



Instituto Politécnico de Tomar

Escola Superior de Gestão de Tomar

Joana Sofia Gaspar Nunes

**INTERPRETAÇÃO TURÍSTICA NA
QUALIFICAÇÃO DO DESTINO:
PROPOSTA DE MODELO
APLICADO AO CENTRO HISTÓRICO DE TOMAR**

Dissertação de Mestrado

Orientado por: Professor Coordenador Doutor Luís Mota Figueira.
Instituto Politécnico de Tomar

Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Tomar
para cumprimento dos requisitos necessários
à obtenção do grau de Mestre
em Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural

Tomar / Março / 2012

Dedico este trabalho aos meus pais e Mestres “J”

RESUMO

O Turismo destaca-se cada vez mais, como uma atividade complexa, cuja abrangência incide em inúmeras ciências sociais presentes na nossa sociedade, refletindo-se através de um elevado grau de competitividade numa atividade, onde a Oferta Turística suscita exigência minuciosa por parte da Procura Turística e, portanto, obriga à estruturação interpretativa dos destinos.

Com base neste pressuposto, deparámo-nos com a necessidade da realização desta dissertação, pois ao longo do nosso percurso académico, pessoal e profissional fomos detetando inúmeras lacunas que, no nosso entender podem ter uma influência menos positiva, ou até mesmo negativa, aos olhos de um determinado visitante ou turista.

No sentido de apresentar e interpretar turisticamente um determinado espaço geográfico, em concreto a cidade de Tomar, foi realizado um trabalho de campo essencialmente pelo “modo de ver”, com o objetivo de verificar as possíveis falhas comunicacionais existentes nas redes locais, regionais e nacionais.

Concluimos, que esta caracterização permitirá definir novas estratégias de planeamento na rede em diversas políticas setoriais, podendo desenvolver, valorizar e dinamizar o turismo como atividade económica, contribuindo para a criação de um modelo que poderá ser replicado e adaptado a outros espaços geográficos, com o objetivo de alcançar um desenvolvimento sustentável do turismo na região onde poderá ser implementado.

Palavras-chave: Turismo, Interpretação Turística, Apresentação Turística, Centro Histórico, Imagem do destino.

ABSTRACT

Tourism is increasingly as a complex activity, whose scope covers many social sciences present in our society, reflecting itself through a high degree of competitiveness in an activity, where the tourism offer is detailed by the detailed requirement of tourism demand and therefore requires the interpretative structure of destinations.

Based on this assumption, we were faced with the necessity to make this dissertation because, throughout our academic, personal and professional, we detecting numerous gaps which, in our opinion, can play a less positive, or even negative influence, in the opinion of a particular visitor or tourist.

In order to present and interpret touristically a given geographical area, in particular the city of Tomar, a fieldwork was carried out essentially by the "way of seeing", in order to verify the possible communication gaps existing in local, regional and national networks.

We concluded that this characterization will define new strategies of network planning in various sectoral policies and may develop, enhance and promote tourism as an economic activity, contributing to the creation of a model that can be replicated and adapted to other geographical areas, with the aim of achieving sustainable tourism development in the region where it can be implemented.

Keywords: Tourism, Touristic Interpretation, Touristic Presentation, Historic Center, Destination Image.

AGRADECIMENTOS

A realização desta dissertação foi um marco de concretização pessoal, o qual desejávamos alcançar já há algum tempo. No entanto, não poderíamos deixar de demonstrar todo o nosso muito obrigado a todos os intervenientes desta caminhada árdua, solitária, mas muito gratificante.

Em primeiro lugar agradecer aos meus queridos pais, pelo apoio incondicional que demonstraram a todos os níveis, mas essencialmente por terem partilhado todos os momentos que decorreram na realização desta dissertação.

Em seguida deixar um profundo agradecimento ao nosso orientador Professor Doutor Luís Mota Figueira, pela sua valiosíssima transmissão de conhecimentos, por ter sido o responsável pela nossa busca de saber científico, pela disponibilidade, compreensão, dedicação, orientação assertiva e decisiva; fundamental para a conclusão desta dissertação, mas essencialmente pela sua forte e constante motivação.

Agradeço igualmente a todos os participantes que, de forma direta ou indireta estiveram presentes neste trabalho de campo, assim como, aos que colaboraram nos inquéritos realizados, pois, em ambos os casos caracterizaram-se por contributos indispensáveis, para o desenvolvimento de todo este trabalho, com o acréscimo de valor no seu resultado final.

Por fim, um agradecimento que se impõe a todos os amigos que acompanharam esta caminhada. No entanto, gostaríamos de salientar três dos pilares de amizade que tornaram possível realizar o impossível: Joana Santos, João Simões e César Santos. A vós um enorme e especial muito obrigado, pela vossa presença diária, pelo incentivo da não desistência, pelas ideias que trocámos, pelos momentos de desânimo e alegrias que compartilhámos, mas acima de tudo pela vossa grande amizade!

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO.....	1
METODOLOGIA.....	2
CAPITULO I.....	6
1. Enquadramento conceptual.....	6
1.1. O Turismo nas cidades.....	6
1.2. Turismo/Turista – Breve caracterização.....	8
1.3. Turismo: Indicadores económicos nacionais e internacionais.....	10
1.4. Novas Correntes Turísticas.....	14
1.5. Turismo e sua observação através do Modelo de análise das Ciências Sociais....	15
1.6. Os turistas e a função das cidades.....	18
1.6.1. Casos documentados e comentados.....	18
1.6.1.1. Cidade de Guimarães.....	19
1.6.1.2. Vila de Óbidos.....	23
1.6.2. Síntese da avaliação comparativa Guimarães – Óbidos.....	29
2. O papel da interpretação turística na qualificação do destino.....	31
2.1. Apresentação – Interpretação.....	31
2.2. O fator planeamento, gestão e avaliação.....	35
3. A qualificação dos destinos através das ferramentas de interpretação.....	37
3.1. O PENT, e o fomento da interpretação patrimonial: abordagem na ótica da visitação.....	39
CAPITULO II.....	46
4. A interpretação turística na cidade de Tomar: centro histórico.....	46
4.1. Breve introdução histórica de Tomar.....	46
4.2. Localização de Tomar: da escala local à escala internacional.....	47
4.3. A cidade turística: avaliação dos atrativos turísticos a utilizar na interpretação - critérios e hierarquização.....	49

5.	Análise de dados	52
5.1.	Análise das respostas obtidas nos inquéritos realizados	52
5.2.	Resultados das respostas obtidas	53
6.	Diagnóstico Turístico-cultural da cidade de Tomar	57
6.1.	Planos estratégicos	60
6.1.1.	Planos de âmbito nacional	60
6.1.2.	Planos de âmbito local.....	64
6.2.	Poder Local	66
6.3.	Associativismo	68
6.4.	<i>Stakeholders</i>	70
6.5.	Potenciação de recursos existentes	73
6.6.	Acessibilidades	74
6.6.1.	Entradas da cidade.....	74
6.6.2.	Circulação urbana.....	79
6.6.2.1.	Circulação rodoviária	79
6.6.2.2.	Circulação pedonal	80
6.7.	Estacionamento	83
6.7.1.	Viaturas	83
6.7.2.	Parques de estacionamento diversos	85
6.8.	Sinalética.....	89
6.8.1.	Sinalética exterior.....	89
6.8.2.	Sinalética interior	92
6.9.	Animação cultural.....	94
6.9.1.	Animação quotidiana nas ruas e praças.....	94
6.9.2.	Eventos culturais	95
6.10.	Criatividade turística	98
6.11.	Guia turístico – Informação personalizada, em suporte papel, e em suporte digital	99
6.12.	Segurança	101
6.13.	Condições de higiene e salubridade pública	102
6.14.	Envolvimento da população local	106

6.15.	Formação de recursos humanos	108
6.16.	Alojamento	109
6.17.	Restauração	110
6.18.	Outros Comércios e Serviços	112
7.	Propostas de medidas estratégicas turísticas	113
7.1.	Resumo e interpretação sobre os valores apurados no subcapítulo 6	113
7.2.	Medidas a implementar	116
	CONCLUSÕES	119
	BIBLIOGRAFIA	122
	ANEXOS	127

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Modelo Multidisciplinar da OMT sobre matérias ligadas ao estudo e à pesquisa aplicada ao turismo.	17
Quadro 2 – Quadro de referenciação aos casos documentados e comentados – cidade de Guimarães.....	23
Quadro 3 – Quadro de referenciação aos casos documentados e comentados – vila de Óbidos.....	29
Quadro 4 – Quadro síntese “Apresentação – Interpretação”.....	34
Quadro 5 – Dez Produtos turísticos estratégicos.....	39
Quadro 6 – Principais tendências estruturais do setor – padrão da procura.....	42
Quadro 7 – Onze programas de ação – Revisão do PENT.....	43
Quadro 8 – Dados informativos da cidade de Tomar.....	49
Quadro 9 – Tabela de visitas e principais recursos existentes na cidade de Tomar	51
Quadro 10 – Escala de avaliação.....	58
Quadro 11 – Grelha de avaliação dos elementos abordados.....	59
Quadro 12 – Valor médio de planos de âmbito nacional	64
Quadro 13 – Valor médio de planos de âmbito local	66
Quadro 14 – Valor médio do poder local	68
Quadro 15 – Valor médio do associativismo.....	70
Quadro 16 – Valor médio dos <i>stakeholders</i>	72
Quadro 17 – Valor médio da potenciação de recursos existentes	74
Quadro 18 – Valor médio das entradas da cidade de Tomar.....	78
Quadro 19 – Valor médio da circulação urbana: rodoviária	80
Quadro 20 – Valor médio da circulação urbana: pedonal	82
Quadro 21 – Valor médio do estacionamento de viaturas.....	84
Quadro 22 – Valor médio do estacionamento – diversos.....	88
Quadro 23 – Valor médio da sinalética: exterior.....	91
Quadro 24 – Valor médio da sinalética: interior	93
Quadro 25 – Valor médio da animação cultural.....	95
Quadro 26 – Valor médio dos eventos culturais	97

Quadro 27 – Valor médio da criatividade turística	99
Quadro 28 – Valor médio dos diversos tipos de guias turísticos	101
Quadro 29 – Valor médio da segurança	102
Quadro 30 – Valor médio das condições de higiene e salubridade pública	106
Quadro 31 – Valor médio do envolvimento da população local	107
Quadro 32 – Valor médio da formação de recursos humanos.....	109
Quadro 33 – Valor médio do alojamento	110
Quadro 34 – Valor médio da restauração	111
Quadro 35 – Valor médio de outros comércios e serviços	112
Quadro 36 – Resumo dos valores médios relativos aos elementos interpretados.	113

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Enquadramento do Sistema Turístico da cidade Tomar	4
Figura 2 – Identificação dos decisores e líderes locais, regionais e nacionais.	5
Figura 3 – Novas Correntes Turísticas	14
Figura 4 – Centro dos Estudos Turísticos.....	15
Figura 5 – Mapa da Região NUTS II (Norte).....	20
Figura 6 – Mapa com localização da vila de Óbidos.....	25
Figura 7 – Linhas de Estruturação da Interpretação Turística.....	37
Figura 8 – A Cadeia de Valor do Setor do Turismo.....	38
Figura 9 – Fatores e elementos turísticos para Portugal.....	40
Figura 10 – Principais tendências ao longo do ciclo do turista	41
Figura 11 – Mapa das 5 Sub-regiões da Região de Lisboa e Vale do Tejo.....	48
Figura 12 – Mapa da Região de Lisboa e Vale do Tejo	48
Figura 13 - Vista parcial da cidade de Tomar	50
Figura 14 – Esquema compreensivo sobre a cidade de Tomar.	50
Figura 15 – Valor de Tomar para o turismo (nacional / internacional).....	54
Figura 16 – Forma de comunicar a cidade aos turistas e visitantes.....	55
Figura 17 – Elementos abordados na interpretação turística.....	58
Figura 18 – Festival “Bons Sons”, Cem Soldos, Tomar.	68
Figura 19 – Festival “Tomarimbando”, Tomar	69
Figura 20 – Comboio turístico, Tomar.	69
Figura 21 – Pórtico da entrada da vila da Golegã.....	75
Figura 22 – Entrada de Tomar pela EN 110.....	76
Figura 23 – Entrada de Tomar pela EN 110: Acampamento ilegal de etnia cigana.....	76
Figura 24 – Entrada de Tomar pela EN 110: Inexistência de limpeza do Rio Nabão.....	77
Figura 25 – Circulação pedonal : Rua Infanteria 15, centro histórico de Tomar	81
Figura 26 – Circulação pedonal : Rua Serpa Pinto, centro histórico de Tomar	81
Figura 27 – Circulação pedonal : Rua Silva Magalhães, centro histórico de Tomar	82
Figura 28 – Paragem de autocarros – Jardim do Mouchão	85
Figura 29 – Paragem de autocarros – Jardim do Mouchão	85
Figura 30 – Pormenor da paragem de autocarros – Pelourinho	86

Figura 31 – Paragem de autocarros – Pelourinho.....	86
Figura 32 – Parque de autocaravanismo em Abrantes	87
Figura 33 – Projecto “Rent a Bike” em Óbidos.....	88
Figura 34 – Sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2003	89
Figura 35 – Pormenor da sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2003	89
Figura 36 – Pormenor da sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2011	90
Figura 37 – Sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2011	90
Figura 38 – Pormenor da placa informativa da Igreja de S. João Baptista de Tomar, em 2003	90
Figura 39 – Placa informativa da Igreja de S. João Baptista de Tomar, em 2003	90
Figura 40 – Suporte da placa informativa da Igreja de S. João Baptista de Tomar, 2011 .	91
Figura 41 – Interior do Núcleo de Arte Contemporânea	92
Figura 42 – Interior do Núcleo de Arte Contemporânea	92
Figura 43 – Exemplo de legenda sinalética de áudio e legenda escrita da obra.....	93
Figura 44 – Pintor numa rua em Coimbra	94
Figura 45 – Animação cultural em Óbidos.....	94
Figura 46 – Festa dos Tabuleiros - movimento de pessoas numa das ruas do centro histórico de Tomar.....	96
Figura 47 – Festa dos Tabuleiros.....	96
Figura 48 – Festival “Estátuas Vivas” 2011 – movimento numa das ruas principais do centro histórico de Tomar.....	97
Figura 49 – Festival “Estátuas Vivas” – representação Luís de Camões	97
Figura 50 – Interior das casas de banho públicas próximas dos transportes públicos.....	103
Figura 51 – Casas de banho públicas próximas aos transportes públicos	103
Figura 52 – Acesso às casas de banho públicas do Convento de Cristo	104
Figura 53 – Casas de banho públicas do Convento de Cristo	104
Figura 54 – Pormenor casa de banho do Convento de Cristo	104
Figura 55 – Festa dos Tabuleiros: População local a enfeitar as ruas do centro histórico	107
Figura 56 – Festa dos Tabuleiros: Autarca de uma Junta de Freguesia com população local a fazer flores de papel	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo – Milhões de euros	10
Gráfico 2 – Quota de mercado % do turismo no PIB na Europa (2008/2007).....	11
Gráfico 3 – Quota de mercado % do turismo no emprego na Europa (2007/2006).....	13
Gráfico 4 – Evolução do Turismo em Portugal: Hóspedes e Dormidas (2005 – 2010).....	42
Gráfico 5 – Valor turístico-cultural de Tomar.....	56
Gráfico 6 – Valores médios dos elementos interpretados: cidade de Tomar – centro histórico	114
Gráfico 7 – Análise da situação turística de Tomar (decorrente dos valores trabalhados no gráfico anterior)	115

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 – Inquérito realizado aos agentes locais, regionais e nacionais	128
Anexo 2 – Identificação dos agentes locais, regionais e nacionais inquiridos.....	130
Anexo 3 – Respostas obtidas no inquérito realizado aos agentes locais, regionais e nacionais.....	132

LISTA DE ABREVIATURAS/SIGLAS

ACITOFEBA – Associação de Comerciantes e Industriais de Tomar, Ferreira do Zêzere, Vila Nova da Barquinha

ADIRN – Associação para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Norte

AJOPT – Associação de Jornalistas Portugueses de Turismo

ANMP – Associação Nacional de Municípios Portugueses

APTC – Associação Portuguesa de Turismo Cultural

ATL – Associação de Turismo de Lisboa

CIMT – Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo

CIRE – Centro de Integração e Reabilitação de Tomar

EN – Estrada Nacional

IGESPAR – Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico

IPT – Instituto Politécnico de Tomar

LVT – Lisboa e Vale do Tejo

NUTS - Nomenclatura das Unidades Territoriais Estatísticas

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

OMT – Organização Mundial de Turismo

PDM – Plano Diretor Municipal

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

PETS – Plano Estratégico de Turismo de Sesimbra

PIB – Produto Interno Bruto

PNPOT – Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território

PP – Plano Pormenor

PROT-OVT – Programa de Ordenamento do Território de Oeste e Vale do Tejo

PTD-MTPIS – Programa Territorial de Desenvolvimento do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul

SCOCS – Sport Clube Operário de Cem Soldos

SFGP – Sociedade Filarmónica Gualdim Pais

TSA – Tourism Satellite Account

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

VAGT – Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo

INTRODUÇÃO

O Turismo caracteriza-se cada vez mais por um setor de elevada exigência por parte da Procura, onde parecem subsistir as Ofertas Turísticas que se apresentam com um nível de qualidade de excelência.

É neste âmbito que surge a **interpretação turística**, como ferramenta essencial para a formatação de Produtos Turísticos, que possam contribuir para resolução de lacunas presentes em diversas áreas do Turismo regional, nacional e internacional, que se traduzem numa “(...) *rede complexa de actividades económicas envolvidas no fornecimento de alojamento, alimentação e bebidas, transportes, entretenimento e outros serviços para os turistas (...)*” (OMT, 2008).

Esta dissertação tem como **objetivo geral** efetuar uma interpretação no âmbito turístico dos elementos presentes nesse processo, de forma a contribuir para um planeamento caracterizado pela sua eficácia e eficiência, tendo como meta desta dissertação o alcance a melhoria da qualidade, o reforço da identidade e notoriedade turística de um determinado local.

No que diz respeito, aos **objetivos específicos** baseiam-se na realização de uma análise da cidade de Tomar, na qual será efetuada uma interpretação turística sobre a intervenção técnica dos principais agentes envolventes nesta matéria. Neste contexto serão indicadas as situações que atualmente revelam ser exemplo de diferentes graus de planeamento, sendo também apresentadas propostas com medidas essenciais de correção.

Apresentamos igualmente uma **proposta de modelo de interpretação turística**, para a cidade de Tomar e que possa, eventualmente, ser aplicável a outros espaços geográficos determinados.

METODOLOGIA

1. Definição da problemática e objetivos do estudo

A cidade é um lugar que juntando pessoas é propícia à visitação turística. Esta atividade requer que os visitantes e turistas sejam informados sobre a cultura e a geografia locais para que consigam obter o melhor **tipo de experiência (s)** na sua estadia.

Por isso fizemos o nosso **trabalho de campo** com o objetivo de perceber como oferecemos a cidade aos turistas. Como comunicamos a cidade? Este foi o principal foco metodológico.

Para que possamos oferecer o melhor que a cidade comporta, precisamos definir os perfis de turistas. Por isso foi necessário **criar grelhas de avaliação** e critérios de interpretação desses valores.

De igual modo, para **perceber os mercados** tivemos que conhecer as tendências de consumo. Segundo a Associação de Turismo de Lisboa (ATL), *“os consumidores estão cada vez mais informados, exigentes, mas com menos tempo, atenção e confiança, sendo que nos últimos anos têm evidenciado o desejo de serem vistos e tratados de forma individualizada e de se sentirem especiais.”* (ATL, 2010: 24). Assim, os passos metodológicos centraram-se nestas questões e estruturam os conteúdos que apresentamos. Focámos a nossa atenção no centro histórico de Tomar e foi sobre ele que trabalhámos.

2. Caracterização do Estudo e Opções Metodológicas

2.1. Delimitação do estudo de caso

Esta dissertação recai sobre um estudo de caso, mais precisamente de uma cidade. Entendemos que este deve ser sempre delimitado no sentido de objeto estudado poder representar de forma eficaz a sua realidade. Assim, definimos que o nosso objeto de estudo principal seria o centro histórico da cidade de Tomar.

O centro histórico é por natureza, o núcleo de visitação geralmente mais procurado pelos turistas. Assim, a definição de centro histórico no nosso entender é complexa, pois constitui-se um espaço urbano, mas com características arquitetónicas, culturais, políticas e sociais adquiridas ao longo dos tempos, remetendo a sua “identidade”, maioritariamente,

para séculos passados. É pois um espaço privilegiado capaz de traduzir as permanências e as mudanças das populações que vivenciaram estes locais.

Na nossa opinião, é um espaço que exige grande sensibilidade no que diz respeito à sua conservação, gerando algumas das vezes grandes polémicas aquando a criação de novas estruturas, com construções mais modernistas.

Como objeto de estudo, no âmbito da interpretação turística é um instrumento de elevada relevância, pois cabe aos habitantes, visitantes e turistas desfrutar e analisar esse espaço urbano, com vertentes que recaem não só na sua riqueza patrimonial, mas que permitem, no seu imaginário projetar uma cidade vivida. A interpretação turística pode ser um aliado importante no domínio da gestão dos centros históricos.

2.2. Metodologia aplicada

A definição deste tema justifica-se pelo fato de termos já abordado em trabalhos anteriores de forma muito sucinta, no âmbito da Licenciatura de Gestão Turística e Cultural esta temática. Para além deste fator académico, partilhamos de um aspeto de ligações territoriais, devido ao fato de residirmos nesta região, implicando uma grande proximidade, motivação e conhecimento do local.

Assim, e acumulando os fatores acima referenciados, associámos a inexistência de um estudo aprofundado neste enquadramento temático, concluindo que seria pertinente a exequibilidade deste tema. Colocámos assim, a seguinte pergunta de partida:

- *“A Interpretação Turística melhora a apresentação e interpretação do património?”*

Tendo como base esta questão, e indo ao encontro dos nossos objetivos definimos o seguinte título para a nossa dissertação:

- *“Interpretação Turística na Qualificação do Destino: Proposta de Modelo Aplicado ao Centro Histórico de Tomar.”*

De acordo com os objetivos propostos, recorreremos a uma metodologia em que o nosso processo se baseasse na análise e interpretação, quer dos dados recolhidos nos inquéritos realizados, quer pelas observações *“in situ”*. Neste contexto, o “modo de ver” teria que ser o mais alargado possível, devido à complexidade demonstrada, de forma à obtenção de resultados credíveis.

Do ponto de vista do trabalho de campo realizado, com o objetivo de tentar perceber uma série de variáveis e, com esse conhecimento, poder ter uma visão mais correta do centro histórico, decidimos em cada ação de campo utilizar as técnicas mais adequadas. Assim, consideramos que a amostra reunida e comentada é uma evidência empírica suficiente para demonstrar, que associada à interpretação está uma estruturação que lhe dará qualidade. Esta estruturação decorre de um modelo interpretativo que foi criado por nós. A intenção foi criar um modelo expedido, que permita avaliar o potencial da cidade de Tomar com vista a utilizá-la como palco de visita e campo objeto de interpretação.

3. Procedimentos técnicos de recolha e análise dos dados

A metodologia aplicada será baseada na análise à cidade de Tomar, através da obtenção de dados, nomeadamente, pela realização de inquéritos e com o respetivo tratamento de dados, assim como, pela observação participante. Para o conhecimento do sistema turístico de Tomar na dimensão geográfica, decidimos inseri-lo na lógica de enquadramento adequado.



Figura 1 – Enquadramento do Sistema Turístico da cidade Tomar

(Elaboração própria).

Estes inquéritos foram realizados numa perspetiva de auscultar os principais atores locais, regionais e nacionais que intervêm no processo relacional de Turismo/Turista.

Procurou-se através destes conseguir avaliar os aspetos mais relevantes para uma adequada proposta de “Apresentação – interpretação do centro histórico”.

Na realização dos respetivos inquéritos aos decisores e líderes locais, recorreremos ao Método Delphi para ser utilizado na nossa investigação, pois segundo a OMT (2006), este método “(...) combina de forma sistemática e conhecimento e as opiniões de uma série de especialistas para chegar a um consenso do grupo sobre a probabilidade de que determinados eventos ocorram no futuro”.

Em termos metodológicos tentámos, portanto, obter respostas a três questões essenciais (Anexo nº 1):

1. Qual o valor de Tomar para o turismo nacional e internacional?
2. Como devemos comunicar a cidade aos turistas e visitantes?
3. Como entende o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico cultural?

Alto – Médio – Baixo.

Como se verá o inquérito foi de grande utilidade, pois os dados recolhidos permitiram-nos esboçar uma proposta com dados objetivos de protagonistas na área do turismo, essencialmente da cidade.

Assim, tomámos como exemplo um conjunto de agentes principalmente locais, mas sem nunca esquecer os agentes que embora de âmbito regional e nacional, também no nosso ponto de vista têm ou deveriam ter um papel de participação ativa. Os inquéritos foram assim realizados aos seguintes decisores e líderes locais, regionais e nacionais:

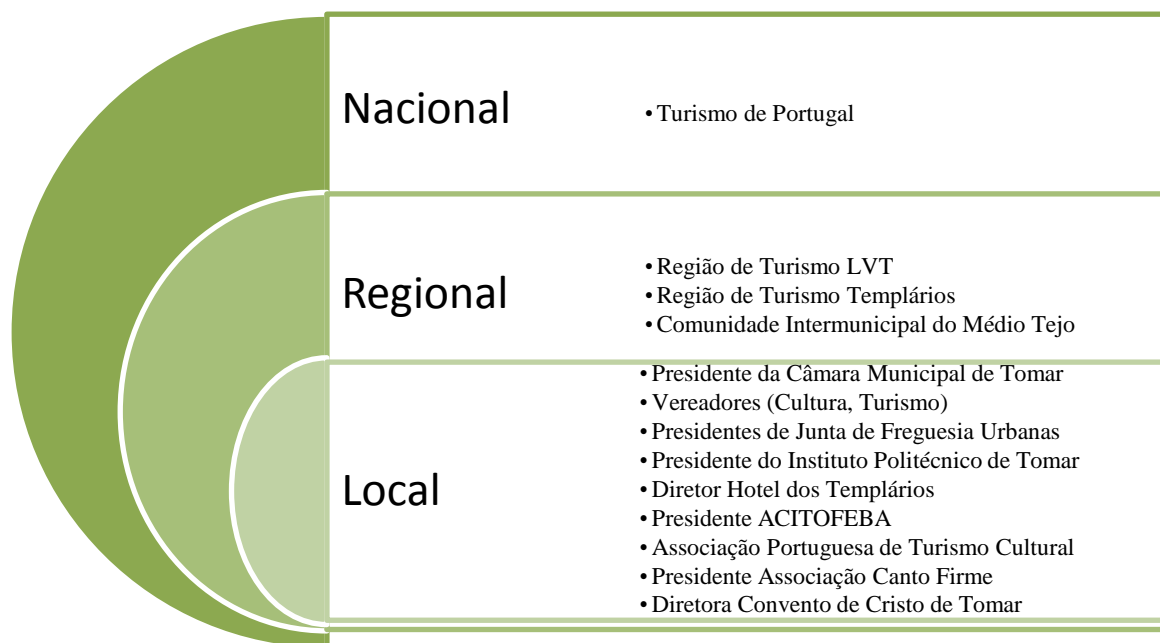


Figura 2 – Identificação dos decisores e líderes locais, regionais e nacionais.

(Elaboração própria).

CAPITULO I

1. Enquadramento conceptual

Em qualquer investigação é necessário delinear todos os enquadramentos possíveis, com o objetivo de se poder trabalhar com uma metodologia o mais adequada possível. O enquadramento de natureza jurídica como todos sabemos é fundamental. O enquadramento de natureza científica permite validar a pesquisa. O enquadramento de natureza técnica é fundamental para se perceber que tipo de operacionalidade se poderá dar ao novo conhecimento que a investigação irá gerar. Por último, o enquadramento económico é manifestamente necessário, porque dele decorre a viabilidade de aplicação de cada investigação.

Nesta lógica avançamos com os enquadramentos que consideramos relevantes, para podermos fundamentar as linhas de estruturação quer da nossa investigação, quer da obtenção de resultados objetivos.

1.1. O Turismo nas cidades

"Antigamente a cidade era o mundo, hoje o mundo é uma cidade."

(Lewis Mumford)

São diversos os pontos de vistas que recaem sobre a definição de cidade, quer na perspectiva de arquitetos, engenheiros, políticos, historiadores, geógrafos, entre outros profissionais inseridos na nossa vida quotidiana. Aplicam-se vários estudos no âmbito da sua gestão, planeamento, e política urbana, abrangendo diversos setores, como a habitação, património, espaços verdes, comércio, transportes, redes viárias e turismo. “ São muito revelantes, (...) estudos que buscam compreender o espaço urbano relacionado a modos de vida, pois ele é produzido para que seus habitantes – diferentes grupos, diferentes culturas, diferentes condições sociais – possam praticar a vida em comum, compartilhando, nesses arranjos, desejos, necessidades, problemas quotidianos. Importa conhecer os usos da cidade, os territórios apropriados e os grupos que deles se apropriam – e conhecer os cidadãos e a sua relação com a cidade. Porém, é preciso conhecer

também a relação da cidade com os seus cidadãos, expressa na gestão e no arranjo urbano, já que ela é organizada e produzida com o objectivo de viabilizar as actividades quotidianas que esses cidadãos realizam, individual e colectivamente.” (CAVALCANTI, 2008:7)

De fato, se pararmos e observarmos uma cidade, podemos admirar todo um conjunto de mensagens que nos são comunicadas pelo tipo de habitações, pelas vias rodoviárias, pelos seus milhares ou milhões de habitantes, ou seja, as cidades apresentam-se-nos como uma viagem à história das civilizações passadas, presentes e vindouras.

O turismo surge assim como uma atividade, que permite apresentar essas mesmas cidades de forma organizada e estruturada nas restantes áreas necessárias à satisfação do turista. Assim, as cidades na nossa opinião traduzem-se cada vez mais numa elevada importância para o turismo cultural. Os turistas embebidos pelo seu anseio de conhecimento de cultura (s) local, pretendem ir ao encontro de novas experiências, que se revelem com autenticidade e inovação, desde o património histórico e cultural, museus, eventos regulares e eventos sazonais (por exemplo a Festa dos Tabuleiros em Tomar)¹, festivais ou exposições inéditas. Verificamos então que o turismo cultural é capaz de potenciar não só as comunidades locais, mas também os respetivos países pelo fluxo de turismo e arrecadação de receitas.

¹ **Festa dos Tabuleiros:** “A Festa dos Tabuleiros ou Festa do Divino Espírito Santo é uma das manifestações culturais e religiosas mais antigas de Portugal. Segundo os investigadores a sua origem encontra-se nas festas de colheitas à deusa Ceres. A sua cristianização pode dever-se à Rainha Santa Isabel que lançou as bases do que seria a Congregação do Espírito Santo, movimento de solidariedade cristã que em muitos lugares do reino absorveu as primitivas festas pagãs. (...) A principal característica da Festa dos Tabuleiros é o Desfile ou Procissão, com um número variável de tabuleiros, em que estão representadas as dezasseis freguesias do concelho. Esta procissão de dignidade, cor, brilho e emoção percorre as principais ruas da cidade, num percurso de cerca de 5 Km, por entre pendentes nas janelas, milhares de visitantes nas ruas e uma chuva de pétalas que de forma entusiástica é lançada sobre o Cortejo. A Festa é do Tabuleiro que deve ter a altura da rapariga que o leva à cabeça, sendo constituído por trinta pães enfiados em cinco ou seis canas que partem de um cesto de vime ou verga e é rematado ao alto por uma coroa encimada pela Pomba do Espírito Santo ou pela Cruz de Cristo.”, Fonte: <http://www.tabuleiros.org/historial/>, acedido em 12/10/2011.

