s) público(s) que podem atrair, ou seja, das motivações, exigências e aspirações do mercado. Esta é a função mais importante do marketing, como argumentam Noisette e Vallérugo (1996), pois o seu papel não se esgota na promoção dos recursos, mas exige todo um trabalho a montante de estudo, planificação, execução e controlo de uma estratégia de comunicação. Desta análise resulta a segmentação dos mercados, que permite saber quais os públicos interessados na oferta de um território e os meios mais adequados para efectivar essa atracção, porque nem todos os públicos estarão interessados na oferta de um território, nem alguns públicos interessarão aos territórios (Kotler *et al.*, 1994). Assim, um processo de planeamento estratégico numa perspectiva de marketing contribui para reforçar a atracção de potenciais promotores de novos projectos, a imagem e a identidade própria do território, a satisfação geral e a fidelização dos residentes e dos turistas.

No caso particular do turismo, o recurso ao marketing reveste-se de particular importância no ensejo de promover as potencialidades e de captar recursos, atendendo às características da procura e da oferta. O turismo, como outros serviços, apresenta a particularidade de a produção e o consumo terem lugar ao mesmo tempo, para além de dependerem da deslocação dos clientes (turistas e visitantes) até ao local de consumo, ao contrário de outros bens empresariais, que podem ser colocados junto aos mercados consumidores. Estas particularidades conferem ao marketing um papel central nas acções de promoção dos recursos e de fidelização dos turistas que, segundo Kotler *et al.* (1994) constituem um dos cinco grandes grupos de públicos-alvo que um território se deve esforçar por atrair. Além disso, como referem Mill e Morrison (1992), o marketing turístico apresenta algumas especificidades que o diferenciam de outros sectores e o tornam mais exigente do ponto de vista profissional e organizacional, sob

pena de perder eficácia. A oferta turística consiste num conjunto de serviços e de produtos que são normalmente disponibilizados por diversas entidades e não apenas por um só organismo. Assim, para lograr sucesso, as acções de marketing implicam uma forte organização e cooperação entre todas as entidades que directa ou indirectamente estejam ligadas à oferta turística. Uma outra particularidade que distingue o turismo das restantes actividades com repercussões na estratégia de marketing resulta do comportamento do mercado que, para além de factores objectivos (como o preço ou a segurança dos destinos) depende também de critérios de ordem subjectiva, que tornam a procura bastante maleável. Acresce ainda o carácter habitualmente sazonal de muitos dos destinos turísticos, devendo merecer todos estes aspectos uma adequada atenção na definição da estratégia de marketing.

4. O TURISMO COMO PRIORIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DE ALMEIDA

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO CASO DE ESTUDO

O concelho de Almeida localiza-se na zona raiana da NUT III Beira Interior Norte (BIN), no distrito da Guarda (Fig.1). De acordo com o PENDR (2007), o concelho está situado numa região desfavorecida e de características rurais, porque, segundo a referida fonte, mais de 50% da população reside em freguesias onde a densidade populacional é inferior a 150hab/Km². Assim, o concelho é predominantemente rural e está localizado numa região desfavorecida, factos que levaram Almeida *et al.* (1994) a considerar este território como uma *área rural periférica*. A análise de alguns indicadores estatísticos é esclarecedora quanto ao carácter regressivo e ao rumo indesejado que Almeida vem trilhando. De acordo com o INE (2002), a população residente decresceu 19,2% no período compreendido entre 1991 e 2001, a taxa

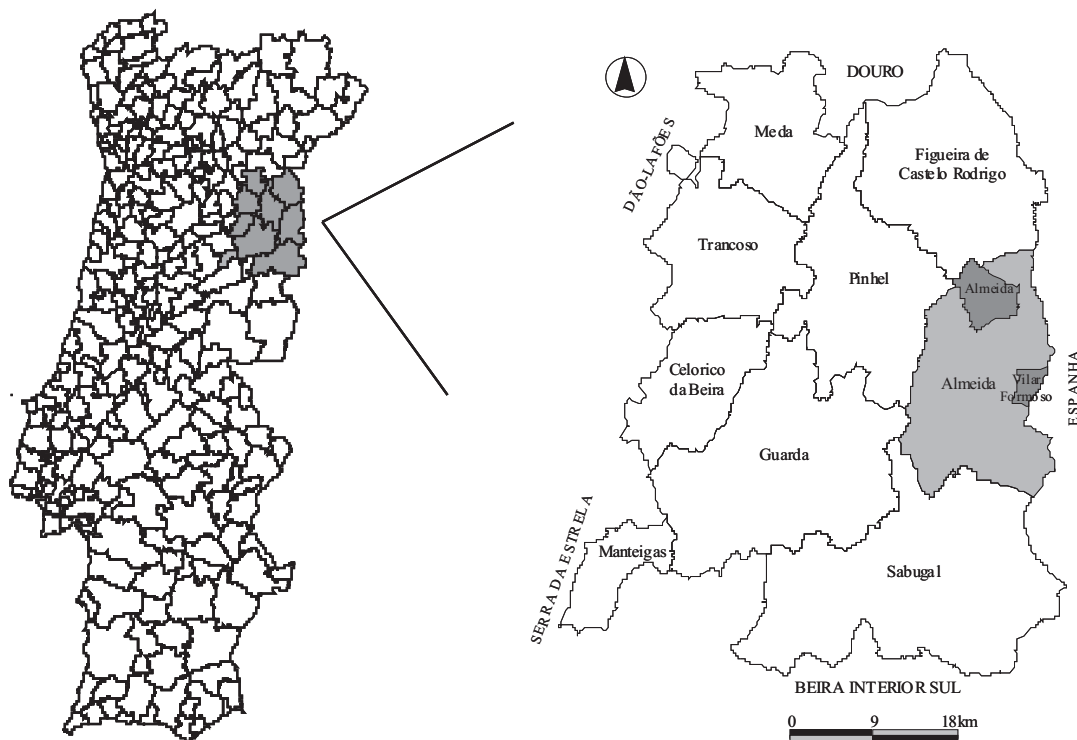
de crescimento natural registava o valor de -7,1%, o grupo etário dos idosos (≥ 65 anos) representava 29,8% da população e quase triplicava o valor dos jovens (≤ 14 anos), que correspondia a 11%. Outros dados penalizadores prendiam-se com o reduzido índice de instrução da população, com o desequilíbrio da economia local, com uma expressão significativa de transferências de origem externa (reformas, subsídios e remessas de emigrantes). Com 63% de população empregada em actividades do sector terciário, a economia do concelho evidenciava a importância dos serviços e da actividade comercial existente nos dois principais aglomerados urbanos, Almeida e Vilar Formoso, e revelava a incipiente infiltração do sector transformador no concelho. Em 2001, cerca de 15% da população exercia actividade no sector primário, valor superior à média nacional (5%), o que confirma o carácter rural do concelho. Contudo, a agricultura tem vindo a perder importância, como o comprova o declínio do número de explorações agrícolas (-30%)

e da superfície agrícola utilizada (-9%), entre 1989 e 1999 (INE, 2001). Por outro lado, a agricultura praticada desenvolve-se em moldes tradicionais e numa vertente parcial pois, de acordo com o INE (2001), apenas 1,7% das explorações do concelho tinha uma natureza jurídica empresarial, ao passo que em 70% das explorações agrícolas o principal rendimento do agregado familiar do produtor provinha de fontes exógenas.

Todos estes indicadores sugerem uma progressiva perda de competitividade e de atractividade do concelho. As actividades consideradas tradicionais deixaram de ser rentáveis, as carências ao nível de emprego, a falta de certos equipamentos e serviços, o afastamento ao litoral, entre outros condicionalismos causados por décadas de políticas de desenvolvimento regional ineficazes, para além da própria posição fronteiriça, foram factores que alimentaram a saída da população para o exterior.

FIGURA 1

Localização de Almeida no contexto nacional e da Beira Interior Norte



A população residente no concelho, em 2001, era cerca de metade da residente há 40 anos atrás. Resignadas, as entidades locais têm revelado uma enorme dificuldade em corrigir esta tendência e, por isso, o território não tem conseguido atrair recursos e investimentos. A incapacidade manifestada pelos instrumentos de planeamento vigentes (Plano Director Municipal) em inverter esta tendência vem reforçar a necessidade de se implementarem modelos inovadores. O planeamento estratégico de marketing reúne argumentos sólidos na tentativa de despoletar um processo global de desenvolvimento, tendo como trave mestra o aproveitamento dos recursos endógenos em sectores-chave e a mobilização/cooperação das entidades locais.

4.2 METODOLOGIA ADOPTADA PARA A REALIZAÇÃO DO DIAGNÓSTICO DE ALMEIDA

A realização de um diagnóstico multi-sectorial constituiu o ponto de partida do estudo realizado. Com a finalidade de se obter informação necessária ao processo, o diagnóstico passou por duas etapas fundamentais. Na primeira, reuniu-se informação quantitativa sobre Almeida, mediante uma incidência interna aos seus factores de desenvolvimento e outra externa, para se perceber as dinâmicas nos territórios vizinhos. Os vectores de análise estratégica inspiraram-se na proposta de Güell (2000) e foram os seguintes: Almeida face ao espaço envolvente; integração territorial e acessibilidades; recursos naturais e potencial endógeno; estrutura urbana; estrutura económica (com enfoque particular no turismo) e criação de emprego. Foi consultada diversa bibliografia relativa a Almeida, como estatísticas locais e nacionais, estudos, monografias, documentos de planeamento, entre outras. O tratamento desta informação permitiu, desde logo,

conhecer as principais potencialidades e debilidades do concelho no contexto da região e constituir um guia para a formulação das entrevistas que foram direccionadas a um conjunto de actores locais e regionais. Com as entrevistas pretendeu-se dar cumprimento ao princípio do planeamento participado, postulado fulcral do planeamento estratégico, com o intuito de enriquecer o trabalho de diagnóstico, mas também para perceber a actuação de cada um dos actores, detectar consensos quanto aos objectivos/acções a implementar e à sua disponibilidade para participar em plataformas de concertação. As entrevistas foram previamente estruturadas, tendo sido realizadas presencialmente (excepção feita a dois actores regionais). No processo de selecção dos actores foi considerado o seu papel na dinamização socioeconómica e cultural do concelho, facto que foi facilitado pelo conhecimento do território e pelo reduzido número de entidades existentes. Políticos, técnicos, dirigentes de associações económicas, sociais e culturais e empresários foram alguns dos actores entrevistados¹. O diagnóstico final resultou, assim, de um doseamento equilibrado entre trabalho técnico e debate participativo. O tratamento das entrevistas centrou-se na percepção dos actores sobre as potencialidades e estrangulamentos do território, mas também na busca de consensos em torno de eixos estratégicos, de objectivos e de acções que sejam indutoras da mudança. O tratamento da informação resultante das entrevistas baseou-se nas directrizes de Michel Godet referidas por Guerra (2000), com o intuito de identificar conflitos e alianças entre os actores, perceber as dinâmicas sociais e a forma de melhorar a participação e a compreensão das relações entre as entidades.

¹ Os actores foram os seguintes: a nível local, a Câmara Municipal de Almeida, a Junta de Freguesia de Almeida, a Junta de Freguesia de Vilar Formoso, a Associação Comercial e Industrial de Almeida, a Associação dos Amigos de Almeida, o Centro de Acolhimento e Integração Social de Vilar Formoso e alguns empresários locais; a nível regional, o Núcleo Empresarial da Região da Guarda, a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, a Região de Turismo da Serra da Estrela, a Associação de Desenvolvimento da Raia Histórica e a Comunidade Urbana das Beiras (estes dois últimos actores, porém, não se mostraram receptivos para a realização da entrevista).

4.3 O TURISMO COMO VECTOR ESTRATÉGICO PARA O DESENVOLVIMENTO DE ALMEIDA

Em termos de diagnóstico final foi possível concluir que o turismo emerge como a actividade mais promissora para estimular o desenvolvimento local, atendendo à qualidade e à diversidade dos recursos turísticos de Almeida, a que se soma um não menor número de debilidades (Quadro 1). Foi possível identificar a existência de um relativo consenso sobre as fragilidades e potencialidades turísticas e definir um conjunto de linhas orientadoras. A maior parte dos objectivos estratégicos fixados a partir do diagnóstico relacionam-se com a necessidade de potenciar a actividade turística no concelho.

4.4 CARACTERIZAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA DE ALMEIDA

Atendendo à relevância que é atribuída ao turismo, importa analisar as várias componentes da oferta de Almeida. Segundo Albino *et al.* (2000), a oferta turística assenta em três elementos fundamentais que se encontram relacionados entre si: os recursos turísticos, os produtos turísticos, e os equipamentos e serviços turísticos. Os recursos turísticos são elementos físicos ou imateriais susceptíveis de motivar a deslocação de pessoas ou de representarem uma ocupação de tempos livres. Da quantidade, diversidade e qualidade dos recursos turísticos resulta a estruturação dos respectivos produtos.

QUADRO 1
Análise SWOT cruzada para o turismo em Almeida

Síntese descritiva	
Vantagens competitivas	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade da praça-forte de Almeida, classificada como Monumento Nacional, sede das Redes das Aldeias Históricas e dos Castelos e Fortalezas e Centro de História Militar. • Existência de duas Aldeias Históricas no concelho (Almeida e Castelo Mendo) e de diversos elementos patrimoniais classificados a nível nacional. • Almeida é a mais bem preservada das três praças-fortes do território nacional. • Qualidade ambiental, ausência de focos de poluição e boa diversidade cinegética. • Boa acessibilidade externa rodo-ferroviária em relação aos centros urbanos do litoral e a Espanha, atenuando os efeitos da interioridade.
Capacidades de defesa	<ul style="list-style-type: none"> • Projectos que reforçarão a rede de equipamentos turísticos: Museu da História Militar Portuguesa, novo balneário termal, possível unidade hoteleira de qualidade. • Liderança em diversas estatísticas turísticas no âmbito da BIN, (com excepção da Guarda), susceptível de absorver um maior caudal de turistas.
Necessidades de reorientação	<ul style="list-style-type: none"> • Degradação do património cultural, em especial, do arquitectónico, nomeadamente da muralha de Almeida, <i>ex libris</i> que se encontra subaproveitado. • Subaproveitamento da fronteira de Vilar Formoso em relação à captação de turistas. • Desorganização da oferta turística e ausência de uma perspectiva de marketing, que debele a falta de visibilidade de Almeida no exterior da BIN. • Deficiente integração turística à escala regional e transfronteiriça. • Desordenamento e descaracterização urbana em aglomerados de interesse patrimonial.
Vulnerabilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Tutela, por parte da Administração Central, dos elementos patrimoniais classificados a nível nacional, o que dificulta a recuperação/reconversão dos imóveis. • Baixo índice de qualidade dos equipamentos/serviços e de animação urbana. • Diminuta visibilidade dos recursos locais no exterior da BIN. • Deficit de recursos humanos com formação profissional adequada. • Apatia dos agentes locais no tocante à realização de actividades e de investimentos. • Deficiente relacionamento entre os actores (locais, regionais, nacionais, transfronteiriços). • Ideia de que os órgãos públicos devem ser os únicos responsáveis pelo desenvolvimento.