1.2. Turismo/Turista – Breve caracterização

Como é compreensível, podemos verificar que a **evolução do turismo** tem ao longo das últimas décadas sofrido alterações quer na sua forma como no seu conteúdo. Segundo Cunha (2001: 29), podemos verificar que “ (...) o conceito de turismo sofreu alterações significativas a longo dos tempos tendo surgido, de acordo com Fuster, pela primeira vez, em 1929 com Glucksmann. Foram contudo os professores Walter Hunziker e Kurt Krapf que estabeleceram a definição mais elaborada ao considerarem, em 1942, o turismo como o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal”.

O Turismo apresenta-se assim como um fenómeno não só de carácter económico, mas também social, que começa a apresentar maior relevância a partir da Revolução Industrial, justificado essencialmente pela melhoria das condições de vida alcançadas pelas respetivas reivindicações, como por exemplo a redução do horário de trabalho.

De acordo com o Código de Ética Mundial do Turismo, “o direito ao turismo para todos deve ser visto como consequência ao direito ao descanso e aos tempos livres, e, em particular, a uma razoável limitação da duração do trabalho e licenças periódicas pagas, conforme é garantido no artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, e no artigo 7.1 do Pacto Internacional relativo aos Direitos Económicos, Sociais e Culturais.” (OMT, 1999). Após este ponto de viragem, assiste-se a um elevado desenvolvimento da economia mundial, assim como, a atribuição de um período de férias com a sua respetiva remuneração que, contribuíram para o início de um turismo denominado por “turismo de massas”. Em Portugal assistimos a estas deslocações de massas, sem dúvida com uma tendência preferencial para o turismo direcionado para o “Sol e Mar”. Foi neste contexto, onde a procura turística tende a aumentar, que se desenvolveram todo um conjunto de infraestruturas e serviços como por exemplo: hotéis, restaurantes, agências de viagens, acessibilidades, recursos humanos.

Neste sentido, de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT, 1995), turismo define-se como as “actividades de pessoas que visitem e permaneçam em locais, fora da sua residência habitual não mais do que um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios ou outros.” Podemos também mencionar que, segundo o Decreto-Lei nº 191/2009 de 17 de Agosto, o conceito de turismo é “(...) o movimento temporário de pessoas para

destinos distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as actividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades” (Alínea a), art.2º).

Se é certo que se verificou uma evolução do turismo deparamo-nos também com a **evolução do turista**. Embora não seja possível definir com exatidão o conceito de turista, pois verificamos que ao longo dos séculos já se assistiam a deslocações de pessoas com o objetivo de desfrutar de repouso, ou até por razões de saúde, como por exemplo as deslocações para as termas, devemos abordar algumas interpretações. Segundo Cunha (2001:15), o conceito de Turista surge em publicações que remontam 1838, nas “Mémoires d’un Touriste”, com autoria de Stendhal e em Portugal aparece publicado em 1888, através de Eça de Queirós, na obra “Os Maias”.

No entanto segundo o mesmo autor *“em virtude da multiplicidade de razões que levam as pessoas a viajar e a deslocar-se e da variedade de situações a que a deslocação pode conduzir, não é fácil nem pacífica a definição de turista.”* (CUNHA, 2001: 16).

O turista associado ao processo de oferta e procura, e na capacidade de satisfazer as suas necessidades diferenciadas, impulsionou os investigadores a aprofundarem os estudos sobre as tendências dos turistas, no que diz respeito à alteração do conceito de consumo. *“Hoje os consumidores apresentam maior selectividade em relação aos serviços que consomem e aos produtos que adquirem, gerando uma demanda pela intensificação das “experiências” como uma das formas de satisfação pessoal e profissional. As pessoas buscam “algo mais”, algo que lhes agregue valor perceptível, proporcionando sensações ímpares que diferenciem uns itens dos outros e permitam a selecção e a aquisição (...)”*(NETTO, 2010: 13). Recordando Immanuel Kant, na introdução da sua Crítica da Razão Pura, concluímos que *“dúvida não há de que todo o nosso conhecimento principia pela experiência”*.

Em suma, podemos afirmar que o turista é caracterizado pela grande exigência, que se traduz na satisfação das respetivas necessidades, como tal *“o sucesso de um negócio turístico depende, em grande parte, da capacidade de resposta às necessidades e preferências dos consumidores”* (CUNHA, 1997: 47). No entanto, para a obtenção desse mesmo sucesso *“é necessário que seja o resultado da melhor combinação entre os recursos disponíveis, naturais e culturais e a criatividade e a imaginação tendo por objectivo dar resposta aos anseios do homem (...) e a oferta dos produtos turísticos terão*

que ser mais diversificados e mais personalizados, a qualidade e a inovação terão de ser uma preocupação constante e a segmentação dos mercados um objectivo dominante da política comercial.” (CUNHA, 1997:57). Como tal, os centros históricos devem apresentar uma oferta diversificada que fomente o consumo turístico, para que os visitantes e turistas ao usufruírem do respetivo espaço e, possam igualmente contribuir para o desenvolvimento da economia local.

1.3. Turismo: Indicadores económicos nacionais e internacionais

O Turismo é uma atividade que se caracteriza como um “*elemento estruturante da economia*” (OMT, 2008). Podemos verificar, segundo dados divulgados pelo Turismo de Portugal, recolhidos pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), Tourism Satellite Account (TSA) - National Statistics, que o Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo (VAGT), apresentou os valores de grande relevância conforme demonstra o seguinte gráfico.

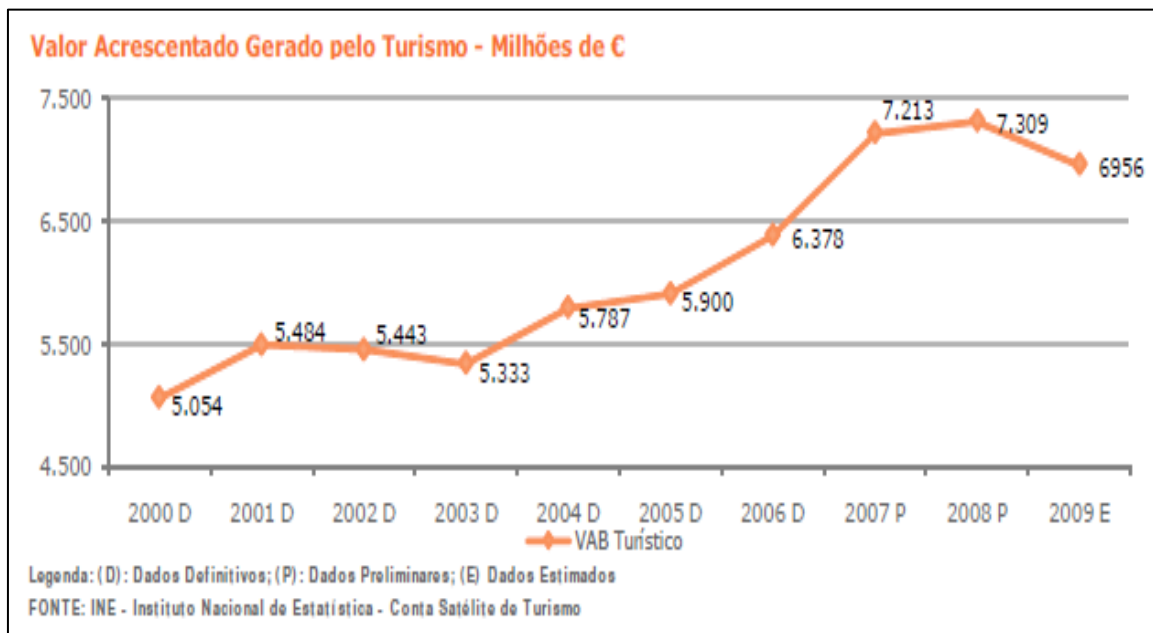


Gráfico 1 – Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo – Milhões de euros

Fonte: Turismo de Portugal (2010): Turismo na economia - Indicadores de Actividade Turística e Económica em Portugal 2000-2009 (OCDE, Tourism Satellite Account (TSA) - National Statistics).

Assim, de acordo com o gráfico acima apresentado podemos concluir que, do ano 2000 a 2009, o VAGT obteve um crescimento no que diz respeito à média anual de 3,6%. De salientar que o ano de 2007 atingiu uma percentagem de crescimento mais elevada registando 13,1% (mais de 835 milhões de euros), com o VAGT ultrapassando os 7200 milhões de euros. No entanto, mesmo verificando-se um aumento do VAGT de 1,3%, no ano de 2008, o ano seguinte apesar de situar com valores muito próximos de 7000 milhões de euros, assistimos a um decréscimo que se aproxima dos 350 milhões de euros, talvez justificado pela desfavorável conjuntura económica internacional.

Também conseguimos verificar qual o impacto que o turismo transporta para o PIB, com dados que caracterizam os países da União Europeia, conforme demonstra o seguinte gráfico da quota de mercado percentual do Turismo no Produto Interno Bruto (PIB) na Europa, relativo aos anos de 2008/2007.

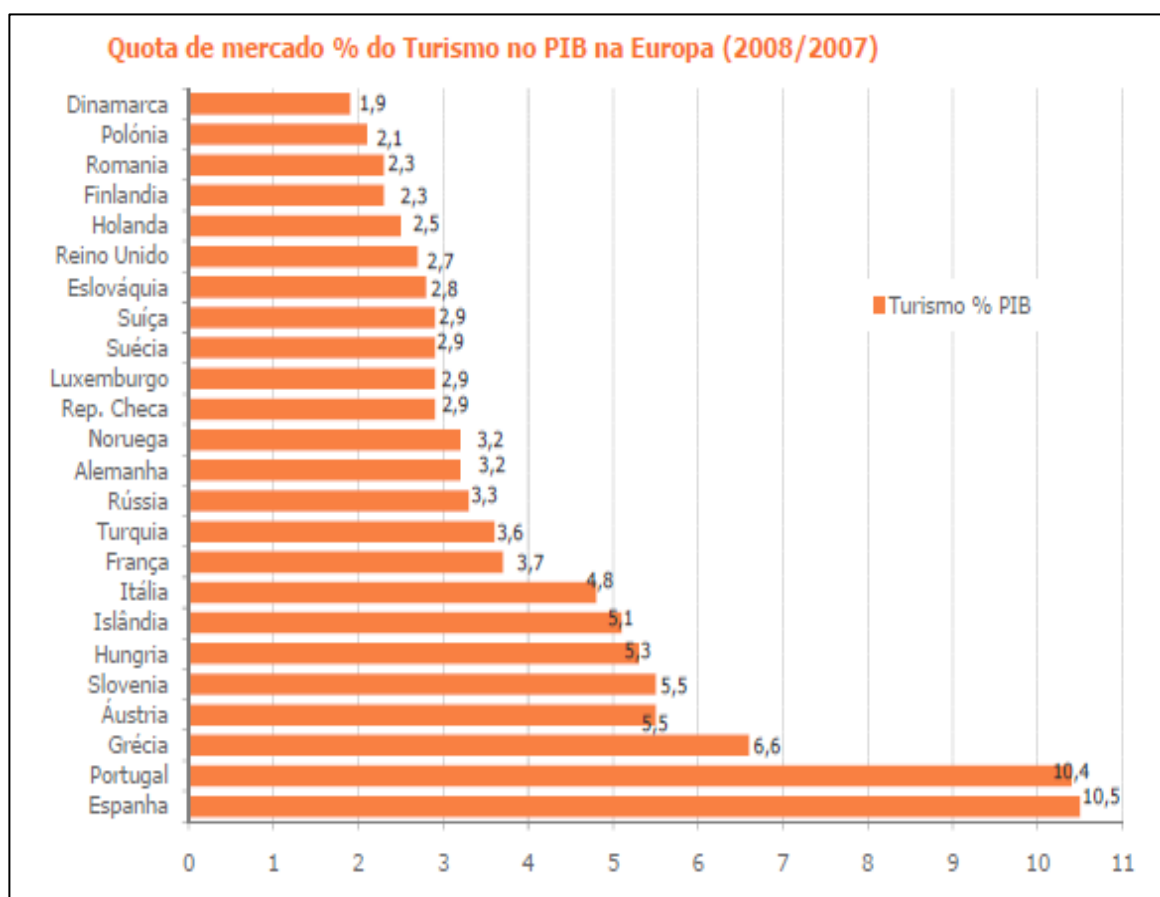


Gráfico 2 – Quota de mercado % do Turismo no PIB na Europa (2008/2007)

Fonte: Turismo de Portugal (2010): Turismo na economia - Indicadores de Actividade Turística e Económica em Portugal 2000-2009 (OCDE, Tourism Satellite Account (TSA) - National Statistics).

Conforme demonstra o gráfico anterior, os países europeus que apresentam uma quota de mercado percentual do turismo no PIB na Europa (2008/2007) de mais elevada são os seguintes:

- 1) Espanha – 10,5%
- 2) Portugal – 10,4%
- 3) Grécia – 6,6%
- 4) Áustria – 5,5%
- 5) Eslovénia – 5,5%

A conclusão que se retira a partir destes dados é que, de fato, o turismo tem um impacto positivo no PIB de cada país europeu, mas que sem dúvida, os países como Espanha e Portugal, (ambos com um valor superior a 10%), retiram do turismo um peso fundamental para as respetivas economias.

Na nossa opinião, esta percentagem acima dos dois dígitos revela essencialmente três análises a nível nacional. A primeira, é que a atividade turística tem uma grande importância na economia portuguesa a nível das receitas, em segundo plano, é que de fato Portugal é um país com uma grande riqueza turística, justificado no nosso entender pela sua diversidade histórica, cultural, gastronomia, bem como por possuir um excelente clima, com temperaturas muito agradáveis relativamente aos restantes países europeus. Por fim, de salientar que a percentagem apresentada, deverá ser tida em conta no planeamento estratégico de desenvolvimento nacional, ou seja, o setor do turismo merecerá no nosso ponto de vista, de um apoio financeiro no investimento de forma a promover mais o seu desenvolvimento. Este desenvolvimento, de uma forma planeada poderá assim, associado às características já existentes, traduzir ainda mais riqueza a médio e longo prazo.

O setor do turismo, no nosso entender revela-se como uma atividade económica de enorme peso, no campo da empregabilidade a nível nacional, como se pode concluir pelo gráfico que se apresenta relativo à quota de mercado percentual do turismo no emprego na Europa.

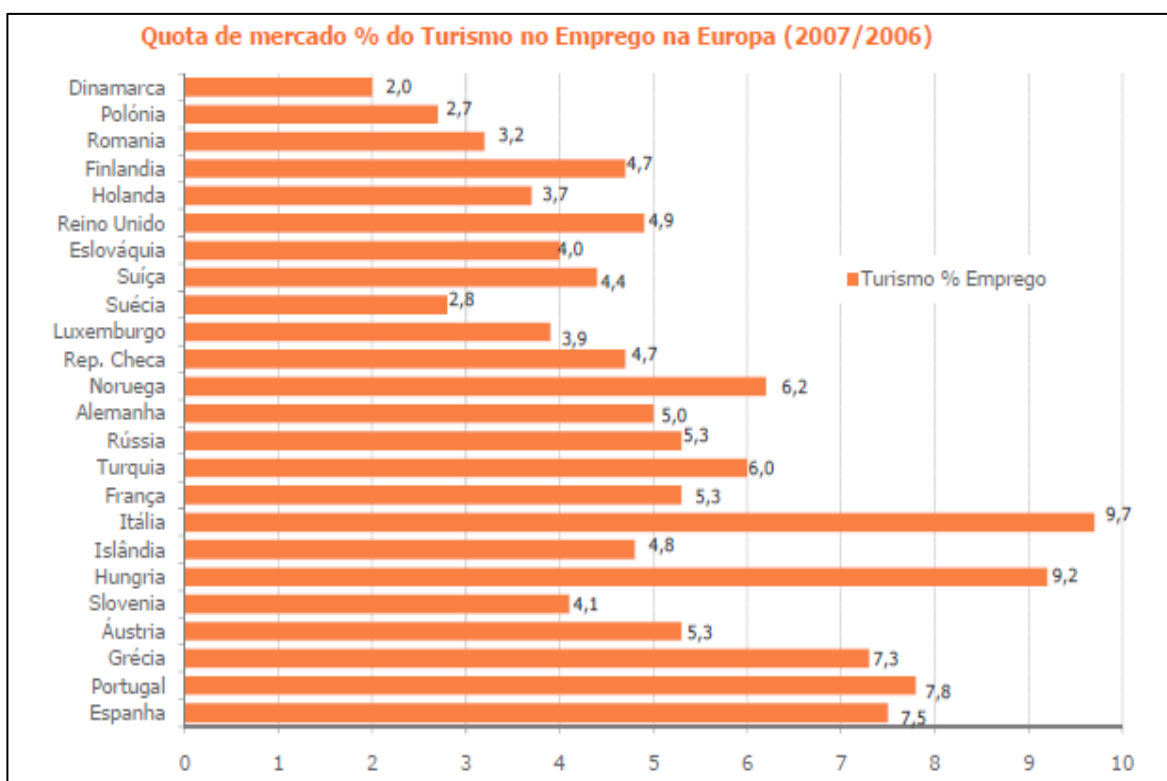


Gráfico 3 – Quota de mercado % do Turismo no emprego na Europa (2007/2006)

Fonte: Turismo de Portugal (2010): Turismo na economia - Indicadores de Actividade Turística e Económica em Portugal 2000-2009 (OCDE, Tourism Satellite Account (TSA) - National Statistics).

Se observarmos o quadro acima verificamos que, relativamente aos anos de 2006 e 2007, os países da Europa com quotas de empregabilidade no setor mais elevadas estão acima dos 7% e são por ordem decrescente:

- 1) Itália – 9,7%
- 2) Hungria – 9,2%
- 3) Portugal – 7,8%
- 4) Espanha - 7,5%
- 5) Grécia – 7,3%

Concluimos, que Portugal se encontra na terceira posição a nível Europeu com valores muito próximos dos 8%, significando que Portugal revela de fato, ser um país direcionado para a atividade turística, onde o Turismo consegue obter uma ótima quota de mercado relativo ao emprego, incrementando assim a economia portuguesa. Na atual conjuntura de 2011-2012 e apesar da crise económica, esta situação parece manter-se com o mesmo tipo de orientação por parte da Procura.

1.4. Novas Correntes Turísticas

Qualquer país ou região possui um conjunto determinado de recursos capazes de proporcionarem a atividade turística. No entanto, quando estes não estão presentes pelos seus recursos naturais ou histórico-culturais, existe a possibilidade do homem criar recurso (s) com o objetivo principal de promover a atividade turística. Podemos enunciar como alguns exemplos: Dubai, Las Vegas, Parques Temáticos (Disneyland - Paris), Museus (Guggenheim - Bilbao), Eventos Criativos (Festival do Chocolate - Óbidos).

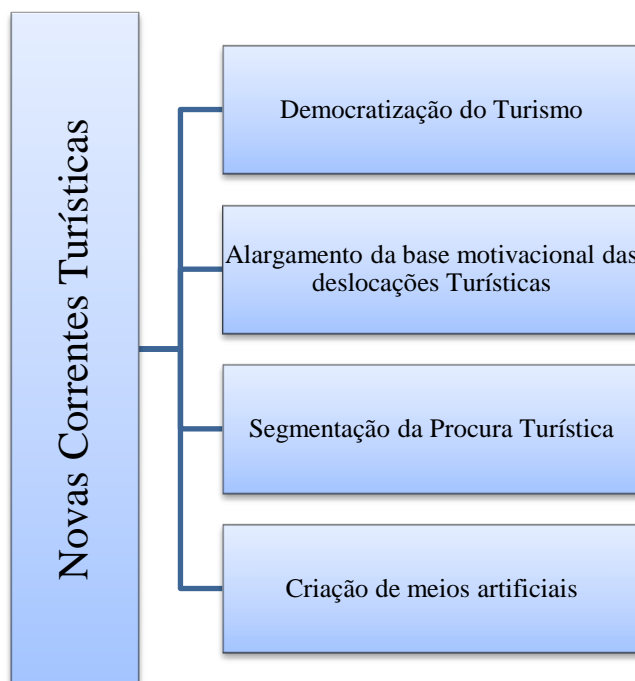


Figura 3 – Novas Correntes Turísticas.

Fonte: CUNHA, Licínio (2009), Artigo sobre a *Avaliação do Potencial Turístico*, publicado na COGITUR, Journal of Tourism Studies. (Elaboração própria).

A este propósito podemos voltar a recordar CUNHA, quando este refere que “*as potencialidades de desenvolvimento turístico de uma localidade são função dos recursos mas o seu crescimento depende da capacidade de os valorizar e da criação de novos fatores de atração*”, (CUNHA, 2009: 21), ou seja, no nosso entender nem todos os recursos se caracterizam pelas mesmas possibilidades de desenvolvimento. Existem recursos que por si só são uma forte atração turística, mas outros caracterizam-se por serem um complemento no fortalecimento e diversificação da atração turística principal.

1.5. Turismo e sua observação através do Modelo de análise das Ciências Sociais

O Turismo caracteriza-se por ser um setor multidisciplinar, devido ao fato de englobar inúmeros aspectos de vida do Homem e da sociedade, inserindo-se segundo Jafar Jafari, nas ciências sociais, conforme demonstrou, aquele investigador, em 1981 no seu modelo de estudos do turismo e respectivas disciplinas de conhecimento. Por isso, o seu estudo requisita os instrumentos das ciências sociais.



Figura 4 – Centro dos Estudos Turísticos.

Fonte: Jafar, Jafari, University of Wisconsin, Stout, citado por Cunha, 2001. (Elaboração própria).

Tendo em consideração estes fatores em nossa opinião, o turismo caracteriza-se por um conjunto de complexas inter-relações. Não pode ser visto apenas como uma prestação de serviços isolada, pois necessita de estabelecer redes ativas de forma a proporcionar um

serviço completo, sem a existência de lacunas na oferta turística de forma a dar a correta resposta às necessidades da procura, nomeadamente, ao visitante ou turista.

Como se depreende, e com base na figura anterior avançamos para a caracterização proposta por Cunha no quadro seguinte.

1. **PSICOLOGIA**, auxilia a compreensão das motivações, as preferências e comportamentos dos turistas, elementos indispensáveis para conceber a oferta, criar produtos, comercializá-los e, em definitivo, escolher as estratégias oportunas.
2. **ANTROPOLOGIA**, análise das condições socioeconómicas e culturais subjacente à necessidade humana de viajar, bem como os efeitos destas condições sobre o comportamento dos visitantes, residentes e a interacção social decorrente.
3. **SOCIOLOGIA**, interessa-se pelo turismo enquanto fenómeno social que se desenvolve de modo contínuo, pela emergência do turismo de massas, pela mudança dos destinos preferidos devido à moda: concentra o seu estudo em certas variáveis como a nacionalidade, a formação, a idade, o sexo, etc., que são fundamentais para a segmentação do mercado turístico.
4. **ECONOMIA**, torna-se uma disciplina incontornável para estudar a actividade turística cujos impactos económicos sobre os destinos ultrapassam a simples quantificação dos fluxos turísticos e os seus efeitos sobre as balanças nacionais de pagamentos.
5. **GESTÃO EMPRESARIAL**, a aquisição de competências em contabilidade, marketing, tomada de decisões, vendas, etc., é fundamental para a competitividade das empresas turísticas.
6. **GEOGRAFIA**, permite analisar o turismo sob uma perspectiva espacial que integra a distribuição regional, nacional ou internacional dos mercados turísticos, a localização dos centros turísticos, etc.
7. **DIREITO**, a mundialização crescente da economia e a complexidade acrescida das relações exigem a aproximação das diversas legislações nacionais e uma maior atenção à protecção dos turistas consumidores, etc.

(Continua)

(Continuação)

8. **ECOLOGIA**, debruça-se sobre a capacidade de regeneração dos recursos, sobre o seu esgotamento, sobre a conveniência da sua utilização para o turismo, etc.
9. **ESTATÍSTICA**, representa uma técnica instrumental de apoio à pesquisa e ao estudo de outras matérias como a economia, a psicologia, a sociologia, etc.
10. **EDUCAÇÃO**, a importância desta disciplina situa-se ao nível da detecção das noções fundamentais devendo ser abordada para a formação de base do turismo, da concepção do grau de especialização necessária, do ajustamento dos cursos e dos planos de estudos às alterações perpétuas do ambiente, etc.

Quadro 1 – Modelo Multidisciplinar da OMT sobre matérias ligadas ao estudo e à pesquisa aplicada ao Turismo

Fonte: OMT, *Iniciation à la Méthode TEDEQUAL pour la Qualité de l' Education e de la Formation Touristique*, 1997, citado por Cunha, 2001.

Este modelo multidisciplinar, apresentado pela OMT demonstra que o turismo enquanto objeto de estudo, se enquadra em diversas áreas (Psicologia, Antropologia, Sociologia, Economia, Gestão Empresarial, Geografia, Direito, Ecologia, Estatística e Educação), tendo estas um carácter participativo direto ou indiretamente no contexto turístico.

Os dez pontos referenciados, podem ser considerados como os que nos autorizam a avançar hipóteses sobre a efetiva caracterização multidisciplinar do turismo e no caso do nosso estudo aplicá-lo para observarmos a dinâmica turística em Tomar. Consideramos que esta grelha legítima o nosso ponto de vista, pois o turismo deverá ter em consideração todas as matérias ligadas ao estudo e à pesquisa aplicada a este setor, de forma a relacionar todos os agentes intervenientes no processo turístico.

1.6. Os turistas e a função das cidades

O papel da interpretação em turismo, pode considerar-se uma ferramenta muito revelante na comunicação que a cidade estabelece com os turistas. Desta forma, apresentar e interpretar a cidade no seu todo urbanístico patrimonial e simbólico, significa que se pretende dar significado aos valores dessa cidade. Nesse contexto, e tendo em consideração os objetivos do nosso trabalho precisamos entender, como é que a atividade turística se manifesta nas cidades.

1.6.1. Casos documentados e comentados

No presente subcapítulo vamos apresentar dois casos documentados: a cidade de Guimarães e a vila de Óbidos. Esta opção foi selecionada pelo fato de queremos apresentar dois casos documentados que fossem ao encontro do contexto histórico-cultural, do nosso objeto de estudo principal (cidade de Tomar), assim como, analisar destinos que já tivessem alcançado reconhecimento e notoriedade turística.

Iremos realizar uma breve abordagem a diversos dados de cariz informativo, como por exemplo uma breve introdução histórica, localização, acessibilidades, população, e outros dados de cariz turístico, como o enquadramento turístico, visão turística da liderança política do Presidente de Câmara e medidas implementadas de âmbito turístico de maior relevância.

O objetivo principal desta abordagem, é retirar algumas ilações para a nossa análise de dados do nosso caso de estudo da cidade de Tomar, através da utilização de dados da comunicação social e dos portais das Câmaras da cidade de Guimarães e da vila de Óbidos.


Realizando um estudo comparativo e expedito criámos uma grelha de leitura destes dados que, nos permite perceber como duas localidades geograficamente diferenciadas tem linhas comuns na estrutura do seu modelo de desenvolvimento cultural e turístico, independentemente das suas características fisiográficas e demográficas.

1.6.1.1. Cidade de Guimarães

Na nossa opinião, a cidade de Guimarães assume-se como exemplo de um local de interesse turístico não só a nível nacional, como no âmbito internacional. Prova disso mesmo é o seu atual posicionamento a nível europeu, sendo a Capital Europeia da Cultura de 2012.

Caraterizada pela sua vasta riqueza histórico-cultural, Guimarães, no nosso entender possui alguns fatores turísticos similares à cidade de Tomar, nomeadamente, história (exemplo: Templários), monumentos de grande riqueza (exemplo: Convento de Cristo), centro histórico, entre outros. Decidimos apresentar uma estrutura simples para melhor caraterizar a cidade e o seu contexto.

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
História	<p>Guimarães é uma cidade de origem medieval, que tem as suas raízes no remoto século X.</p> <p>Foi nesta altura, que a Condessa Mumadona Dias, viúva de Hermenegildo Mendes mandou construir um mosteiro, que se tornou num pólo de atração e deu origem à fixação de um grupo populacional. Paralelamente e para defesa do aglomerado, Mumadona construiu um castelo a pouca distância, na colina, criando assim um segundo ponto de fixação. A ligar os dois núcleos formou-se a Rua de Santa Maria.</p> <p>Posteriormente, o Mosteiro transformou-se em Colegiada e adquiriu grande importância devido aos privilégios e doações que reis e nobres lhe foram concedendo. Tornou-se num afamado Santuário de Peregrinação, e de todo o lado acorriam crentes com preces e promessas. A vila foi-se expandindo e organizando, sendo então rodeada por uma muralha defensiva. Entretanto as ordens mendicantes instalaram-se em Guimarães e ajudam a moldar a fisionomia da cidade.</p> <p>Após o século XV, os dois pólos fundem-se num único e a cidade intramuros já pouco mudará. Haverá ainda a construção de algumas igrejas, conventos e palácios, a formação do Largo da Misericórdia (atual Largo João Franco) em finais do século XVII e inícios do XVIII, mas a sua estrutura não sofrerá grande transformação. Será a partir de finais do século XIX, com as novas</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
<p>História</p>	<p>(Continuação)</p> <p>ideias urbanísticas de higiene e simetria, que a vila, elevada a cidade em 1853, pela Rainha D. Maria II, irá sofrer a sua maior mudança. Será autorizado e fomentado o derrube das muralhas, sendo construídos os Largos do Carmo (hoje Largo de Martins Sarmento) e Condessa do Juncal, decorrendo a abertura de ruas e grandes avenidas, e posteriormente intervenção da Colina da Fundação e a abertura da Alameda. No entanto, quase tudo foi feito de um modo controlado, permitindo assim a conservação do seu magnífico centro histórico.</p>
<p>Localização</p>	<p>Região (NUTS II): Norte Sub-região (NUTS III): Ave Distrito: Braga</p>  <p>Figura 5 – Mapa da Região NUTS II (Norte). Fonte: http://www.cm-guimaraes.pt, acedido em 12/11/2011.</p> <p>O concelho de Guimarães está limitado a norte e noroeste pelos concelhos de Póvoa de Lanhoso e Braga, respetivamente, a sudoeste por Santo Tirso, Felgueiras e Vizela, a nascente pelo concelho de Fafe e a poente por Famalicão.</p> <p>Guimarães é, administrativamente, um concelho composto por 69 freguesias que se inserem numa área de 242,32 km². Está situado a Noroeste de Portugal e dista, aproximadamente, 350 km da sua capital, Lisboa e cerca de 50 km da cidade do Porto.</p>
<p>Acessibilidades</p>	<p>Rodoviária:</p> <p>Utilizando a atual rede de autoestradas, de Guimarães chega-se ao Porto em aproximadamente 30 minutos (A7 e A3), a Braga em 15 minutos (A11), a</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA									
Acessibilidades	<p>(Continuação)</p> <p>Vigo em 90 minutos (A7 e A3) e a Lisboa em 180 minutos (A3, A7 e A1). Existem várias empresas rodoviárias que efetuam ligações, diretas e/ou não diretas, entre qualquer ponto de Portugal e Guimarães.</p> <p>Ferrovíaria: A ligação ferroviária é estabelecida através de várias ligações diretas e/ou não diretas entre vários destinos, e que permite que a deslocação entre Guimarães/Porto, e vice-versa, demore aproximadamente 60 minutos.</p> <p>O aeroporto mais próximo de Guimarães é o aeroporto Francisco Sá Carneiro, no Porto, que dista cerca de 50 km de Guimarães.</p>									
População	<table border="1" data-bbox="464 1003 1078 1128"> <thead> <tr> <th>Censos 2011</th> <th>Nº habitantes</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Portugal</td> <td>10 561 614</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Guimarães</td> <td>158 124</td> <td>1,497</td> </tr> </tbody> </table>	Censos 2011	Nº habitantes	%	Portugal	10 561 614	100	Guimarães	158 124	1,497
Censos 2011	Nº habitantes	%								
Portugal	10 561 614	100								
Guimarães	158 124	1,497								
Enquadramento Turístico	<p>Designada “Cidade Berço”, devido ao estabelecimento do centro administrativo do Condado Portucalense por D. Henrique e por seu filho D. Afonso Henriques poder ter nascido nesta cidade. Sem deixar de mencionar a importância histórica para a formação da nacionalidade, através da Batalha de São Mamede, que decorreu na periferia da cidade em 24 de Junho de 1128.</p> <p>Centro histórico de Guimarães, em 13 de Dezembro de 2001 classificado pela UNESCO como Património Cultural da Humanidade.</p> <p>Cidade Capital Europeia da Cultura 2012.</p>									
Visão Turística da liderança política	<p>Presidente do Município de Guimarães: António Magalhães da Silva</p> <p>Presidente do Município de Guimarães considera que o conjunto de obras que</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>									

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
(Presidente de Câmara)	<p>(Continuação)</p> <p>estão a decorrer na cidade vão poder permitir "alargar o espaço classificado pela UNESCO".</p>
Medidas implementadas de âmbito Turístico de maior relevância	<p>1. Página web: http://www.guimaraesturismo.com/ com informação turística traduzida para 53 idiomas.</p>
	<p>2. Construção de logótipo “<i>Tourcoing – Guimarães 2012</i>”, com o apoio da cidade francesa de Tourcoing (elo de ligação desde 1996), através de um concurso de <i>design</i> no âmbito de Guimarães – Capital Europeia da Cultura 2012.</p>
	<p>3. Desafio lançado pela Câmara Municipal de Guimarães, de associar a indústria tradicional ao turismo, com adesão de onze empresas que exportam para mais de trinta e dois países, no âmbito da Promoção Turística e Distribuição, com uma tiragem de três milhões de <i>flyers</i>.</p>
	<p>4. “Guimarães 2012” explica o património cultural aos vimaranenses através de sessões do projeto “Eu Sou Guimarães”. As ações são dirigidas para profissionais do comércio, restauração, hotelaria e taxistas. O objetivo destas ações de sensibilização visa envolver a cidade no acolhimento aos visitantes de Guimarães, em 2012, ano em que a cidade é Capital Europeia da Cultura. Este projeto visa promover e dar continuidade às boas práticas de acolhimento, mas também informar sobre a cidade e o concelho abordando os temas “Capitais Europeias da Cultura”, “História e Património” na Associação Comercial e Industrial de Guimarães.</p>
	<p>5. No âmbito da Capital da Cultura de 2012, os comerciantes e empresários de Guimarães frequentaram uma formação de vinte e cinco horas no total, para aprender a descrever receitas, definir o sabor</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
	<p>(Continuação)</p> <p>dos vinhos, explicar a confeção de doces e dar informações de endereços. A formação foi desenvolvida não só para inglês, como também espanhol e italiano.</p>

Quadro 2 – Quadro de referência aos casos documentados e comentados – cidade de Guimarães.

Fonte: <http://www.cm-guimaraes.pt/>; <http://www.guimaraesturismo.com/>; <http://www.guimaraesturismo.com/>, acedido em 12/11/2011. (Elaboração própria)

1.6.1.2. Vila de Óbidos

A vila de Óbidos é riquíssima na sua Oferta Turística, com uma abrangência em áreas desde o património e cultura, eventos, natureza, golfe e hotelaria. É conhecida pelas suas muralhas e todo o conjunto de património construído nelas inserido, sem deixar de, mais recentemente, ser associada a todo um conjunto de eventos culturais como é um exemplo do “Festival do Chocolate”.

Para além disso, trata-se de uma autarquia caracterizada pelo dinamismo, inovação e principalmente pela criatividade, sendo reconhecida não só a nível nacional, mas também internacional como “cidade criativa”.

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
<p>História</p>	<p>Pela sua excelente localização junto ao mar e como os braços da Lagoa chegavam ao morro, estas terras desde sempre foram habitadas, o que se confirma pela estação do Paleolítico Inferior do Outeiro da Assenta. Aqui se formou um castro Celtibero, voltado a poente. Sabe-se que aqui comerciaram os fenícios, e hoje com mais propriedade que os Romanos aqui se estabeleceram, sendo provável que a torre sul do Facho, tenha tido a sua</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
História	<p>(Continuação)</p> <p>origem numa torre de atalaia de construção romana, como posto avançada da cidade de Ebuobrittium, grande urbe urbana encontrada e em fase de trabalho arqueológico.</p> <p>Em 11 de Janeiro 1148, o primeiro rei, D. Afonso Henriques, apoiado por Gonçalo Mendes da Maia, tomou Óbidos aos árabes, após o cerco de Novembro anterior. O Cruzeiro da Memória é um singelo monumento da época, mais tarde restaurado. Óbidos pertenceu ao pentágono defensivo (dos cinco castelos), do centro do reino, idealizado pelos Templários.</p> <p>Com a oferta de Óbidos como prenda de casamento de D. Dinis a sua esposa D. Isabel, a vila ficou pertença da Casa das Rainhas, só extinta em 1834, e por aqui passaram a maioria das rainhas de Portugal, deixando grandes benefícios. D. Catarina mandou construir o aqueduto e chafarizes. A reforma administrativa de D. Manuel I dá a Óbidos em 1513 novo Foral, sendo esta época muito intensa em requalificações urbanas.</p> <p>O terramoto de 1755 fez sentir-se com intensidade na vila, derrubando partes da muralha, bem como alguns templos e edifícios, tendo ainda alterado alguns aspetos do traçado e do casco árabe e medieval. Também Óbidos foi palco das lutas da Guerra Peninsular, tendo aqui ocorrido a grande batalha da Roliça, que no tempo pertencia ao “termo” de Óbidos.</p> <p>Mais recentemente a Vila foi palco da reunião preparatória da Revolta do 25 de Abril, ficando assim ligada ao “corajoso e heróico” movimento dos capitães.</p>
Localização	<p>Região (NUTS II): Centro Sub-região (NUTS III): Oeste Distrito: Leiria</p> <p>Está situado na encosta de um monte escarpado, na margem direita do rio Arnóia e próximo da Serra dos Candeeiros. É limitado a norte, nordeste e este pelo concelho de Caldas da Rainha, a sul por Bombarral, e a oeste por Peniche, estendendo-se até ao oceano Atlântico.</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
<p>Localização</p>	<p>(Continuação)</p> <p>No total abrange uma área de 142,4 km² e é constituído por nove freguesias: A dos Negros, Amoreira, Olho Marinho, Óbidos (Santa Maria), Óbidos (S. Pedro), Sobral da Lagoa, Vau, Gaeiras e Usseira.</p> <p>Distância: Óbidos-Lisboa, 75 Km; Óbidos-Santarém, 40 Km; Óbidos-Porto, 245 Km; Óbidos-Faro, 370 Km.</p> <div data-bbox="948 309 1366 1032" data-label="Figure"> </div> <p>Figura 6 – Mapa com localização da vila de Óbidos Fonte: http://www.cm-obidos.pt/, acedido em 12/11/2011.</p>
<p>Acessibilidades</p>	<p>Automóvel:</p> <p>Em direção Lisboa – Leiria, toma-se a A8 e deixa a autoestrada na saída A15. O tempo de viagem demora cerca de 40 a 50 minutos. De Santarém toma-se a autoestrada A15. Do Porto, toma-se a A1 até Leiria. Em Leiria toma-se a A8.</p> <p>Rodoviária:</p> <p>Em média, um bilhete de autocarro (Lisboa – Óbidos) terá o preço de 8 euros.</p> <p>Ferrovíaria:</p> <p>Existe paragem de comboio em Óbidos. No entanto, a estação não se encontra no centro da vila.</p> <p>O aeroporto mais próximo é de Lisboa, que dista cerca de 75 km de Óbidos.</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA									
<p>População</p>	<p>(Continuação)</p> <table border="1" data-bbox="464 389 1080 517"> <thead> <tr> <th data-bbox="464 389 679 432">Censos 2011</th> <th data-bbox="679 389 951 432">Nº habitantes</th> <th data-bbox="951 389 1080 432">%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="464 432 679 474">Portugal</td> <td data-bbox="679 432 951 474">10.561.614</td> <td data-bbox="951 432 1080 474">100</td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 474 679 517">Óbidos</td> <td data-bbox="679 474 951 517">11.772</td> <td data-bbox="951 474 1080 517">0,111</td> </tr> </tbody> </table>	Censos 2011	Nº habitantes	%	Portugal	10.561.614	100	Óbidos	11.772	0,111
Censos 2011	Nº habitantes	%								
Portugal	10.561.614	100								
Óbidos	11.772	0,111								
<p>Enquadramento Turístico</p>	<p>Centro histórico de Óbidos guarda séculos de história entre as suas muralhas, composto de um vasto património de arquitetura religiosa e vestígios histórico-monumentais.</p> <p>Conjunto de eventos mobilizadores de massas turísticas, regionais, nacionais e internacionais, com principal destaque para os seguintes: Vila Natal; Festival do Chocolate, Mercado Medieval; Festival de Ópera.</p> <p>A rede <i>CREATIVE CLUSTERS</i> – “Clusters Criativos em Áreas Urbanas de Baixa Densidade”, foi aprovada no âmbito do “Programa URBACT II” da União Europeia e é liderada pelo Município de Óbidos.</p>									
<p>Visão Turística da liderança política (Presidente de Câmara)</p>	<p>Presidente do Município de Óbidos: Telmo Henrique Correia Daniel Faria</p> <p>O Presidente do Município de Óbidos considera que <i>“Óbidos tem de investir no Turismo, pois continua a ser uma das áreas economicamente mais dinâmicas a nível mundial e há um processo de desenvolvimento local, de criação de infra-estruturas, projectos privados que sustentam esta aposta que, aliás, é confirmada por todos os documentos estratégicos sobre planeamento do território. Óbidos é hoje uma referência nesta área o que beneficia também os concelhos vizinhos e a nossa região.”</i> (Jornal das Caldas: Abril/2011)</p> <p>O autarca foi distinguido inúmeras vezes, com destaque para:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Medalha de Mérito Turístico, atribuída pelo Governo, através da Secretaria de Estado do Turismo. Segundo a Secretaria de Estado do Turismo, a atribuição desta medalha <i>“torna-se fundamental pelo</i> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>									

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
<p>Visão Turística da liderança política (Presidente de Câmara)</p>	<p>(Continuação)</p> <p><i>excelente trabalho desenvolvido no Município de Óbidos, através da promoção, divulgação e sensibilização das vertentes culturais e turísticas do concelho”.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personalidade Turística do Ano, atribuído pela Associação de Jornalistas Portugueses de Turismo (AJOPT). Segundo a AJOPT, este prémio tem por finalidade “<i>distinguir uma individualidade que se tenha particularmente destacado pela sua acção especificamente favorável ao Turismo português</i>”, assim como também “<i>reconhecer e incentivar o esforço e o talento daqueles que pugnam pelo progresso do Turismo nacional</i>”. ➤ Autarca Empreendedor, premiado pela Gesventure 2010, na 10ª edição do Venture Capital IT - Congresso Internacional de Empreendedorismo e Capital de Risco.
<p>Medidas implementadas de âmbito Turístico de maior relevância</p>	<p>1. O município de Óbidos disponibiliza diversos serviços e gabinetes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gabinete de Gestão do Património Histórico; - Arquivo Histórico e Arqueologia; - Gabinete de Desenvolvimento Rural, de Silvicultura e Espaços Verdes; - Iniciativa “<i>A Minha Rua</i>” (permite a todos os cidadãos reportar à autarquia as mais variadas situações relativas a espaços públicos, desde a iluminação, jardins, passando por veículos abandonados ou a recolha de eletrodomésticos danificados). <p>Sendo essenciais para o envolvimento da população local, assim como a uma melhoria da relação do munícipe com o município.</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
<p>Medidas implementadas de âmbito Turístico de maior relevância</p>	<p>(Continuação)</p> <p>2. Aposta num segmento de mercado direcionado para o golfe, com a criação de dois campos de golfe, um deles com dezoito buracos, sendo considerado segundo literatura local como um dos melhores da Europa.</p>
	<p>3. Criação de oferta hoteleira com serviços de grande qualidade, com alcance regional, nacional e internacional. Prova disso mesmo são as inúmeras vezes que a Seleção Portuguesa de Futebol já realizou os seus estágios nestas infraestruturas, onde nos deparamos com um marketing bilateral, pois divulga não só a unidade hoteleira como o nome de Óbidos.</p>
	<p>4. Elaboração de protocolo que permite recuperar monumentos degradados em Óbidos, entre a Autarquia e a Direção Regional de Cultura de Lisboa e Vale do Tejo (DRCLVT) com vista à cooperação e mútuo apoio na implementação e desenvolvimento de ações, projetos e atividades que promovam o estudo, a valorização, a divulgação e a fruição do património cultural no Município de Óbidos, nomeadamente no que diz respeito:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Instrução de processos de classificação e de fixação de zonas especiais de proteção; ➤ Acompanhamento técnico no desenvolvimento de projetos de obras municipais; ➤ Elaboração do Plano de Pormenor de Salvaguarda da vila de Óbidos; ➤ Participação do Município de Óbidos na elaboração da Carta Cultural da Região de Lisboa e Vale do Tejo; ➤ Desenvolvimento de projetos de recuperação, valorização e divulgação do património cultural. <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

FATORES	SÍNTESE EXPLICATIVA
<p>Medidas implementadas de âmbito Turístico de maior relevância</p>	<p>(Continuação)</p> <p>5. Óbidos escolheu a criatividade como eixo da sua estratégia de desenvolvimento. A criatividade permite o posicionamento global, apostando nas pessoas, no seu talento e capacidades empreendedoras. As indústrias criativas são um meio privilegiado para a concretização desta aposta. Áreas como a cultura, a comunicação, a informática, a arquitetura, o <i>design</i> e a gastronomia integram uma componente criativa preponderante, geradora de valor.</p> <p><u>Exemplos de programas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Abc - Apoio de Base à Criatividade (Estrutura de apoio ao empreendedorismo, orientado para as empresas das áreas criativas); - Parque Tecnológico (Parque empresarial estruturante orientado para as indústrias criativas); - RIICO - Rede de Investigação, Inovação e Conhecimento de Óbidos (Coordenação científica partilhada entre o Município de Óbidos e diversas universidades).

Quadro 3 – Quadro de referenciação aos casos documentados e comentados – vila de Óbidos

Fonte: <http://www.cm-obidos.pt/>; <http://www.obidos.pt/>, acedido em 12/11/2011. (Elaboração própria)

1.6.2. Síntese da avaliação comparativa Guimarães – Óbidos.

Após esta breve referenciação aos casos documentados da cidade de Guimarães e à vila de Óbidos, concluímos que mesmo apesar de:

- a) Se situarem a uma grande distância geográfica, com a vila de Óbidos a cerca de 80 Km da capital de Portugal, e a Cidade de Guimarães a aproximadamente 360 km;
- b) Da sua expressão demográfica ser em número muito diferenciado, pois enquanto Óbidos se apresenta segundo os Censos de 2011 com 11.772 habitantes, Guimarães

tem 158.124 habitantes, ou seja, Óbidos apenas 7, 44% da população de Guimarães;

- c) Óbidos ser vila e Guimarães uma cidade;

Ambos têm características turísticas similares que, podem no nosso ponto de vista ser referência em termos comparativos com o nosso estudo de caso da cidade de Tomar, nomeadamente:

- a) Possuírem um enquadramento histórico-cultural;
- b) Existência de um centro histórico;
- c) Predominância de vários elementos arquitetónicos de grande riqueza, quer a nível nacional como internacional.

Deste modo, podemos no decurso do nosso estudo de caso, aprofundar tais semelhanças, no sentido de verificarmos, após a nossa apresentação e interpretação da cidade de Tomar, como esta se apresenta no que diz respeito ao seu contexto turístico, aos seus habitantes, visitantes e turistas e, naturalmente, que modelo deverá ser desenhado para a cidade tomarense, com base no “*benchmarking*” por nós realizado com descreveremos. Cada vez mais as diferenças presentes entre destinos turísticos, se opera pelo lado da oferta estruturada com orientação à diferenciação. A cidade de Tomar constitui-se como um acervo cromo temático que importa explorar no tempo, e tematicamente. Neste sentido, a produção bibliográfica no domínio da história, urbanismo, planeamento, economia, entre outros; são fundamentais como conteúdo que se pode orientar ao modelo que propomos, como se verá mais adiante, nomeadamente no próximo capítulo.

2. O papel da interpretação turística na qualificação do destino

Primeiramente, gostaríamos de referir que no que diz respeito ao conceito de “interpretação turística”, de acordo com as nossas pesquisas bibliográficas, verificámos que esta definição não se encontra patente no contexto turístico, pelo menos de forma a dar resposta ao nosso enquadramento.

Assim, para melhor definir este conceito recorreremos a dicionários da língua portuguesa, tomando como exemplo a seguinte definição de interpretação:

a) Dicionário da Língua Portuguesa, Porto Editora (2011)

- 1) *“Ato ou efeito de interpretar;*
- 2) *Sentido em que se toma o que se ouve, se lê ou se vê fazer;*
- 3) *Compreensão, explicação;*
- 4) *Comentário(...)”*

b) Grande Dicionário da Língua Portuguesa, José Pedro Machado (1991)

- 1) *“Acção ou efeito de interpretar, explicação, significação, exposição;*
- 2) *Transladação, versão, tradução;*
- 3) *Acção de ajuizar, de julgar acções(...)”*

2.1. Apresentação – Interpretação

Consideramos que para o atual estudo nos é permitido a apresentação do conceito Apresentação – Interpretação. Assim, consideramos que qualquer atrativo turístico seja ele um objeto, um território ou um qualquer bem imaterial, podem ser alvo simultâneo de dois processos de descodificação. Assim, para este trabalho consideramos a **“Apresentação – Interpretação” como um processo de acesso e fruição a um bem patrimonial ou a um atrativo turístico em termos da sua leitura e interpretação orientada à visitaçãoturística.**

A apresentação que consta da leitura desse elemento e do contexto envolvente e, por outro lado o detalhe sobre a sua constituição seja ela física ou metafísica.²

² Esta síntese surgiu nos trabalhos de orientação por proposta conjunta do orientador e da orientanda, visto ser necessária especificação por esta via o que entendíamos sobre o papel da Interpretação Turística, face à escassa bibliografia desta de terminologia.

A Carta Internacional do Turismo Cultural³ refere que, “numa época de globalização crescente, a protecção, conservação, interpretação e apresentação do património e da diversidade cultural de qualquer lugar, ou região em particular, é um desafio importante para as pessoas de todas as partes. No entanto, a gestão desse património, dentro de um enquadramento de normas internacionalmente reconhecidas e apropriadamente aplicadas, é, geralmente, da responsabilidade da comunidade, ou do grupo de custódia, particular.” Assim, de acordo com a Carta Internacional do Turismo Cultural, elaborámos com base num texto de um projeto cedido pelo nosso orientador Figueira (2012), o seguinte quadro onde se demonstram alguns princípios mais relevantes para o enquadramento do nosso conceito.

Princípio	Carta Internacional do Turismo Cultural	Texto*
1 1.1	<i>“O património natural e cultural é um recurso material e espiritual, proporcionando uma narrativa do desenvolvimento histórico. Ele tem um papel importante na vida moderna e deve ser tornado física, intelectual e/ou emocionalmente acessível ao público geral. Os programas estabelecidos para a protecção e conservação dos atributos físicos, dos aspectos intangíveis, das expressões culturais contemporâneas e de contexto alargado, devem facilitar uma compreensão e uma apreciação do significado do património, pela comunidade residente e pelos visitantes, de uma maneira equitativa e sustentável.”</i>	Esta narrativa é, necessariamente um conjunto estruturado de elementos da cultura material e elementos da cultura imaterial, cimentados num objetivo comum que lhes dá sentido circunstancial: a oferta cultural disponível para a animação turística.
1.2	<i>“Os aspectos individuais do património natural e cultural têm diferentes níveis de significado, alguns com valores universais, outros de importância nacional, regional ou local. Os programas de interpretação estabelecidos devem apresentar esse significado de uma maneira relevante e acessível à comunidade residente e aos visitantes, com apropriadas, estimulantes e contemporâneas formas de educação, de media, de tecnologia e de explicação pessoal da informação histórica, ambiental e cultural.”</i>	(...) A exploração dos recursos endógenos pressupõe este e outros tipos de leitura que uma ativação adequada dos mesmos, numa categorização que os eleva a atractivos turísticos, pode e deve priorizar. Assim, numa ordenação com esse objetivo central, é natural que a programação das narrativas sobre atractivos turísticos, tanto na dimensão natural quanto cultural, se deva observar metodologicamente como programa resultante das várias possibilidades em presença. Se numa pesquisa de campo se retiram ilações que ajudam a orientar ao produto turístico, não é menos verdadeiro que o trabalho de revisão bibliográfica de <i>case study</i> nos ajuda a propor cenários, redimensionar convicções, estabelecer prioridades, etc. Por isso o processo de trabalho em Apresentação-Interpretação Turísticas, adiante designado por PAIT, requer o envolvimento de todos os Atores turísticos. (Continua)

³ ARAÚJO, António de Borja, (2007), CARTA INTERNACIONAL DO TURISMO CULTURAL Gestão do Turismo nos Sítios com Significado Patrimonial – 1999 Adoptada pelo ICOMOS na 12.ª Assembleia Geral no México, em Outubro de 1999, p.2 de 9 pp.

Princípio	Carta Internacional do Turismo Cultural	Texto*
1.3	<p>(Continuação)</p> <p><i>“Os programas de interpretação e de apresentação estabelecidos devem facilitar e encorajar um elevado nível de conhecimento público e o necessário apoio para a sobrevivência a longo prazo do património natural e cultural.”</i></p>	<p>E este articulado de princípio chama-nos a atenção para a necessidade constante de medirmos os níveis de percepção dos públicos, do mercado mas, igualmente das comunidades territoriais onde se desenvolvem os actos turísticos principais e os actos turísticos complementares. De um ponto de vista interpretativo, interpretar é criar narrativa, é criar dramaturgia dedicada a cada tema narrado, é estabelecer condições para que cada espectador, cada cliente, possa sair satisfeito da experiência turística proposta por cada produto ou cada segmento do produto turístico.</p>
1.4	<p><i>“Os programas de interpretação estabelecidos devem apresentar o significado dos sítios património, das tradições e das práticas culturais compreendidas na experiência passada e nas diversidades actuais da área e da comunidade residente, incluindo as pertencentes a grupos culturais ou linguísticos minoritários. O visitante deve ser sempre informado sobre os diferentes valores culturais que podem estar associados a um recurso de património em particular.”</i></p>	<p>O valor da informação é no contexto da PAIT um fator de grande responsabilidade, porque sugestiona o cliente, propõe-lhe a criação de imagens, sugestiona-o de determinado modo e, portanto, é, estrategicamente, uma variável decisiva na função visitação ao território. Esta questão implica a resolução das terminologias, dos processos de comunicação, dos esforços por diminuir o ruído nas interlocuções entre Organizações e Pessoas que operam no mesmo Território.</p>
2 2.3	<p><i>“Os programas de conservação, interpretação e desenvolvimento do turismo devem ser baseados numa compreensão abrangente dos aspectos específicos, mas frequentemente complexos ou conflituantes, do significado do património de um sítio em particular. A investigação e a consulta permanentes são importantes para o avanço da compreensão evolutiva e da apreciação desse significado.”</i></p>	<p>Assim sendo, os principais interessados devem trabalhar para redimir, o mais possível, os conflitos decorrentes de interesses naturalmente desconcertados de cada um que, numa perspetiva de necessidade estratégica de crescimento a todos enreda numa óptica, sempre optimista, mas falsa, de consensualizar interesses. Como sabemos, os stakeholders representam-se na cooperação segundo os seus interesses básicos, primeiro. Depois, e numa visão de sobrevivência colaborativa os mesmos protagonistas tentam alianças estratégicas que lhes permitam complementarmente ir realizando as suas missões alcançando escalas maiores de presença impensáveis sem recorrerem a essas estratégicas e pontuais alianças. A disponibilização de informação e a sua orientação ao mercado e aos consumidores carece, portanto, de uma gestão com qualidade inerente aos níveis de públicos que os programas desejam alcançar.</p>
2.4	<p><i>“É importante a retenção da autenticidade dos sítios património e das colecções. Ela é um elemento essencial do seu significado cultural, conforme está expresso no material físico, nas memórias recolhidas e nas tradições intangíveis que restam do passado. Os programas estabelecidos devem apresentar e interpretar a autenticidade dos sítios e das experiências culturais, para valorizarem a apreciação e a compreensão desse património cultural.”</i></p>	<p>Independentemente da noção que tenhamos de autenticidade, porque em cada época, as noções deste tipo alteram-se e são resultados de novos posicionamentos da investigação e seus canais de comunicação, e de preponderância doutrinária (convirá acentuar), é certo que autenticidade e significado cultural são fatores adquiridos com o conhecimento e a experiência tida com a fruição dos atractivos turísticos. Nessa fruição, os modelos de apresentação e interpretação submetem cada atractivo a uma espécie de ilustração criada, precisamente, para serem inseridos na atividade turística. Se os recursos, nomeadamente culturais, não carecem do turismo para serem percebidos como relevantes, já a sua manutenção, com custos fixos e custos variáveis, implica a sua inserção na atmosfera do negócio turístico. Neste caso, a economia da cultura e a economia do turismo, tornam-se realidades unidas que qualquer estratégia de desenvolvimento territorial terá que atender.</p> <p style="text-align: right;">(Continua)</p>

Princípio		Carta Internacional do Turismo Cultural	Texto*
3	3.1	(Continuação) <i>“Os programas de conservação e de turismo devem apresentar informação com elevada qualidade para optimizarem a compreensão do visitante sobre as características significativas do património e sobre a necessidade da sua protecção, permitindo a esse visitante usufruir o sítio de uma maneira apropriada.”</i>	Precisamente neste tipo de estratégias e para o setor cultural há que aproveitar sinergias e, com elas, definir estratégias conjuntas entre stakeholders, mormente nos que tratam da administração do território. Como é referido no princípio 3, ponto 3.1 da CITC. Se compreender é saber observar a profundidade de cada elemento tanto no que diz respeito à sua entidade corpórea e características específicas, quanto no que se prende com a sua entidade significativa e seus valores imateriais, é evidente que, numa dimensão cultural a optimização da compreensão, como proposta da CITC é um centro incontornável como alvo a atingir com eficácia, com economia, com eficiência.
	3.3	<i>“O respeito pela santidade dos sítios espirituais, das práticas e das tradições é uma consideração importante para os gestores dos sítios, para os visitantes, para os autores de políticas, para os planeadores e para os operadores turísticos. Os visitantes devem ser encorajados a comportarem-se como hóspedes bem-vindos, respeitando os valores e os estilos de vida da comunidade residente, rejeitando o possível roubo ou o tráfico ilícito da propriedade cultural, e conduzindo-se de uma maneira respeitosa que possa gerar um renovado bom acolhimento, no caso de regressarem.”</i>	No âmbito do desenvolvimento de base regional, os valores da identidade regional, do tecido empresarial e do domínio da cultura e do turismo, são como que marcos de sustentação que importa conjugar nas equações que suscitam o aparecimento das intervenções sobre iniciativa institucional e empresarial, marcados, ambos, pelo optimismo do planeamento. Se relacionarmos esta reflexão com o que está especificado no princípio 3, ponto 3.3
	3.4	<i>“O planeamento para as atividades do turismo deve providenciar instalações apropriadas para o conforto, para a segurança e para o bem-estar do visitante, que valorizem a fruição da visita mas que não tenham um impacto adverso sobre elementos significativos ou sobre características ecológicas importantes.”</i>	Este cuidado é, certamente, uma preocupação que se deve fixar em texto, como é feito, e tem um alcance doutrinário também muito relevante e pertinente. Há questões óbvias que devem ser resolvidas em sede de planeamento e para o PAIT a questão dos pontos de conforto dedicados ao turista merecerá, cada vez mais, atenção detalhada.
4	4.1	<i>“Devem ser respeitados os direitos e os interesses da comunidade residente, ao nível regional e local, e dos proprietários e povos indígenas relevantes que possam exercer direitos ou responsabilidades tradicionais sobre a sua própria terra e sobre os seus sítios significativos. Eles devem ser envolvidos no estabelecimento de objetivos, estratégias, políticas e protocolos para a identificação, conservação, gestão, apresentação e interpretação dos seus próprios recursos culturais, práticas culturais e expressões culturais contemporâneas, no contexto do turismo.”</i>	Nesta orientação teremos que convocar à discussão a componente dos direitos e deveres das comunidades locais onde, de resto, se consuma cada acto turístico.

Quadro 4 – Quadro síntese “Apresentação – Interpretação”

*Texto de um projeto cedido pelo orientador Luís Mota Figueira.

Fonte: FIGUEIRA, Luís Mota (2012): *Apresentação – Interpretação em Turismo*, Policopiado, Tomar, (Texto de trabalho), Instituto Politécnico de Tomar. (Elaboração própria).

Optámos por utilizar este texto que fez parte de uma linha de investigação em curso e, por isso, parece poder responder a questões de relação entre este tipo de prática investigativa e os princípios da Carta Internacional do Turismo Cultural.

Para além dos princípios acima apresentados e enquadrados no conceito Apresentação – Interpretação, salientamos ainda os objetivos da Carta Internacional do Turismo Cultural que são:

- *“Facilitar e encorajar as pessoas envolvidas na conservação e na gestão do património a tornarem o significado desse património **acessível à comunidade residente e aos visitantes**.*
- *Encorajar a formulação de planos e de políticas para o desenvolvimento de objetivos pormenorizados e mensuráveis, e de estratégias relacionadas com a **apresentação e a interpretação** dos sítios património e das atividades culturais, no contexto da sua preservação e conservação.”*

Assim, de acordo com os objetivos da Carta Internacional do Turismo Cultural, verificamos que vão de encontro ao tema desta dissertação, pois refere a importância que deve existir nas políticas de desenvolvimento pormenorizadas, no âmbito da apresentação-interpretação turística, de forma a proporcionar o acesso qualitativo não só à comunidade local, como aos visitantes e turistas.