Fonte: Fonseca (2006), Fonseca e Ramos (2006).

4.4.1 RECURSOS TURÍSTICOS A NÍVEL CULTURAL

O património cultural, especialmente no domínio da arquitectura militar, constitui o *ex libris* dos recursos turísticos de Almeida, ancorado na imponente fortaleza granítica em forma de estrela, uma das mais notáveis praças-fortes no contexto nacional e mesmo internacional. A qualidade do casco antigo e a singularidade do monumento, onde se travaram ao longo da história momentos decisivos em prol da defesa e da soberania nacional, justificaram a classificação de Almeida como Monumento Nacional (desde 1928), mas também como sede da rota das Aldeias Históricas de Portugal, da rota das Fortalezas e Castelos e como centro da História Militar. É uma das três praças-fortes de Portugal, com a particularidade de ser a melhor preservada, sendo considerada a praça mais original da arquitectura seiscentista. Com efeito, Almeida constitui uma relíquia da arquitectura militar, um museu histórico ao ar livre, circunscrito por uma estrela de pedra com cerca de 2,5Km de perímetro, de planta hexagonal, geometricamente recortadas em reentrâncias e saliências, de acordo com as tácticas de tiro do séc. XVII, configurando uma *estrela* com 12 recortes. Intra-muros encontram-se diversos imóveis emblemáticos da arquitectura militar: edifícios subterrâneos à prova de bomba (Casamatas), o Quartel das Esquadras, edifício de traça arquitectónica único a nível nacional, o antigo Quartel da Artilharia, o antigo Trem de Artilharia reconvertido para o actual Picadeiro, o Palácio da Vedoria, os Paóis situados sobre os fortins, a Praça-Alta, constituída por mais de uma vintena de canhoeriras, entre outros. Destaque ainda para as ruínas do antigo castelo medieval de Almeida, destruído aquando do cerco interposto pelas tropas comandadas pelo General Massena, durante a III Invasão Francesa (em 1810).

No concelho existem outros locais de elevado interesse patrimonial e histórico. O destaque vai para Castelo Mendo, fortaleza medieval, que desempenhou um importante papel defensivo antes dos limites fronteiriços estarem fixados e que ainda hoje mantém a estrutura medieval da malha urbana. Castelo Mendo apresenta diversos elementos patrimoniais de elevado interesse histórico e cultural que se encontram devidamente classificados como Monumento Nacional (o Castelo desde 1946) e Imóveis de Interesse Público (o Pelourinho, desde 1933, e toda a aldeia circunscrita pelas muralhas medievais e alguns elementos construídos no exterior desde 1984). Castelo Mendo integra ainda a lista restrita das dez Aldeias Históricas de Portugal. Um pouco por todo o concelho existem outros recursos com interesse patrimonial (arquitectónico) e arqueológico, com diversos elementos classificados ou em nível de classificação: a aldeia fortificada de Castelo Bom, o núcleo antigo de Vilar Formoso, os núcleos históricos de Valverde e de Leomil, entre outros pontos de interesse.

Em termos de património cultural imaterial, Almeida dispõe de uma ruralidade e de uma herança cultural que renascem e se materializam na vivência diária dos seus residentes em manifestações tão diversas como o artesanato, a gastronomia, o folclore, as feiras e as festas, os usos e costumes ancestrais. A produção artesanal encontra-se disseminada por todo o concelho, apresenta qualidade e diversidade. Destaque para a cestaria, tapeçarias, rendas, bracejo, albardas, latoaria e marcenaria. A gastronomia autóctone que pode ser degustada inclui receitas e modos tradicionais de confecção, estando muito centrada nos pratos de carne (Almeida inclui-se na região produtora do cabrito e do borrego das Beiras, com Indicação Geográfica de Proveniência).

Em termos de festas, feiras e romarias, o concelho apresenta uma razoável dinâmica, de onde se destacam dois eventos, a Recriação do Cerco de Almeida, o evento que atrai mais visitantes a Almeida, e a Feira Medieval de Castelo Mendo.

4.4.2 RECURSOS TURÍSTICOS A NÍVEL NATURAL

As propriedades terapêuticas das termas da Fonte Santa constituem um dos elementos naturais mais importantes de Almeida. A construção do novo balneário termal já concluído poderá vir a ser decisivo para consolidar a posição de Almeida na fileira da saúde termal. As condições naturais do concelho são também muito adequadas para a prática de algumas actividades de recreio e de contacto com a natureza, a que se soma o baixo índice de poluição e o carácter natural da paisagem. Com uma beleza agreste como pano de fundo, o concelho desenvolve-se sobre uma plataforma aplanada, que constitui o prolongamento do planalto salamantino, abruptamente cortado pelo vale encaixado do rio Côa e de alguns dos seus afluentes. Esta morfologia, sem ser demasiadamente regular nem movimentada, revela-se apta para a prática de diversas actividades de contacto com a natureza ou de desportos de aventura. As potencialidades para a prática de uma vertente de turismo de natureza decorrem, para além da qualidade ambiental e paisagística do concelho, da existência de dois Sítios que integram a Rede Natura 2000, o Sítio da Malcata e o Sítio do Douro Internacional e Vale do Águeda. Estes Sítios confirmam a presença de valores com interesse de conservação e a rica biodiversidade do concelho, que constitui um habitat de excelência para diversas espécies, algumas delas com um interesse cinegético (a perdiz, o coelho ou o javali).

4.4.3 PRODUTOS TURÍSTICOS

Não se pode falar da existência de produtos turísticos em Almeida devido à falta de estruturação entre as diversas componentes que o constituem, impedindo, assim, que o turista compre um conjunto de actividades e de arranjos (Middleton, 1996). Uma vez superado este problema, que passa por um maior envolvimento e pela profissionalização das entidades locais, Almeida poderá oferecer os seguintes produtos (com base nos seus recursos):

- a) *Turismo cultural*, explorando as singularidades e a riqueza do património arquitectónico, histórico, as tradições culturais, o artesanato e a memória colectiva de Almeida;
- b) *Turismo de saúde*, aproveitando as propriedades das águas termais da Fonte Santa para efeitos curativos, preventivos ou de relaxamento e bem-estar;
- c) *Turismo de aventura*, tendo por base a prática de desportos de contacto com a natureza e de actividades facultadas pelas condições naturais, algumas das quais com tradição;
- d) *Turismo de natureza/ecoturismo*, permitido pela diversidade e qualidade da fauna, da flora, da qualidade paisagística e ambiental, nomeadamente nos Sítios da Rede Natura 2000;
- e) *Turismos no espaço rural*, as várias modalidades previstas pelo Decreto-Lei n.º54/2002, de 11 de Março, encontram em Almeida boas condições de desenvolvimento, como a ruralidade do espaço, as tradições etnográficas, a tipologia arquitectónica em respeito pela traça regional e a existência de edifícios apalaçados para acolher estas unidades;

f) *Turismo sénior*, os estratos etários idosos, com muito tempo livre, revelam uma boa apetência pelo ambiente saudável e tranquilo, bem como pelos atractivos históricos e culturais que Almeida oferece e que este mercado procura;

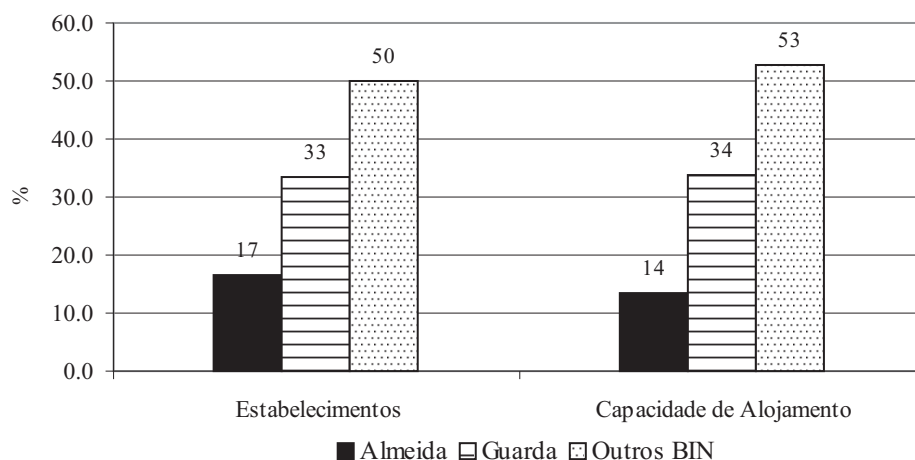
g) *Turismo residencial*, a disponibilidade de imóveis e a boa integração urbanística e ambiental das edificações em Almeida e noutros núcleos urbanos (Castelo Mendo e Castelo Bom) constituem argumentos a favor deste mercado.

4.4.4 EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Os equipamentos e serviços turísticos existentes num determinado território constituem um reflexo da dinâmica desse sector, nomeadamente, em termos de unidades de alojamento, de restauração, de pontos de informação turística, de estruturas de apoio e na existência de circuitos e de roteiros. Relativamente às unidades de alojamento existentes em Almeida, de acordo com as registadas pela Direcção Geral do Turismo (DGT), verifica-se que a oferta local em termos de hotelaria convencional apresenta um número superior à média das unidades existentes

nos restantes concelhos da BIN (Fig.2). Segundo o INE (2006), Almeida detinha 17% do número de estabelecimentos da BIN e uma capacidade de alojamento um pouco menor, cifrada em 14% (201 camas). Na região destaca-se, com naturalidade, o concelho da Guarda, que integra o principal centro urbano da região, onde existe o maior número de estabelecimentos e a maior capacidade hoteleira. No concelho, as unidades existentes cobrem diversas categorias que incluem residenciais, uma pousada e um hotel, distribuídas entre Almeida e Vilar Formoso. Aquelas duas últimas unidades são as que têm uma maior capacidade de alojamento e as que dispõem de serviços complementares de alojamento, embora todas elas explorem actividade de restauração. Almeida é o concelho da BIN que apresentava, em 2005, a capacidade de alojamento mais alta por cada 1000 habitantes (26,5). Porém, o número de estabelecimentos e a capacidade de alojamento de Almeida é bastante superior, porque muitas das unidades existentes não estão registadas pela DGT (mais sete unidades em Vilar Formoso). Estas apresentam uma qualidade mais modesta, com o predomínio de pensões/residenciais, instaladas para atrair o elevado número de passantes (estadias curtas).

FIGURA 2
Estabelecimentos e capacidade de alojamento em Almeida e na BIN, em 2005



Fonte: INE, 2006.

A estada média em Almeida observada em 2005 (INE, 2006) foi de 1,1 noites, sendo ligeiramente inferior à da BIN (1,3 noites), o que se poderá dever às estadias de curta duração na zona de fronteira e/ou à falta de atractivos que retenham os turistas por mais tempo. O número de dormidas foi mais concentrado nos meses de Julho a Setembro (36%). Uma situação mais desfavorável em Almeida ocorre em termos de estabelecimentos de turismo no espaço rural nas suas várias modalidades, que representam apenas 5,4% da oferta da BIN, havendo concelhos que estão bastante melhor apetrechados como, por exemplo, Sabugal. As quatro unidades registadas em Almeida, no ano de 2005, inscrevem-se na modalidade de *turismo de habitação*.

O número de estabelecimentos de restauração em Almeida é também superior à média regional (Fonseca, 2006), apesar da maioria não primar pela qualidade. A esmagadora maioria está sediada nas duas vilas do concelho, sobretudo em Vilar Formoso, sendo raras as restantes localidades que têm este serviço. Falta, contudo, um restaurante vocacionado para servir a gastronomia autóctone, que funciona como um potente atractivo turístico. A pousada é das poucas unidades que se tem distinguido na oferta de receitas da gastronomia local.

A oferta de circuitos e de roteiros turísticos apresenta-se em Almeida pouco evoluída, embora haja muitos recursos para superar esta debilidade, seja ao nível dos percursos pedestres, equestres, ou outros. A Região de Turismo da Serra da Estrela tem promovido circuitos que abrangem vários concelhos da BIN e que integram Almeida, nomeadamente, a Rota das Aldeias Históricas, a Rota dos Castelos e a Rota do rio Côa.

Relativamente a postos de informação turística, Almeida contabiliza um posto a funcionar regularmente todo o ano, sob a tutela da Câmara, que presta

informações, organiza eventos e serve de espaço de exposições. Em Vilar Formoso, sazonalmente, funciona um posto de turismo na dependência da Região de Turismo da Serra da Estrela.

No tocante a outras estruturas de apoio à actividade turística, destacam-se um conjunto de equipamentos/serviços que são susceptíveis de qualificar a oferta turística de um território. No caso de Almeida tem-se assistido, ao longo dos últimos anos, a um esforço de qualificação destes recursos, com vista ao enriquecimento da oferta. São os casos do picadeiro, das piscinas municipais (2), do balneário termal, do auditório, do pavilhão multiusos, entre outros.

4.4.5 PROCURA TURÍSTICA

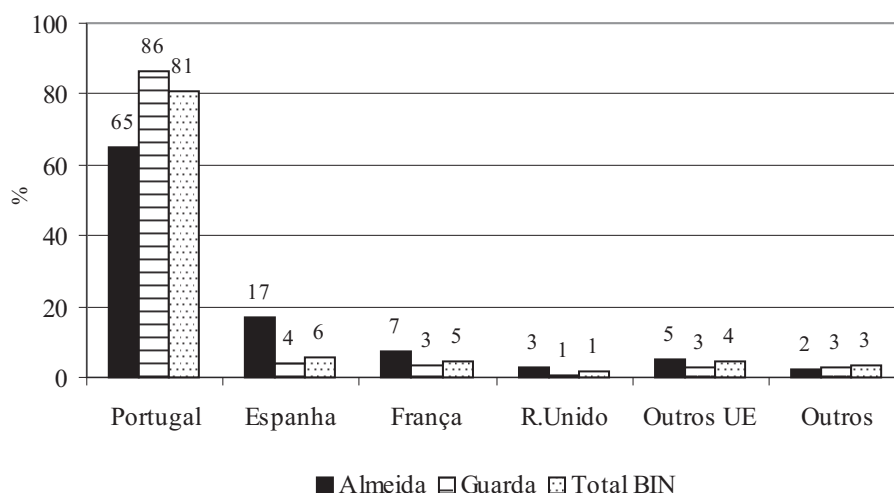
De um modo geral, a maior parte dos turistas que visita a BIN é de origem nacional (Fig.3). Se este é o denominador comum da procura turística na região onde, no período compreendido entre 2000 e 2005, a percentagem média das dormidas de origem nacional em estabelecimentos hoteleiros da região se cifrou em 80,6%, há contudo variações sub-regionais. O caso de Almeida é um dos mais paradigmáticos porque a percentagem média das dormidas de turistas portugueses no referido período é claramente inferior à média regional (65%). Merecem destaque as dormidas do turismo espanhol que representaram 17% do total, mais 11% do que na BIN. Os turistas franceses (7,3%) também assumem alguma importância, com uma fracção superior em 3% à verificada na região. A situação fronteiriça e a passagem do importante eixo rodo-ferroviário de ligação à Europa serão os factores responsáveis pelo maior número de dormidas de estrangeiros verificado em Almeida. Contudo, o período da estada média dos turistas é reduzido em toda a região, sendo de apenas 1,3 noites (INE, 2006).