2.2. O fator planeamento, gestão e avaliação

O planeamento, a gestão e a avaliação são fatores essenciais no nosso entender para um desenvolvimento sustentável, não só a nível turístico como em todas as áreas existentes na nossa sociedade. O planeamento sustentável e criativo afigura-se assim como uma nova forma de encarar o planeamento e a governação das cidades (LANDRY, 2004). Podemos também mencionar que embora o turismo nas cidades sempre tenha existido, só recentemente é que se gerou uma preocupação no sentido de definição de prioridades. Segundo (GUNN, 2002), o planeamento no setor do turismo apresentou apenas os seus primeiros estudos na década de setenta até aos anos oitenta, direcionados apenas para estudos de eficiência económica rudimentares, com ênfase para um planeamento físico das infraestruturas.

Na sua grande maioria das vezes assistimos a uma falta de comunicação entre os “poderes”: nacionais, regionais locais. Segundo CUNHA, *“os Governos e, em geral, as administrações públicas, necessitam de informações, o mais completa e rigorosas possível, não só para definirem e orientarem as suas políticas a nível nacional ou regional mas também para justificarem perante as forças políticas e a opinião pública as suas opções em domínios tão variados como a política económica, a construção de infra-estruturas, a protecção de recursos naturais e do património cultural ou o ordenamento e a gestão dos espaços.”* (CUNHA, 2001: 57). No entanto, não basta somente passar a mensagem entre as entidades responsáveis, é também no nosso ponto de vista fundamental que, aqueles articulem opiniões antes de optar por qualquer linha estratégica, pois quando o planeamento é realizado apenas por uma entidade, pode não reter o conhecimento necessário da realidade existente num determinado espaço geográfico. Como tal, é essencial que se estabeleçam objetivos comuns para se tornarem concretizáveis.

Assim, no que diz respeito à gestão, esta parece-nos que deve ser acompanhada por organismos de maior proximidade de forma a garantir uma gestão eficaz e eficiente. De acordo com CUNHA, *“a gestão dos interesses turísticos locais e regionais pertence, por via descentralizada, aos seguintes organismos: Câmaras Municipais que exercem amplos poderes no domínio do ordenamento do território, na definição de áreas de desenvolvimento turístico, na aprovação de projectos e autorização de abertura e funcionamento de estabelecimentos bem como na sua fiscalização (...).”* (CUNHA, 2001: 428).

No entanto entendemos que existe um fator de grande relevo, essencial para acompanhar o processo de desenvolvimento e gestão, que é a avaliação. Na grande maioria dos casos, desenvolvem-se projetos turísticos, mas não se realiza a sua monitorização, ou seja, os projetos são concebidos, mas não se apuram resultados da implementação dos mesmos. É neste contexto que se torna essencial proceder a uma avaliação com a finalidade de verificar se os objetivos traçados serão ou não alcançados.

3. A qualificação dos destinos através das ferramentas de interpretação

A aplicação das ferramentas de interpretação no setor turístico, na nossa opinião traduz-se numa mais-valia, com impacto direto ou indireto, a curto, médio e longo prazo.

Assim descrevemos na seguinte figura, algumas das diversas ferramentas de interpretação que podem ser aplicadas num contexto turístico, sob forma de melhorar a qualificação desses destinos.

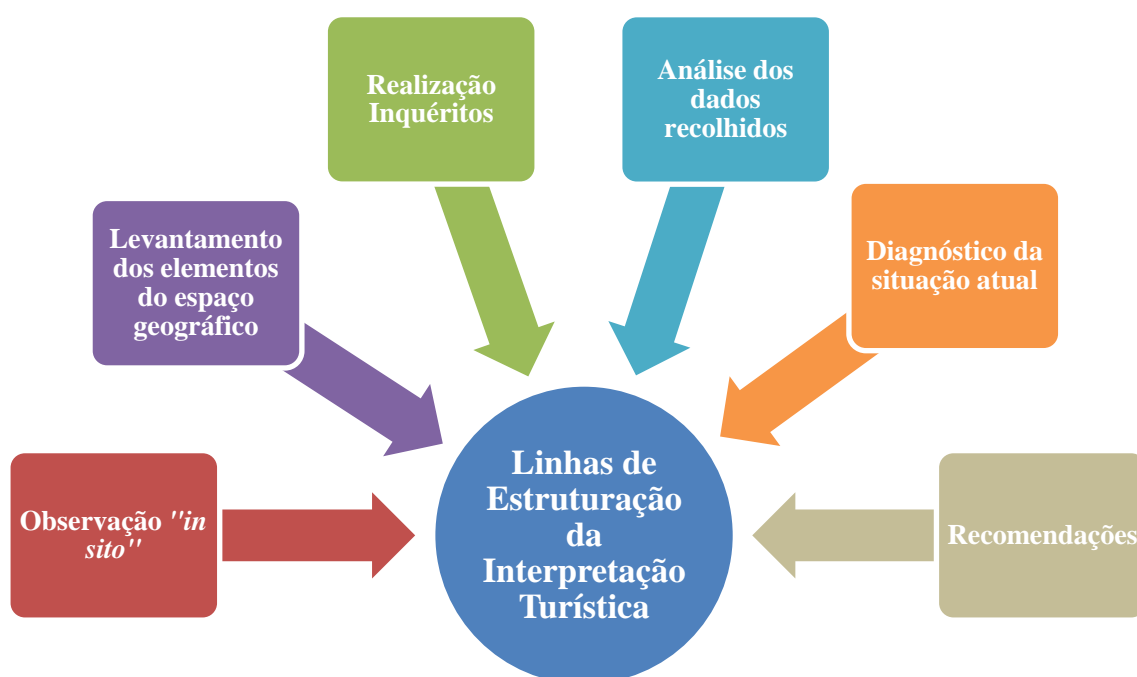


Figura 7 – Linhas de Estruturação da Interpretação Turística

(Elaboração própria).

Estamos convictos que através do recursos a estas ferramentas da interpretação turística, obtemos a possibilidade de recolhermos o máximo de informação detalhada que no nosso “modo de ver”, e principalmente pelo “olhar”, vivência e obtenção de experiência (s) na ótica de um visitante/turista.

Será necessário referir que, a qualificação dos destinos tem entre outras ferramentas o apoio da finalidade de Apresentação – Interpretação, quer do património, quer de todo o seu contexto envolvente, onde por exemplo a criação contemporânea também tem lugar.

Por essa via há uma interpretação de energia aos elementos que são apresentados e interpretados, e desta forma aumenta a qualidade de visitação. Este aspeto significa a agregação de valor à cadeia de valor do turismo local. Tomamos como exemplo a representação esquemática de Augusto Mateus, aplicada ao Plano Estratégico de Turismo do Concelho de Sesimbra (PETS).

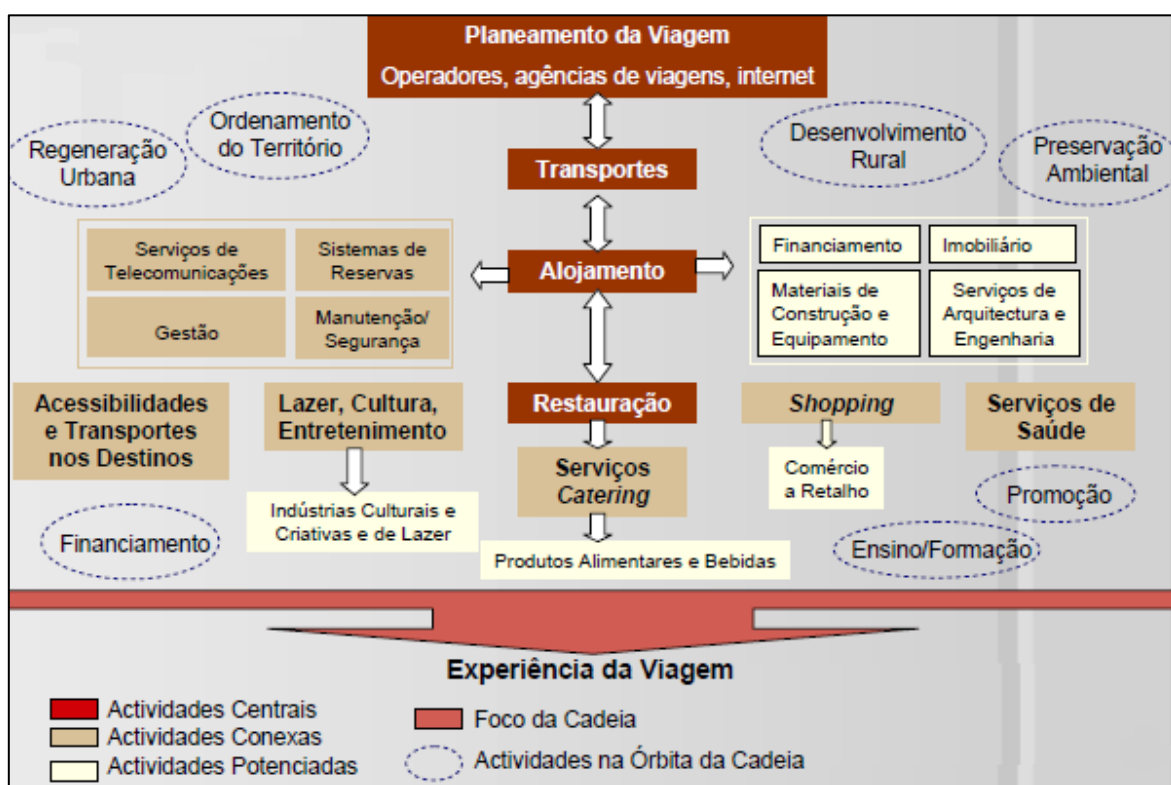


Figura 8 – A Cadeia de Valor do Setor do Turismo

Fonte: MATEUS, Augusto (2009) - Plano Estratégico de Turismo do Concelho de Sesimbra (2009:13).

Na figura acima representada, e de acordo com o Autor, é possível identificar que a **Cadeia de Valor do Turismo**, se encontra caracterizada por um “conjunto de atividades de valor acrescentado que, de forma articulada, permitem que o “produto turístico” esteja disponível para o consumo”, bem como podemos definir como **Produto Turístico**, todo o “conjunto dos elementos tangíveis e intangíveis centrados numa atividade e destino específicos que, podendo ser comercializado, directa ou indirectamente, motiva as deslocações, gerando uma procura”. (PETS, 2009: 10).

Assim, entendemos que a interpretação turística pode influenciar a cadeia de valor do turismo, pois para definir uma estratégia de sucesso para o turismo, parece-nos essencial a existência de uma rede nas componentes locais, regionais e nacionais inseridas

na cadeia de valor. Esta cadeia de valor é composta de diversos elementos de singularidade que devem ser interpretados, pois ela “ *não se materializa num produto físico, mas antes num conjunto vasto e articulado de serviços prestados; as actividades turísticas constituem actividades heterogéneas, intangíveis e percíveis, com fortes interdependências entre si e a informação representa um elemento fundamental ao bom funcionamento da oferta turística, sendo crucial para a sua competitividade.*” (PETS, 2009: 11). Como se observa, a questão da gestão no centro histórico deve ser confrontada com todas estas questões.

3.1. O PENT, e o fomento da interpretação patrimonial: abordagem na ótica da visitação

O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), de acordo com as linhas orientadoras da procura internacional, delineou dez produtos com aptidão e potencial competitivo de Portugal. Nestes produtos deverão incidir as estratégicas de desenvolvimento a nível quantitativo e qualitativo, e a competitividade da oferta turística.

Sol e Mar
Turismo de Natureza
Turismo Náutico
<i>Resorts</i> Integrados e Turismo Residencial
Turismo de Negócios
Golfe
Gastronomia e Vinhos
Saúde e Bem-Estar
<i>Touring</i> Cultural e Paisagístico
<i>City Breaks</i>

Quadro 5 – Dez Produtos turísticos estratégicos

Fonte: PENT (2007). (Elaborao própria).

Segundo o PENT, Portugal é um país que deve apostar em fatores e elementos que sejam mais diferenciados dos outros destinos concorrentes, de forma a qualificar o turismo para dar melhor resposta às opções dos visitantes / turistas.

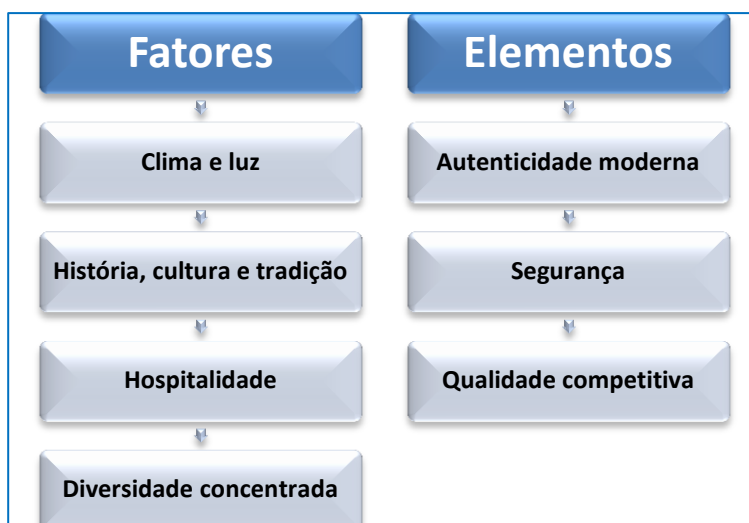


Figura 9 – Fatores e Elementos turísticos para Portugal

Fonte: PENT (2007: 5). (Elaboração própria).

De acordo com o PENT, já em 2007, a pretensão era de “lançar o programa “Qualidade Portugal”, com o objectivo de reforçar a qualidade do Turismo ao longo dos “momentos de verdade” da experiência do turista, através da implementação de um sistema de qualidade turística e da formação e valorização dos recursos humanos, desde o processo de recolha de informação antes da viagem, até ao contacto para “follow up”.” (PENT, 2007:7). O que é uma constatação é que independentemente, de todas as estratégias que o PENT nos apresenta, nos nossos dias ainda existem no nosso entender dissonâncias por vezes profundas entre a estratégia e a respetiva implementação.

Licínio Cunha, ex-secretário de Estado do Turismo, chega mesmo a afirmar na Revista PUBLITURIS, em Março de 2010: “há 15 anos que identificamos os mesmos desequilíbrios”, concluindo que “das duas uma, ou não sabemos identificá-los ou não sabemos resolvê-los”, sublinhou ainda que neste período “houve seis planos de desenvolvimento do turismo, com objectivos diferentes, o que significa que não sabemos o que queremos do turismo”.⁴

Segundo o PENT (2007), “os países e as cidades estão a aumentar a sofisticação da sua oferta, competindo em todo o ciclo do turista (notoriedade/promoção, motivações, acessibilidade, experiência local) para atrair e fidelizar turistas.”

⁴ Fonte: http://www.rhturismo.net/index.php?option=com_content&task=view&id=7607&Itemid=2, acedido em 28/12/2012.

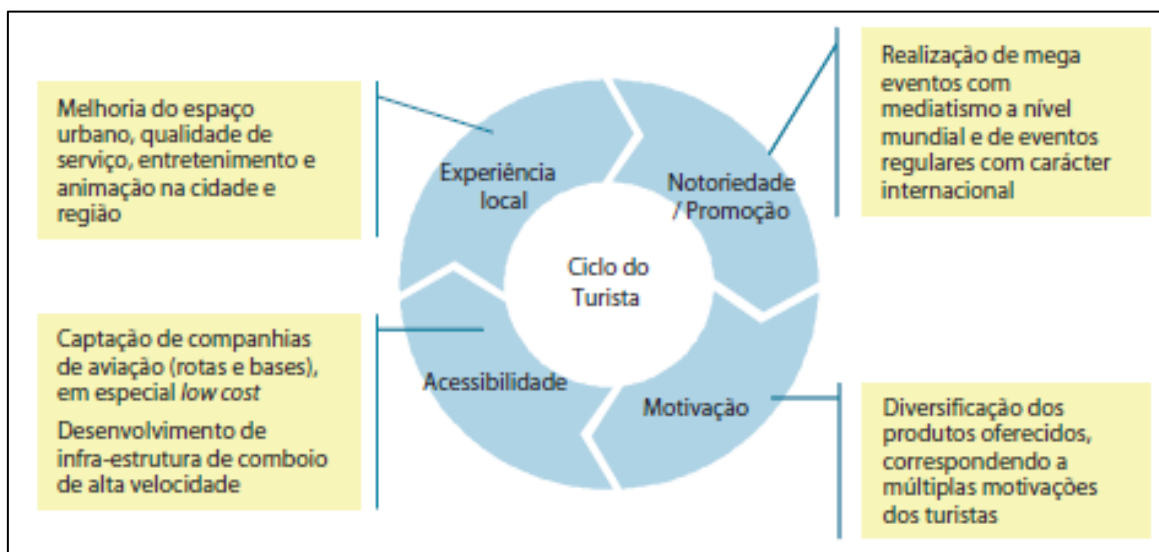


Figura 10 – Principais tendências ao longo do ciclo do turista

Fonte: PENT (2007).

Assim, de acordo com este Ciclo do Turista, podemos também assinalar que este se aplica ao “*Cultural tourism and the widening motivation for city and historic area visits – leisure, educational, family, (‘visiting friend and relatives’), business and convention – also demands a range of services, facilities and experiences which include the live and visual arts, museums and animation through festivals, cultural itineraries/routes, events and pleasure zones.*” (EVANS, 2001: 260).

Digamos que, perante o aumento e diversidade da oferta turística, perante a exigência da procura turística, na qual o turista independentemente do segmento de turismo que se direciona, pretende obter um serviço de excelência, proporcionando uma experiência (s) positiva (s) no seu resultado final. Neste sentido, assistimos atualmente a uma revisão do PENT. De forma a melhor compreender as linhas estratégicas desta revisão, foram apresentados alguns dados estatísticos que facilitam a definição dos objetivos traçados. Relativamente à evolução dos hóspedes e dormidas (nacionais e estrangeiros) do Turismo em Portugal verificada do ano 2005 a 2010, podemos observar que o:

- a) Nº de Hóspedes Estrangeiros e Portugueses sofreram uma quebra no ano de 2009, mas em 2010, já se encontrava em recuperação apresentando valores próximos dos 7%. Ambos com valores percentuais muito semelhantes.
- b) Nº de Dormidas de Estrangeiros e Portugueses, assim como os hóspedes também apresentaram uma quebra no ano de 2009, no entanto em 2010 já se verificava um

ligeiro aumento mantendo-se nos valores de 13,8% nas dormidas de portugueses e 23,7% respeitantes às dormidas de estrangeiros. Verifica-se também, que ao longo do período apresentado sempre se verificou um valor superior nas dormidas de estrangeiros.

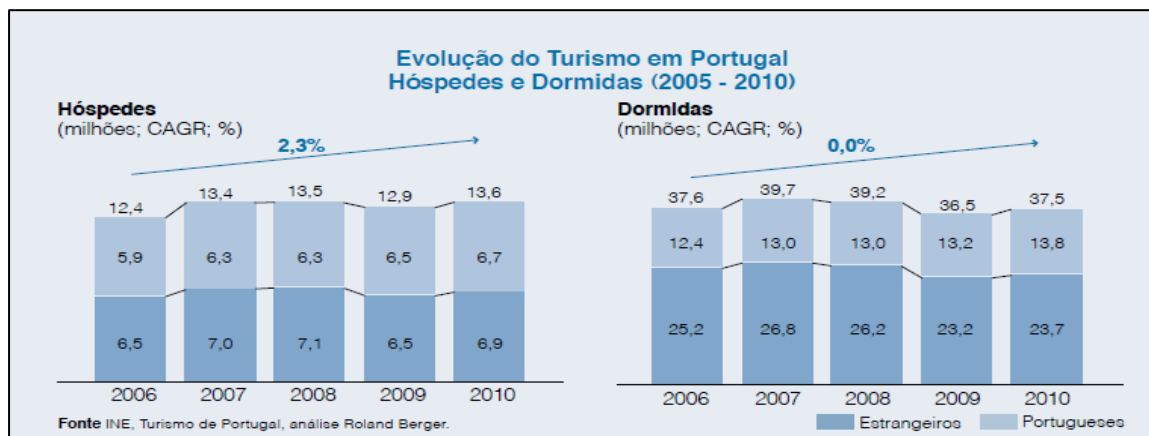


Gráfico 4 – Evolução do Turismo em Portugal: Hóspedes e Dormidas (2005 – 2010)

Fonte: PENT (2011: 16), *Propostas para revisão no horizonte 2015 – versão 2.0*

Foram ainda identificadas as principais tendências estruturais do setor turístico, relativamente ao seu padrão de procura, conforme demonstra o seguinte quadro.

Principais tendências estruturais do setor – padrão da procura	
Tendência	Descrição
Cliente no lugar do condutor	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes são cada vez mais informados e exigentes, fruto da maior liberdade de escolha e transparência da oferta. • Maior importância da qualidade e serviço personalizado, melhor <i>brand loyalty</i>.
Value for money	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas procuram rentabilizar os seus gastos de viagens, mas sem que para isso signifique estarem disponíveis para aceitar destinos, produtos e serviços de menor qualidade – reforço do preço enquanto fator de decisão. • Sintomas desta tendência são a maior procura por viagens de curta duração (<i>short breaks</i> e o conceito emergente de nanoférias) e a busca de oportunidades <i>last minute</i> (<i>shopping around</i>).
Diversificação e especialização	<ul style="list-style-type: none"> • Maior diversificação das motivações para viajar e novos segmentos de mercado. • Maior enfoque em oferta customizada e especializada.
Enfoque na experiência	<ul style="list-style-type: none"> • Substituição do tradicional enfoque no destino pelo enfoque na experiência. • Turistas procuram experiências mais autênticas e atividades criativas no destino.
Alterações demográficas e individualização	<ul style="list-style-type: none"> • Envelhecimento da população nos principais mercados emissores – mas <i>over 50s</i> vão pensar e agir de forma mais jovem abrindo-se à variedade e à mudança. • Maior número de <i>singletons</i> e maior individualização da sociedade.
Turismo sustentável	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento deve-se à maior consciência ambiental e cultural dos viajantes, e à maior vontade de interagir com culturas locais criando benefícios sustentáveis.

Fonte Análise Roland Berger.

Quadro 6 – Principais tendências estruturais do setor – padrão da procura.

Fonte: PENT (2011: 21), *Propostas para revisão no horizonte 2015 – versão 2.0*

De acordo com o apresentado constatamos que tem ocorrido um aumento de complexidade das tendências no setor do turismo que necessitam de ser adaptadas a novas realidades, como é o caso das alterações demográficas, caracterizado pelo envelhecimento da população nos principais mercados emissores. Também um importante fator é sem dúvida no nosso entender a tendência do cliente no lugar do condutor, pois estes apresentam-se mais informados e exigentes, dando maior importância a uma prestação de serviços de qualidade, com ênfase para proporcionar experiências mais autênticas e criativas.

Esta revisão do PENT, assume “ *o Turismo como actividade transversal, determinante para o desenvolvimento económico, social e cultural, este plano tem ainda a função de articular as políticas definidas para o sector com outras áreas, nomeadamente o ordenamento do território, o ambiente, o desenvolvimento rural, o património cultural, a saúde, o desporto, as infra-estruturas e o transporte aéreo.*” (Revisão PENT, 2011:9).

A implementação do PENT será executada através de um conjunto de onze programas de ação conforme expressa o seguinte quadro.

11 Programas de Ação – Revisão do PENT	
1	Sustentabilidade como modelo de desenvolvimento
2	Mercados emissores
3	Acessibilidades aéreas
4	Estratégia de produtos
5	Regiões e Polos
6	Promoção e distribuição
7	Experiências e conteúdos
8	Eventos
9	Qualidade urbana, ambiental e paisagística
10	Qualidade de serviço e dos recursos humanos
11	Eficácia e modernização da atuação dos agentes públicos e privados

Quadro 7 – Onze Programas de Ação – Revisão do PENT

Fonte: PENT (2011: 11), Propostas para revisão no horizonte 2015 – versão 2.0. (Elaboração própria).

Este conjunto de onze programas de ação são estruturados, em cinco eixos principais:

a) **Qualidade turística sustentável**

- Sustentabilidade como modelo de desenvolvimento
- Qualidade de serviço e de recursos humanos
- Qualidade urbana, ambiental e paisagística
- Modernização dos agentes

b) **Enriquecimento da oferta**

- Experiências e conteúdos
- Eventos potenciadores da notoriedade e atratividade do destino

c) **Produtos e destinos**

- Desenvolvimento de produtos estratégicos
- Desenvolvimento dos destinos regionais

d) **Mercados e acessibilidades**

- Estratégia de mercados emissores
- Reforço de acessibilidades aéreas

e) **Promoção e distribuição**

- Melhor promoção, distribuição e venda

No entanto, esta revisão do PENT inclui a referência o fato de que, a *“implementação bem sucedida desta estratégia e dos programas de acção específicos delineados requer a participação e empenho de várias entidades que influenciam directa ou indirectamente a qualidade do destino Portugal e dos seus produtos turísticos, estando a concretização dos objectivos dependente não só do Turismo de Portugal, mas também do envolvimento efectivo destas entidades e empresas.”* (Revisão PENT, 2011: 11). Ou seja, o estudo que vamos apresentar enquadra-se na revisão do PENT, no sentido que a apresentação e interpretação realizada tem como objetivo verificar a participação das

respetivas entidades, sejam elas públicas ou privadas, com interferência direta ou indireta. Entendemos que, no processo turístico apenas se podem criar alicerces sólidos, quando todos ou a grande maioria, dos intervenientes no setor do Turismo estabelecerem entre si uma comunicação em rede.

CAPITULO II

4. A interpretação turística na cidade de Tomar: centro histórico

Neste capítulo realizamos uma abordagem caracterizadora da área geográfica em estudo, ou seja, a cidade de Tomar. Neste contexto procedemos à recolha e análise de documentação, assim como, de todo um conjunto de indicadores estatísticos essenciais para a respetiva perceção e compreensão da realidade histórica, social, económica e política.

4.1. Breve introdução histórica de Tomar

Se o centro histórico é a alma de uma cidade e, naturalmente das cidades mais antigas, a Cidade Consolidada também é fator de atenção pelo significado da evolução do tecido urbano. A história da cidade de Tomar expressa, por isso mesmo, estes valores.⁵

Como se observa, a história do espaço geográfico que coincide com a atual cidade de Tomar remonta há mais de 30 mil anos, derivado ao seu clima, água abundante, qualidade nos solos e com ligação fluvial. É uma cidade que possui diversos testemunhos das civilizações pré-históricas como utensílios, grutas, lápides, moedas entre outros.

Também os romanos fundaram, na localização onde hoje se situa Tomar, a cidade de Sellium, onde foram encontradas (escavações em 1980) as ruínas do Forum de Sellium naquela que é hoje uma das Avenidas principais de Tomar (Alameda 1 de Março).

A vida religiosa também marcou este local pelos meados do século VII, com conventos de freiras e frades, tendo sido um marco importante para a conhecida lenda de Santa Iria.

No século VIII a presença da civilização árabe na Península Ibérica, também deixou a sua marca em Tomar, e apesar de até hoje não se terem encontrado vestígios arqueológicos, depreende-se a sua presença pela sua influência nas práticas agrícolas,

⁵ Texto elaborado com base em estudos baseados em estudos e obras de autores diversos apresentados na Bibliografia.

culturais e até na linguística, como por exemplo a origem do nome da cidade de Tomar, que tudo indica que será oriundo de uma palavra árabe, *Tamaramá*, que significa água doce ou pura.

Tomar foi fundada por D. Gualdim Pais em 1160. Foi no século XII que D. Afonso Henriques, avançou na reconquista cristã, com o apoio dos Cruzados, com ênfase para os Cavaleiros Templários. Em 1160 inicia-se a construção do Castelo de Tomar local onde se virá a instalar a sede da Ordem dos Templários. Este castelo foi inserido no centro de uma linha defensiva ao longo do Rio Tejo, com destaque para outros castelos como Almourol, Cardiga, Zêzere, Castelo Branco, entre outros. É nesta época, à imagem do Templo de Salomão de Jerusalém, que se constrói a Igreja Templária, designada por Charola.

Com a extinção da Ordem do Templo, dá-se, como herdeira em Portugal, a criação da Ordem de Cristo. Com sede em Tomar até à sua extinção no século XIX, desenvolveu um conjunto de património arquitetónico contíguo à Charola já existente, nomeadamente o Convento de Cristo. Quando D. Manuel I sobe ao trono será o primeiro Rei a exercer a função de Mestre da Ordem de Cristo. Com um número acrescido de riquezas oriundas dos descobrimentos portugueses as obras no Castelo e no Convento de Cristo mais se dinamizam, com realce para a Nave Manuelina com ênfase para a Janela do Capítulo.

Além disso existem diversas construções históricas ao longo do concelho, das quais destacamos o Aqueduto dos Pegões, a Igreja de Santa Maria dos Olivais, Igreja de São João Baptista, a Sinagoga e todo o conjunto de edifícios históricos com compõe o centro histórico da cidade de Tomar.

Em 1983 a UNESCO atribui a classificação de Património da Humanidade ao Castelo dos Templários, Convento de Cristo, Cerca e Aqueduto dos Pegões.

4.2. Localização de Tomar: da escala local à escala internacional

De acordo com a Nomenclatura das Unidades Territoriais Estatísticas (NUTS), o concelho de Tomar encontra-se inserido na Região de Lisboa e Vale do Tejo (RLVT). Esta região é caracterizada, *“com uma área de 12 141 Km², situada na Costa Oeste da Europa e região capital de Portugal, concentra algumas das principais infra-estruturas científicas e tecnológicas, económicas, financeiras e políticas de Portugal, e assume-se, claramente,*

como o motor do desenvolvimento nacional. Os 3,7 milhões de portugueses que nela vivem, estudam e trabalham produzem cerca de metade da riqueza do país. (...).

A Região de Lisboa e Vale do Tejo é composta por 5 sub-regiões, com características diferentes e únicas: Grande Lisboa, Península de Setúbal, Oeste, **Médio Tejo** e Lezíria do Tejo, das quais fazem parte 52 concelhos e 534 freguesias, a Região oferece assim uma diversidade de paisagens, de atividades e de culturas que fazem dela uma região única na Europa.”⁶

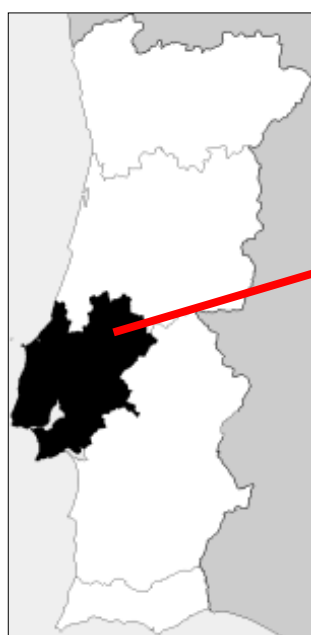


Figura 12 – Mapa da Região de Lisboa e Vale do Tejo

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/Lisboa_e_Vale_do_Tejo, acessido em 10/10/2011.