Relativamente à evolução da procura ao longo dos últimos anos não se vislumbra uma tendência muito clara, havendo algumas oscilações, quer na região, quer no concelho. Se em termos de percentagem total de hóspedes/dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da região se assistiu a um aumento de 17,7% entre 2000 e 2005, é de realçar que tal aumento se deve à dinâmica registada na Guarda. Nos outros concelhos da BIN, há uma evolução mais irregular, destacando-se a descida verificada em Almeida (-6%) entre 2004 e 2005. Em termos médios, Almeida absorveu cerca de 22% das dormidas e dos hóspedes entrados nos estabelecimentos hoteleiros da região no período em análise.

As estatísticas do Posto de Turismo de Almeida referentes ao número de turistas/visitantes que passam por este serviço a solicitar informações dá uma outra perspectiva da dinâmica da procura. Observando o período compreendido entre 1994 e 2004 verifica-se que o número de visitantes aumentou 131,5%, tendo passado pelo Posto de Turismo em 2004 perto

de 66.000 visitantes, cifra quase 8 vezes superior à população do concelho. A percentagem média de visitantes nacionais (60%) foi sempre superior à de estrangeiros naquele período, mas o maior aumento de visitantes registou-se entre o contingente dos estrangeiros (+163%). Analisando em concreto as características dos visitantes, em 2004, verifica-se que foi um dos anos em que a proporção de visitantes estrangeiros foi mais elevada (45%), para o que pode ter contribuído o Euro 2004. Deste universo, 93% era oriundo de países da União Europeia, grupo onde se destacam os de nacionalidade espanhola e francesa (56% e 22%, respectivamente), o que corrobora as estatísticas apresentadas pelo INE. Por outro lado, nota-se que o fluxo de visitantes foi muito irregular ao longo do ano, com 46% das visitas a ocorrer nos meses de Verão, com destaque para o mês de Agosto que, por si só, representou 26% do número total de visitantes.

FIGURA 3
Origem dos hóspedes entrados nos estabelecimentos hoteleiros entre 2000-2005



Fonte: INE, Anuários Estatísticos da Região Centro de 2000 a 2005.

5. OBJECTIVOS MOBILIZADORES PARA DINAMIZAR O TURISMO EM ALMEIDA

O potencial que Almeida apresenta em termos turísticos e a dinâmica que certos indicadores estatísticos revelam justificam que, no contexto das medidas para potenciar o desenvolvimento futuro a partir de uma rentabilização dos recursos endógenos, o turismo detenha uma importância central. Esta foi, como refere Fonseca (2006), uma das conclusões centrais do diagnóstico territorial, que viria a ser corroborada pelos entrevistados.

O objectivo global do processo, que sintetiza a visão estratégica, visa *potenciar o desenvolvimento de Almeida*, com base nos recursos próprios e na sua afirmação exterior, tornando Almeida num destino mais atractivo para se visitar, para se investir e para se viver. Os eixos estratégicos relacionados com o turismo com capacidade para cumprir o objectivo central pretendem reforçar o papel de Almeida enquanto Aldeia Histórica de turismo e robustecer a acção de Vilar Formoso enquanto plataforma de recepção e de distribuição de turistas. Cada um destes eixos desdobra-se num conjunto de objectivos (e de sub-objectivos, nalguns casos) que, por sua vez, radicam numa série de acções operacionais, que se passam a caracterizar de seguida.

5.1 ALMEIDA, ALDEIA HISTÓRICA DE TURISMO

Transformar Almeida num destino de referência no domínio do turismo é um eixo estratégico defendido por todos os actores locais e regionais entrevistados, sendo mesmo considerado como uma espécie de “tábua de salvação” da economia local. Como se referiu na caracterização da oferta, o potencial endógeno existe, sobretudo em termos de património cultural, mas emergem vários obstáculos que têm impedido uma afirmação mais sólida do turismo em Almeida.

Na esteira do processo de planeamento estratégico de marketing foi possível definir três objectivos para potenciar a atractividade turística de Almeida: a necessidade de *requalificar o património cultural*, de *organizar a oferta turística* e de *implementar uma perspectiva de marketing*. A conjugação legitimada destes três objectivos parece ser indispensável para que Almeida obtenha benefícios futuros em termos de investimentos, de receitas e de aumento de quota de mercado turístico.

5.1.1 REQUALIFICAÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL

A requalificação do património cultural é um objectivo que pretende reabilitar o recurso turístico de excelência que Almeida dispõe, quer em termos físicos, quer em termos funcionais. Este produto pode ser decomposto no domínio material e no imaterial, necessitando de acções de requalificação com maior ou menor intensidade, especialmente na componente material.

Relativamente à reabilitação física dos elementos patrimoniais de relevante interesse foi consensual entre todos os actores a acção inerente à reabilitação física das muralhas e dos seus elementos. A recuperação, a limpeza e as diversas intervenções necessárias, como ao nível da consolidação dos baluartes, são acções prioritárias para dignificar o cartão de visita de Almeida. A natureza das intervenções necessárias, a extensão da muralha e a tutela por parte da Administração Central constituem entraves (financeiros, técnicos e administrativos) que condicionam a actuação da autarquia local. Para superar esta dificuldade, foi proposto que a Câmara deveria ter um papel mais incisivo junto das autoridades competentes, para que estas acções se concretizassem. A apresentação de projectos de qualidade, que incluam a reabilitação da muralha enquanto elemento central de um projecto de valorização turística de Almeida, poderá ser

também importante para beneficiar de investimentos nacionais ou comunitários. A preservação urbanística e arquitectónica de Almeida (e de outros aglomerados com interesse) foi também uma acção defendida, dando seguimento a algumas iniciativas como as intervenções associadas ao Programa das Aldeias Históricas. Neste objectivo enquadram-se ainda acções de reabilitação/qualificação de alguns espaços públicos, que carecem de intervenção urbanística (repavimentação, iluminação, mobiliário, etc.). Outra medida prende-se com a necessidade de disciplinar melhor a circulação automóvel e o estacionamento no interior do centro histórico.

Em termos funcionais deve ser dada prioridade à reconfiguração de usos de edifícios e à dinamização de actividades de animação. As acções defendidas relacionam-se com a instalação de um museu nas Casamatas, com a instalação de um posto de turismo no edifício da alfândega de Vilar Formoso, com a recuperação de imóveis de boa traça para unidades/equipamentos turísticos e com a dinamização de actividades nos espaços contíguos à muralha. O serviço mais regular por parte do picadeiro e a reposição de passeios em charrete, através de percursos que liguem elementos culturais e naturais de interesse, foram outras duas acções propostas no domínio da animação de actividades.

O artesanato de Almeida é rico e diversificado, mas enferma do problema do envelhecimento e do risco de desaparecimento de muitas produções ancestrais. As acções propostas centram-se na formação, que deve ser dada aos mais novos ou a grupos-alvo (como desempregados), na concessão de apoios aos artesãos e no fomento das iniciativas de promoção através de feiras, pontos de venda de artesanato, etc. Criar condições que permitam a instalação de unidades onde possa ser degustada regularmente

a excelente gastronomia autóctone e a aquisição de produtos locais/regionais foram também duas acções assumidas, procurando colmatar duas importantes lacunas da oferta de Almeida.

5.1.2 ORGANIZAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

Este segundo objectivo pretende clarificar a posição e o papel de um conjunto de elementos e de entidades na oferta turística de Almeida. Sendo o património cultural o seu recurso de excelência, é preciso clarificar o contributo e o potencial de outros atractivos. A organização da oferta decorre também da necessidade de se estruturar articuladamente os recursos e os actores ligados ao turismo de Almeida, que actuam muito desarticuladamente.

Superar o deficit de concertação e de diálogo entre as diversas entidades ligadas ao turismo (públicas e privadas) emerge como uma das medidas mais defendidas pelos entrevistados. De facto, torna-se mais difícil rentabilizar os recursos e endogeneizar receitas se existir uma marcada divergência de actuações e de perspectivas. Ao nível local, a cooperação deve assentar numa plataforma de debate, de concertação de ideias e de projectos, que partilhe responsabilidades e crie sinergias ao nível dos serviços, dos equipamentos e das próprias acções de marketing. A nível supra-local (regional e transfronteiriço), embora dependa de outras entidades, as orientações devem pautar-se por uma maior integração turística, que se traduza em acções comuns, com ganhos em termos de massa crítica e de quota de mercado.

Ao nível local, a organização da oferta turística deve apoiar-se numa estruturação transversal e integrada de todas os recursos, actividades e actores que alimentam e qualificam a oferta de Almeida. Incluem-se nesta estruturação, não apenas as actividades eminentemente turísticas como a hotelaria, restauração, animação, acompanhamento, transporte e informação turística, como outras que qualificam e diversificam a oferta (o artesanato, os produtos locais, a conservação do património, a protecção ambiental e o ordenamento do território, as unidades de venda de produtos locais e de artesanato, etc.). Esta estruturação, ausente na actualidade, é fundamental para qualificar a oferta turística, rentabilizar as diversas actividades associadas ao turismo e promover o desejado envolvimento e cooperação entre as entidades locais.

A organização deve também integrar os restantes recursos turísticos, através de uma perspectiva transversal, alargando o espectro da oferta a outros tipos de procura (desportos de aventura, saúde e bem-estar, turismo residencial, etc.). Sendo o património cultural o expoente máximo de Almeida, produtos como a natureza, as termas e o património edificado devem ser integrados numa aposta complementar de rentabilização turística. Ao nível do património natural, as propostas dos actores incidem na maior rentabilização, dinamização e divulgação de actividades de contacto com a natureza/desportos de aventura e na concessão de apoios a clubes locais. A existência de trilhos rurais, o rio Côa, a qualidade ambiental e paisagística devem ser melhor rentabilizados para a prática de várias modalidades (BTT, passeios equestres, caminhadas, desportos náuticos, balonismo, etc.). O novo balneário termal de Almeida foi também referido como uma oportunidade para atrair mais visitantes e turistas, restando depois promovê-lo e integrá-lo adequadamente na restante oferta. O mesmo se aplica ao património edificado, podendo Almeida afirmar-se mais na fileira do turismo

residencial e do turismo no espaço rural, tendo em conta a integridade e a tipologia do edificado de alguns aglomerados (sobretudo em Almeida, Castelo Mendo e Castelo Bom).

5.1.3 IMPLEMENTAÇÃO DE UMA PERSPECTIVA DE MARKETING

A necessidade de se implementar uma perspectiva de marketing em Almeida foi uma das conclusões centrais do diagnóstico, tendo sido muito vincada por todos os actores entrevistados, ao considerarem que as potencialidades locais não estão devidamente promovidas no exterior da região. A ausência de uma perspectiva integrada e profissional de marketing é responsável por uma evidente falta de visibilidade dos recursos de Almeida no exterior, facto que condiciona a atracção de turistas, visitantes e de investimentos e, assim, retrai o desenvolvimento do concelho. As principais causas do “proto-marketing”, seguindo a terminologia de González (2001), que se aplica a Almeida, radicam na insuficiência de investimentos, na concepção incorrecta de que o marketing consiste apenas na *publicitação* (como o manifestou a maior parte dos entrevistados), na falta de concertação entre as entidades, na deficiente organização da oferta turística, na falta de recursos humanos qualificados e na debilidade das estruturas locais.

O objectivo de se implementar uma perspectiva de marketing constitui um passo fundamental para que, a par dos demais objectivos e acções, Almeida possa atrair mais turistas e visitantes, para além de outros recursos. A perspectiva de marketing deve incidir articuladamente sobre três vertentes, recursos turísticos, actores locais e territórios supra-locais. Ao nível dos recursos é prioritária uma abordagem mais integrada dos produtos, através da organização da oferta turística. É preciso planificar as actividades e avaliar os resultados obtidos para se saber se as estratégias e os meios utilizados estão a surtir efeito.

Uma das formas de o efectuar será através da recolha de informação e da opinião dos turistas/visitantes de Almeida, do seu grau de satisfação, das suas críticas e sugestões. Esta acção permite estudar o perfil do turista de Almeida e, assim, tornar mais eficazes e rentáveis as acções de promoção dos recursos, através dos meios e nos locais mais adequados. A obtenção desta informação poderá indicar debilidades da oferta, cuja correcção se repercutirá no aumento da satisfação dos turistas/visitantes. Ainda no âmbito do marketing é preciso clarificar um conjunto de respostas sobre a oferta e a capacidade interna, como número de turistas a acolher com qualidade, o tempo de permanência desejável, a definição de percursos internos, etc. É, por isso, que Kotler *et al.* (1994) referem que a promoção é um aspecto pouco importante em marketing, porque resulta de um vasto trabalho de análise dos recursos locais, de estudos de mercado e de medidas concertadas entre os actores para atingir os públicos-alvo.

Em relação aos actores locais, a implementação deste objectivo deve colocar em prática uma das acções mais reivindicadas, o aumento da concertação e da cooperação entre as entidades ligadas ao turismo. De facto, não poderá haver uma verdadeira política de marketing se não for perfilhada e recolher a participação dos actores locais na planificação conjunta de estratégias e na sua implementação. A constituição de plataformas onde se apela à participação e à concertação de projectos é crucial para gizar este objectivo.

No tocante à escala territorial das acções de marketing consideram-se várias dimensões. A escala regional onde, como a totalidade dos actores defendeu, deve haver um reforço de integração, porque a região apresenta um conjunto de produtos complementares, que deve ser explorado em conjunto, ao invés de cada município se posicionar no mesmo plano concorrencial. O papel desempenhado por algumas

entidades, sobretudo, pela Região de Turismo da Serra da Estrela e pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (com destaque para o Programa da Rede das Aldeias Históricas), embora tenha contribuído para promover e valorizar os recursos regionais, não tem alimentado a necessária cooperação intra-regional. O reforço da integração e das acções de marketing à escala transfronteiriça é muito importante, até porque, como se referiu, a maior parte dos turistas e dos hóspedes estrangeiros entrados em Almeida é de nacionalidade espanhola.

5.2 VILAR FORMOSO, PLATAFORMA DE RECEPÇÃO E DE DISTRIBUIÇÃO DE TURISTAS

Este segundo eixo estratégico pretende tirar partido dos cerca de quatro milhões de pessoas que, segundo a DGT (2001) passam no posto fronteiriço, numa lógica de alimentar o fluxo turístico de Almeida e da própria região. Por ser uma das fronteiras mais movimentadas de Portugal, Vilar Formoso detém a vantagem sobre Almeida de um enorme número de pessoas, parte delas turistas e visitantes, passar por ali. Contudo, a capacidade de fixação é baixa, pois ao comparar-se o número total de estrangeiros entrados na fronteira com o número de hóspedes entrados nos estabelecimentos hoteleiros registados na DGT, verifica-se que o factor de atracção foi de 0,05% (ano 2000). Para superar esta situação, este eixo estratégico pretende atrair e incrementar o número de “paragens” de turistas/visitantes em Vilar Formoso através de um conjunto articulado de objectivos e de acções.

5.2.1 FOMENTO DAS ACÇÕES DE MARKETING EM VILAR FORMOSO

Uma das maiores debilidades diagnosticadas e corroborada pelos actores relaciona-se com a falta de informação e de divulgação do património local e

regional no posto fronteiriço. Mas, como se referiu, não deve ser apenas na óptica da *publicitação* que se deve procurar sanar este problema, mas sim num nível mais abrangente e interligado, na organização da oferta turística e na implementação de uma política de marketing que extravase os limites concelhios. Ou seja, Vilar Formoso pela sua função e posição geográfica é um território prioritário na estratégia turística do concelho, para além de possuir recursos no domínio patrimonial e cultural e de uma forte tradição comercial.

Incrementar a informação turística e a divulgação dos recursos de Almeida (e da região) no posto fronteiriço foi um denominador comum das propostas defendidas pelos actores. A quase total ausência de informação e de promoção deve ser debelada através dos meios e das técnicas mais adequadas. Por outro lado, o posto de turismo que funciona sazonalmente, deveria passar a estar aberto ao público todo o ano e funcionar em instalações mais condignas e atraentes. Como alguns actores referiram, este serviço poderia estar sediado em edifícios bem localizados, históricos, que poderiam albergar outras funcionalidades, como espaços de exposições, salas de reuniões, etc. O caso do edifício da Alfândega (devoluto) pela sua traça, localização e simbologia cultural seria muito apropriado para acolher estes serviços. A instalação de um espaço museológico em Vilar Formoso foi também uma medida defendida. Os motivos associados à história da raia, à função fronteiriça e ao próprio caminho-de-ferro, responsável pelo crescimento da vila a partir de finais do séc. XIX, constituem motivos que poderiam constar de exposição museológica. A própria máquina a vapor que locomoveu o *Sud Express* na linha da Beira Alta carece de uma melhor integração e aproveitamento turístico. A instalação de pontos de divulgação e de locais de venda do artesanato e dos produtos locais, assim como a dinamização de feiras e de exposições em Vilar Formoso, destacam-se também como medidas importantes de apoio à promoção

turística e à sustentação destas actividades. Ainda, em termos de oferta, foi defendida a criação de um parque de campismo/caravanismo em Vilar Formoso, devido à localização estratégica da vila e por ser um equipamento raro na região.

5.2.2 QUALIFICAÇÃO URBANÍSTICA E COMERCIAL DE VILAR FORMOSO

Este segundo objectivo pretende actuar num duplo sentido, rentabilizar uma das funções tradicionais do posto fronteiriço e, ao mesmo tempo, tornar o espaço mais atractivo. Nesta perspectiva, a qualificação urbanística e comercial é também uma componente da estratégia de marketing local. De facto, a atracção de turistas ou de visitantes torna-se mais difícil se o território não oferecer qualidade urbanística no seu sentido mais amplo (planeamento urbano, tipologia arquitectónica, qualidade ambiental e dos espaços públicos, acessibilidades, etc.) ou se os equipamentos/serviços existentes não tiverem um carácter inovador e apelativo.

Dar continuidade às medidas de requalificação urbanística e arquitectónica que têm vindo a ser implementadas em Vilar Formoso é uma acção importante para gizar este objectivo, como seja ao nível do ordenamento viário, da melhoria de espaços públicos e do reforço da integridade arquitectónica do edificado (recuperação de fachadas, correcção de dissonâncias, etc.). Uma outra acção prende-se com a necessidade de se definir um espaço público com melhores condições para a realização da feira mensal, que atrai centenas de pessoas, muitas delas oriundas do outro lado da fronteira. O tratamento do espaço público à entrada dos portões da fronteira deve ser alvo de medidas de beneficiação (preferencialmente em articulação com o lado espanhol), privilegiando-se o alargamento das áreas pedonais, em articulação com os equipamentos existentes (e a instalar) na envolvente.

Ao nível da requalificação comercial, onde se destacam dois eixos mais dinâmicos, a rua do Comércio e o troço final da antiga EN16, as acções propostas relacionam-se com a necessidade de modernizar os estabelecimentos e de requalificar os espaços públicos, onde se inserem acções como a ampliação das áreas pedonais, a repavimentação e a instalação de mobiliário urbano. A divulgação de incentivos existentes (como os projectos de urbanismo comercial) e o investimento na formação e qualificação dos recursos humanos fazem também parte das acções de revitalização comercial da vila.

A nova travessia fronteiriça em regime de auto-estrada assume-se como um dos grandes desafios para o futuro de Vilar Formoso. Estando assegurado um elemento crucial, a existência de um nó de ligação e a relativa proximidade do traçado da via ao núcleo urbano, importa desenvolver um conjunto articulado de medidas de realocação de serviços e de equipamentos que possam captar turistas e visitantes, para além de outros recursos.

6. PERSPECTIVAS FUTURAS E SUSTENTABILIDADE DO PROCESSO

Um processo de planeamento estratégico de marketing para Almeida pode vir a afirmar-se como um instrumento muito útil na reabilitação da economia local, na diversificação de actividades e, em particular, na valorização dos recursos endógenos ligados ao turismo. Os eixos, objectivos e acções propostos foram partilhados por um conjunto alargado de actores locais, sendo considerados prioritários para inverter a actual situação que, não sendo muito desfavorável como o confirmaram as estatísticas relativas à oferta e à procura turísticas, poderão ter um papel bastante mais sólido na dinamização da economia local. A

envergadura de alguns dos objectivos propostos implica que este seja um processo globalizante, de médio/longo prazo, capaz de envolver diversas entidades à escala local e supra-local. Ao nível local, implica a existência de uma maior dinâmica, que estimule o envolvimento e a participação dos restantes actores em todo o processo, especialmente no tocante à operacionalização das acções. Pelas suas competências e meios, a Câmara é o actor melhor posicionado para desencadear todo este processo e para apelar à mobilização das restantes entidades. O deficit de envolvimento entre as entidades foi a principal debilidade identificada a partir das entrevistas. Este processo pode constituir o ponto de partida para operar a desejada mudança, porque a sua efectiva implementação apela à participação e à concertação dos actores locais mais influentes ligados ao sector (autarquias, empresários, associação empresarial, associações culturais, etc.). Ao nível externo, o reforço da integração deve apoiar-se numa plataforma local já consolidada, seja ao nível da cooperação turística com as entidades regionais e transfronteiriças, seja ao nível da maior legitimação que este processo desencadeia junto da Administração Central no tocante a candidaturas, projectos de investimento e à reivindicação de algumas acções da sua competência.

A implementação de um processo de planeamento estratégico de marketing implica a criação de estruturas que, na actualidade, não existem. Como refere Fonseca (2006), poderá ser importante a criação de uma estrutura de topo e permanente (*Grupo de Planeamento Estratégico*), que deverá chamar a si as funções determinantes nas fases de formulação e de implementação do plano. Poderá ser integrada por elementos da entidade promotora e por elementos técnicos e actores de organizações locais ou do exterior, se necessário. Deverá ser uma

plataforma decisora, de debate e de monitorização das etapas nucleares do processo. Sob a sua alçada poderão funcionar estruturas temporárias, grupos de trabalho, cujos elementos poderão até ser “reciclados” para novas tarefas no processo, embora com ajustes pontuais de acordo com a natureza das funções.

7. CONCLUSÃO

As políticas de desenvolvimento de tipo sectorial, descoordenadas e elaboradas à margem da participação dos cidadãos têm dado provas suficientes de incapacidade para inverter as tendências de empobrecimento de muitos espaços rurais. A sua implementação tem agudizado os problemas a tal ponto que a rarefacção e a desvitalização demográfica comprometem seriamente a capacidade empreendedora e de iniciativa local.

Com a proposta de um processo de planeamento estratégico de marketing para Almeida sugere-se um modelo inovador, de combate à resignação e ao “fatalismo” dos problemas de desenvolvimento deste concelho do Interior. Os argumentos favoráveis à implementação do processo são de vária ordem, mas as principais rupturas fundam-se em dois aspectos. Na noção de que os protagonistas do processo de desenvolvimento são os actores locais e as suas organizações, numa óptica de um planeamento participado e mais activo. Pretende-se recolher o contributo e a actuação de diversas entidades, de forma a tornar as decisões mais legitimadas, sustentadas e com garantias acrescidas de execução. Isso implica, em primeiro lugar, a criação de redes de cooperação inter-institucional, que funcionem como estruturas de debate, de negociação e de concertação de acções, envolvendo técnicos, políticos e outros actores. Em segundo lugar, apela a uma postura de

maior abertura por parte dos poderes públicos, que privilegie mais o diálogo e a mediação, numa postura de animação local e de reforço da confiança entre as entidades. É absolutamente fundamental que haja uma boa capacidade institucional pois, sem ela, a mobilização em torno dos projectos e a negociação com o exterior ficarão comprometidas. O deficit de relacionamento institucional em Almeida foi um dos mais referidos obstáculos ao desenvolvimento local. A Câmara, enquanto entidade dotada de melhores meios e de capacidade de mobilização local, é o órgão melhor posicionado para alterar esta situação e para desencadear o processo de planeamento estratégico de marketing. A percepção desta problemática parece começar a ser assimilada por aquela entidade, como o comprova a recente criação da Agência de Promoção de Almeida, o reforço da cooperação regional e transfronteiriça (com a celebração do Consórcio Transfronteiriço das Cidades Amuralhadas) e a crescente preocupação com a promoção externa (presenças nas edições de 2007 da Feira Internacional de Turismo, em Madrid, e na Bolsa de Turismo de Lisboa). Este esforço empreendido pela Câmara Municipal poderá, assim, constituir as bases para a implementação de um processo mais globalizante e mobilizador, o planeamento estratégico de marketing.

Este processo pugna por um desenvolvimento transversal e sustentado. Os eixos estratégicos definidos concorrem complementarmente para o desenvolvimento de Almeida, embora actuando sobre potencialidades diferentes. Neste contexto, o turismo emerge como elemento central, mas não basta dizer que é a mola que pode despoletar o desenvolvimento de Almeida. Isso por si só não atrai turistas, importa agir. Assim, é proposto um quadro integrado de objectivos e de acções que visam tornar Almeida mais competitiva enquanto destino turístico, procurando

uma maior afirmação e endogeneização de receitas. Porém, o turismo não deve ser considerado como a panaceia que resolverá todos os problemas de desenvolvimento, mas sim como um elemento de charneira que contribuirá para a diversificação e para a valorização dos recursos e da economia local. As características do mercado (não massificado) potencialmente interessado na oferta de Almeida e a magnitude de algumas das acções propostas (mas fundamentais) sugerem que os resultados não sejam visíveis no imediato, mas num horizonte mais alargado. Esse é, aliás, um predicado do planeamento estratégico de marketing que, assumindo-se como um processo sustentado para o futuro, pode ajudar Almeida a “romper as muralhas” que se tem colocado ao seu desenvolvimento.

Agradecimentos

Os autores agradecem os valiosos comentários dos avaliadores, fundamentais para o enriquecimento deste artigo.

BIBLIOGRAFIA

- Albino, J.; Mergulhão, L.; Bigares, J.; Magalhães, A.; Rato, B.; Gonçalves, J. (2000), *Turismo e desenvolvimento no Norte Alentejo*, Edições Colibri, Lisboa.
- Almeida, J.; Amaral, J.; Borrego, A.; Capucha, L.; Ferrão, J. (1994), *Regiões rurais periféricas: que desenvolvimento? Uma experiência no concelho de Almeida*, CAIS/CIES, Lisboa.
- Barros, Vítor (2003), *Desenvolvimento rural – intervenção pública 1996-2002*, Terramar, Lisboa.
- Cànoves, G.; Herrera, L.; Cuesta, L. (2006), *El turismo rural a Catalunya: una aposta mediambiental i de qualitat*, Fundació Abertis, Barcelona.
- Cardoso, António (2001), "Turismo, Ambiente e Desenvolvimento Sustentável em áreas rurais" in *Actas do 1º Congresso de Estudos Rurais*, Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, 6 a 8 de Setembro, Vila Real.
- Cristóvão, Artur F. (1999), "Ambiente e desenvolvimento de áreas marginais: o caminho tortuoso para uma relação potencialmente frutuosa", in *Actas do 1º Encontro Galiza-Portugal de Estudos Rurais*, 12 e 13 de Novembro, Bragança.
- Cunha, Licínio (2006), *Economia e política do turismo*, Edições Verbo, Lisboa.
- DGT – Direcção Geral do Turismo (2001), *O turismo em 2000*, Lisboa.
- Ferreira, António F. (2005), *Gestão estratégica de cidades e regiões*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- Fonseca, Fernando (2006), *O planeamento estratégico em busca de potenciar o território: o caso de Almeida*, Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga.
- Fonseca, Fernando; Ramos, Rui (2006), "O planeamento estratégico de marketing territorial como instrumento fundamental para o aumento da competitividade e afirmação territorial: o caso de Almeida", in *Actas do XII Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional*, 15 a 17 de Setembro, Viseu.
- González, Xosé (2001), *Planeamento estratégico e mercadotecnia territorial*, Universidade de Vigo, Vigo.
- Güell, José (2000), *Planificación estratégica de ciudades*; Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Guerra, Isabel (2000), "Reflexões sobre os métodos e técnicas de planeamento, acção colectiva e jogo estratégico de actores", in *Actas do IV Congresso Português de Sociologia*, 17 a 19 de Abril, Coimbra.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (2001), *Dados Comparativos dos Recenseamentos da Agricultura de 1989 e de 1999*, Lisboa.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (2002), *XIV Recenseamento Geral da População*, Censo de 2001, Lisboa.
- INE – Instituto Nacional de Estatística (2006), *Anuário estatístico da Região Centro*, de 2005, Lisboa.
- Kotler, P.; Haider, D.; Rein, I. (1994), *Marketing público – como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, Estados e países*, Makron Books, São Paulo.
- Leal, Catarina (2001), *O turismo rural e a União Europeia, uma realidade em expansão*, Livraria Almedina, Coimbra.
- Lourenço, Júlia (2003), *Expansão urbana, gestão de planos-processo*, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.
- Maillat, Denis (1996), "Milieux innovateurs et dynamiques des systèmes territoriaux de production", in *Sociedade e Território*, n.º 23, pp. 19-30.
- Middleton, Vítor (1996), *Marketing in travel and tourism*, Second Edition, Butter-Worth-Heinemann, London.
- Mill, R.; Morrison, A. (1992), *The tourism system*, Prentice Hall International, Second Edition, New Jersey.
- Muller, Frank G. (2000), "Ecotourism: An economic concept for ecological sustainable tourism" in *International Journal of Environmental Studies*, vol. 57, no3, pp. 241-251.
- Noisette, P.; Vallérugo, F. (1996), *Le marketing des villes, un défi pour le développement stratégique*, Les Éditions d'Organisation, Paris.
- Nunes, Flávio (1999), *Processo de planeamento de marketing territorial estratégico, um instrumento de operacionalização de estratégias para a Área Metropolitana do Porto*; Dissertação de Mestrado, FAUP/FEUP, Porto.
- PENDR – Plano Estratégico Nacional para o Desenvolvimento Rural (2007), Proposta de Plano em fase de discussão pública. Disponível em (Site acedido em Setembro de 2007) http://www.gppaa.min-agricultura.pt/drural/doc/PEN_8.2.07.pdf
- Poon, Auliana (1993), *Tourism, technology and competitive strategies*, CAB International, Wallingford.
- Quinta, Fernanda (2002), *A cultura de avaliação do planeamento estratégico*, Centro de Estudos de Morfologia Urbana e Património, ISCIA, Aveiro.
- Ribeiro, M.; Marques, C. (2000), "Rural tourism and the development of less favoured areas between rhetoric and practise", in *Tourism Sustainability and Territorial Organization*, APDR, pp. 531-544, Coimbra.
- Rita, J.; Mergulhão, L. (1997), "Desenvolvimento local em meio rural: que possibilidades?" in *Economia e Sociologia*, nº63, pp. 31-42, Évora.
- Salvà-Tomás, Pere (2000), "Tourism sector restructure sustainability and territorial perspectives at the beginnings of 21st century", in *Tourism Sustainability and Territorial Organization*, APDR, pp. 97-112, Coimbra.
- Umbelino, Jorge (1998), Turismo em espaço rural: da utopia à realidade, In Pintassilgo, J.; Teixeira, M.A. (coord.), *Turismo Horizontes Alternativos*, Edições Colibri, pp. 175-188, Lisboa.