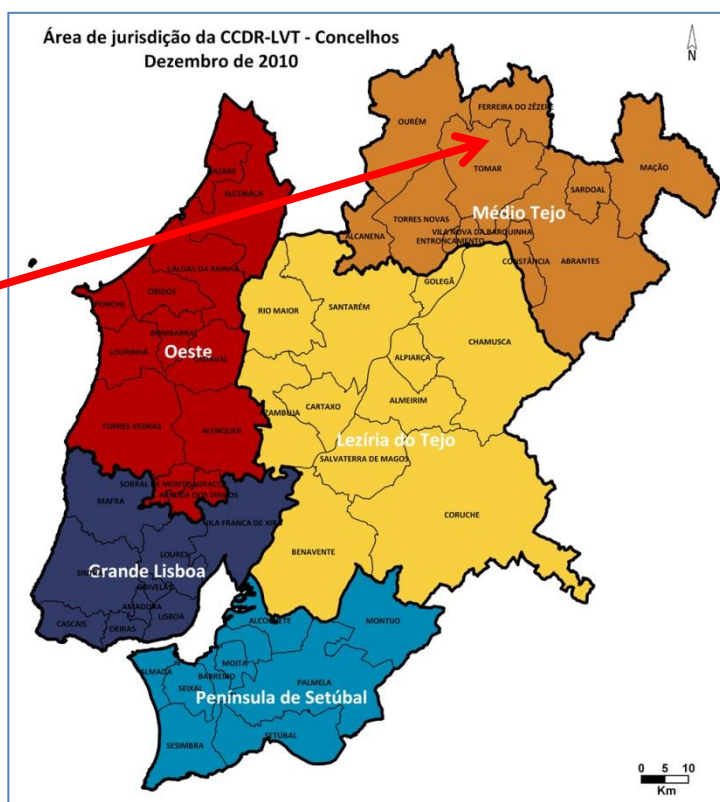


Figura 11 – Mapa das 5 Sub-regiões da Região de Lisboa e Vale do Tejo

Fonte: <http://www.ccdr-lvt.pt/pt/a-regiao/39.htm>, acessido em 10/10/2011

O concelho de Tomar está dividido em dezasseis freguesias. O município é limitado a norte pelo município de Ferreira do Zêzere, a leste por Abrantes, a sul por Vila Nova da Barquinha, a oeste por Torres Novas e a noroeste por Ourém.

A cidade é atravessada pelo Rio Nabão, que tem como origem a serra de Ansião associando-se a nascente do Agroal a aproximadamente 10 km de Tomar. Com um

⁶ In <http://www.ccdr-lvt.pt/pt/a-regiao/39.htm>, acessido a 09/10/2011

percurso de 66 km, o Rio Nabão é o principal afluente do Rio Zêzere na sua margem direita, estando incluído na bacia hidrográfica do Tejo, o maior rio da Península Ibérica.

<i>ÁREA</i>	351,2 Km2
<i>POPULAÇÃO</i>	40 674 Hab. (Censos 2011)
<i>DENSIDADE POPULACIONAL</i>	122 Hab./km2
<i>FREGUESIAS (16)</i>	Além da Ribeira Alviobeira Asseiceira Beselga Carregueiros Casais Junceira Madalena Olalhas Paialvo Pedreira Sabacheira Santa Maria dos Olivais São João Baptista São Pedro Serra
<i>REGIÃO</i>	Centro
<i>SUB-REGIÃO</i>	Médio Tejo
<i>DISTRITO</i>	Santarém

Quadro 8 – Dados informativos da cidade de Tomar

Fonte: <http://cm-tomar.pt.>, acedido em 23/10/2011 (Elaboração própria).

4.3. A cidade turística: avaliação dos atrativos turísticos a utilizar na interpretação - critérios e hierarquização

Tomar, cidade denominada como “Cidade Templária”, caracteriza-se essencialmente por uma riqueza patrimonial de grande notoriedade. Tem como recurso turístico principal o Convento de Cristo, classificado como património mundial.

Para o âmbito do nosso trabalho considerámos o centro histórico, como centro da nossa proposta. Esta justifica-se essencialmente por uma questão de gestão de tempo a que esta dissertação nos condiciona, ou seja, de forma a aplicar o rigor neste estudo optámos por delimitar a área geográfica apenas ao centro histórico da cidade de Tomar.



Figura 13 - Vista parcial da cidade de Tomar

Fonte: www.radiohertz.pt, acedido em 12/11/2011.

No entanto, umas vezes justificado pela sua importância relevante (exemplo: Convento de Cristo), outras por questões associadas (exemplo: entradas da Cidade), optámos por identificar inseridos na Envolvente Regional três níveis, onde se definem as três zonas que iremos abordar: Centro Histórico, Cidade Consolidada e Envolvente Citadina. Porém sempre com a ênfase para o Centro Histórico de Tomar, conforme demonstra a seguinte figura.

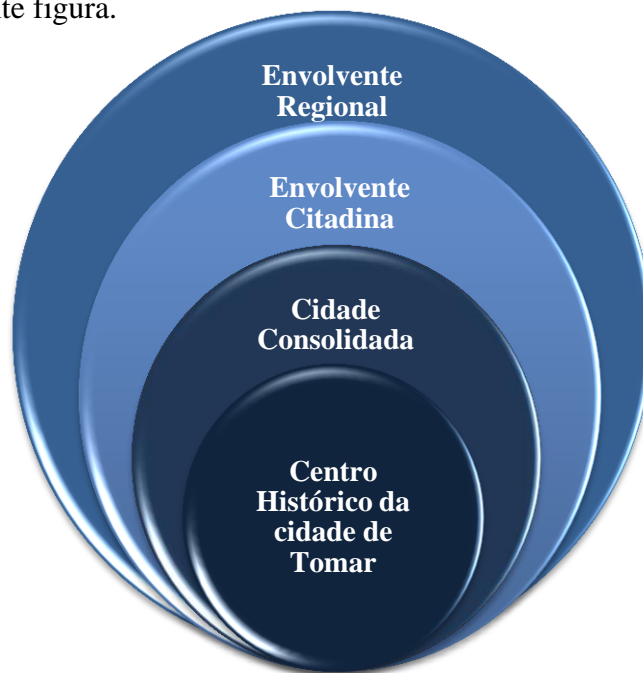


Figura 14 – Esquema compreensivo sobre a cidade de Tomar

(Elaboração Própria).

No entanto existe todo um conjunto de recursos turísticos de grande valor, conforme demonstra o seguinte quadro.

Património Construído	Nº Visitantes (2008)	Património Natural	Alojamento (2009)	Restaurantes (2009)	Gastronomia / Doçaria	Acessibilidades	Infra-estruturas Diversas	Eventos / Festividades
Convento de Cristo	171.271	Mata Nacional dos Sete Montes	Hotel dos Templários	Chico Elias	Cabrito	A 1	Piscina	Festa dos Tabuleiros (Quadrienal)
Castelo Templário		Rio Nabão	Estalagem de Sta Iria	O Tabuleiro	Sável	A 23	Complexo Desportivo	Congresso da Sopa
Igreja de S. João Baptista	41.743	Albufeira Castelo de Bode	Residencial Trovador	Bela Vista	Coelho na abóbora	IC 3		Mostra da Lampreia
Sinagoga e Judiaria	26.417		Pensão União	Manjar dos Templários	Couves à D. Prior	IC 9 (em construção)		Feijão com Todos
Igreja/Convento de Sta Iria	18.683		Pensão Luanda	A Lúria	Cabidelas			Tomar Legos
Museu dos Fósforos	14.147		Residencial Cavaleiros de Cristo	Marisqueira Sereia do Nabão	Morcelas de Arroz			Feira dos Frutos Secos e Sta Iria
Núcleo de Arte Contemporânea	7.140		Residencial Kamanga	Picadeiro	Feijoada de Caracóis			Procissão de Sta Iria
Igreja Sta Maria dos Olivais	6.997		Residencial Sinagoga	Calça Perra	Fatias de Tomar			
Igreja da Graça / Misericórdia	1.801		Casa da Avó Genoveva(TR)	Beira Rio	Beija-me Depressa			
Aqueduto dos Pegões	Não disponível		Quinta da Anunciada Velha (TR)	Estalagem de Sta Iria	Castanhas Doces			
Ermida N.Sra da Conceição	Não disponível			Convento dos Leitões	Queijadas de Amêndoa			
Roda do Mouchão	Não disponível				Fios de Ovos			
Igreja/Convento de S. Francisco	Não disponível				Bolos de Cama			

Quadro 9 – Tabela de visitas e principais recursos existentes na cidade de Tomar

(Elaboração própria).

5. Análise de dados

5.1. Análise das respostas obtidas nos inquéritos realizados

Dos quinze inquéritos (anexo n.º 2) realizados a entidades de âmbito nacional, regional e local apenas obtivemos resposta de quatro, conforme se verifica no anexo n.º 3. Das respostas obtidas salientamos algumas das citações que nos parecem relevantes ao enquadramento da cidade de Tomar no setor turístico.

Na apreciação da entidade de âmbito nacional do Turismo de Portugal, a Dra. Margarida Alçada refere que a cidade de Tomar se encontra *“situada no centro geográfico de Portugal, a cidade possui recursos para ser um dos maiores centros turísticos.”* Menciona também a importância histórico-cultural que através do recurso a *“histórias e lendas associadas à região conferem um valor acrescentado ao já notável património arquitetónico devendo fazer parte integrante da interpretação e fruição do lugar. Os agentes locais deverão ser os transmissores.”*

Já na opinião da entidade de âmbito regional da Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo, a Eng.ª Ana Paula Remédios, alerta para *“as necessidades de inovação e criatividade, próprias dos tempos atuais, exigem uma comunicação global eficaz, facilitada por plataformas como a internet, que constituem um veículo multifacetado, pelo que destacamos a importância dos sites na comunicação dirigida aos turistas e visitantes.”*

Pela parte das entidades locais, destacamos o Presidente de Junta de Freguesia de São João Baptista, Sr. Augusto Barros, relativamente à terceira questão sobre se o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico cultural se enquadra em alto, médio ou baixo referiu que *“o valor é médio, no entanto reconheço que temos potencial para que se eleve a alto.”*

No que diz respeito, aos onze inquéritos dos quais não obtivemos resposta (mesmo após diversas insistências), no nosso entender parece-nos demonstrar o pouco interesse por parte das respetivas entidades relativamente ao tema turístico. Verificámos que um dos principais agentes neste processo de planeamento, nomeadamente a autarquia local, (através do seu Presidente e Vereadores), não manifestaram a sua visão turística para a cidade de Tomar. Contudo, metodologicamente entendemos (apesar de termos obtido

poucos dados e colaboração) que, a informação disponibilizada se caracteriza como relevante para a demonstração que pretendíamos, como tal, optámos por mantê-la.

5.2. Resultados das respostas obtidas

De acordo com as respostas obtidas apresentámos uma interpretação aos dados recolhidos através das três questões.

De forma a apresentar esquematicamente as respostas obtidas na primeira e segunda questão, organizámos em escala crescente um quadro que serve como síntese dos resultados alcançados. Nestas figuras colocámos entre parênteses o número de respostas que sustentam os respetivos resultados. Relativamente à terceira questão como se caracterizava por ser de âmbito fechado, elaborámos um gráfico que permitisse a respetiva análise.

1ª Questão: *Qual o valor de Tomar para o turismo nacional e internacional?*

Na primeira questão os inquiridos salientaram o grande valor que Tomar tem para o turismo nacional e internacional, na sua grande maioria atribuído à história deixada pelos Templários, através da Ordem do Templo e da Ordem de Cristo. Também pela riqueza patrimonial, com maior ênfase para o Convento de Cristo, que se encontra classificado pela UNESCO como Património Mundial. De salientar igualmente a importância cultural, com referência para a Festa dos Tabuleiros, que apaixonou todos os que a ela assistem pela sua cor, alegria e acolhimento local.

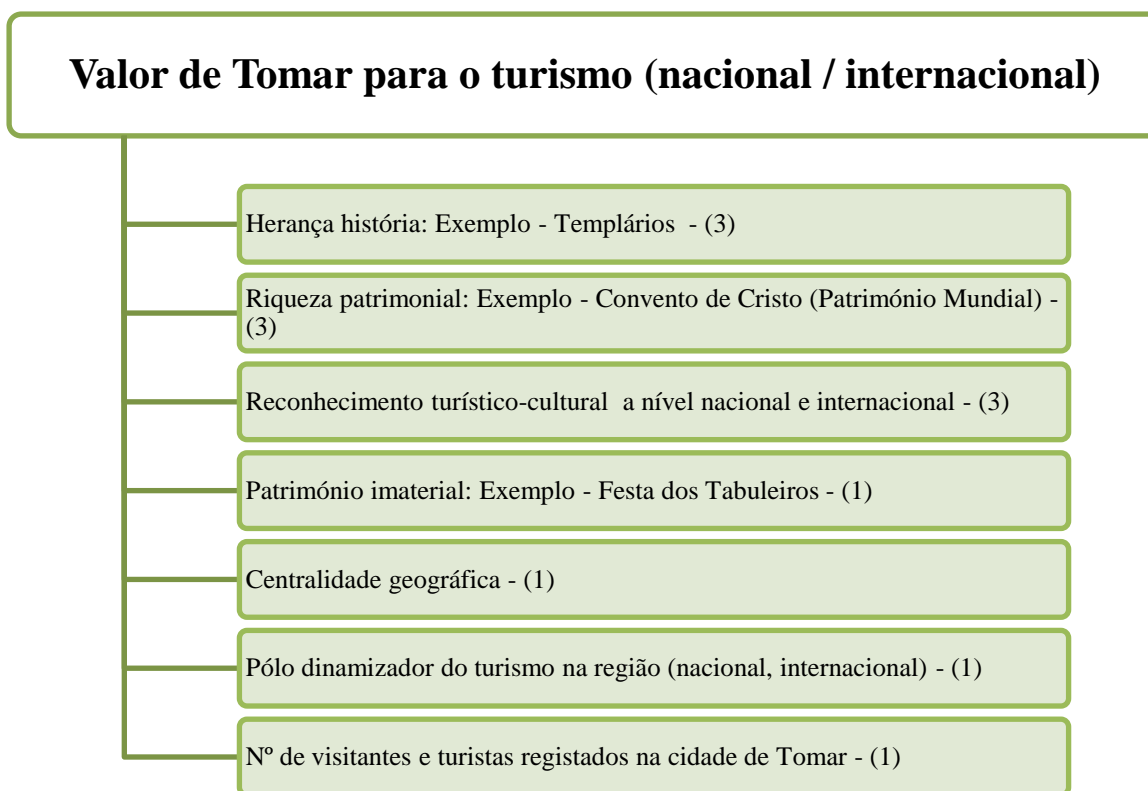


Figura 15 – Valor de Tomar para o turismo (nacional / internacional)
(Elaboração própria).

2ª Questão: *Como devemos comunicar a cidade aos turistas e visitantes?*

A esta questão, os inquiridos responderam com diversas opções possíveis de comunicar a cidade aos turistas e visitantes. Para melhor perceber estas relações realizámos um esquema com referência às principais hipóteses de comunicação apresentadas nas respetivas respostas.

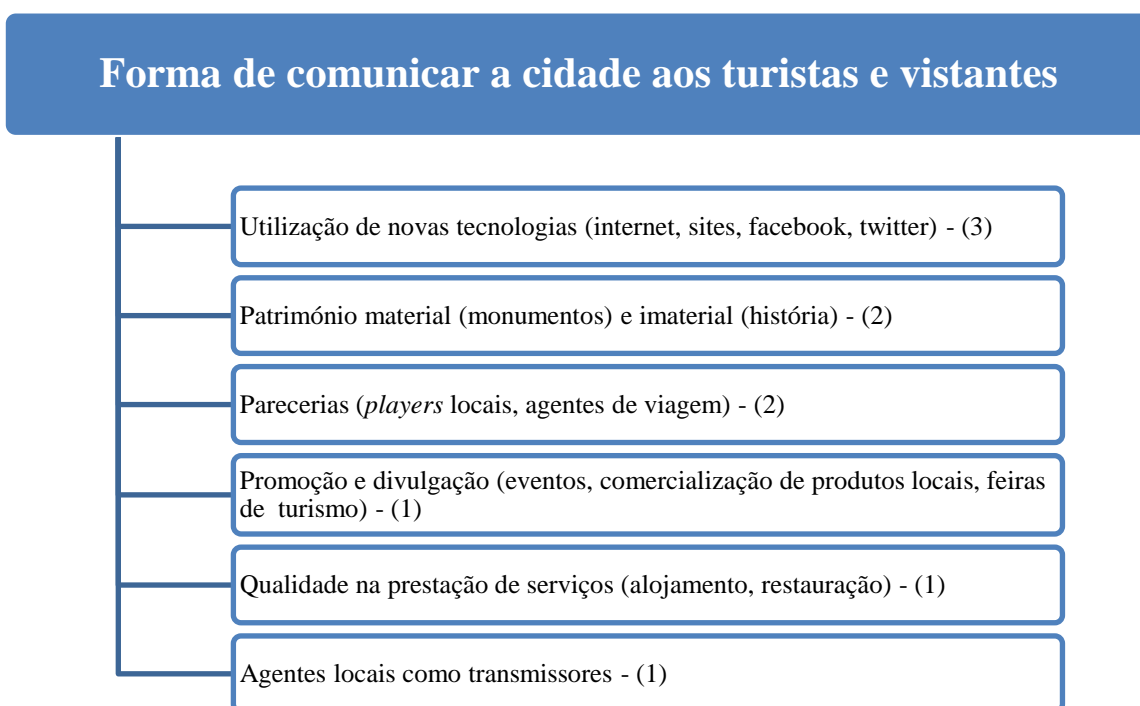


Figura 16 – Forma de comunicar a cidade aos turistas e visitantes.

(Elaboração própria).

3ª Questão: *Como entende o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico-cultural? Alto/Médio/Baixo?*

Relativamente, a esta questão qualquer das entidades de domínio nacional, regional e local respondeu que a cidade de Tomar apresenta-se no âmbito turístico-cultural com um valor alto. Apenas uma entidade local mencionou que apresentava um valor médio, mas que no entanto, a cidade teria condições para alcançar um valor alto.

Assim, de acordo o exposto elaborámos o seguinte gráfico para melhor perceção das respostas obtidas relativas ao valor turístico-cultural da cidade de Tomar.

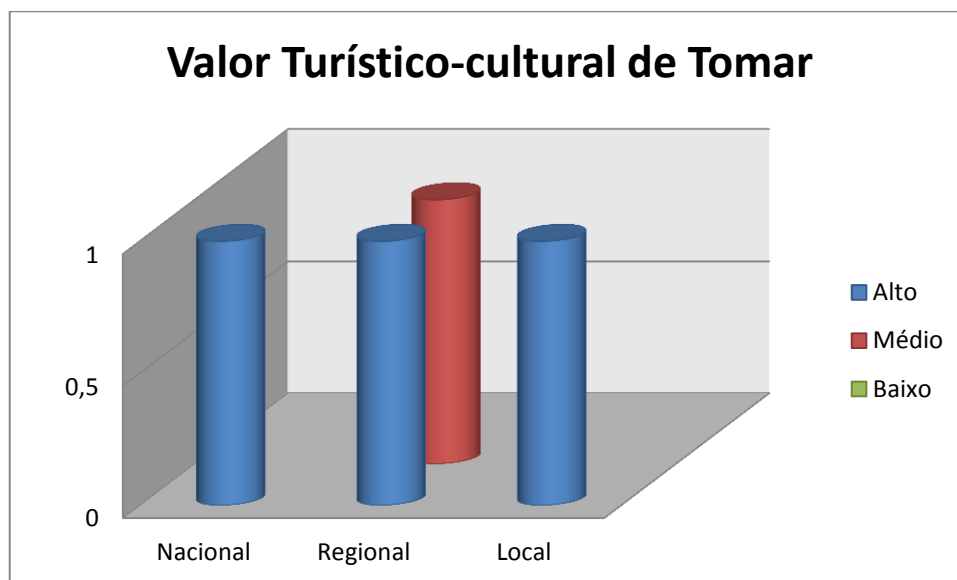


Gráfico 5 – Valor Turístico-cultural de Tomar

(Elaboração própria).

6. Diagnóstico Turístico-cultural da cidade de Tomar

“A perfeição é feita de pequenos detalhes – não é apenas um detalhe.”

(Miguel Ângelo)

De acordo com o mencionado anteriormente, este trabalho surge na continuidade de algumas pesquisas já efetuadas no decurso do percurso académico, nomeadamente, na Licenciatura em Gestão Turística e Cultural e primeiro ano do Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural.

Concretamente, foi com o trabalho de abordagem à Sinalética da cidade de Tomar, em 2003, e o Plano de Interpretação Turística: Estudo de Caso – Tomar, em 2010, que nos alertou para a necessidade de realizar um estudo de carácter científico, com o objetivo de obter resultados que nos permitissem segundo um determinado modelo, aferir qual a imagem de um determinado espaço geográfico no contexto turístico.

Como já foi referido, a escolha deste espaço geográfico de estudo recai na cidade de Tomar. A opção inicial seria um estudo extensivo de todo o Concelho, mas devido à limitação de tempo, o estudo de caso foi apenas direcionado ao centro histórico da cidade de Tomar e sua envolvente urbanística.

Neste contexto foram abordados alguns dos fatores principais que, nos parecem ser essenciais a uma análise credível no âmbito da interpretação turística, conforme apresentamos na figura seguinte.



Figura 17 – Elementos abordados na interpretação turística

(Elaboração própria).

A todos estes elementos foram atribuídos valores, numa escala organizada com critérios de condições para visitação turística, de forma a obter uma avaliação da respetiva relevância no conjunto, através do valor médio obtido. Assim, decidimos classificar entre 0 e 5 da seguinte forma conforme demonstra o seguinte quadro:

0	• Inexistente / Ineficaz
1	• Mau
2	• Insuficiente
3	• Suficiente
4	• Bom
5	• Muito bom

Quadro 10 – Escala de avaliação

(Elabora o própria).

A relevância dos principais elementos foi determinada a partir da nossa visão crítica e com base na experiência acumulada nos trabalhos anteriores que referenciámos.

Desta forma entendemos ser possível perceber o grau de notoriedade de cada um dos elementos. Esta classificação servir-nos-á para podermos desenvolver os circuitos da interpretação, com uma escolha criteriosa que os hão-de constituir.

Para o estudo das variáveis criaram-se grelhas de análise com três indicadores considerados à partida como possibilitando uma análise razoável sobre cada uma das questões abordadas. A opção por sermos nós a preencher a Grelha de avaliação dos elementos abordados na cidade de Tomar, justifica-se pelo fato de estarmos conscientes da aparente limitação de tal exercício por terceiros. Contribuíram para esta decisão o trabalho já produzido na licenciatura e no mestrado, e o assumir de risco em tentar inovar nesta matéria. Veja-se então. Nesta atividade de trabalho de campo e de gabinete, a intenção básica, consistiu numa componente da nossa visão de gestão que se pretendeu assumir, como uma forma de abordagem a um centro histórico, e atendendo ao conhecimento prévio que dele se tem, permitindo desta forma este método de trabalho. Os resultados alcançados, quando confrontados com a realidade turística da cidade de Tomar, demonstraram ser credíveis para este compromisso.

Após o teste desta grelha em trabalho de campo ainda se pensou em aumentar o número das variáveis, o que certamente nos permitiria leituras mais fiáveis. **A opção pelo conjunto tripartido foi a que melhor correspondeu à informação proporcionada por esta grelha**, por razões de procura de eficácia dado a limitação de tempo. Provavelmente em outra instância de investigação, possamos, com mais tempo aprofundar este tipo de estudo de campo.

GRELHA DE AVALIAÇÃO				
Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	X			
2	Y			
3	Z			
Valor médio				

Quadro 11 – Grelha de avaliação dos elementos abordados

(Elaboração própria).

6.1. Planos estratégicos

Os Planos estratégicos fazem parte integrante não só do setor do turismo, como de qualquer atividade existente nos nossos dias, pois se não forem estabelecidos planos numa perspetiva futura, a sobrevivência dos agentes envolvidos no respetivo processo poderá ser diminuta.

É assim, fundamental planear em conjunto com todos os colaboradores, de forma a reunir um leque vasto de informações essenciais para definir quais as estratégias viáveis de concretizar, com vista a identificar oportunidades e direcionar o planeamento no sentido correto.

6.1.1. Planos de âmbito nacional

Os planos estratégicos de âmbito nacional traduzem as linhas estratégicas gerais, de como as entidades nacionais pretendem planear a médio e longo prazo, de forma a desenvolver os respetivos setores de atividade, e torná-los mais sustentáveis.

Estes planos com abrangência a nível nacional, também têm a particularidades de legalmente serem de nível superior relativamente a planos regionais ou locais.

a) PNPOT – Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território

O Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território (PNPOT), apresenta-se com um âmbito de estratégica nacional, como um instrumento de desenvolvimento territorial, com o objetivo principal de identificar e dar resposta aos problemas que o país apresenta no campo do ordenamento do território. Com uma visão estratégica planeada para o território até ao ano de 2025, é composto pelos seguintes seis grandes objetivos estratégicos⁷:

- 1) Conservar e valorizar a biodiversidade, os recursos e o património natural, paisagístico e cultural, utilizar de modo sustentável os recursos energéticos e geológicos, e monitorizar, prevenir e minimizar os riscos.

⁷ Elaborado a partir do (PNPOT), Lei nº 58 de 2007 de 4 de Setembro retificado pela declaração nº 80-A de 7/09/2007.

- 2) Reforçar a competitividade territorial de Portugal e a sua integração nos espaços ibérico, europeu, atlântico e global.
- 3) Promover o desenvolvimento policêntrico dos territórios e reforçar as infraestruturas de suporte à integração e à coesão territoriais.
- 4) Assegurar a equidade territorial no provimento de infraestruturas e de equipamentos coletivos e a universalidade no acesso aos serviços de interesse geral, promovendo a coesão social.
- 5) Expandir as redes e infraestruturas avançadas de informação e comunicação e incentivar a sua crescente utilização pelos cidadãos, empresas e administração pública.
- 6) Reforçar a qualidade e a eficiência da gestão territorial, promovendo a participação informada, ativa e responsável dos cidadãos e das instituições.

Relativamente às opções para o desenvolvimento do território do Oeste e Vale do Tejo, o relatório anexo ao PNPOT, determina “*estruturar o sistema urbano sub-regional, articulando e dando coerência e quatro subsistemas:*

- *O eixo Torres Vedras – Caldas da Rainha – Alcobaça;*
- *O eixo Vila Franca de Xira – Carregado/Azambuja – Cartaxo – Santarém;*
- *O eixo Almeirim/Santarém – Rio Maior – Caldas da Rainha*
- *O polígono **Tomar** – Torres Novas – Entroncamento – Abrantes.”* (Relatório PNPOT, 2007: 109)

Assim, verificamos que a cidade de Tomar se encontra enquadrada numa estratégica conjunta com outros municípios vizinhos. Perante esta linha orientadora a nível nacional, todos os planeamentos estratégicos realizados principalmente os regionais e locais, deveriam ter em consideração este programa.

No entanto, o que se verifica a nível local é que cada município interage em si mesmo, tendo como objetivo a promoção e desenvolvimento apenas do seu espaço territorial. Na nossa opinião deveria existir uma política de articulação entre os municípios de forma a potenciar a “vizinhança” como uma mais-valia e não como uma ameaça, com objetivo de se tornarem complementares. Assim, como, a existência de vias comunicacionais entre os agentes nacionais, regionais e locais, deveria haver a obrigatoriedade no campo do planeamento estratégico de se agir de igual modo, contribuindo para o sucesso das medidas estratégicas a implementar.

b) PROT-OVT – Plano Regional de Ordenamento do Território do Oeste e Vale do Tejo

O PROT-OVT é um plano de âmbito nacional, com delimitação regional. Este teve como arranque a Resolução do Conselho de Ministros nº30/2006, de 23 de Março, na qual foi determinada a sua elaboração. Este plano foi publicado através da Resolução do Conselho de Ministros nº 64 – A/2009, e abrange uma área territorial integrando os seguintes municípios:

- **OESTE:** Alcobaça, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Nazaré, Óbidos, Peniche, Sobral de Monte Agraço e Torres Vedras.
- **LEZÍRIA:** Almeirim, Alpiarça, Azambuja, Benavente, Cartaxo, Chamusca, Coruche, Golegã, Rio Maior, Salvaterra de Magos e Santarém.
- **MÉDIO TEJO:** Abrantes, Alcanena, Constância, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Mação, Ourém, Sardoal, **Tomar**, Torres Novas e Vila Nova da Barquinha.

Este plano apresenta diversos eixos estratégicos, mas no contexto que estamos a abordar o PROT-OVT refere que se deve *“Apostar na qualificação dos centros urbanos através da valorização dos recursos patrimoniais e frentes ribeirinhas, da **recuperação dos espaços urbanos desqualificados**, e do estabelecimento de redes de equipamentos, assegurando **condições de acessibilidade e de mobilidade adequadas** e criar condições para o aparecimento de estruturas de nível concelhio vocacionadas para a **reabilitação urbana**, e promoção e recuperação do parque habitacional dos **Centros Históricos, de modo a melhorar a sua atratividade.**”* (Resolução do Conselho de Ministros n.º 64-A/2009: Eixo Estratégico 3 – 3.2).

Também no tocante à cidade de Tomar podemos verificar referências nas respetivas diretrizes, como por exemplo a *“dinamização de redes de afirmação patrimonial e cultural, que deverão privilegiar as áreas históricas de elevado valor patrimonial, de forma a reforçar a função residencial e de comércio e serviços dos centros tradicionais. Os centros urbanos que se destacam pela riqueza patrimonial são Tomar, Santarém, Alcobaça e Óbidos.”* (Resolução do Conselho de Ministros n.º 64-A/2009: Directriz 2.1 – pág. 5118-(55). Dito isto, a cidade de Tomar, a nível do PROT-OVT, caracteriza-se como um concelho com potencial histórico, nomeadamente a riqueza patrimonial existente no seu centro histórico.

c) PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

O Plano Estratégico Nacional do Turismo define objetivos e linhas de desenvolvimento estratégico para o setor do Turismo, com a definição de cinco eixos, com a implementação de onze projetos. Como visão nacional o PENT defende um *“desenvolvimento do Turismo baseado na qualificação e competitividade da oferta, alavancado na excelência ambiental/urbanística, na formação dos recursos humanos e na dinâmica/modernização empresarial e das entidades públicas.”* (PENT, 2007: 47)

Para a região Centro os produtos core de crescimento segundo o PENT são o *Touring* e o Turismo de Natureza, *“(...) completados por 4 produtos – Resorts Integrados e Turismo Residencial e Golfe no pólo Oeste, a Saúde e Bem-estar e a Gastronomia e Vinhos no conjunto da região. De destacar, ainda, os pólos de desenvolvimento do Oeste e da Serra da Estrela, assim como a importância do cross-selling com Lisboa (pólo Oeste)”*. (PENT, 2007: 80).