CARTOGRAFIA DE COBERTO DO SOLO PARA O TERRITÓRIO ANGOLANO UTILIZANDO IMAGENS DE SATÉLITE MODIS

Ana Isabel Cabral - Instituto de Investigação Científica Tropical (IICT) - E-mail: anaicabral70@gmail.com

RESUMO:

Este trabalho tem como objectivo obter um mapa de coberto do solo para Angola, utilizando imagens diárias, de quatro meses de 2003, provenientes do sensor *Moderate Resolution Imaging Spectroradiometer* (MODIS). Como aquelas imagens estão sujeitas a contaminação atmosférica e à existência de nuvens no momento de registo, é necessário recorrer a um critério de composição multitemporal para tentar eliminar estes efeitos. A aplicação deste critério gera imagens síntese mensais que são usadas num algoritmo de classificação em árvore. Para construir o classificador, e validar o resultado obtido, recolheram-se amostras dos vários tipos de coberto do solo nos mapas de coberto do solo existentes a diferentes escalas, na bibliografia sobre vegetação em Angola e em imagens de satélite *Landsat*. A avaliação dos resultados foi baseada no método de validação cruzada, que utiliza o mesmo conjunto de dados na validação e na classificação, e no método que recorre a um conjunto de dados independentes ao classificador.

Como resultado obtém-se um mapa actualizado e uniforme para 2003, por um método expedito que permitirá ser usado para fazer a cartografia de diferentes anos de modo a detectar as alterações ocorridas ao longo do tempo.

ABSTRACT:

The objective of this work is to obtain a land cover map of Angola, using daily images of four months of 2003, from the *Moderate Resolution Imaging Spectroradiometer* (MODIS) sensor.

Since those images are subject to atmospheric contamination and to the existence of clouds, it is necessary to apply a multitemporal composite criterion to remove these effects. The application of this criterion produces monthly composite images that are used in a classification algorithm tree. The selection of image data for training the classifier and for accuracy assessment was supported by maps at different scales, vegetation books, expert knowledge, and *Landsat Thematic Mapper* imagery.

The classification accuracy was based on cross-validation method, which uses the same dataset in the validation and in the classification and in a method based on an independent dataset. The result is an up-to-date and uniform map for 2003, with a method which allow to be used to produce maps of different years in order to detect land cover changes.

1. INTRODUÇÃO

A constante alteração da superfície terrestre pelo homem tem vindo a exigir informação cada vez mais detalhada e contínua, para uma boa gestão da sustentabilidade dos ecossistemas. Angola, como o restante continente Africano, tem sentido estas alterações que podem afectar os recursos naturais, como a água potável, a qualidade do ar e a estabilidade do clima, com reflexos nas condições de vida humana. Os estudos sobre o coberto do solo são uma fonte importante na monitorização destas alterações e têm sido cada vez mais utilizados pelos próprios governos que utilizam esta informação na gestão do seu território e em estudos ambientais. A cartografia de coberto do solo em África foi inicialmente baseada em medições de terreno e mais tarde em dados de detecção remota, como fotografias aéreas e imagens de satélite. Estas últimas permitiram uma melhoria significativa pela representação contínua e uniforme da superfície terrestre.

Vários trabalhos têm sido feitos para África no âmbito da cartografia de coberto do solo. É o caso de um mapa para todo o continente produzido com imagens do sensor *AVHRR (Advanced Very High Resolution Radiometer)* (Tucker et al., 1985), de uma classificação global da superfície com imagens do sensor *MODIS (Moderate Resolution Imaging Spectroradiometer)* (Strahler et al., 1999) e da cartografia dos ecossistemas terrestres (Olson et al., 2001).

Para Angola, vários projectos têm sido desenvolvidos a nível local, contudo, a maior parte do território apresenta ainda uma grande deficiência de informação o que dificulta a sua aplicação a todo o espaço do país. Este trabalho tem como objectivo obter informação sobre o coberto do solo em Angola,

utilizando imagens de satélite do sensor *MODIS* relativas a quatro meses do ano de 2003 (Fevereiro, Maio, Agosto e Novembro). O mapa de coberto do solo obtido visa contribuir para a tomada de decisões de ordenamento e gestão do território, a nível nacional e provincial, e contribuir para a detecção de alterações dos padrões territoriais.

2. ÁREA DE ESTUDO E DADOS

2.1 ÁREA DE ESTUDO

A República de Angola fica situada na costa ocidental do continente africano, entre os paralelos 4°22' e 18°02' sul e os meridianos 11°41' e 24°05' leste (DEPPI, s/d). É limitada a norte e a leste pela República Democrática do Congo, a leste pela Zâmbia, a sul pela Namíbia e a oeste pelo Oceano Atlântico. Ocupa uma área de cerca de 1.246.700 km², tem uma linha de costa de 1.650 km e uma fronteira terrestre cerca de três vezes maior. A província de Cabinda situa-se a norte, separada de Angola pelo estuário do rio Congo e por território pertencente ao Zaire e faz fronteira a norte com o Congo. O relevo é caracterizado por uma faixa costeira baixa que se estende desde a Namíbia até Luanda, e por planaltos interiores que inclinam para leste e sudeste, alguns deles com altitudes superiores a 1500 m. A vegetação é muito diversificada, com floresta tropical, para norte, savanas que interpenetram com as florestas e se estendem por áreas e coberturas descontínuas de arbustos e ervas, para sul e sueste, que se encontram limitadas pelas grandes extensões desérticas do Namibe, para o litoral sudeste.

Vários rios importantes se podem destacar no território angolano, como o Zaire, o Cuanza e o Cunene, que mais para o interior têm vales profundos

e irregulares que se alargam nas proximidades do oceano. O clima é diversificado, tropical no norte e subtropical e desértico no sul, sendo temperado no interior de maior altitude. Esta diversidade deve-se à conjugação da altitude com o factor continentalidade, a diferenças latitudinais e a efeitos da corrente oceânica fria. Existem duas estações distintas definidas pela precipitação, uma quente e húmida e outra fresca e seca, sendo as temperaturas térmicas anuais baixas.

2.2 DADOS UTILIZADOS

2.2.1 IMAGENS MODIS E LANDSAT

O sensor *MODIS* é um dos principais instrumentos instalados a bordo do satélite *TERRA*, um dos sistemas de observação da superfície terrestre desenvolvidos pela NASA (*National Aeronautics and Space Administration*). Este satélite tem uma órbita circular, quase polar, hélio-sincrónica, a 705 km de altura e a hora solar de passagem pelo nó descendente é às 10:30 da manhã (URL1). O *MODIS* visualiza a mesma superfície terrestre a cada 1-2 dias e abrange uma faixa de observação de cerca de 2330 km de largura. Este sensor regista os dados em 36 bandas espectrais, entre 0.4 e 14.4 micrómetros, e que se distribuem em diferentes grupos de resolução espacial, variando dos 250 aos 1000 metros.

O *MODIS* é adequado para a monitorização de mudanças da biosfera em larga escala, nomeadamente a nível do coberto do solo. Pode ser de grande utilidade no ciclo global do carbono, uma vez que permite estimar a quantidade utilizada e absorvida na produção e na actividade fotossintética das plantas terrestres e marinhas.

Neste trabalho utilizam-se apenas as sete primeiras bandas espectrais que representam a reflectância espectral dos diferentes tipo de coberto do solo, representados na gama do espectro electromagnético (Tabela 1).

As imagens *MODIS* são disponibilizadas pela NASA através do site *Earth Observing System Gateway* (<http://edcimswww.cr.usgs.gov/pub/imswelcome/>). Foram utilizadas imagens diárias do ano 2003 correspondentes a Fevereiro, Maio, Agosto e Novembro. Estes meses foram escolhidos de forma a contemplar a variabilidade sazonal da vegetação e a permitir uma maior distinção dos diferentes tipos de coberto vegetal.

Os satélites *Landsat* têm órbitas repetitivas, circulares e heliossíncronas (passam à mesma hora solar em qualquer ponto terrestre observado) e estão a uma altitude de 705 km. A órbita completa-se em aproximadamente 99 minutos, permitindo ao satélite

TABELA 1
Características do sensor *MODIS*

<i>MODIS</i>							
Bandas	1	2	3	4	5	6	7
Região							
Espectral (μm)	0.620-0.670	0.841-0.876	0.459-0.479	0.545-0.565	1.230-1.250	1.628-1.652	2.105-2.155
Resolução (m)	250	250	500	500	500	500	500

dar 14 voltas à terra por dia e uma cobertura total do planeta em 16 dias. Cruza a linha do equador entra as 10:00 e as 10:15 (hora local) numa órbita descendente, ou seja, de norte para sul, e caracteriza-se por uma faixa de varrimento de 185 km (URL2).

As principais diferenças espectrais entre os sensores *TM* do satélite *Landsat 5* e *ETM+* do satélite *Landsat 7* são a adição de uma banda pancromática com resolução de 15 m, a passagem das bandas do infravermelho térmico a uma resolução espacial de 60 m e uma melhoria na calibração do sensor *ETM+* (Tabela 2).

Neste trabalho obteve-se uma cobertura completa de imagens *Landsat TM* e *ETM+* referentes aos anos de 2000 e 2001 disponíveis por Internet no *Global Land Cover Facility*, um centro da Universidade do *Maryland*. Estas imagens são usadas para, em conjunto com os dados auxiliares, permitir uma melhor identificação dos diferentes tipos de coberto do solo.

2.2.2 DADOS AUXILIARES

É ainda utilizada a Carta Fitogeográfica de Angola (Figura 1) à escala 1:2 500 000 (*Barbosa, 1970b*), a memória descritiva da vegetação de Angola (*Barbosa,*

1970a) e adicionalmente, as descrições de vegetação feitas por *Castanheira (2006)*. A utilização conjunta destes diferentes tipos de informação permite uma melhoria significativa na identificação dos diferentes tipos de coberto do solo.

3. METODOLOGIA

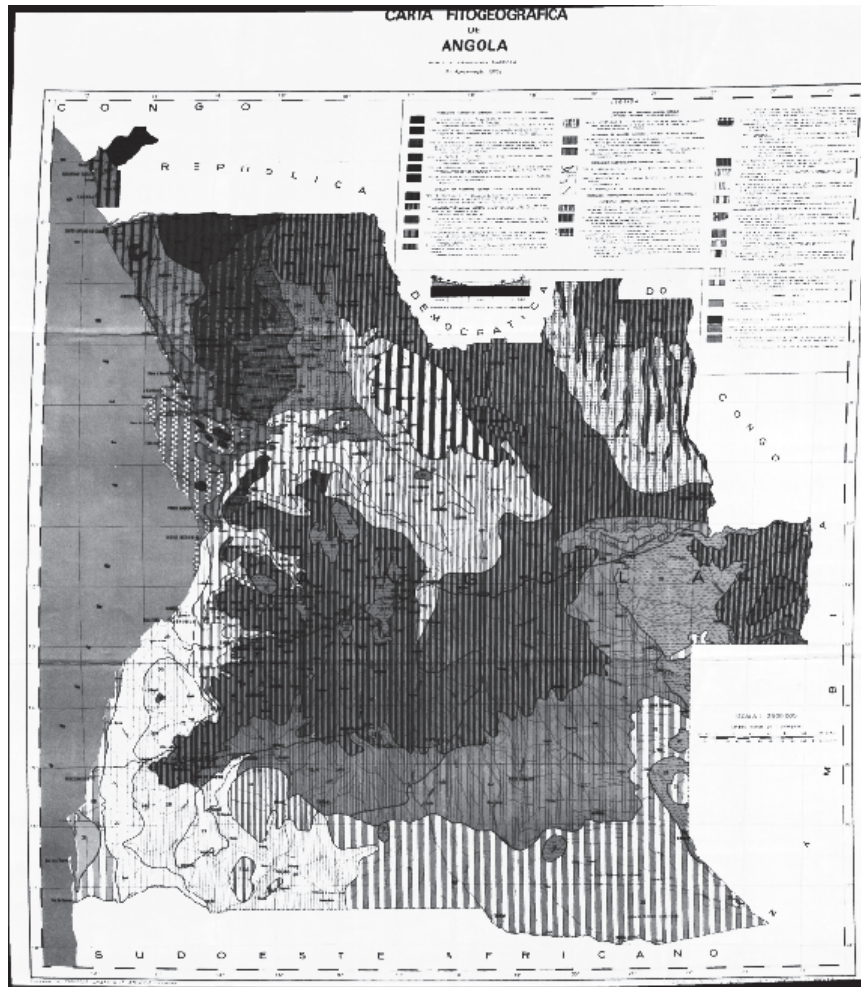
3.1 COMPOSIÇÃO MULTITEMPORAL

As imagens de satélite recolhidas pelos sensores estão sujeitas às condições atmosféricas existentes no momento em que são registadas (nuvens, sombras de nuvens, etc.), o que pode dificultar a identificação dos tipos de coberto do solo e conseqüentemente a precisão dos mapas obtidos. Estes efeitos podem ser minimizados ou eliminados recorrendo a procedimentos de correcção atmosférica ou a métodos de composição multitemporal de imagens. Os trabalhos de *Holben et al. (1986)*, *Qi e Kerr (1994, 1997)*, *Cihlar et al. (1994)* e *Sousa et al. (2003)* são exemplos da aplicação de critérios multitemporais às imagens de satélite. A composição multitemporal consiste em gerar uma imagem composta, resultante da síntese formada por *pixels* seleccionados de um conjunto de imagens de uma mesma área,