Também salientamos algumas das estratégias no âmbito do urbanismo, nas quais o PENT refere que existe uma necessidade de *“preservar a autenticidade arquitectónica dos centros históricos das cidades – através, por exemplo, da conservação de edifícios e da manutenção e iluminação dos museus e monumentos – e criar condições para a deslocação a pé ou de bicicleta. (...) de assegurar a limpeza e despoluição ao nível do solo, sub-solo, água e ar, o controle dos níveis de ruído, de assegurar boas condições de saneamento, e também a eliminação de depósitos de entulho nas margens dos rios em áreas turísticas.”* (PENT, 2007: 99).

Assim, de acordo com o exposto nestes planos estratégicos de âmbito nacional apresentamos o seguinte quadro:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	PNPOT	Existência de estratégias para a cidade de Tomar.	3	Implementar medidas comunicacionais com as entidades de bases, de forma a promover a monitorização das estratégias definidas.
2	PROT-OVT	Existência de estratégias para a cidade de Tomar.	3	Implementar medidas comunicacionais com as entidades de bases, de forma a promover a monitorização das estratégias definidas.

(Continua)

(Continuação)

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
3	PENT	Existência de estratégias para a cidade de Tomar.	3	Implementar medidas comunicacionais com as entidades de bases, de forma a promover a monitorização das estratégias definidas.
Valor médio			3	

Quadro 12 – Valor médio de planos de âmbito nacional

(Elaboração própria).

6.1.2. Planos de âmbito Local

Os planos de âmbito local não deixam de ter uma enorme importância no desenvolvimento de uma determinada localidade, e no nosso entender não ficam aquém dos planos de âmbito nacional. Definem-se como planos com um campo de ação mais delimitado e reduzido, sendo como tal mais pormenorizados devido ao fato de obterem um conhecimento mais aprofundado desse determinado espaço geográfico.

a) PDM – Plano Diretor Municipal

O Plano Diretor Municipal de Tomar que se encontra em vigor foi publicado no Diário da República nº 233 em 08 /10/1994, através da Resolução do Conselho de Ministros nº100/94, ou seja, há cerca de 16 anos. Um dos seus objetivos é de “(...) concretizar uma política de ordenamento do território que garanta as condições para um desenvolvimento socioeconómico equilibrado (...)” (PDM de Tomar: alínea a) do Artigo 3º). No que diz respeito ao seu espaço cultural refere que este “ (...) espaço sujeito a medidas de salvaguarda pelas suas características históricas e ou arquitectónicas existentes ou que para o efeito venha a ser classificado pelo município, no âmbito das suas competências próprias e no respeito das disposições legais aplicáveis.” (PDM de Tomar: alínea g) do Artigo 4º). Contempla também núcleos de desenvolvimento turísticos, que se definem como “ (...) espaços vocacionados para a realização de empreendimentos turísticos, onde a estrutura urbana e as construções se apresentam nucleadas ou concentradas, de forma a evitar o alastramento urbano.” (PDM de Tomar: alínea gg) do Artigo 4º).

Atualmente, o PDM de Tomar encontra-se em revisão, por parte do Município de Tomar com previsão de estar aprovado aproximadamente no final de 2012.

b) Plano Pormenor do Centro Histórico de Tomar

Publicado em 1999, classifica os edifícios com categoria de 1 a 11, sendo a categoria 1 com edifícios de interesse mundial decrescendo até à categoria 11 com imóveis menos interesse. Sendo um centro histórico de grande riqueza arquitetónica, tem diversas restrições por parte de outras entidades de âmbito nacional como por exemplo o Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico (IGESPAR).

Este Plano de Pormenor define também sobre a conservação e reparação, zonas de estacionamento, esplanadas, publicidade, mobiliário urbano, entre outros. Num entanto, na nossa opinião existe uma lacuna no que diz respeito a algumas áreas que são essenciais no setor turístico, por exemplo a inexistência de uma política estratégica para um planeamento da distribuição do comércio e serviços do centro histórico. Aquilo que identificámos foi a localização de lojas em locais de grande interesse turístico sem um enquadramento adequado, edifícios abandonados, e pontos de artesanato local em número muito reduzido. Um visitante ou turista encontra mesmo dificuldade no centro histórico de Tomar em conseguir localizar lojas com produtos regionais, e respetivos produtos de índole turística.

c) Agenda Urbana – Tomar 2015

Esta Agenda Urbana foi elaborada para a cidade de Tomar com uma visão estratégica até ao ano de 2015. Consiste num documento de trabalho com referência aos desafios de qualificação e competitividade de Tomar, à análise SWOT da cidade de Tomar, assim como a respetiva visão estratégica.

Este documento de trabalho indica que *“o crescente potencial da cidade reparte-se por vários domínios, emergindo de forma indelével como novo pilar de desenvolvimento a sua vocação turística, suportada num espaço urbano de excelência, em valores patrimoniais únicos e de grande atratividade e numa inserção regional favorável, por um lado, ao estabelecimento de parcerias com outros pólos turísticos no domínio do Turismo Cultural e Religioso – Alcobaça, Batalha e Fátima –, e, por outro, como porta do Pinhal no qual o Turismo de Natureza se tem vindo a desenvolver.”* (Agenda Urbana – Tomar 2015, 2008: 9). No nosso ponto de vista, aborda alguns fatores que demonstram alguma

importância, mas no entanto relevou não conhecer a realidade do concelho de Tomar quando refere que *“Tomar tem uma longa e ampla tradição de planeamento urbanístico que permitiu a contínua valorização e qualificação do espaço urbano.”* (Agenda Urbana – Tomar 2015, 2008: 11), pois de fato tal não se tem verificado de acordo com a nossa interpretação aos planos estratégicos existentes. Para além do exposto pelo que nos foi possível apurar trata-se de um documento que não tem sido objeto de trabalho, ficando assim sem efeito direto na aplicabilidade de estratégias para a cidade de Tomar.

De salientar que para o concelho de Tomar não existe nenhum Plano Estratégico de Turismo realizado até a esta data. De acordo com o apresentado elaboramos o seguinte quadro.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Plano Diretor Municipal de Tomar	Plano desatualizado para a realidade atual. Morosidade na revisão do mesmo. Inexistência de monitorização.	2	Aprovar a revisão do PDM com a maior brevidade.
2	Plano de Pormenor Núcleo Histórico	Plano desatualizado para a realidade atual. Falta de visão turística.	2	Proceder à revisão do atual Plano de Pormenor do Centro Histórico de Tomar, com vista a implementar linhas estratégicas de fomento turístico.
3	Agenda Urbana – Tomar 2015	Documento de trabalho de qualidade e aplicabilidade insuficiente.	1	Promover novos documentos de trabalho com linhas estratégicas atualizadas.
Valor médio			2	

Quadro 13 – Valor médio de planos de âmbito local

(Elaboração própria).

6.2. Poder Local

Entendemos que o Poder Local se traduz por um agente dinamizador do setor turístico. O poder local tem sem dúvida um papel local importante na promoção do turismo, na preservação do património, na criação de infraestruturas, e de todo um

conjunto de elementos necessários à resposta da procura turística, sempre com o objetivo de promover a autenticidade e qualidade do respetivo destino turístico.

De acordo com a Associação Nacional dos Municípios Portugueses (ANMP) *“com as grandes dinâmicas observadas pelo sector do turismo em Portugal, e com os evidentes impactes do turismo ao nível local, bem como devido às oportunidades de investimento e desenvolvimento que este sector abre para os municípios portugueses, torna-se necessário criar as condições para que as autarquias locais possam dotar-se de mecanismos mais adequados, eficientes e efectivos, para poderem intervir sobre o fenómeno do turismo, e potenciar as mais-valias sociais, económicas e ambientais que o sector do turismo pode oferecer, se devidamente planeando e gerido.”* (ANMP, 2004:10).

Assim, abordamos o poder local da cidade de Tomar através da análise de objetivos e estratégias do Presidente de Câmara e vereadores com o pelouro da cultura e do turismo. Para o Presidente de Câmara Fernando Rui Corvêlo de Sousa *“o turismo é o nosso grande trunfo para o desenvolvimento económico e, desde que devidamente salvaguardado, o nosso riquíssimo património natural e edificado não se esvai com a crise.”* (SOUSA, 2011: 3). A Divisão do Turismo, Cultura e Museologia encontra-se sob alçada da vereadora Rosário Simões. Verificamos que o Presidente de Câmara acredita no setor do turismo como sendo uma mais-valia para a cidade de Tomar, no entanto, a nível das estratégias implementadas e de acordo com a interpretação realizada no campo de trabalho, podemos referir que ainda ficam aquém do necessário para reunir um conjunto de elementos que se caracterizem por uma oferta inovadora, diversificada e qualitativa.

Num âmbito da Divisão de Turismo deparamo-nos com uma divisão do município que se direciona na sua grande maioria para o posto de atendimento ao público turístico. Este atendimento pelo que apuramos junto de turistas, apresenta algumas lacunas nos recursos humanos, no que diz respeito à dificuldade existente na forma comunicacional com idiomas estrangeiros. Assim, pensamos ser fundamental uma linha estratégica por parte dos quadros técnicos superiores desta Divisão.

A Divisão de Cultura do Município de Tomar apresenta-se como uma divisão que pauta pela organização de diversos eventos culturais. Destas iniciativas recordamos por exemplo concertos, exposições, teatro, feiras, seminários entre outros. A informação da programação cultural é de acesso gratuito através do Boletim Informativo com publicação mensal, sendo possível aceder ao formato papel em diversos locais espalhados pela cidade

de Tomar, mas sobretudo em locais públicos do município, ou em formato digital na página *web* do respetivo município.

Como tal, apresentamos o seguinte quadro com as respetivas interpretações e avaliações.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Presidência do Município de Tomar	Falta de definição linhas estratégicas de desenvolvimento turístico.	2	Estabelecer e implementar medidas estratégicas de desenvolvimento turístico.
2	Divisão do Turismo	Desenvolvimento de estratégias turísticas insuficientes por parte dos quadros técnicos superiores.	2	Promover <i>benchmarking</i> com outros municípios, e países de forma a contribuir para aquisição de conhecimento para os quadros técnicos superiores.
3	Divisão da Cultura	Atividades culturais existentes em número e diversidade razoável.	3	Desenvolver mais eventos culturais direcionados a diversos segmentos de público-alvo.
Valor médio			2	

Quadro 14 – Valor médio do poder local

(Elaboração própria).

6.3. Associativismo

O associativismo no nosso ponto de vista beneficia a atividade turística, pois é este que na sua grande maioria organiza e desenvolve atividades lúdicas de cariz social, desportivo, cultural e histórico.

Na cidade de Tomar abordamos três elementos no âmbito do associativismo, sendo



Figura 18 – Festival “Bons Sons”, Cem Soldos, Tomar

Fonte: <http://circonatureza.blogspot.com/2010/08/habitante-de-cem-soldos-num-por-um-dia.html>, acedido em 19/11/2011.

um deles o Sport Clube Operário de Cem Soldos (SCOCS). Este situa-se nos arredores da cidade de Tomar, no entanto é caracterizado por um grande núcleo populacional. Este desenvolve inúmeras atividades com benefício para a atividade turística de Tomar, como por exemplo o Festival “Bons Sons”. Este festival reúne vários géneros musicais, com fusões, aculturações, sempre com um vasto leque de oferta musical e em língua portuguesa. Com realização bienal, em 2012 realiza a sua 4ª Edição, de salientar que no ano de 2010 estiveram presentes neste evento cerca de 30 mil pessoas. De referir que este Festival, entre outros, também é patrocinado pelo Município de Tomar.

A Sociedade Filarmónica Gualdim Pais (SFGP), apresenta-se com um desenvolvimento de atividades desportivas, sociais e culturais. Tomamos como exemplo o Festival “Tomarimbanda”, que em 2011 já apresentou a 4ª edição, enquadrando-se num cenário musical da percussão



portuguesa, desenvolvido também com o apoio da autarquia

Figura 19 – Festival “Tomarimbanda”, Tomar

Fonte: <http://www.tomarimbanda.net/>, acedido em 19/11/2011.

local. No entanto, os eventos desenvolvidos por esta associação produzem um impacto maior sobre a população local, sendo algumas vezes por acréscimo um benefício para os turistas que se encontram na cidade nas datas dos respetivos eventos.

A Associação de Comerciantes e Industriais dos Concelhos de Tomar, Ferreira do Zêzere e Vila Nova da Barquinha (ACITOFEBA), embora com objetivos mais direcionados para os comerciantes associados, desenvolveu um serviço de transporte turístico para a cidade de Tomar – “TomarTrem” – que consiste numa viatura articulada com o formato de comboio. No entanto, embora este serviço de transporte turístico seja o



Figura 20 – Comboio turístico, Tomar

Fonte: <http://www.cidadetomar.pt/noticia.php?t=e&id=6094>, acedido em 19/11/2011.

único na cidade, não é atingido um nível de qualidade, mais precisamente com o motorista a desempenhar também as funções de guia turístico, mas sem formação adequada para o efeito. Assim apresentamos o seguinte quadro:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Sport Clube Operário de Cem Soldos (SCOCS)	Associação de cariz dinâmico, caracterizado pela realização de inúmeras atividades culturais.	4	Manter as atividades existentes e dinamizar mais atividades criativas e inovadoras.
2	Sociedade Filarmónica Gualdim Pais (SFGP)	Associação com divulgação das atividades internas – desporto, música.	3	Implementar mais medidas de apoio por parte da autarquia local.
3	Asso. de Comer. Industriais dos Concelhos de Tomar, Ferreira do Zêzere e Vila Nova da Barquinha (ACITOFEBBA)	Associação de cariz comercial, com pouca dinamização no âmbito do turismo.	2	Desenvolver medidas estratégicas de desenvolvimento comercial de forma a contribuir para uma oferta de serviços de maior qualidade ao setor do Turismo.
Valor médio			3	

Quadro 15 – Valor médio do associativismo

(Elaboração própria).

6.4. Stakeholders

De um ponto de vista dos interesses de um território (*stakeholders*), é importante sabermos em que medida as suas estratégias vão ao encontro dos processos de qualificação das cidades e como os interessados e respetivas instituições cooperam, ou não, nesse esforço da coletividade territorial.

Ao envolvimento participativo de diversos agentes, sejam eles de âmbito local, regional, nacional ou internacional, públicos ou privados, no planeamento e gestão direcionado para o setor turístico damos o nome de *stakeholders*. Estes fazem assim parte do processo participativo facilitando a tomada de decisão relativo às respetivas temáticas em prol dos interesses coletivos das populações onde se inserem. Os *stakeholders* são,

portanto, elementos essenciais na criação de soluções para os problemas existentes nos destinos turísticos.

No nosso estudo caso da cidade de Tomar, as relações de rede entre *stakeholders*, não se apresentam como uma rede de grandes inter-relações com o município de Tomar. Tomamos como exemplo do levantamento de elementos a Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo (CIMT), o Instituto Politécnico de Tomar (IPT) e a Região de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo (RTLVT).

Assim, relativamente à CIMT verificamos que esta elaborou um Programa Territorial de Desenvolvimento do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul (PTD-MTPIS)⁸, abrangendo todos os municípios. Trata-se de um plano de ação para 2007 a 2013, com uma Estratégia de Desenvolvimento para 2020. Relativamente à cidade de Tomar foram definidas algumas estratégias como por exemplo:

- Ação integrada de valorização dos espaços centrais dos pólos urbanos de Tomar. (PTD-MTPIS:2008, 75);
- Parques Urbanos e Zonas Ribeirinhas do Nabão em Tomar. (PTD-MTPIS:2008, 86);
- Projeto de Interpretação do Monumento e da Cidade de Tomar, abordando as suas vertentes cultural, lúdica e educacional, promovendo igualmente a Mata dos Sete Montes (Cerca Conventual da 1.º metade do séc. XVI). (PTD-MTPIS:2008, 171).

Depreende-se, de certo modo, que existe uma preocupação no desenvolvimento de estratégias, mas a CIMT tem um Gabinete denominado "Estrutura de Apoio Técnico" que faz a análise das candidaturas a apresentar, monitoriza os pedidos de pagamento e faz

⁸ “O Programa de Desenvolvimento Territorial do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul corresponde ao resultado do trabalho de concertação, planeamento e definição estratégica, promovido em conjunto pela Comunidade Urbana do Médio Tejo e pela Associação de Municípios do Pinhal Interior Sul, desenvolvido ao longo dos últimos dois anos. O momento decisivo que despoletou o arranque deste trabalho, num ponto de viragem estratégica das políticas europeias e nacionais e, em particular, entre a finalização da execução do 3º Quadro Comunitário de Apoio (QCA III 2000-2006) e o arranque do Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007-2013 (QREN), foi determinante na explicação do grau de abrangência que lhe foi incutido – a definição de uma Visão e de uma Estratégia de Desenvolvimento para 2020, suportada por um Plano de Acção (instrumentalizando e mobilizando os recursos disponíveis no QREN 2007-2013) e enquadrada por metodologias de planeamento de base territorial.” (PTD-MTPIS:2008, 11)

verificações técnicas no local para comprovar se de fato o projeto foi implementado como definido.

O Instituto Politécnico de Tomar (IPT) parece-nos ter um imenso potencial para ser um *stakeholder* e um “motor de desenvolvimento” devido ao conhecimento que se desenvolve no meio do ensino superior. No entanto, não se encontra devidamente aproveitado por parte da autarquia e dos outros agentes locais. Caracterizam-se algumas parcerias no contexto cultural, como por exemplo em organizações de exposições em espaços públicos e privados.

A Região de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo (RTLVT), na sua grande maioria oferece serviços de divulgação no seu *site* de internet sobretudo de eventos que se encontram em curso. Esta Região de Turismo promoveu por exemplo a Rota Nacional da Lampreia em parceria com as Entidades Regionais de Turismo do Porto e Norte de Portugal. Na cidade de Tomar decorre em Fevereiro de 2012 o 13º Mostra de Lampreia. Em suma, a Região de Turismo efetua algumas parcerias mas que a nosso ver se caracterizam ainda como redes insuficientes entre os agentes envolvidos no processo de desenvolvimento da cidade de Tomar. Assim, apresentamos o seguinte quadro:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo	Definição de estratégias de desenvolvimento. Monitorização dos projetos desenvolvidos.	4	Promover ações de <i>benchmarking</i> , com objetivo de criar novas medidas estratégicas.
2	Instituto Politécnico de Tomar	Existência de parcerias no âmbito cultural.	2	Dinamizar medidas estratégicas entre os agentes locais.
3	Região de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo	Existência de parcerias no âmbito cultural	2	Dinamizar medidas estratégicas entre os agentes locais.
Valor médio			3	

Quadro 16 – Valor médio dos *stakeholders*

(Elaboração própria).

6.5. Potenciação de recursos existentes

Os recursos existentes num determinado território, caracterizam o seu potencial turístico, mesmo não sendo suficientes para desenvolver por si só atividade turística, devem ser potenciados, no sentido de contribuírem para fatores de atratividade.

Estes recursos podem apresentar-se num âmbito de cariz natural, ou podem até ser criados pela mão humana. Por exemplo, podemos distinguir como recursos naturais o clima, as paisagens e criados pelo homem os monumentos, assim como todo um conjunto de equipamentos como museus, pavilhões desportivos, entre outros.

Neste contexto partimos para a interpretação relativa ao centro histórico de Tomar, no que diz respeito à sua divulgação, criatividade e notoriedade. Numa leitura expedita temos que destacar o importantíssimo valor estético e cultural que é explicável no domínio da espessura histórica de Tomar. Deste o seu património, urbanismo, paisagem cultural, população, comércio, entre outros, são todos variáveis de um conjunto patrimonial e de criatividade institucional e empresarial a que devemos prestar ainda mais atenção.

Assim, relativamente à divulgação, verificámos a inexistência de uma rede de comunicação, quer por parte das entidades públicas, quer pelas privadas. Por vezes assistimos a divulgação de eventos culturais, mas sempre de forma isolada, o que no nosso entender em prol de um desenvolvimento turístico sustentável, deveria ser realizado de uma forma planeada e participativa.

O elemento de Criatividade em Tomar, pelo que nos foi possível investigar, não se apresenta como um elemento desenvolvido. Entendemos assim que, não se pode vender um centro histórico sem ter acessibilidades quer físicas, quer comunicacionais. Deparamo-nos com uma cidade com uma riqueza histórico-cultural de elevado nível, como por exemplo no contexto da temática templária. Entendemos que poderia surgir em redor desta temática inúmeras ações no âmbito da criatividade que certamente trariam para Tomar grandes benefícios turísticos.

Relativamente à notoriedade, no nosso ponto de vista e de acordo com a interpretação realizada no nosso trabalho de campo, a cidade tem características únicas e singulares. O município de Tomar apresenta a cidade com uma marca “Tomar, cidade Templária”, no entanto e apesar de como já referimos anteriormente a cidade possuir, de fato, todas estas potencialidades turísticas, entendemos que ainda não tem aproveitado a notoriedade necessária para se afirmar no mercado turístico.

Segundo todas estas interpretações apresentamos o seguinte quadro:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Divulgação	Fraca rede comunicacional local, regional e nacional.	2	Implementar medidas estratégicas para uma divulgação eficaz.
2	Criatividade	Inexistência de uma política de criatividade	1	Criação de espaços destinados a troca de ideias de cariz particular e público.
3	Notoriedade	Subaproveitamento da notoriedade existente.	2	Promover ações de notoriedade, local, regional, nacional e internacional.
Valor médio			2	

Quadro 17 - Valor médio da potenciação de recursos existentes

(Elaboração própria).

6.6. Acessibilidades

6.6.1. Entradas da cidade

Na maioria das cidades, as entradas são elementos que ficam à parte do planeamento estratégico. No entanto, no nosso entender as entradas das cidades deveriam ser uns dos primeiros aspetos a abordar, principalmente quando nos deparamos com uma cidade turística. O seu contributo para uma interpretação expedita por parte do visitante ou do turista tem um valor óbvio. Relembramos aqui as designadas “Entradas Régias” linhas de estudo de Ana Maria Alves, que foi investigadora pioneira nesta valorização histórica das cidades.

Parece-nos que para além das placas com a identificação do nome da respetiva cidade, e algumas vezes acompanhadas de outra placa com a inscrição “Bem-vindo”; as entradas tipo pórtico, ou associadas a outro tipo arquitetónico, poderiam servir não só de um sinal físico de uma perceção agradável de boas vindas, mas também, deveriam servir de meio turístico informativo. Esta forma de comunicar com o turista, permite que este interprete por exemplo o enquadramento temático turístico, parcial ou global do local que vai visitar.

Como suporte do nosso estudo, apresentamos o exemplo da vila Golegã, onde se encontra uma *“construção, na principal entrada da Golegã, o ”Pórtico de Entrada na Vila”, uma construção que pretende reforçar a marca ”Golegã Vila” que o executivo de Veiga Maltez está a tentar implementar. A obra, construída em betão, respeita a arquitetura tradicional da Golegã, um dos valores elevados pelo executivo.”*⁹

Aliás, este pórtico resulta da aplicação da liderança autárquica local sobre um artigo científico da autoria de Luís Mota Figueira e sobre Fernão Lourenço, nobre que foi Feitor da Casa das Minas e das Índias, Tesoureiro de D. Manuel I e cuja esposa está sepultada na capela-mor da Igreja Matriz da Vila da Golegã. Esta é uma criação contemporânea, baseada na história da vila e história de Portugal e, é uma narrativa que cria valor do turismo local.



Figura 21 – Pórtico da entrada da vila da Golegã

Fonte:http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Entrada_da_Goleg%C3%A3.jpg, acedido em 22/12/2011.

De modo a proceder a uma comparação, de acordo com o exposto apresentamos imagens de uma das entradas principais da cidade Tomar, para melhor exemplificar o nosso critério de avaliação relativo às três entradas principais da cidade de Tomar.

EN 110 – Entrada de Tomar (Lisboa)

A entrada de Tomar pela estrada nacional 110, refere-se à circulação rodoviária oriunda de cidades como o Entroncamento, Torres Novas e Lisboa.

⁹ Fonte: <http://www.jornaltorrejano.pt/edicao/noticia/?id=1002&ed=639>, acedido em 22/12/2011.

De acordo com o nosso trabalho de interpretação de campo, nesta entrada de Tomar deparamos com quatro fatores essenciais que nos permitiram proceder a uma avaliação da respetiva entrada como demonstram as seguintes figuras.

- a) Identificação com o nome da cidade de Tomar, complementado com um painel informativo vertical, onde consta novamente o nome da cidade, o brasão, temperatura e respetivo mapa.

Parece-nos assim, ter uma boa informação com a identificação do nome da cidade, no entanto o mapa que se encontra no painel vertical, à primeira vista parece ser uma mais-

valia, mas de fato torna-se completamente inútil, pois os turistas não podem parar, nem estacionar a sua viatura na faixa única de rodagem de forma a poderem consultá-lo.



Figura 22 – Entrada de Tomar pela EN 110

Fonte: Joana Nunes, 2011.

- b) Existência de um acampamento de etnia cigana clandestino no lado direito, ou seja, mesmo encostado à faixa rodoviária no sentido de entrada da cidade. Esta ocupação para além de ser ilegal possui características de forte impacto negativo relativamente à imagem que apresenta, como por exemplo, a construção de barracas e o amontoado de lixo que se gere em seu redor.



Figura 23 – Entrada de Tomar pela EN 110: Acampamento ilegal de etnia cigana

Fonte: Joana Nunes, 2011.

- c) Rio Nabão e respetivas margens, sem qualquer tipo de limpeza. A indicação com a seta que colocamos assinala o local onde passa o respetivo rio, mesmo ao lado da placa identificativa da cidade de Tomar. Como se pode constatar a vegetação (na maioria com “silvas”) cobre completamente o rio, dando um aspeto de total abandono, assim como, o não aproveitamento da imagem.



Figura 24 – Entrada de Tomar pela EN 110: Inexistência de limpeza do Rio Nabão

Fonte: Joana Nunes, 2011.

- d) Falta de elementos que associem o nome da cidade à sua história turístico cultural. Por exemplo, a cidade de Tomar é conhecida principalmente como “Tomar, Cidade Templária”, mas nada nesta entrada, nem nas restantes entradas em que efetuamos a devida interpretação nos deparámos com a existência desses respetivos elementos, que na nossa perspetiva serviriam de valorização à “imagem de marca” da cidade. Realçamos também a inexistente informação direcionada para o Convento de Cristo, pois consideramos que com a classificação de Património Mundial deveria ser disponibilizada informação turística através de sinalética adequada.

Em resultado do nosso trabalho de interpretação turística apresentamos o seguinte quadro, relativo às três principais entradas de Tomar (Lisboa, Coimbra, Leiria).

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	EN 110 (Lisboa)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existência de sinalização vertical com identificação da cidade; ▪ Informação inexistente para o Convento de Cristo; ▪ Acampamento ilegal de etnia cigana; ▪ Rio e margens com total abandono. 	1	Criação de uma entrada apelativa, por exemplo com elementos arquitetónicos alusivos à temática templária; com a retirada do acampamento ilegal; e com a limpeza do rio e suas margens e com sinalética para o Convento de Cristo.
2	EN 110 (Coimbra)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existência de sinalização vertical com identificação da cidade; ▪ Informação inexistente para o Convento de Cristo. 	3	Criação de uma entrada apelativa, por exemplo com elementos associados à imagem turístico cultural de Tomar; colocação informação adequada para o Convento de Cristo.
3	EN 113 (Leiria)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existência de sinalização vertical confusa com identificação da cidade; ▪ Única entrada com informação para o Convento de Cristo; ▪ Fraco planeamento rodoviário. 	3	<p>Reduzir o excesso de sinalética de forma a clarificar a informação.</p> <p>Efetuar um planeamento rodoviário de forma a permitir circulação com mais segurança.</p>
Valor médio			2	

Quadro 18 – Valor médio das entradas da cidade de Tomar

(Elaboração própria).

6.6.2. Circulação urbana

A circulação urbana, segundo o artigo apresentado pelo Professor Nunes da Silva sobre “*A Carta do Novo Urbanismo e a Nova Carta de Atenas: a utopia urbana do Século XXI*”, adverte que os espaços urbanos devem ser organizados por forma a garantir diversidade de usos e de população e devem ser estruturados em função do espaço público e dos serviços e instituições públicas, acessíveis a todos, privilegiando os peões sem excluir, porém, o automóvel. (SILVA, 2002: 35-47)

6.6.2.1. Circulação rodoviária

A circulação urbana, nomeadamente a circulação rodoviária é um fator que também deve ser considerado no contexto do setor do Turismo. A maioria dos visitantes ou turistas desloca-se essencialmente com viaturas próprias ou alugadas, ou em grupo. As viaturas podem ser de diversos tipos, como viaturas ligeiras de passageiros, outras com características mais volumétricas como por exemplo as autocaravanas e os autocarros turísticos.

A todo este cenário temos que associar a circulação urbana rodoviária existente na vida quotidiana das populações locais. Ou seja, existe uma necessidade de racionalizar a circulação rodoviária, seja ela dentro ou fora do perímetro urbano da cidade, de forma a identificar pontos de conflitos, a verificar os obstáculos e lacunas de acessibilidade. Esta racionalização tem como objetivo principal uma boa fluidez de trânsito, quer em segurança, quer na qualidade.

No nosso entender, devem ser promovidos pela autarquia local estudos sobre as respetivas redes rodoviárias, e com participação de toda a população local, desde particulares, a empresas do setor do comércio, como a agentes turísticos; de forma a contribuir para uma implementação eficaz e eficiente.

Relativamente ao nosso estudo de caso, realizamos uma abordagem nos três níveis (Envolveite cidadina, Cidade consolidada e Centro Histórico), pois não nos podemos esquecer que o local turístico necessita de infraestruturas rodoviárias internas e externas, de média e longa distância de forma a permitir a probabilidade do aumento do fluxo turístico.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Envolvente Cidadina	Infraestruturas razoáveis.	3	Criar mais redes viárias com ligação a Leiria (em construção) e Coimbra (em suspensão).
2	Cidade Consolidada	Circulação rodoviária razoável.	3	Identificar pontos de conflito rodoviário e criar alternativas para desvio de trânsito.
3	Centro Histórico	Circulação condicionada derivado às suas características.	3	Estabelecer um planeamento rodoviário de acordo com o interesse turístico.
Valor médio			3	

Quadro 19 – Valor médio da circulação urbana: rodoviária

(Elaboração própria).

6.6.2.2. Circulação pedonal

No que diz respeito à circulação urbana no contexto pedonal, podemos mencionar que a existência de segurança na circulação pedonal, produz numa determinada localidade benefícios para o comércio local, para a população proporcionando um aumento de interações humanas, assim como em termos turísticos pois permite uma valorização do espaço histórico urbano.

No âmbito do nosso estudo caso - a cidade de Tomar, referenciamos o Projeto “Tomar Acessível”, tendo como responsáveis do Projeto o Fisioterapeuta Dr. Filipe Ferreira, e Terapeuta Ocupacional Dra. Rita Almeida funcionários da Instituição Particular de Solidariedade Social – Centro de Integração e Reabilitação de Tomar (CIRE). Os objetivos deste Projeto são de *“ identificar barreiras arquitectónicas na cidade de Tomar; identificar a percepção que as pessoas com deficiência têm relativamente às acessibilidades de Tomar; identificar Zonas Acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida, assim como propor a sua eliminação aos organismos competentes”*¹⁰. (Apresentação Tomar Acessível, 2011: 2-3)

¹⁰ Apresentação realizada na Conferência “Tomar Acessível”, em 25/10/2011, no Auditório da Biblioteca Municipal de Tomar; organizada pelo CIRE de Tomar no âmbito do Projeto “Tomar Acessível”.