TABELA 2
Características do sensor *TM* e *ETM+*

Thematic Mapper-TM								
Bandas	1	2	3	4	5	6	7	
Região espectral (μm)	0.45-0.52	0.52-0.60	0.63-0.69	0.76-0.90	1.55-1.75	10.42-12.50	2.08-2.35	
Resolução (m)	30	30	30	30	30	120	30	
Enhanced Thematic Mapper-ETM+								
Bandas	1	2	3	4	5	6	7	8
Região espectral (μm)	0.45-0.52	0.52-0.60	0.63-0.69	0.76-0.90	1.55-1.75	10.42-12.50	2.08-2.35	0.52-0.90
Resolução (m)	30	30	30	30	30	60	30	15

FIGURA 1
Carta Fitogeográfica de Angola



correspondente a um período curto de tempo. Estas imagens têm de estar georreferenciadas espacialmente de forma a assegurar que o *pixel* com a mesma localização geográfica é igual em todas as datas. Este *pixel* é avaliado segundo um determinado critério e o que melhor o satisfizer é seleccionado para formar a imagem síntese, composta por *pixels* de diferentes datas. Este processo é repetido para as várias bandas que constituem a imagem. Neste trabalho utilizou-se um critério de composição multitemporal, baseado no terceiro valor mais baixo do albedo, definido como a média aritmética entre as bandas do vermelho e infravermelho próximo (Cabral *et al.*, 2003). Teoricamente, o albedo é definido como uma medida de reflectividade de um corpo ou de

uma superfície. Este critério consiste em gerar uma imagem dos valores do albedo e em seleccionar a data correspondente ao terceiro valor mais baixo. Esta imagem das datas é usada para gerar as bandas síntese mensais de Fevereiro, Maio, Agosto e Novembro.

3.2 DEFINIÇÃO DA LEGENDA

A legenda dos diferentes tipos de coberto do solo adoptada baseou-se no esquema de classificação da *Food and Agriculture Organization* (FAO), que estabelece classes em função das características estruturais e funcionais da vegetação (Di Gregório e Jensen, 2000), visando harmonizar as classificações

de coberto do solo feitas por diferentes equipas para facilitar as comparações entre resultados (tabela 3).

3.3 DADOS DE REFERÊNCIA

O conjunto de amostras representativas de cada tipo de coberto do solo é obtido recorrendo à Carta Fitogeográfica de Angola, ao conhecimento de campo de especialistas em botânica, à interpretação visual de imagens *Landsat* e à bibliografia existente sobre vegetação. Estas amostras são recolhidas de modo a assegurar a máxima homogeneidade e precisão possíveis. O seu número não é proporcional à extensão de cada classe na área de estudo, dada a limitação imposta pela informação auxiliar e o conhecimento no terreno. A grande dificuldade que surge na recolha de amostras incide principalmente na “confusão” existente entre alguns tipos de coberto do solo, o que se reflecte no número de *pixels* recolhidos para cada classe. As classes menos representativas são a “Agricultura”, “Água” e “Áreas

ardidas”. A primeira devido à sua semelhança com a de “Mosaico Agricultura-vegetação arbórea”.

É feita uma análise à separabilidade espectral entre as classes de coberto do solo representadas pelos *pixels* correspondentes às áreas definidas no conjunto de referência, através da distância de *Jeffries-Matusita* (J-M) (*Richards et al.*, 1999). Esta medida permite melhorar a definição das áreas amostradas para cada classe, redefinindo o número de classes amostradas, agregando as semelhantes e separando as distintas. A distância de *Jeffries-Matusita* tem um limite máximo de 2 para classes que espectralmente se separam completamente e de 0 para as espectralmente idênticas. Após a correcção das áreas de referência extraem-se os valores espectrais correspondentes a cada *pixel* nas 28 bandas, sendo a amostra total constituída por 38479 *pixels*.

TABELA 3
Classes de coberto do solo e número de amostras usadas para treino do classificador

ID-Tipo de Coberto do solo	Número de pixels
1-Floresta fechada de folha persistente	374
2-Bosque caducifólio fechado (40-65% de coberto de árvores)	6109
3-Bosque caducifólio aberto (15-40% de coberto de árvores)	1027
4-Floresta Mista	1442
5-Mosaico Floresta - Vegetação natural	2079
6-Mangal	313
7-Arbustos de folha caduca	1191
8-Arbustos caducifólios com árvores esparsas	1266
9-Savana herbácea	3978
10-Savana herbácea com árvores esparsas	1294
11-Savana herbácea com arbustos esparsos	794
12-Mato inundado e savana herbácea	310
13-Agricultura	59
14-Mosaico Agricultura – vegetação arbórea	300
15-Solo nu	3224
16-Água	114
17-Áreas ardidas	196

3.4 FILTRAGEM DO CONJUNTO DE REFERÊNCIA

A recolha das amostras de referência pode estar sujeita a erros de identificação, devido a alterações do tipo de coberto do solo entre a data em que as imagens foram adquiridas e a informação que é usada como referência. A utilização do método desenvolvido por *Brodley and Friedl* (1999) permite identificar e eliminar observações com uma probabilidade errada de legenda e melhorar significativamente a qualidade dos dados, através da análise do conjunto de dados de referência (*pixel a pixel*), relativamente ao tipo de coberto do solo atribuído a cada *pixel* pela aplicação de um algoritmo de classificação. Este processo, apesar de reduzir o número de observações, torna o conjunto de amostras mais coerente, fiável e homogéneo o que melhora significativamente os dados resultantes do classificador. Para o efeito constrói-se uma árvore de classificação usando um algoritmo de árvores de classificação e regressão desenvolvido por *Breiman et al.* (1984), através do software CART (*Steinberg e Colla*, 1997). Nela são definidos vários parâmetros, incluindo a selecção de um critério que avalia o grau de impureza do nó, a especificação das probabilidades à priori e os custos dos erros de classificação para cada classe de variável dependente. São também considerados, a selecção do número mínimo de observações para os nós terminais, a especificação do valor de um parâmetro de complexidade que penaliza árvores grandes e determina o tamanho óptimo da árvore e a selecção de um procedimento de avaliação da precisão. A árvore construída usa o critério *twoing* (*Breiman et al.*, 1984) para a separação de nós, o mais adequado quando se têm muitas classes. Consideraram-se iguais probabilidades à priori, iguais erros de custo da classificação e um número mínimo de observações nos nós terminais de 30. Além disso, é usado o método de validação cruzada 10 vezes para estimação do erro de classificação.

Como resultado, a cada observação são associados dois atributos, um na fase de recolha da informação dos dados de referência e outro pela árvore de classificação. Todos os *pixels* cujos atributos não coincidem são considerados erradamente identificados e removidos do conjunto de dados de referência, que após esta filtragem dispõe de 32622 amostras. Este conjunto é dividido em dois: 75% das observações disponíveis para cada classe é usado para treinar o classificador e os restantes 25% são usados no processo de validação. Estabeleceram-se 17 classes de coberto do solo com um número de amostras variável para treinar o classificador (tabela 3), em função da área ocupada por cada classe no território Angolano.

3.5 ÁRVORES DE CLASSIFICAÇÃO

De acordo com pesquisas efectuadas, a aplicação de famílias ou conjuntos de árvores de classificação são mais eficientes e permitem uma melhor precisão do mapa de coberto do solo (*Breiman*, 1996, *Bauer e Kohavi*, 1999) do que a utilização de classificadores em árvore simples. Neste trabalho, recorreu-se ao software CART, que constrói árvores de classificação binárias.

O método de classificação de família de árvores, também designado por *bagging*, consiste em gerar dez conjuntos de amostras a partir do conjunto original escolhido para treinar o classificador, por amostragem com reposição. Cada um destes conjuntos é usado para gerar dez mapas de coberto do solo que são comparados entre si, quanto à classe seleccionada. Para cada *pixel*, a classe mais frequente, ou seja a que tem mais votos, é a seleccionada para atribuir ao *pixel*, obtendo-se assim o mapa de coberto do solo final.

Cada uma destas dez árvores é construída segundo os mesmos parâmetros: critério *twoing* para separação de nós, probabilidades iguais à priori para cada classe, custo de classificação iguais para cada classe e nós terminais com pelo menos 30 observações. Utiliza-se ainda o modelo de combinações lineares de variáveis, que permite uma melhor separação dos padrões espaciais e, conseqüentemente, uma melhor definição das classes espectralmente semelhantes. A precisão dos classificadores é avaliada com base no método de validação cruzada 10 vezes, para estimativa do erro de classificação.

3.6 AVALIAÇÃO DA FIABILIDADE DO CLASSIFICADOR

A avaliação da precisão do mapa de coberto do solo final é feita comparando a informação obtida nesse mapa e o conjunto de dados de validação, através de uma matriz de confusão (Foody, 2002). Trata-se de uma matriz quadrada, onde as linhas representam as classes reais dadas pelos dados de validação e as colunas as classes resultantes do processo de classificação. A diagonal principal representa os *pixels* correctamente classificados, ou seja, os que apresentam concordância entre o tipo de coberto do solo atribuído pelo classificador e o que existe no terreno. Os *pixels* fora da diagonal principal correspondem aos incorrectamente classificados e portanto a erros de omissão (por exclusão) e a erros de comissão (por inclusão) (Foody, 2002).

Pode medir-se, também, o coeficiente *kappa* que expressa a diferença entre a concordância observada entre os dois mapas e a que seria obtida se a classificação fosse realizada ao acaso, com valores entre 0 e 1.

4. RESULTADOS

4.1 COMPOSIÇÃO MULTITEMPORAL

A imagem composta para o mês de Maio resulta da aplicação do critério de composição multitemporal e constitui uma síntese construída a partir das imagens diárias existentes para aquele mês (Figura 2).

Por observação visual verifica-se que é uma imagem homogénea, com poucas nuvens e sombras de nuvens e com uma certa coerência espectral. A remoção de nuvens de determinadas áreas, como é o caso do enclave de Cabinda, torna-se difícil quando ocupam o mesmo local em todas as imagens diárias.

4.2 ÁREAS DE REFERÊNCIA

A distribuição das áreas de referência para a região de estudo é obtida por observação visual dos vários tipos de informação existentes (Figura 3).

Os valores de separabilidade espectral, calculados com base nas áreas de referência (Figura 3) e obtidos pela distância de *Jeffries-Matusita*, estão acima dos 1.7 para todas as combinações emparelhadas, o que significa uma boa separabilidade espectral entre as classes.

FIGURA 2

Imagem em tons de cinzento da banda do infravermelho próximo, da imagem *MODIS* do mês de Maio, gerada pelo critério de composição multitemporal do terceiro valor mais baixo do albedo

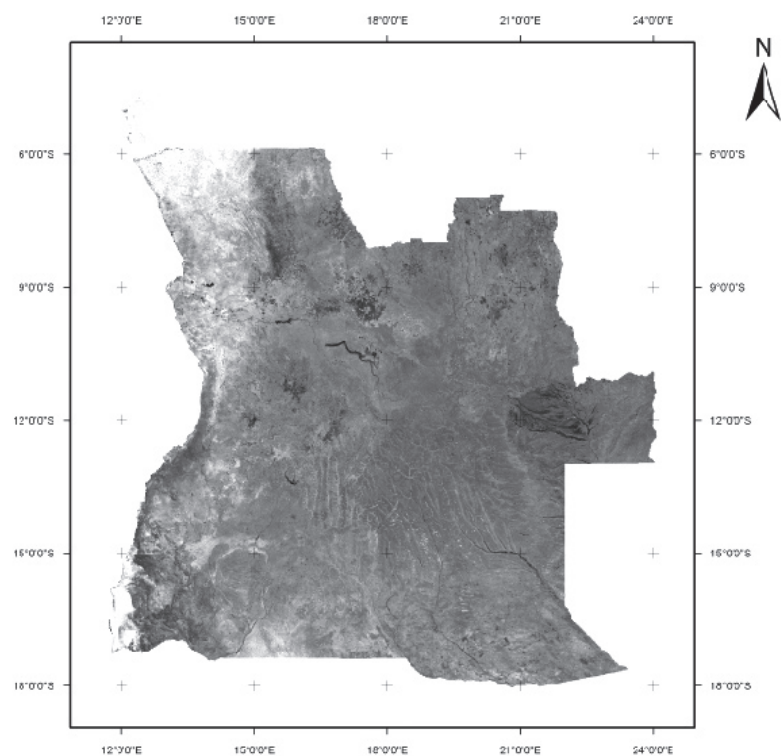
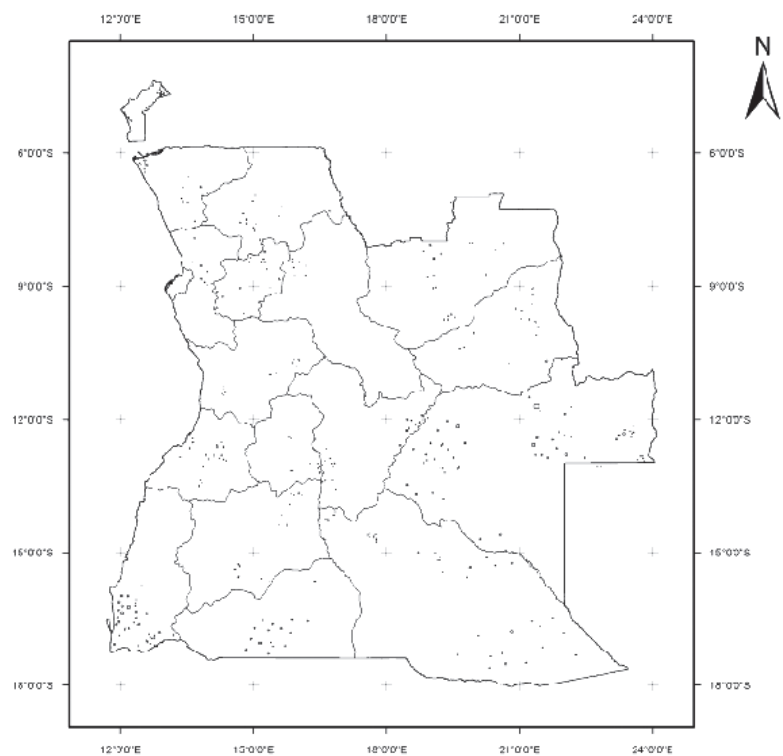