O estudo efetuado revelou que “o centro histórico continua a ser uma zona de difícil acesso” (Apresentação Tomar Acessível, 2011: 51). O que demonstra que, quer no planeamento das obras já realizadas, quer na identificação das lacunas existentes com o objetivo de as corrigir, a entidade responsável, neste caso a autarquia local, não teve até ao momento em consideração a existência deste projeto. Ficando assim, no nosso entender comprovado que é essencial a criação de redes de comunicação entre os agentes envolvidos no respetivo processo.

Apresentamos alguns exemplos para perceção da realidade existente no centro histórico de Tomar, seguidos da respetiva avaliação interpretativa demonstrada no quadro elaborado.



Figura 26 – Circulação pedonal : Rua Serpa Pinto, centro histórico de Tomar

Fonte: Projecto Tomar Acessível (2011).



Figura 25 – Circulação pedonal : Rua Infantaria 15, centro histórico de Tomar

Fonte: Projecto Tomar Acessível (2011).

Na primeira figura que apresentamos a Rua Serpa Pinto, que se caracteriza por ser uma das principais ruas do centro histórico de Tomar. Esta rua encontra-se fechada à circulação rodoviária, e sofreu obras aquando do respetivo encerramento do trânsito. No entanto, de acordo com a nossa observação “*in situ*”, a preocupação principal foi calcetar e aplicar algumas pedras de dimensão maior destinadas a um desenho arquitetónico, esquecendo-se a utilidade principal que estas possuem, ou seja, permitir uma maior mobilidade. Assim, torna-se de difícil utilização para uma cadeira de rodas, para um idoso, ou até mesmo para quem utilize um simples calçado de saltos altos.

Relativamente, à segunda figura verifica-se que se trata de uma via com circulação rodoviária, mas devido às suas características arquitetónicas os passeios são demasiados

pequenos para uma cadeira de rodas, obrigando a estas a circular na via rodoviária, pondo em risco principalmente a segurança dos utentes de mobilidade reduzida.



No que diz respeito à figura referente à Rua Silva Magalhães, já se verifica a aplicação de pedras retangulares que permitem uma circulação pedonal facilitada, não só para os habitantes locais, como para os turistas. De referir, que já existem diversas ruas no centro histórico de Tomar, com este tipo de intervenção.

Figura 27 – Circulação pedonal : Rua Silva Magalhães, centro histórico de Tomar

Fonte: Projecto Tomar Acessível (2011).

De acordo com o exposto, apresentamos no seguinte quadro este conjunto de levantamento de elementos e os nossos respetivos critérios de avaliação.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	R. Serpa Pinto	Circulação pedonal razoável	3	Intervenção segundo normas de mobilidade existentes.
2	R. Infanteria 15	Circulação pedonal difícil	2	Intervenção segundo normas de mobilidade existentes.
3	R. Silva Magalhães	Circulação pedonal facilitada	4	Realizar a respetiva conservação sempre que necessário.
Valor médio			3	

Quadro 20 – Valor médio da circulação urbana: pedonal

(Elaboração própria).

6.7. Estacionamento

Quando falamos de circulação rodoviária, não podemos deixar de associar um complemento que se torna obrigatório em qualquer viagem, independentemente da sua motivação, como tal o setor do Turismo não é exceção.

No entanto, como verificamos o estacionamento traduz-se automaticamente numa palavra – “Espaço”. Como sabemos o espaço é um bem escasso nos centros urbanos, e este é essencial quer para a circulação rodoviária, quer para a criação de estacionamentos. Uma boa gestão do estacionamento é essencial para o funcionamento de uma cidade.

6.7.1. Viaturas

A cidade de Tomar não é exceção, também verificamos essa necessidade de estacionamento numa perspetiva de um Turista. De salientar que uma cidade por si só, como centro urbano que é, já apresenta algumas dificuldades de espaço, no entanto, a cidade de Tomar, no âmbito turístico derivado à existência do seu centro histórico, debate-se com uma maior falta de espaço, para além das restrições existentes a nível da circulação rodoviária, justificadas pela arquitetura do respetivo centro histórico.

Assim, relativamente à cidade de Tomar, abordamos três elementos, nomeadamente:

a) Parques de estacionamento pagos

- Parque do Pavilhão Municipal da cidade de Tomar (subterrâneo); com 293 lugares.
- Parque T (Centro Histórico); com 180 lugares.

Segundo o nosso trabalho de campo, apurámos que os lugares serão em número suficiente para a população local, mas no que diz respeito à localização verifica-se que o parque no Pavilhão Municipal não tem grande adesão por parte dos habitantes. Em relação ao Parque T, embora se situe no Centro Histórico possui um tarifário demasiado elevado, o que origina que, na sua maioria nem a população local, nem os visitantes, nem turistas façam uso do mesmo.

Em suma, na nossa opinião foram construídos dois parques de estacionamento pagos, um sem um estudo prévio de viabilidade no que respeita à sua localização e no outro parque verifica-se a necessidade de reestruturar os preços, com uma política de tarifas mais reduzidas, no sentido de promover o aumento da sua utilização, não só através de

turistas, mas também da própria população local, “conduzindo-a” ao centro histórico, de forma a este se tornar mais vivencial.

b) Parques de estacionamento gratuitos com controlo

Ao longo da cidade de Tomar apresentam-se diversas ruas com lugares de estacionamento, mas relativamente ao centro histórico, derivado à sua construção arquitetónica, caracterizada por um conjunto de ruas calcetadas e de estreita dimensão, o mesmo não acontece. Assim, torna-se essencial criar alternativas com o objetivo de mobilizar mais população local, visitantes ou turistas para o respetivo centro histórico.

c) Parques de estacionamento gratuitos sem controlo

De acordo com a nossa interpretação “*in situ*”, verificámos a existência de diversos parques de estacionamento gratuitos se controlo, ou seja, tratam-se de parques de estacionamento em terra batida, acompanhados de piso irregular devido aos buracos que apresentam. Estes parques são aqueles que são que têm mais ocupação. No nosso entender, deveria ser realizado uma gestão desses espaços, no sentido de melhorar as ofertas de estacionamento, principalmente no âmbito de uma oferta de qualidade e de melhoria de imagem. Em razão do qual ficou escrito, apresentamos o seguinte quadro com a respetiva atribuição de valor.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Parques pagos	Existência de dois parques.	3	Revisão dos preços elevados em vigor.
2	Parques gratuitos com controlo	Existência de vários lugares ao longo da cidade, mas em número muito reduzido no centro histórico.	2	Redução dos preços elevados nos parques pagos, de forma a permitir maior afluência ao centro histórico.
3	Parques gratuitos sem controlo	Existência de alguns locais sem controlo, mas que transmitem uma imagem negativa na gestão do espaço.	3	Planear a gestão desses espaços, de forma a tornar parques pagos ou gratuitos com controlo, de forma a colmatar a imagem de abandono do respetivo espaço.
Valor médio			3	

Quadro 21 – Valor médio do estacionamento de viaturas

(Elaboração própria).

6.7.2. Parques de estacionamento diversos

Para além dos parques de estacionamento para viaturas ligeiras de passageiros, num espaço urbano temos que ter em conta outros tipos de meio de transporte, principalmente quando abordamos a temática do setor do Turismo. Neste contexto, no nosso estudo de campo interpretamos a situação atual para o estacionamento de autocarros turísticos, autocaravanas e bicicletas.

a) Parque estacionamento – autocarros turísticos

No que diz respeito, ao estacionamento para autocarros turísticos no espaço urbano da cidade de Tomar podemos dizer que este é inexistente. De fato, em toda a cidade de Tomar para além das paragens de autocarros públicos, não existe nenhuma paragem para largada de turistas, nem estacionamento para os autocarros turísticos. Tomamos como exemplo as seguintes figuras que demonstram a forma como a cidade de Tomar se apresenta num dos primeiros contatos que o turista tem com o espaço urbano.

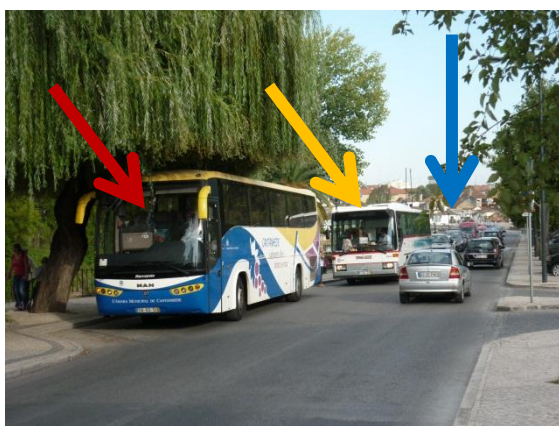


Figura 29 – Paragem de autocarros – Jardim do Mouchão

Fonte: Joana Nunes, 2011



Figura 28 – Paragem de autocarros – Jardim do Mouchão

Fonte: Joana Nunes, 2011

Nestas imagens interpretamos três situações distintas, a primeira identificada com a seta vermelha que demonstra um autocarro turístico a parar numa paragem pública de autocarros, devido ao fato de não ter outra alternativa. A segunda assinalada com a seta amarela apresenta um autocarro público parado na faixa de rodagem, pois não tem acesso à bolsa de estacionamento da paragem, já ocupada pelo autocarro de turismo. Por último,

com a seta azul, podemos observar a formação de congestionamento da circulação rodoviária.

Este aspeto, para além do transtorno que causa à população local devido às filas de espera morosas, transmite aos turistas a imagem de uma falta de gestão do espaço urbano, proporcionando uma experiência desagradável, pois conforme observamos estes têm que sair rapidamente do respetivo autocarro, tornando um momento que deveria ser de lazer, em “*stress*”.

Para além da situação acima apresentada, também constatámos outra paragem de autocarros públicos que é usada simultaneamente para ambos os autocarros. No entanto, esta ainda revela a nível turístico uma interpretação muito preocupante para uma cidade que pretende ser uma alternativa neste setor. Conforme as figuras apresentadas de seguida, podemos verificar algumas situações de carácter preocupante. A primeira indicada com a seta vermelha, na qual podemos ver que a única forma de os peões circularem é na estrada nacional, pondo em risco a sua própria vida devido à densidade de tráfego que ali se verifica. A segunda com a seta amarela apresenta um conjunto de contentores de lixo dentro da própria via de circulação rodoviária, acompanhados por grande volume de resíduos sólidos, o que transmite uma imagem de total falta de higiene. Ambas as situações da circulação rodoviária, e pedonal se verificam no local onde existe uma paragem de autocarros, conforme seta de cor azul. Como se não bastasse nesse mesmo local ainda assistimos a uma agressiva imagem turística, pois o Pelourinho identificado com a seta verde encontra-se rodeado de carros estacionados, sem acesso por exemplo para uma simples fotografia, não dignificando este elemento histórico-cultural.



Figura 31 – Paragem de autocarros – Pelourinho

Fonte: Joana Nunes, 2011



Figura 30 – Pormenor da paragem de autocarros – Pelourinho

Fonte: Joana Nunes, 2011

Em suma, os turistas não têm paragem ou estacionamento a eles destinada, e acabam por sair do autocarro literalmente para cima de contentores de lixo, pondo em risco a sua vida ao circular na faixa de rodagem, e não conseguem usufruir do património turístico, sendo esta uma das primeiras imagens que levam da cidade que visitam.

b) Parque Estacionamento – Autocaravanas

Devido, em nossa opinião, à sua diversidade e riqueza histórico-cultural, a cidade de Tomar é regularmente frequentada por turistas que se deslocam em autocaravanas, no entanto não existe nenhum estacionamento destinado às mesmas, nem espaços onde seja possível a manutenção higiénica que tais viaturas necessitam, nomeadamente para águas, esgotos e energia eléctrica. Tomamos

como exemplo um concelho pertencente também ao Médio Tejo, mais precisamente o Município de Abrantes. Este promoveu um conjunto de infraestruturas para o autocaravanismo, pois esta autarquia entende que “ *as autocaravanas são o turismo itinerante por excelência e estando este sector em evolução*



Abrantes não pode deixar de proporcionar condições para que todos possam vir conhecer esta

Figura 32 – Parque de autocaravanismo em Abrantes

Fonte: <http://sic.cm-abrantes.pt/turismo/site/despertar/a/a.html>, acedido em 15/12/2011.

cidade e as suas gentes, usufruindo o que há de melhor neste concelho (paisagens, monumentos, gastronomia, desporto e ambiente acolhedor) ¹¹”. Esta autarquia, não se limitou apenas a criar um ponto de paragem para as autocaravanas, mas sim vários com características que vão deste as áreas de serviços, parques para pernoitar, parques de estacionamento no centro da cidade, também perto de esplanadas, tal como no Castelo de Abrantes e diversos parques espalhados ao longo da paisagem envolvente. Alguns destes estacionamentos estão sujeitos a um limite horário de forma a permitir uma gestão do espaço urbano, contribuindo assim para um desenvolvimento turístico sustentável.

¹¹ Fonte: <http://sic.cm-abrantes.pt/turismo/site/despertar/a/a.html>, acedido em 15/12/2011.

c) Parque estacionamento – bicicletas

Os parques de estacionamento para bicicletas também não estão presentes no centro histórico, nem no restante espaço da cidade de Tomar. Para além de demonstrar despreocupação política em termos ambientais, apresenta dificuldades à própria população local quando se pretende deslocar neste meio de transporte. Em termos turísticos o turista que traz a sua bicicleta para percorrer alguns trajetos, não tem onde deixar em segurança o seu transporte enquanto visita alguns dos atrativos turísticos. Apesar desta apresentação-interpretação verificámos também a inexistência de possibilidade de usufruir deste meio de transporte, pois estas



Figura 33 – Projecto “Rent a Bike” em Óbidos.

Fonte: Joana Nunes, 2011.

não se encontram disponíveis nem em regime de aluguer, nem noutro acordo pré-estabelecido, quer para a população local, quer para turistas. Como podemos verificar no exemplo da figura acima apresentada, no Município de Óbidos, com o espaço direcionado para o aluguer de bicicletas. Assim, de acordo com a nossa interpretação sobre a cidade de Tomar relativamente ao estacionamento diverso, depreendemos que está tudo por fazer, neste domínio. Divulgamos assim o seguinte quadro:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Parque de estacionamento: autocarros turísticos	Inexistente	0	Implementação de medidas necessárias para a respetiva criação.
2	Parque de estacionamento: autocaravanas	Inexistente	0	Implementação de medidas necessárias para a respetiva criação.
3	Parque de estacionamento: bicicletas	Inexistente	0	Implementação de medidas necessárias para a respetiva criação.
Valor médio			0	

Quadro 22 – Valor médio do estacionamento – diversos

(Elaboração própria).

6.8. Sinalética

6.8.1. Sinalética exterior

Esta abordagem pretende “alertar” para a grande necessidade de valorizar o património classificado e edificado, aproveitando a riqueza turística existente na cidade de Tomar, com uma sinalização eficaz, capaz de ser interpretada por qualquer indivíduo, seja ele residente ou turista.

O problema da cidade de Tomar passa por uma deficitária sinalização turística. Por exemplo, a Sinagoga, como monumento de grande interesse nacional e internacional, apenas registou, em 2010 cerca de 26.000 visitantes, enquanto, a Igreja de São João Baptista que se situa relativamente nas proximidades apresenta um número de visitantes na ordem dos 41.000. O número reduzido de visitantes na Sinagoga deve-se no nosso entender, na sua grande maioria à falta de sinalética adequada com indicação do interesse do local “visitável”.

Para além da inexistência de sinalética nas ruas com proximidade, é com grande admiração que se pode verificar que, mesmo na rua onde se situa a Sinagoga, não existe sinalização adequada. Por exemplo, um turista apenas conseguirá observar esta simples seta numa das quatro esquinas e a mais de dois metros de altura.



Figura 35 – Pormenor da sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2003

Fonte: Joana Nunes, 2003.



Figura 34 – Sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2003

Fonte: Joana Nunes, 2003.

Fazendo uma abordagem temporal, detetámos facilmente que ao longo dos anos pouco ou nada foi feito para melhorar a sinalética turística do centro histórico de Tomar. As imagens acima apresentadas e seguintes assim o comprovam, pois num período de oito

anos, a escassa sinalização turística existente em 2003, ainda conseguiu apresentar-se num estado de maior desleixo em 2011, sendo substituída a placa metálica por um papel plastificado e de menor dimensão. Acresce que mesmo assim a sua colocação, se deve à dedicação de alguns moradores da rua.



Figura 37 – Sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2011

Fonte: Joana Nunes, 2011



Figura 36 – Pormenor da sinalética para a Sinagoga de Tomar, em 2011

Fonte: Joana Nunes, 2011

Na de Igreja de São João Baptista, monumento de grande atratividade turística no centro histórico, com um número de 41.000 visitantes em 2008, verificámos a inexistência de sinalização até ao local.



Figura 39 – Placa informativa da Igreja de S. João Baptista de Tomar, em 2003

Fonte: Joana Nunes, 2003.



Figura 38 – Pormenor da placa informativa da Igreja de S. João Baptista de Tomar, em 2003

Fonte: Joana Nunes, 2003.



Anteriormente ainda se verificava a existência ao lado da porta principal da Igreja de São João Baptista, de um painel informativo sobre este monumento. Painel que, apresentava uma altura desnecessária, de cores pouco atrativas à vista dos turistas.

No entanto, esse mesmo painel atualmente, decorridos oito anos, não se encontra presente, existindo apenas o seu suporte metálico, deixando assim os visitantes e turistas sem informação turística.

Figura 40 – Suporte da placa informativa da Igreja de S. João Baptista de Tomar, 2011

Fonte: Joana Nunes, 2011.

Assim, de acordo com a nossa interpretação turística, apresentamos a seguinte avaliação no quadro seguinte relativa aos elementos abordados.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Convento de Cristo	Orientação urbana suficiente	3	Afixação de sinalética turística com os regulamentos instituídos para efeitos.
2	Sinagoga	Orientação urbana deficiente	1	Afixação de sinalética turística com os regulamentos instituídos para efeitos.
3	Igreja de São João Baptista	Orientação urbana inexistente	0	Afixação de sinalética turística com os regulamentos instituídos para efeitos.
Valor médio			1	

Quadro 23 – Valor médio da sinalética (exterior)

(Elaboração própria).

6.8.2. Sinalética interior

A sinalética interior dos espaços portugueses públicos e não públicos, apesar da notável evolução das últimas décadas, caracterizam-se no geral, por uma insuficiência de meios e uma indefinição de modelos avançados de gestão, com consequências diretas na qualidade do serviço cultural, educativo e social prestado à comunidade.

Dos três elementos interpretados no seguinte quadro, vamos abordar a sinalética interior do Núcleo de Arte Contemporânea.¹² Consequentemente, de acordo com as figuras abaixo apresentadas podemos verificar que a legenda aplicada neste espaço é de uma dimensão muito reduzida, o que não só condiciona o tamanho das letras, como também limita a informação colocada sobre as respetivas obras.

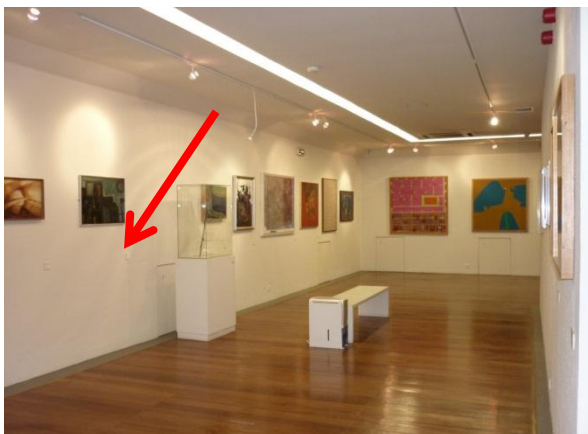


Figura 41 – Interior do Núcleo de Arte Contemporânea

Fonte: Joana Nunes, 2010.

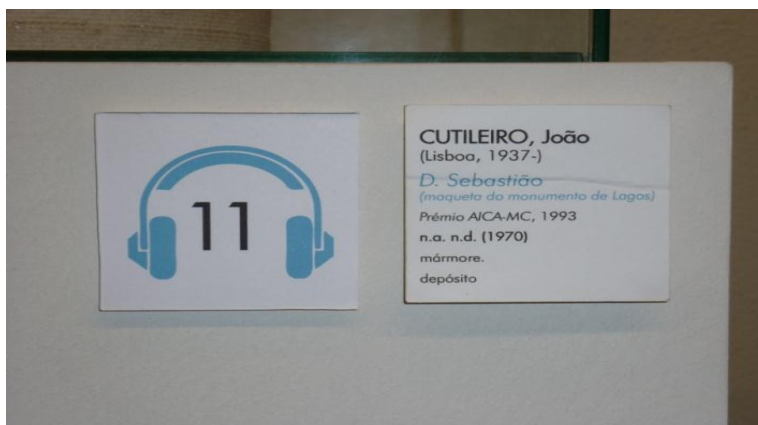


Figura 42 – Interior do Núcleo de Arte Contemporânea

Fonte: Joana Nunes, 2010.

¹² O Núcleo de Arte Contemporânea de Tomar apresenta a maior parte das obras de autores portugueses que integram a coleção do Prof. José Augusto França, escritor e historiador de arte, que nasceu em Tomar, em 1922, de famílias tomarenses. Integra a rede do Instituto Português de Museus e possui um espaço museográfico com uma coleção composta por mais de cem obras, única pela qualidade da sua origem no quadro da criação artística nacional dos anos 1940 a 1970.

A legenda que foi adotada neste museu, a nosso ver apresenta-se com letras pequenas, e também pouco apelativa conforme se pode verificar na imagem aqui representada. Deveria



apostar-se em **legendas** **mais apelativas**, em conjunto com uma **legenda**

Fonte: Joana Nunes; 2010.

em Braille para invisuais. Esta exposição pode ser acompanhada por um **percurso áudio**, de forma gratuita. Este percurso tem a duração de 45 minutos, mas não estão inseridas todas as obras, apenas se inclui, as obras mais emblemáticas, sendo acompanhadas por uma numeração conforme ilustra a imagem acima indicada.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Convento de Cristo	Orientação interior suficiente	3	Afixação de sinalética turística com os regulamentos instituídos para efeitos.
2	Igreja de São João Baptista	Orientação interior insuficiente.	2	Afixação de sinalética turística com os regulamentos instituídos para efeitos.
3	Núcleo Arte Contemporânea	Orientação interior suficiente	3	Afixação de sinalética turística com os regulamentos instituídos para efeitos.
Valor médio			3	

Quadro 24 – Valor médio da sinalética (interior)

(Elaboração própria).

6.9. Animação cultural

Atualmente, todas as cidades apresentam uma determinada Oferta cultural, de menor ou maior diversidade e qualidade, com efeitos diretos não só nas populações locais, turistas nacionais, assim como, turistas internacionais. São estas as atividades culturais que cada vez mais têm vindo a dinamizar essas cidades em diversos níveis, nomeadamente, cultural, social, económico.

Para além, da riqueza cultural que é transmitida também se valoriza o local onde estão inseridas, ou seja, deparamo-nos com uma valorização das cidades que servem de palco para essas atividades.

Num contexto económico, podemos associá-las ao fomento de postos de trabalho, criando, assim, mais riqueza local, mais poder de compra, mais desenvolvimento, em suma todo um conjunto de fatores que originam um aumento da qualidade de vida.

Na nossa opinião cada vez mais, a animação cultural é sem dúvida o que pode levar uma cidade a mostrar-se “viva”, não só durante o período diurno, mas também num contexto noturno, de uma forma periódica ou mais constante.

6.9.1. Animação quotidiana nas ruas e praças

Segundo o que podemos apurar no nosso trabalho de campo, a cidade de Tomar não apresenta nenhum tipo de animação cultural regular, apenas se verificam alguns artistas nos eventos culturais esporádicos, ou alguns com cariz irregular e de iniciativa própria.



Figura 45 – Animação cultural em Óbidos

Fonte: Joana Nunes, 2011



Figura 44 – Pintor numa rua em Coimbra

Fonte: Joana Nunes, 2010

Colocámos o exemplo de dois locais como Coimbra e Óbidos que apresentam ao longo do ano diversas animações de rua quotidiana, quer associado a eventos culturais, quer de âmbito regular individual.

Relativamente a Tomar, não foram detetados com regularidade por exemplo, músicos, pintores, ou outro tipo de artistas que poderiam proporcionar momentos culturais, levando certamente a experiências turísticas de carácter positivo.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Músicos	Inexistência de animação regular	1	Iniciar procedimentos
2	Pintores	Inexistência de animação regular	1	Iniciar procedimentos
3	Outros Artistas	Inexistência de animação regular	1	Iniciar procedimentos
Valor Médio			1	

Quadro 25 – Valor médio da animação quotidiana de ruas e praças
(Elaboração própria).

6.9.2. Eventos culturais

Os eventos culturais assentam numa promoção cultural, constituindo uma área de grande relevância para a respetiva região. Estes eventos caracterizam-se por diferentes dimensões, quer quanto ao seu objetivo de público- alvo, quer quanto à sua natureza. O conjunto de eventos culturais, no nosso entender contribuem para a estimulação do turismo cultural. São eventos que decorrem dentro de um contexto cultural como o próprio nome indica, reproduzidos como por exemplo em festas, feiras, festivais, seminários, exposições, concertos, teatro entre outros. Na sua grande maioria estamos perante uma evidência do património cultural, pela divulgação de artesanato, tradições populares e festas concelhias, quer de carácter profano, quer de cariz religioso.

Concretizando, um dos grandes objetivos de uma determinada região é de criar novas propostas culturais, no sentido de realizar progressivamente mais eventos que irão

de encontro às necessidades diversificadas dos diversos públicos, nomeadamente, turistas, de forma a ser um veículo de obtenção de um maior número de afluências aos locais histórico-culturais.

A cidade de Tomar contém alguns bons exemplos de eventos culturais como é o exemplo da Festa dos Tabuleiros que se realiza com um espaço temporal quadrienal, o Congresso das Sopas, assim como o recente Festival de Estátuas Vivas. São também conhecidas, mais num contexto local, algumas exposições de pintura, fotografia, escultura, assim como, peças teatrais (Fatias de Cá) e feiras anuais (Feira dos Frutos Secos e de Santa Iria).

Dos três elementos interpretados referimos dois exemplos de eventos culturais que decorrem na cidade de Tomar, bastante distintos. Começando pela Festa dos Tabuleiros de Tomar verificámos que esta tem um grande impacto turístico a nível regional, nacional e internacional. Apesar de só ocorrer de quatro em quatro anos, traduz-se num evento cultural que mobiliza cerca de 500 mil pessoas. Para além de toda a beleza, com flores, tabuleiros, ruas ornamentadas, entre a mobilidade geral da população local, esta festa já remonta a centenas de anos, sendo caracterizada com uma origem profana que evoluiu para um contexto religioso. Esta festa é sem dúvida um veículo de comunicação que leva a imagem da cidade de Tomar a todos os cantos do mundo.



Figura 47 – Festa dos Tabuleiros

Fonte: <http://fotos.sapo.pt/tomarcamp/fotos/>,
acedido em 14/12/2011



Figura 46 – Festa dos Tabuleiros - movimento de pessoas numa das ruas do centro histórico de Tomar

Fonte: <http://palavrasditasdabocaparafora.blogspot.com/2011/07/ha-os-que-vem-de-proposito-so-para-ver>.acedido em 14/12/2011

No que diz respeito, ao Festival de “Estátuas Vivas” verificamos que se trata de um evento cultural recente, tendo conhecido a sua segunda edição apenas em 2011. De concretização anual, mais precisamente no mês de Setembro, apresentou no ano de 2011 pelas contas da organização do evento, mais de 100 mil pessoas presentes na cidade de Tomar. Na nossa opinião trata-se de um evento com potencialidade para se desenvolver e tornar-se uma mais-valia futura para a cidade de Tomar.

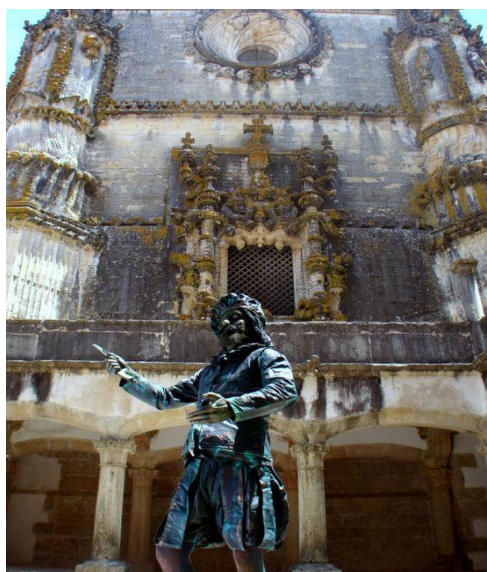


Figura 49 – Festival “Estátuas Vivas” – representação Luís de Camões

Fonte: <http://tomarerratemplaria.blogspot.com/2010/07/festival-estatuas-vivas-de-tomar.html>,
acedido em 14/12/2011



Figura 48 – Festival “Estátuas Vivas” 2011 – movimento numa das ruas principais do centro histórico de Tomar

Fonte: <http://www.radio.cidadetomar.pt/noticia.php?id=10637>,
acedido em 14/12/2011.

Assim, de acordo com o nosso levantamento elaborámos o seguinte quadro:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Festa dos Tabuleiros	Impacto relevante a nível nacional e internacional	5	Continuidade na promoção e divulgação do evento.
2	Festival “Estátuas Vivas”	Relevância a nível local e nacional	4	Aumentar a promoção do evento.
3	Exposições	Apresenta-se pouco inovador	3	Criar novos atrativos
Valor médio			4	

Quadro 26 – Valor médio dos eventos culturais

(Elaboração própria).

6.10. Criatividade turística

A criatividade turística no nosso entender é resultado de dois grandes fatores a criatividade e a inovação. Richard Florida define um conjunto de condições que proporcionam essa capacidade de atrair indivíduos mais criativos e inovadores. Essas condições são conhecidas pelos três T's : Talento, Tolerância e Tecnologia.

Muitas autarquias deduzem que serem criativas é aumentar o número de espetáculos culturais, de exposições ou de criação de infraestruturas como museus, no entanto, teremos que referir que uma cidade criativa não assenta simplesmente pelo incremento de atividades culturais. No nosso entender, uma cidade criativa tem que passar por desenvolver todo um conjunto de recursos humanos e técnicos que permitam trabalhar ideias, como por exemplo, a criação de espaços para os jovens e empresários desenvolverem projetos de criatividade e inovação. Estes locais têm como objetivo a troca de informação, de sinergias que no nosso entender são essenciais para um desenvolvimento de interação de projetos individuais ou coletivos.

Em suma, uma cidade criativa primeiramente não é no nosso ponto de vista uma cidade que se apresenta com um elevado grau de criatividade, mas sim aquela que permite a criação das condições necessárias para que a respetiva criatividade possa imergir e se desenvolver.

No respeitante à cidade de Tomar, no âmbito turístico não se identificam grandes características que se enquadrassem neste conceito acima descrito, traduzindo-se numa cidade tendencialmente monótona. Esta interpretação demonstra-nos que perante a diversidade de oferta turística existente no mercado, as entidades responsáveis na cidade de Tomar terão que de uma forma célere, criar condições propícias ao desenvolvimento de elementos que permitam a criação de produtos criativos, inovadores, diferenciados e capazes de proporcionar experiências turísticas com carácter positivo.