FIGURA 3

Distribuição das áreas de referência

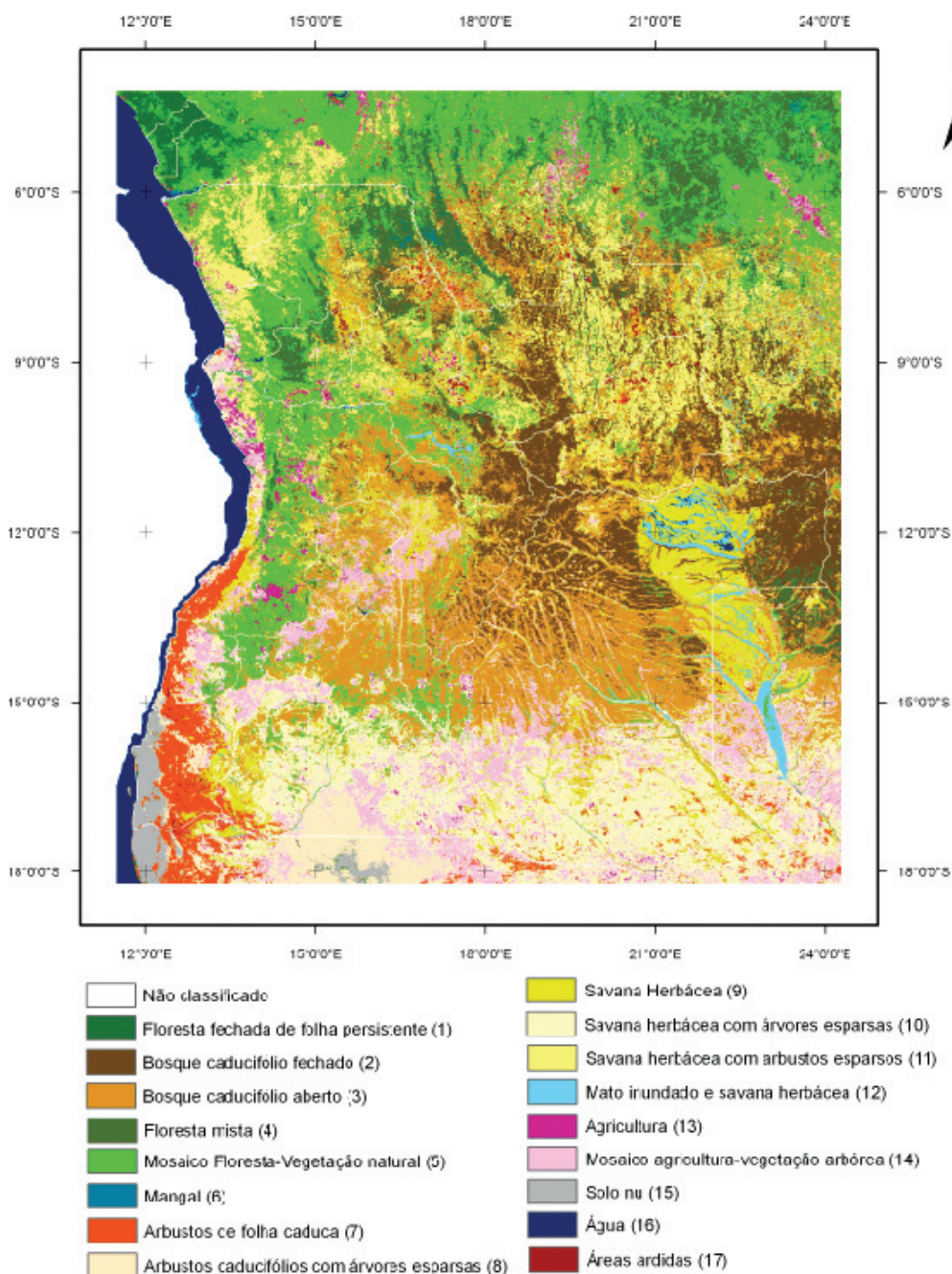


4.3 ÁRVORE DE CLASSIFICAÇÃO

No mapa de coberto do solo para Angola (Figura 4), a percentagem de concordância é obtida através do método de validação cruzada, interno ao classificador, que utiliza o mesmo conjunto de dados quer para treinar o classificador quer para validação.

As percentagens de concordância globais obtidas pela aplicação do método de validação cruzada 10 vezes, para o conjunto das 10 árvores, têm um valor médio de 95.5% de *pixels* correctamente classificados para cada árvore.

FIGURA 4
Mapa de coberto do solo para Angola



A validação do mapa de coberto do solo, feita com dados independentes dos usados para construir os classificadores, mostra uma precisão aceitável ($kappa=0.77$) e erros de omissão e comissão ligeiramente altos, de 20.3% e 22.1%. Estes valores podem ser melhorados redefinindo as amostras de cada tipo de coberto do solo, recorrendo a outros tipos de informação e comparando-os com os já existentes. A definição das amostras é o passo crucial para a obtenção de um mapa de coberto do solo preciso.

No mapa de coberto do solo final o *Bosque caducifólio fechado*, *Bosque caducifólio aberto*, *Mosaico Floresta-Vegetação natural* e *Savana herbácea com arbustos esparsos* ocupam maior área (Figura 5). As de *Mangal*, *Floresta de folha persistente*, *Agricultura*, *solo nu* e *Água* por seu lado são as de menor extensão. Estas duas últimas classes são difíceis de cartografar devido à limitação na recolha de amostras homogéneas.

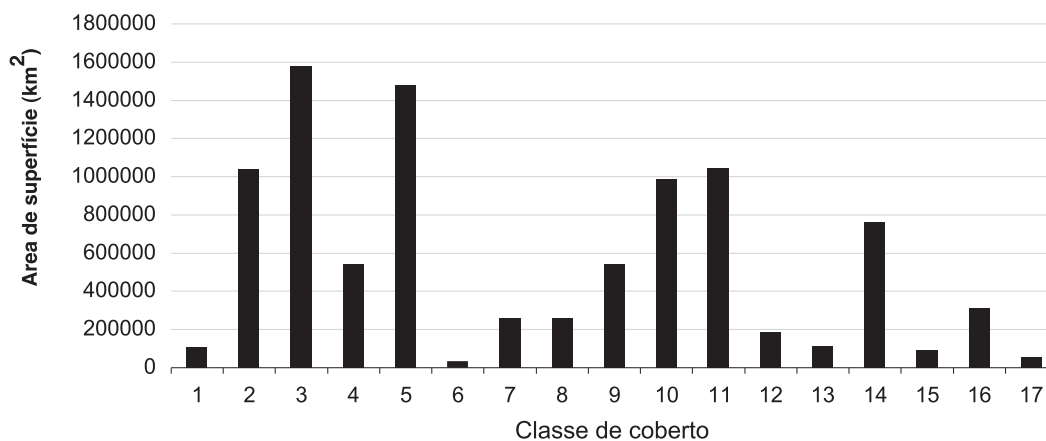
Os resultados são comparados com os obtidos no projecto *Global Land cover 2000* onde se verifica também que as áreas com maior superfície terrestre são as de *Bosque caducifólio fechado* e *Bosque caducifólio aberto* e a que apresenta menor área é a de *Mangal*.

4.4 DISCUSSÃO

Vários passos são adoptados para se obter o mapa de coberto do solo de Angola. O primeiro consiste na aplicação de um critério de composição multitemporal desenvolvido por *Cabral et al.* (2003) que produz imagens espacialmente mais suavizadas e mais homogéneas e com uma grande eficiência na remoção das nuvens e sombras de nuvens. Este critério mostra também reduzir significativamente o ruído nas imagens (*Cabral et al.*, 2003), o que aumenta a separabilidade espectral das classes de coberto do solo, permitindo uma melhor precisão aquando do processo de classificação. Este critério é usado para se obter as imagens síntese mensais de Fevereiro, Maio, Agosto e Novembro. Estas imagens são usadas para recolher as amostras de cada tipo de coberto do solo que formam o conjunto de dados de referência.

O método de validação cruzada apresenta valores de concordância elevados para o conjunto de árvores o que revela uma grande coerência interna dos dados de treino. O método de validação que utiliza dados independentes mostra, através do cálculo da matriz de confusão, dos erros de omissão e comissão e do

FIGURA 5
Área ocupada por cada tipo de coberto do solo em km²
(1-17 são as classes de coberto do solo representadas na tabela 3)



coeficiente *kappa*, que o mapa de coberto do solo construído apresenta uma precisão aceitável, perto de 79.9%. No entanto, este valor pode ser melhorado, redefinindo as áreas de amostragem de cada tipo de coberto com auxílio de outras fontes de informação existentes, como fotografia aérea.

Observando visualmente o mapa de coberto do solo, pode ver-se que as três classes de *floresta* se distribuem essencialmente na região noroeste de Angola. O *bosque caducifólio* na parte central, e as savanas herbáceas e arbustos a sul. O mosaico de *Agricultura-vegetação arbórea* localiza-se principalmente a sul onde ocupa uma grande extensão. Visualmente o mapa de coberto do solo obtido (Figura 4) permite um nível de detalhe espacial maior do que o da Carta Fitogeográfica de Angola (Figura 1) onde as classes de coberto do solo se baseiam em observações pontuais do terreno, a distribuição é mais homogénea e o grau de generalização é maior. As classes de *floresta* e *bosque* embora tenham uma localização semelhante em ambos os mapas, denotam um decréscimo em área no mapa produzido, provavelmente resultante da conversão das florestas e bosques para áreas agrícolas. Este facto confirma-se através da comparação de imagens Landsat dos anos 1990 e 2000, para a região do Huambo. A norte verifica-se um aumento da *savana herbácea com árvores* esparsas por diminuição das classes de floresta e bosque caducifólio em relação a 1970 (Barbosa, 1970b).

As maiores extensões de savana herbácea e arbustos situam-se mais a sul em ambos os mapas, verificando-se um aumento da *agricultura-vegetação arbórea*.

5. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A metodologia desenvolvida neste trabalho inclui duas fases essenciais. A primeira consiste na obtenção de imagens mensais com efeitos atmosféricos reduzidos, livres de nuvens e sombras de nuvens, aumentando o contraste entre os diferentes tipos de coberto do solo. A segunda compreende a aplicação de um classificador que distinga os diferentes tipos de coberto do solo de modo eficiente e produza um mapa de coberto do solo preciso. A utilização do critério de composição multitemporal, desenvolvido por *Cabral et al.* (2003) mostra ser bastante eficiente, quando se pretende obter imagens com uma boa coerência e homogeneidade espacial e um baixo nível de nuvens e sombras de nuvens. Da observação visual das imagens síntese resultantes conclui-se que existe uma boa distinção das classes de coberto do solo aquando da recolha das amostras.

O algoritmo de classificação em árvore para o território de Angola envolve a recolha de um conjunto de amostras representativo de cada tipo de coberto do solo. É deste conjunto de amostras que dependem os resultados obtidos no classificador. O processo de filtragem revela melhorar a coerência das amostras, eliminando as erradamente identificadas. No entanto, verifica-se através dos resultados de precisão do mapa de coberto do solo que, apesar de existir uma certa coerência no conjunto de amostras, é necessário tentar melhorar a sua identificação, através de outras fontes de informação, como seja a fotografia aérea.

A utilização de imagens de satélite para cartografia de coberto do solo, juntamente com medições no terreno, permite obter informação com grande detalhe espacial, coerente e de forma contínua e eficiente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, L.A.G., 1970a, Carta fitogeográfica de Angola. Instituto de Investigação Científica de Angola, Luanda.
- BARBOSA, L.A.G., 1970b, Carta fitogeográfica de Angola (1:2 500 000). Instituto de Investigação Científica de Angola, Luanda.
- BAUER, E. e Kohavi, R., 1999, An empirical comparison of voting classification algorithms: bagging, boosting and variants. *Machine Learning*, vol. 36, 1, 2, 105-139.
- BREIMAN, L., Friedman, J.H., Olshen, R.A. e Stone, C.J., 1984, *Classification and regression trees*. Wadsworth, Pacif Grove, C.A..
- BREIMAN, L., 1996, Bagging predictors. *Machine Learning*, 24, 123-140.
- BRODLEY, C.E. e Friedl, M.A., 1999, Identifying mislabeled training data. *Journal of Artificial Intelligence Research*, 11, 131-167.
- CABRAL A., de Vasconcelos MJP., Pereira J.M.C., Bartholomé E., and Mayaux P., 2003, Multitemporal compositing approaches for SPOT-4 VEGETATION data. *International Journal of Remote Sensing*, vol. 24, nº 16, 3343-3350.
- CASTANHEIRA, A.D., 2006, *Características mesológicas de Angola*. Instituto Português de Apoio ao Desenvolvimento, 2ª edição, Lisboa.
- CIHLAR, J., Manak, D. e D'Iorio, M., 1994, Evaluation of compositing algorithms for AVHRR data over land. *IEEE Transactions on Geoscience and Remote Sensing*, vol. 32, 2, 427-437.
- DEPPI, ed, s/d, *Angola: reconstrução nacional*. realização Delroisse, ISBN 2-85518-060-0
- DI GREGORIO, A. e Jensen, L.J.M., 2000, *Land cover classification system, concepts and user manual*. GCP/RAF/287/ITA Africover (Food and Agriculture Organization of the United Nations Publishing Service), Rome, Italy.
- FOODY, G.M., 2002, Status of land cover classification accuracy assessment. *Remote Sensing of Environment*, vol. 80, 185-201.
- HOLBEN, B.N., 1986, Characteristics of maximum value composite images from temporal AVHRR data. *International Journal of Remote Sensing*, vol. 7, 11, 1417-1434.
- OLSON, D.M., Dinerstein, E., Wikramanaya, E.D.K.E., Burgess, N.D., Powell, G.V.N. e Underwood, E.C., 2001, *Terrestrial ecoregions of the world: a new map of life on earth*. Bioscience, 933-938.
- QI, J. e Kerr, Y., 1994, On current compositing algorithms. In proceedings of the international symposium on physical measurements and signatures in remote sensing. ISPRS commission.
- QI, J. e Kerr, Y., 1997, On current compositing algorithms. *Remote Sensing Reviews*, 15, 235-256.
- RICHARDS, J.A., Xiuping, J. e Ricken, D.E., 1999, *Remote sensing digital image analysis: An introduction*. Springer Verlag, 363 p.
- STRAHLER, A., Muchoney, D., Borak, J., Friedl, M., Gopal, S., Lambin, E. e Moody, A., 1999, MODIS land cover and land cover change algorithm theoretical basis document (ATBD). Version 5.0, Boston University, Boston, pp.72.
- STEINBERG, D. e Colla, P., 1997. *CART, Classification and Regression trees*. Salford Systems, San Diego, California.
- TUCKER, C.J., Townshend, J.R.G. e Goff, T.E., 1985, African land cover classification using satellite data. *Science*, vol. 227, 4685, 369-375.

Referências URL:

- URL1: <http://www.envi.com.br/sensor/satelites/terra/modis/modis.html>
 URL2: <http://www.engesat.com.br/satelites/landsat5.htm>

NORMAS PARA OS ARTIGOS A SUBMETER À REVISTA PORTUGUESA DE ESTUDOS REGIONAIS

A. NORMAS RESPEITANTES À ACEITAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS ARTIGOS

1. Só serão aceites para avaliação artigos que nunca tenham sido publicados em nenhum suporte (outra revista ou livro, incluindo livros de Actas). A única excepção admissível é ter sido divulgada uma versão anterior do artigo submetido em séries do tipo “working papers” (electrónicas ou em papel).
2. Ao enviar uma proposta de artigo para a Revista, os autores devem renunciar explicitamente a submetê-la para publicação a qualquer outra revista ou livro até à conclusão do processo de avaliação. Para o efeito deverão sempre enviar, juntamente com o artigo que submetem, uma declaração assinada neste sentido. No caso de recusa do artigo pela Direcção Editorial, os autores ficarão livres para o publicar noutra parte.
3. Os artigos submetidos à Direcção Editorial para publicação serão sempre avaliados (anonimamente) por dois especialistas na área convidados para o efeito pela Direcção Editorial. Os dois avaliadores farão os comentários que entenderem ao artigo e classificá-lo-ão de acordo com critérios definidos pela Direcção Editorial. Os critérios de avaliação procurarão reflectir a originalidade, a consistência, a legibilidade e a correcção formal do artigo. No prazo máximo de 10 semanas após a submissão do artigo, os seus autores serão contactados pela Direcção Editorial

do resultado da avaliação feita. O processo de avaliação tem três desenlaces possíveis:

- (1) o artigo é admitido para publicação tal como está (ou com meras alterações de pormenor) e é inserido no plano editorial da revista. Neste caso, a data previsível de publicação será de imediato comunicada aos autores.
- (2) o artigo é considerado aceitável mas sob condição de serem efectuadas alterações significativas na sua forma ou nos seus conteúdos. Neste caso, os autores disporão de um máximo de 6 semanas para, se quiserem, procederem aos ajustamentos propostos e para voltarem a submeter o artigo, iniciando-se, após a recepção da versão corrigida, um novo processo de avaliação.
- (3) o artigo é recusado.

As decisões que a Direcção Editorial tomar com base nos pareceres recolhidos são soberanas e inapeláveis para qualquer outro órgão.

4. Assim que esteja feito o trabalho de formatação gráfica prévio à publicação do artigo na revista, serão enviadas ao autor as respectivas provas tipográficas para revisão. As eventuais correcções que este quiser fazer terão de ser devolvidas à Direcção Editorial no prazo máximo de 5 dias úteis a contar da data da sua recepção.

5. Ao autor ou a cada um dos co-autores de cada artigo aceite será oferecido um exemplar do número da Revista em que o artigo foi publicado e cinco separatas do artigo.
 6. Os originais, depois de formatados de acordo com as presentes normas, não poderão exceder as 30 páginas, incluindo a página de título, a página de resumo, as notas, os quadros, gráficos e mapas e as referências bibliográficas. Serão liminarmente recusados todos os artigos que ultrapassem este limite.
 7. As propostas de artigo deverão ser enviadas, pelo correio, para o Secretariado Técnico da Revista: APDR - Apartado 3060, 3001-401 COIMBRA - PORTUGAL. Para informações ou para a comunicação posterior os contactos do Secretariado Técnico são os seguintes: telefone: 239 820 938, fax: 239 820 750, e-mail: rper@ine.pt.
- B. NORMAS RESPEITANTES À ESTRUTURA DOS ARTIGOS**
8. Os autores deverão enviar o artigo completo (conforme os pontos seguintes) em disquette, CD-Rom ou por e-mail para o endereço que consta no ponto 7.
 9. Os textos deverão ser processados em *Microsoft Word for Windows* (versão 97 ou posterior). O texto deverá ser integralmente a preto e branco.
 10. Na publicação os gráficos, mapas, diagramas, etc. serão designados por “figuras” e as tabelas por “quadros”. Admite-se, nas figuras e nos quadros, a utilização de escalas de uma segunda cor (ex: laranja).
 11. As eventuais figuras e quadros deverão ser disponibilizados de duas formas distintas: por um lado devem ser colocados no texto, com o aspecto pretendido pelos autores. Para além disso, deverão ser disponibilizados em ficheiros separados: os quadros, tabelas e gráficos serão entregues em *Microsoft Excel for Windows*, versão 97 ou posterior (no caso dos gráficos deverá ser enviado tanto o gráfico final como toda a série de dados que lhe está na origem, de preferência no mesmo ficheiro e um por *worksheet*); para os mapas deverá usar-se um formato vectorial em *Corel Draw* (versão 9 ou posterior)
 12. As expressões matemáticas deverão ser tão simples quanto possível. Serão apresentadas numa linha (entre duas marcas de parágrafo) e numeradas sequencialmente na margem direita com numeração entre parêntesis curvos. A aplicação para a construção das expressões deverá ser ou o *Equation Editor (Microsoft)* ou o *MathType*.
 13. Salvo casos excepcionais, que exigem justificação adequada a submeter à Direcção Editorial, o número máximo de co-autores das propostas de artigo é três.
 14. O texto deve ser processado em página A4, com utilização do tipo de letra *Times New Roman* 12, a um espaço e meio, com um espaço após parágrafo de 6 pt. As margens superior, inferior, esquerda e direita devem ter 2,5 cm.
 15. A primeira página conterá exclusivamente o título do artigo, bem como o nome, morada, telefone, fax e e-mail do autor, com indicação das funções exercidas e da instituição a que pertence. No caso de vários autores deverá aí indicar-se qual o contacto para toda a correspondência da Revista.

16. A segunda página conterá unicamente o título e dois resumos do artigo, um em português e outro inglês, com um máximo de 800 caracteres cada, seguidos de um parágrafo com indicação, em português e inglês, de palavras-chave até ao limite de 8 em cada língua. Os dois resumos são obrigatórios.
17. Na terceira página começará o texto do artigo, sendo as suas eventuais secções ou capítulos numerados sequencialmente utilizando apenas algarismos (não deverão utilizar-se nem letras nem numeração romana).
18. Cada uma das figuras e quadros deverá conter uma indicação clara da fonte e ser, tanto quanto possível, compreensível sem ser necessário recorrer ao texto. Todos deverão ter um título e, se aplicável, uma legenda descritiva.
19. A forma final das figuras e quadros será da responsabilidade da Direcção Editorial que procederá, sempre que necessário, aos ajustamentos necessários.

C. NORMAS RESPEITANTES ÀS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

20. A "Bibliografia" a apresentar no final de cada artigo deverá conter exclusivamente as citações e referências bibliográficas efectivamente feitas no texto.
21. Salvo em circunstâncias excepcionais, que deverão ser aduzidas pelos autores e sujeitas a decisão da Direcção Editorial, o número máximo permitido de referências bibliográficas é 25.
22. Para garantir o anonimato dos artigos, o número máximo de citações de obras do autor do artigo (ou de cada um dos seus co-autores) é três e não são permitidas expressões que possam denunciar a autoria tais como, por exemplo, "conforme afirmámos em trabalhos anteriores (cfr. Beterraba (1998: 3))".
23. Os autores citados ao longo do texto serão indicados pelo apelido seguido, entre parêntesis curvos, do ano da publicação, de ":" e da(s) página(s) em que se encontra a citação. Por exemplo: ao citar-se "Batata (1973: 390-93)": está-se a referir a obra escrita em 1973 pelo autor "Batata", nas páginas 390 a 393. Deverá usar-se "Batata (1973: 390-93)" e não "Batata (1973: 390-93)". No caso de uma mera referência do autor bastará indicar "Batata (1973)".
24. No caso de o mesmo autor ter mais de um trabalho do mesmo ano citado no artigo, indicar-se-á a ordem da citação, por exemplo: Nabo (1983a: 240) e Nabo (1983b: 232).
25. As referências bibliográficas serão listadas por ordem alfabética dos apelidos dos respectivos autores no fim do manuscrito. O nome será seguido do ano da obra entre parêntesis, e da descrição conforme com a seguinte regra geral:

MONOGRAFIAS:
Cenoura, Hermenegildo (1997a), *A Teoria dos Legumes*, Alcarraques, Editora da Horta

COLECTÂNEAS:
Galega, Couve (1992), "Herbicidas e estrumes" in Feijão, Brunilde (coord), *Teoria e Prática Hortícola*, Mem Martins, Quintal Editora, pp. 222-244

ARTIGOS DE REVISTA:
Nabiça, Brites (1999), "Leguminosas Gostosas" in *Revista Agrícola*, Vol. 32, nº 3, pp. 234-275
26. A forma final das referências bibliográficas será da responsabilidade da Direcção Editorial que procederá, sempre que necessário, aos ajustamentos necessários.

NORMS FOR THE SUBMISSION OF PAPERS TO THE PORTUGUESE REVIEW OF REGIONAL STUDIES

A. NORMS FOR THE SUBMISSION AND ASSESSMENT OF PAPERS

1. 1. Only papers that have never been published (in another Review or book, including conference Proceedings) can be considered. The only exception is where a previous version of the paper submitted has been published in a series of “working papers” (electronic or paper format).
 2. When a paper is submitted to RPER, the authors must explicitly state that it will not be submitted for publication in any other review or book until the reviewing process is completed. For this purpose, a signed declaration must be sent along with the paper. If the paper is rejected by the Editorial Board, the authors are free to publish it anywhere else.
 3. Papers submitted for publication will always be reviewed (anonymously) by two specialists in the area, invited by the Editorial Board. The two referees will offer their comments and classify it in accordance with the criteria defined by the Editorial Board. The reviewing criteria include originality, consistency, legibility and the paper’s formal correction. The authors will be informed by the Editorial Board of the results of the evaluation within 10 weeks of its receipt. The assessment has three possible outcomes:
 - (1) the paper is accepted for publication just as it is (or with minor changes) and it is included in the editorial plan for the Review. In this case, the authors are immediately informed of the expected publication date.
 - (2) The paper is considered acceptable provided that major changes are made to its form and/or contents. In this case, authors will have a maximum of six weeks to make such changes and to submit the paper again. Once the revised version is received, a new assessment process starts.
 - (3) The paper is refused.
- Decisions taken by the Editorial Board based on the opinions received are final and cannot be appealed.
4. Once the paper has been formatted for publishing, it will be sent to the author for graphics checking and revision. Any corrections the author might want to make must be sent to the Editorial Board within five days.

5. Each author and co-author of accepted papers will be offered a number of the published Review
6. Articles cannot exceed 30 pages after being formatted according the present norms, including the title page, the summary page, notes, tables, graphics and maps and references. Papers that exceed this limit will immediately be refused.
7. Papers must be sent, by e-mail to rper@apdr.pt or by normal mail to the Executive Secretariat of RPER at APDR – Apartado 3060, 3001-401 COIMBRA – PORTUGAL. For further information or future contact: telephone: + 351 239 836 068, fax: + 351 239 820 750, e-mail: rper@apdr.pt.
12. Mathematical expressions must be as simple as possible. They will be presented on one line (between two paragraph marks) and numbered sequentially at the right margin, with numeration inside round brackets. Equation Editor (Microsoft) or Math Type are the accepted Applications for original format files.
13. The paper may have no more than three co-authors. Exceptions may be accepted when a reasonable explanation is presented to Editorial Board.
14. Text must be processed in A4 format, Times New Roman font, size 12, line space 1.5 and 6 pt space between paragraphs. The upper, lower, left and right margins must be 2.5 cm.

B. NORMS FOR STRUCTURING PAPERS

8. The authors must send a complete version of the paper on a CD-Rom by mail, or in the original Microsoft Word file by e-mail, to the contacts specified in point 7 of Norms (A).
9. The texts must be processed in Microsoft Word for Windows (97 or later version). All written text must be black.
10. Graphics, maps, diagrams, etc. shall be refereed to as “Figures” and tables shall be refereed to as “Tables”.
11. Figures and Tables must be delivered in two different forms: inserted in the text, according to the author’s choice, and in a separate file. Tables and graphics must be delivered in Microsoft Excel for Windows 97 or later. Graphics must be sent in both the final form and accompanied by the original data, preferably in the same file (each graphic in a different worksheet). Maps must be sent in a vector format, like Corel Draw or Windows Metafile Applications.
15. The first page shall contain only the paper’s title, the author’s name, address, phone and fax numbers and e-mail, and the affiliation of the author. In the case of several authors, please indicate the contact person for correspondence.
16. Second page shall only contain the heading and two summaries of the paper, one in Portuguese and the other in English, no more than 800 characters each, followed by a line, in Portuguese and English respectively, with the key-words to a limit of 8 for each language. The two summaries are required only when the paper’s language is Portuguese.
17. Text starts on the third page. Sections or chapters are numbered sequentially using Arabic numbers only (letters or Roman numeration must not be used).

18. Figures and Tables must contain a clear source reference. These shall be as clear as possible without the reading of the text being strictly necessary. Each must have a title and, if applicable, a legend.
19. The final format of Figures and Tables will be of the responsibility of the Editorial Board, who will allow some adjustments, whenever necessary.

C. NORMS FOR REFERENCES

20. The references listed at the end of each paper shall only contain citations and references actually mentioned in the text.
21. The maximum number of references allowed is 25. Exceptions to this rule are rare and only occur for extremely good reasons.
22. To ensure the anonymity of papers, each author's self references are limited to three and no expressions that might betray the authorship are allowed (for example, "as we affirmed in previous works (cfr. Beetroot (1998: 3))").
23. Authors cited in the text must be indicated by his/her surname followed, within round brackets, by year of publication, by ":" and by the relevant page number(s). For example, the citation "Potato (1973: 390-93)", refers to the work written in 1973 by the author Potato, on pages 390 to 393. If the author is merely mentioned, indication of "Potato (1973)" is sufficient.
24. In case an author has more than one work from the same year cited in the paper, citation must be ordered. For example: Turnip (1983a: 240) and Turnip (1983b: 232).

25. References must be listed alphabetically by authors' surnames, at the end of the manuscript. The name will be followed by year of publication inside round brackets and the description, thus:

MONOGRAPHS:

Carrot, Howard (1997a), The Vegetables Theory, Capers, Horticulture Editor

COLLECTION:

Green, Borecole (1992), "Weed Killers and Manure" in Been, Mary (coord.), Farming - Theories and Practices, Greenland, Onion Publishing Company, pp. 222-244

REVIEW PAPERS:

Tomato, Bridget (1999), Tasty Broccoli in Farmer Review, Vol. 32, no. 3, pp. 234-275

26. The final format of the references will be the responsibility of the Editorial Board, who will allow adjustments whenever necessary.