Resulta desse entendimento o seguinte quadro como nossa interpretação relativa ao centro histórico de Tomar.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Tipologia de Produtos	Fraca tipologia de produtos criativos.	1	Desenvolvimento de produtos criativos e inovadores.
2	Inovação / Diferenciação	Poucos fatores de inovação e diferenciação	1	Criação de condições que permitam desenvolver fatores inovadores/diferenciadores.
3	Experiências de cidade	Carência de experiência: sensitiva, material, imaterial.	1	Desenvolvimento de elementos que proporcionem experiências sensitivas, materiais e imateriais.
Valor médio			1	

Quadro 27 – Valor médio da criatividade turística

(Elaboração própria).

6.11. Guia turístico – Informação personalizada, em suporte papel, e em suporte digital

Neste ponto realizamos uma abordagem a três tipos de guias turísticos, a nível dos recursos humanos, de informação disponibilizada em suporte papel e disponibilizada em suporte digital.

Relativamente aos recursos humanos podemos referir que uma guia de turismo é uma pessoa que tem como objetivo conduzir os turistas. São profissionais que deverão possuir conhecimentos dos lugares a visitar de forma a transmitir esses conhecimentos aos turistas, que de outra forma seria difícil a estes vivenciar e interpretar tais locais.

No centro histórico de Tomar indagámos junto do Posto de Turismo do Município de Tomar se possuíam recursos humanos para prestação de serviços de guia turístico. A resposta foi que a autarquia não tem nenhum recurso humano com essas características, recorrendo ao encaminhamento para uma associação local – Associação Portuguesa de Turismo Cultural (APTC). Esta associação através de uma marcação antecipada presta o serviço de guia turístico aos visitantes e turistas, mediante um valor monetário pré estabelecido. Esta associação também é a única que presta serviços de guia turístico no Convento de Cristo, ou seja, de acordo com o nosso trabalho de investigação verificamos que um monumento que se encontra classificado pela UNESCO como Património Mundial, tem inúmeros recursos humanos, mas não guias turísticos. Este serviço só pode

ser realizado com marcação prévia, o que no nosso entender limita a possibilidade de um determinado turista usufruir melhor o espaço que visita. Por exemplo, existem determinados espaços turísticos que têm todos os dias, num determinado horário esse tipo de serviço de guia, mediante um número mínimo de pessoas presentes.

No que se refere aos guias em suporte de papel, ou seja, em folheto turístico, existe um folheto que podemos consultar na página do município de Tomar em formato digital, e em suporte papel no Posto de Turismo de Tomar. Este folheto de distribuição gratuita tem contemplado um mapa com vários pontos de interesse assinalados, acompanhados de um mapa ilustrativo, que se encontra disponível em diversos idiomas, como por exemplo, português, inglês, francês, espanhol. No entanto, verificámos que deveria existir uma maior diversidade no nosso entender, por exemplo em guias com indicações temáticas, com percursos, rotas e até direcionado a diversos segmentos de público-alvo. Reportando ao exemplo do Convento de Cristo, apenas existe um folheto com um custo de 1€, em diversos idiomas, nomeadamente, português, inglês, francês, espanhol, alemão e italiano. Este descreve igualmente os pontos de interesse mais relevantes, mas não existe um folheto de carácter temático sobre a vasta riqueza patrimonial existente neste monumento.

O suporte digital turístico é um tipo guia que já é utilizado com maior frequência, devido ao aumento de utilização de novas tecnologias, como por exemplo os telemóveis, Tablets, iPad, iPhone e iPod Touch. Tem a característica de ser usado por turistas de diversas nacionalidades, devido à diversidade de idiomas que se podem desenvolver neste tipo de programas informáticos. Na nossa pesquisa, nem no centro histórico, nem na restante cidade de Tomar existe qualquer tipo de suporte informático que permita ao visitante ou turista realizar o seu percurso, seja ele pré-realizado ou com possibilidade para o próprio turista efetuar as suas escolhas. É de fato essencial a existência de mais oferta de guias turísticos (humano, papel, digital), pois durante a nossa observação “*in situ*”, verificámos inúmeras vezes os turistas “perdidos” ao longo do espaço urbano.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Recursos Humanos	Fraca oferta existente	2	Criar mais oferta de guias turísticos
2	Suporte papel	Fraca diversidade	3	Diversificação da informação turística
3	Suporte digital	Inexistente	0	Criação de programas informáticos adequadas ao setor turístico
Valor médio			2	

Quadro 28 – Valor médio dos diversos tipos de guias turísticos

(Elaboração própria).

6.12. Segurança

A segurança num destino turístico é um elemento fundamental para a continuidade do mesmo, pois um destino que não apresente um ambiente de segurança acabará por se extinguir. É necessário proporcionar um ambiente que traduza segurança não só para as populações locais, como para os que vem do exterior, sejam eles visitantes ou turistas.

Relativamente à interpretação realizada à cidade de Tomar abordámos o levantamento de três elementos com uma abrangência de três níveis geográficos: envolvente citadina, cidade consolidada e centro histórico. O objetivo desta interpretação prende-se ao fato de não só abranger a área de estudo delimitada, mas também a sua envolvente.

Através da observação “*in situ*” em diversos locais e em horários diferentes constatámos que em questão de segurança a cidade de Tomar apresenta um nível aceitável. Verificámos a presença de alguns elementos da Polícia de Segurança Pública em diversos pontos da cidade, no entanto estes apresentaram maior presença durante o dia e menor no horário noturno. Também tivemos conhecimento da ocorrência de alguns assaltos esporádicos a lojas de comércio, assim como alguns relatos isolados de violência noturna.

Pode dizer-se, concluindo, que a cidade tem um nível razoável em termos de segurança, mas que poderia ser melhor com recurso a mais agentes policiais, bem como a contratação de seguranças noturnos por exemplo através de protocolos estabelecidos entre

a autarquia e entidades representantes do comércio local. Daqui resulta o seguinte quadro com o respetivo valor médio relativo à segurança.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Global	Envolvente Cidadina: Suficiente	3	Desenvolver mais políticas de segurança
2	Fruição do espaço	Cidade Consolidada: Suficiente	3	Desenvolver mais políticas de segurança
3	Prospecção de segurança	Centro Histórico: Suficiente	3	Desenvolver mais políticas de segurança
Valor médio			3	

Quadro 29 – Valor médio da segurança

(Elaboração própria).

6.13. Condições de higiene e salubridade pública

Com a abordagem a este fator procura-se uma reflexão sobre a importância da qualidade, por parte da oferta de prestação de serviços no âmbito das condições de higiene e salubridade pública. Um destino turístico que não tenha um conjunto de elementos que proporcione ao turista um ambiente agradável e saudável, terá tendência a desaparecer. Neste estudo abordamos três elementos que nos parecem ter importância para que durante a sua viagem o turista retenha um conjunto de boas experiências: casas de banho públicas, limpeza de ruas e a recolha de lixo.

a) Casas de Banho Públicas

As casas de banho públicas na sua grande maioria são locais que apresentam uma imagem degradada, com uma manutenção ineficaz para que sejam mantidas as condições de higiene em níveis aceitáveis. Mas apesar desta difícil manutenção, o seu espaço físico deveria obedecer a diversos critérios estipulados pelas normas existentes. Por exemplo, ser acessível a uma pessoa de mobilidade reduzida, podendo ser utilizadas por pessoas em cadeiras de roda, respeitando a altura do mobiliário, o espaço necessário dentro da casa de banho, a respetiva largura da porta, entre outros.

Na cidade de Tomar segundo a nossa observação, verificámos que ainda existe muito por fazer nesta matéria. Como reforço da nossa interpretação apresentamos dois casos bem evidentes.

Casas de Banho Públicas – perto do transportes públicos (Rodoviária, Ferroviária)

Estas casas de banho públicas encontram-se a escassos metros dos transportes públicos, nomeadamente a rodoviária e ferroviária.



Figura 51 – Casas de banho públicas próximas aos transportes públicos

Fonte: Joana Nunes, 2011



Figura 50 – Interior das casas de banho públicas próximas dos transportes públicos

Fonte: Joana Nunes, 2011

Conforme, demonstram as figuras acima apresentadas, podemos verificar que estas instalações sanitárias não cumprem os requisitos necessários e obrigatórios para o seu bom funcionamento. Para além da barreira inicial de acesso, quer pela quota de soleira elevada, quer pelo tamanho reduzido da porta, que impede a entrada a uma pessoa com mobilidade reduzida, verificámos que o seu mobiliário, e a conservação do espaço apresentava-se com um grau elevado de degradação. Com naturalidade se conclui que este serviço público não obedecia aos critérios da boa prática das condições de higiene, não só para os habitantes locais, como para os visitantes e turistas que se deparem com este cenário degradante.

Casas de Banho Públicas – Convento de Cristo

Mesmo não se situando no centro histórico, devido ao fato de se tratar de uma envolvente do Património Mundial, mais precisamente do Convento Cristo, o qual recebe

um grande e diversificado número de visitantes, procedemos à interpretação deste espaço no âmbito das instalações sanitárias públicas.



Figura 52 – Acesso às casas de banho públicas do Convento de Cristo

Fonte: Joana Nunes, 2011



Figura 53 – Casas de banho públicas do Convento de Cristo

Fonte: Joana Nunes, 2011

Primeiramente, constatámos a dificuldade dos visitantes em saber da existência das respetivas instalações sanitárias, justificada pela falta de sinalética. Posteriormente conforme as imagens acima expostas, deparamo-nos com um difícil acesso, acompanhado de uma falta de manutenção no que se refere à vegetação existente no local, bem como o lixo lá depositado.

De seguida, os visitantes deparavam-se com as casas de banho com um aspeto



Figura 54 – Pormenor casa de banho Convento de Cristo

Fonte: Joana Nunes, 2011

exterior de alguma degradação, mas para além disso estas encontravam-se fechadas. Até se pode observar algumas reclamações nas paredes laterais das respetivas instalações, solicitando que “Abram as portas” e “Não sejam porcos” conforme comprova a última figura.

Este cenário como se verifica não se releva uma mais-valia para o setor do Turismo na cidade de Tomar, pois a nível de instalações sanitárias transmite ao turista uma falta de condições de higiene, não só em termos de sanitários como de banhos, pois não existe em nenhum destes exemplos um local para um turista poder usufruir de um simples banho.

b) Limpeza das ruas

Também tivemos em conta a limpeza das ruas do centro histórico e da sua envolvente. Verificámos que as ruas apresentam uma limpeza razoável, no entanto, existe um elemento, a nosso entender, de alguma importância que deveria ser tido em conta, que é o respetivo horário da limpeza das mesmas. Na nossa observação “in situ”, constatámos que para além da limpeza noturna se procede à limpeza das ruas em “horário turístico”. Foi numa esplanada no centro histórico por volta das 15 horas que assistimos à limpeza de ruas. De fato, os turistas que se encontravam no local não se agradaram do que presenciaram, pois para além do barulho que a máquina efetuava, foram abrangidos por algum pó devido ao vento que se fazia sentir. No que diz respeito à simples manutenção através de funcionários que efetuam a limpeza apenas com a vassoura e uma pá, não se verificou qualquer transtorno.

c) Recolha de lixo

Relativamente, à recolha do lixo a situação é semelhante à da limpeza de ruas, pois a recolha também se efetua em horários noturnos e diurnos, tendo algumas vezes presenciado a recolha do lixo junto de esplanadas e passagem de turistas em horário diurno. Esta situação para além do barulho realizado pelos respetivos camiões de recolha, do trânsito congestionado, representa o incómodo resultante do mau cheiro que o processo de recolha de lixo causa. Deste modo, de acordo com o interpretado realizamos o seguinte quadro com as respetivas indicações.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	WC Públicas	Espaços degradados e encerrados ao público	1	Criação de condições adequadas para sanitários públicos.
2	Limpeza ruas	Horários realizados em desacordo com a atividade turística.	2	Reestruturação de horários para realizar a respetiva limpeza de ruas.
3	Recolha lixo	Horários realizados em desacordo com a atividade turística.	2	Reestruturação de horários para realizar a respetiva recolha de lixo.
Valor médio			2	

Quadro 30 – Valor médio das condições de higiene e salubridade pública
(Elaboração própria).

6.14. Envolvimento da população local

No nosso ponto de vista o envolvimento da população local, na atividade turística é de extrema relevância para um desenvolvimento sustentável do setor no sentido em que transmite às gerações presentes e futuras a necessidade de preservar um significado de pertença, de identidade local, e também por proporcionar uma melhoria da qualidade na oferta turística.

No centro histórico de Tomar e sua envolvente procurámos interpretar qual o grau de envolvimento existente por parte da população local. Para realizar este estudo recorreremos à seleção de três elementos que se caracterizam pelo envolvimento da respetiva população. Para o efeito, apresentamos e interpretamos a Festa dos Tabuleiros, o Congresso da Sopa e o Festival de Estátuas Vivas.

No primeiro evento, verificámos no nosso trabalho de campo, até porque esta Festa quadrienal se realizou em 2011, uma fortíssima participação da população local. Este envolvimento da população abrange a grande maioria das atividades desenvolvidas neste evento cultural. A população participa ativamente com diversos meses de antecedência do evento, desde a elaboração dos milhares de flores de papel para as ruas enfeitadas, como também para a construção dos tabuleiros. De salientar que se verifica uma participação de todas as faixas etárias da população, fator que no nosso entender se revela como garantia de continuidade do conhecimento e da identidade local.



Figura 56 – Festa dos Tabuleiros: Autarca de uma Junta de Freguesia com população local a fazer flores de papel

Fonte: <http://radio.cidadetomar.pt/noticia.php?id=1604>, acedido em 22/12/2011.



Figura 55 – Festa dos Tabuleiros: População local a enfeitar as ruas do centro histórico

Fonte: <http://www.cidadetomar.pt/fotostabuleiros.php>, acedido em 22/12/2011.

No Congresso da Sopa verificámos um envolvimento da população local, mas em menor escala, pois a parte organizativa recai sobre a autarquia local, com participação da população local apenas na confeção das sopas, pois as verbas obtidas revertem para uma Instituição de cariz social da cidade de Tomar - (CIRE).

Relativamente ao Festival de “Estátuas Vivas” apenas se verifica a adesão da população local em observar as respetivas estátuas vivas ao longo dos pontos distribuídos pela cidade de Tomar. De acordo com o interpretado, apresentamos o seguinte quadro com a respetiva avaliação.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Festa dos Tabuleiros	Forte participação da população local na organização do evento.	5	Promover condições necessárias à sua continuidade.
2	Congresso da Sopa	Envolvimento da população local suficiente.	3	Estabelecer medidas de incentivo ao envolvimento da população local.
3	Festival de “Estátuas Vivas”	Envolvimento da população local insuficiente.	2	Estabelecer medidas de incentivo ao envolvimento da população local.
Valor médio			3	

Quadro 31 – Valor médio do envolvimento da população local

(Elaboração própria).

6.15. Formação de recursos humanos

Segundo, Sónia Sampaio na sua dissertação sobre *“A importância da formação dos recursos humanos no turismo”* refere que a *“qualidade de serviço, o profissionalismo dos recursos humanos e a sua formação são aspectos determinantes, que qualquer país deve ter em conta sob pena de prejudicar a sua imagem turística”* (SAMPAIO, 2004:7). É neste contexto que entendemos que a formação de recursos humanos é essencial para um destino turístico, de forma a criar uma política abrangente a todos os intervenientes na cadeia de valor do turismo, sejam eles de carácter público ou privado, pois constituem um elemento fundamental para o processo turístico.

No que se refere à formação dos recursos humanos no setor do Turismo, entendemos que esta deve abranger diversas temáticas, como por exemplo, a aprendizagem de uma língua estrangeira (exemplo: inglês), formas de rececionar um turista (exemplo: simpatia), qualidade na prestação de serviços (exemplo: restauração), em suma, criar políticas de formação turística para todos os recursos humanos existentes nos diversos setores multidisciplinares.

Em relação à formação dos recursos humanos na cidade de Tomar, segundo o nosso estudo de interpretação, constatámos que não se verifica uma formação turística planeada e direcionada para os recursos humanos existentes no setor do alojamento, restauração, comércio (exemplo: lojas do centro histórico) e serviços (exemplo: posto de turismo).

Também não identificámos a existência de parecerias entre as diversas entidades, como por exemplo a autarquia local, a CIMT, a ACITOFFEBA e outras entidades públicas ou privadas quer de âmbito local, regional ou nacional. Estas poderiam, no nosso entender, estabelecer ações de formação turística com carácter regular, com o objetivo de promover a qualidade nos serviços realizados.

Relativamente a formações existentes, encontramos algumas esporádicas e de iniciativa privada como por exemplo pela Associação para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Norte (ADIRN), mas num âmbito mais direcionado para a formação turística nas aéreas desportivas, ou formações para algumas empresas dos diversos setores no âmbito da obrigatoriedade legislativa de formação laboral. Como tal, apresentamos o seguinte quadro com a respetiva avaliação e recomendações.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Alojamento	Escassas ações de formação direcionadas ao setor turístico.	1	Promover medidas de implementação turística na formação de recursos humanos.
2	Restauração	Escassas ações de formação direcionadas ao setor turístico.	1	Promover medidas de implementação turística na formação de recursos humanos.
3	Comércio e Serviços Diversos	Escassas ações de formação direcionadas ao setor turístico.	1	Promover medidas de implementação turística na formação de recursos humanos.
Valor médio			1	

Quadro 32 – Valor médio da formação de recursos humanos

(Elaboração própria).

6.16. Alojamento

As unidades de alojamento cada vez mais representam uma diversidade associada ao fator qualidade. Podemos encontrar diversos tipos de alojamento de forma a dar resposta às necessidades dos segmentos alvo.

Em Portugal podemos encontrar alojamentos que vão desde os Hotéis com várias classificações, estalagens, pousadas, assim como, alojamento em espaço rural, campismo, entre outros. Todas as infraestruturas deverão obedecer a um critério de qualidade, acompanhado de um conjunto de prestação de serviços de apoio, como por exemplo, a realização de reservas, a limpeza dos espaços, serviços de restauração, acesso à internet, entre outros serviços complementares.

Definimos assim três alojamentos situados no centro histórico de Tomar. O Hotel dos Templários está classificado com 4 estrelas e apresenta-se como uma unidade de alojamento de grande capacidade, com uma inúmera oferta de serviços, como estacionamento, piscina exterior, piscina coberta, ginásio, spa, restaurante, bar, música ambiente ao vivo entre outros. Na nossa investigação esta é sem dúvida a unidade hoteleira com maior qualidade para o setor turístico em Tomar.

Analísámos também o Hotel Cavaleiros de Cristo, classificado com 2 estrelas, com uma dimensão mais reduzida comparando com o anterior, possuindo apenas o serviço de

dormida e pequeno-almoço. No entanto, devido ao fato de não proporcionar uma vasta oferta de serviços associados, permite-lhe este praticar preços mais baixos, que certamente vai de encontro a segmentos de mercados menos exigentes e com menor poder de compra.

A Estalagem de Santa Iria embora se apresente com uma classificação de 4 estrelas, na nossa interpretação não possui uma grande oferta qualitativa no serviço prestado, no entanto é acompanhada de uma beleza ímpar, pois localiza-se no Jardim do Mouchão em Tomar numa ilha cidadina rodeada pelo Rio Nabão.

De acordo com o exposto apresentamos o seguinte quadro:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	****Hotel dos Templários	Infraestruturas e serviços excelentes.	5	Manter o mesmo nível de qualidade.
2	**Hotel Cavaleiros de Cristo	Infraestruturas e serviços razoáveis.	3	Implementar medidas de melhoramento do espaço e serviços.
3	****Estalagem Santa Iria	Infraestruturas e serviços razoáveis.	3	Implementar medidas de melhoramento do espaço e serviços.
Valor médio			4	

Quadro 33 – Valor médio do alojamento

(Elaboração própria).

6.17. Restauração

A restauração tem uma elevada importância para o setor do turismo, assim como o turismo tem para a restauração, ou seja, a restauração beneficia com as receitas que os turistas dispõem e por outro lado, o turismo não poderia desenvolver a sua atividade sem o apoio dos serviços de restauração.

O centro histórico de Tomar disponibiliza um leque de oferta no serviço de restauração caracterizado pela sua qualidade gastronómica. No entanto, na nossa interpretação tivemos que contemplar um restaurante localizado na envolvente cidadina devido ao fato de este ser uma referência não só a nível nacional como internacional, que se designa de Restaurante “O Chico Elias”. Este restaurante funciona apenas com

marcação de reserva, e caracteriza-se pela forma de confeção dos alimentos, recorrendo a um forno a lenha. Para além da simpatia dos recursos humanos, apresenta uma excelente qualidade nos pratos gastronómicos realizados, sendo local de passagem obrigatório para individualidades da mais alta sociedade.

O Restaurante “Casa das Ratas” apresenta-se com um registo totalmente diferente, de traça antiga, tradicionalista, que leva o turista a viajar no tempo para as conhecidas “tascas” portuguesas. Sempre com música ambiente portuguesa, mais concretamente o Fado, também apresenta uma excelente confeção na qualidade gastronómica, sendo também um dos locais no nosso entender de passagem turística obrigatória. No entanto, devido à sua traça antiga, algumas condições, como por exemplo das casas de banho, são um pouco limitadas.

O Restaurante “O Tabuleiro” define-se com um registo mais moderno, com características arquitetónicas atuais, mas é um dos restaurantes do centro histórico mais frequentado pois localiza-se muito perto da Praça da República de Tomar. A confeção gastronómica apresenta-se com qualidade assim como o serviço de atendimento.

Desta análise resulta o quadro que se segue:

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Restaurante “O Chico Elias”	Excelente qualidade gastronómica.	5	Manter o nível de excelência.
2	Restaurante “Casa das Ratas”	Boa qualidade gastronómica e criatividade nos serviços.	4	Manter a qualidade gastronómica e implementar medidas diferenciadoras.
3	Restaurante “O Tabuleiro”	Boa qualidade gastronómica.	4	Manter a qualidade gastronómica e implementar medidas diferenciadoras.
Valor médio			4	

Quadro 34 – Valor médio da restauração

(Elaboração própria).

6.18. Outros Comércios e Serviços

O turismo é uma atividade que proporciona um aumento de riqueza, na sua grande maioria com incidência na população local. No entanto, parece-nos que são necessárias medidas que permitam o desenvolvimento de infraestruturas de apoio necessárias ao comércio e serviços locais.

Relativamente ao centro histórico de Tomar, a oferta de lojas é em número reduzido e para além disso apresentam-se com pouca diversidade na oferta no campo turístico, ou seja, não existe um planeamento no âmbito comercial direcionado para o turista, como por exemplo, a inexistência de lojas com produtos artesanais locais.

Na oferta de Bares verificámos que não há um grande número quer no centro histórico, quer na cidade de Tomar. Julgamos ser necessário dinamizar e diversificar esta oferta, pois é um complemento de grande relevância para o turismo, no sentido de que cada vez mais o turista procura momentos de experiências com qualidade, associado ao lazer e diversão.

Os serviços públicos, ainda não se encontram totalmente motivados para se direcionar para os visitantes e turistas, serviços públicos que vão desde a autarquia, polícia de segurança pública, hospitais, tribunais entre outros.

Como tal apresentamos o seguinte quadro com o diagnóstico, avaliação e recomendações.

Exemplo	Levantamento de elementos	Diagnóstico	Valor 0 - 5	Recomendação
1	Lojas	Pouca diversidade de oferta.	2	Implementar medidas de criação de mais comércio.
2	Bares	Oferta em número reduzido.	2	Criação de novos espaços de diversão noturna.
3	Serviços Públicos	Insuficiente apoio ao turista.	2	Aumento dos serviços públicos no apoio ao turista.
Valor médio			2	

Quadro 35 – Valor médio de outros comércios e serviços

(Elaboração própria).

7. Propostas de medidas estratégicas turísticas

7.1. Resumo e interpretação sobre os valores apurados no subcapítulo 6

SUBCAPITULO	ELEMENTOS DE ESTUDO	VALOR MÉDIO 0 – 5	AVALIAÇÃO
6.1	PLANOS ESTRATÉGICOS		
6.1.1	Planos estratégicos de âmbito nacional	3	Suficiente
6.1.2	Planos estratégicos de âmbito local	2	Insuficiente
6.2	PODER LOCAL	2	Insuficiente
6.3	ASSOCIATIVISMO	3	Suficiente
6.4	STAKEHOLDERS	3	Suficiente
6.5	POTENCIAÇÃO DE RECURSOS EXISTENTES	2	Insuficiente
6.6	ACESSIBILIDADES		
6.6.1	Entradas da cidade	2	Insuficiente
6.2.2	Circulação urbana		
6.6.2.1	Circulação rodoviária	3	Suficiente
6.6.2.2	Circulação pedonal	3	Suficiente
6.7	ESTACIONAMENTO		
6.7.1	Viaturas	3	Suficiente
6.7.2	Parque de estacionamento diversos	0	Inexistente / Ineficaz
6.8	SINALÉTICA		
6.8.1	Sinalética exterior	1	Mau
6.8.2	Sinalética interior	3	Suficiente
6.9	ANIMAÇÃO CULTURAL		
6.9.1	Animação quotidiana nas ruas e praças	1	Mau
6.9.2	Eventos culturais	4	Bom
6.10	CRIATIVIDADE TURISTICA	1	Mau
6.11	GUIA TURISTICO	2	Insuficiente
6.12	SEGURANÇA	3	Suficiente
6.13	CONDIÇÕES DE HIGIENE E SALUBRIDADE PÚBLICA	2	Insuficiente
6.14	ENVOLVIMENTO DA POPULAÇÃO LOCAL	3	Suficiente
6.15	FORMAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS	1	Mau
6.16	ALOJAMENTO	4	Bom
6.17	RESTAURAÇÃO	4	Bom
6.18	OUTROS COMÉRCIOS E SERVIÇOS	2	Insuficiente

Quadro 36 – Resumo dos valores médios relativos aos elementos interpretados.

(Elaboração própria).

De acordo com o quadro acima apresentado, realizámos um gráfico radar com vista a analisarmos com mais clareza os valores médios obtidos no decurso do nosso trabalho de investigação.



Gráfico 6 – Valores médios dos elementos interpretados: cidade de Tomar – centro histórico
(Elaboração própria).

Este gráfico revela-nos através dos pontos representados no gráfico que, os elementos interpretados que apresentam um valor crescente em direção ao ponto central, ou seja, de 0 a 5 na escala de avaliação efetuada.

Assim, verificámos que nenhum dos elementos analisados apresenta uma média de 5 valores e apenas se registam níveis a partir dos 4 valores atribuídos ao alojamento, restauração e eventos culturais. Também podemos interpretar que no âmbito do estacionamento diversos (autocarros, autocaravanas, bicicletas) o registo demonstra o valor de 0.

Para melhor demonstrar a percepção da situação turística que Tomar oferece aos seus visitantes e turistas elaborámos um gráfico com valores percentuais, de forma a permitir realizar uma análise mais precisa dos resultados obtidos da nossa interpretação.

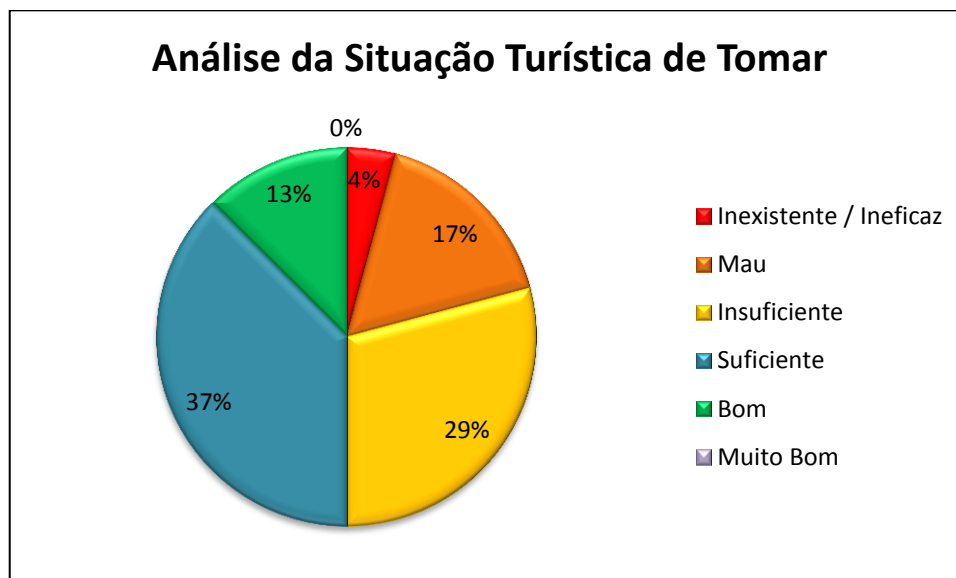


Gráfico 7 – Análise da situação turística de Tomar (decorrente dos valores trabalhados no gráfico anterior)

(Elaboração própria).

De acordo com o gráfico acima apresentado através de uma divisão em duas partes da grelha de avaliação, uma caracterizada num âmbito negativo (Inexistente/Ineficaz, Mau e Insuficiente); e a segunda qualificada pelos resultados positivos (Suficiente, Bom e Muito Bom).

Tendo em consideração os critérios de análise verificámos que a soma dos aspetos negativos e dos positivos apresentam respetivamente um valor de 50%. Concluimos, perante os valores demonstrados, que a cidade de Tomar no conjunto dos fatores avaliados se apresenta aos seus visitantes e turistas de uma forma que pode transmitir de modo equilibrado as experiências positivas e negativas. No nosso entender, mesmo que as positivas revelem uma quota de suficiente de 37%, deveriam ser alvo de análise e melhoria. Relativamente aos valores negativos de 50% são no nosso ponto de vista, um alerta urgente de implementação de medidas estratégicas com o objetivo de as transformar em fatores positivos, pois com esta realidade podemos afirmar que, a cidade de Tomar como destino turístico, na sua oferta turística, se revela numa enorme fragilidade qualitativa.

7.2. Medidas a implementar

- a) Medidas a implementar aos elementos com valores obtidos: 0 (Inexistente/Ineficaz)
- Parque de estacionamento diversos – A autarquia local deve promover a criação de espaços urbanos destinados a estacionamento de autocarros turísticos, autocaravanas e bicicletas.
- b) Medidas a implementar aos elementos com valores obtidos: 1 (Mau)
- Sinalética exterior – Implementar sinalética exterior nos diversos locais da cidade e monumentos de interesse turístico de acordo com as normas estabelecidas.
 - Animação quotidiana de ruas e praças – O município de Tomar deve criar parcerias públicas ou privadas de forma a obter os elementos necessários para promover animação de rua, principalmente nas ruas de maior afluência turística.
 - Criatividade turística - Estabelecer condições que proporcionem a criação de um espaço direcionado ao desenvolvimento de fatores de criatividade, composto por diversas entidades públicas e privadas.
 - Formação de recursos humanos – Promover mais ações de formação para diversos setores, por exemplo na restauração, alojamento e restante comércio local.
- c) Medidas a implementar aos elementos com valores obtidos: 2 (Insuficiente)
- Planos estratégicos de âmbito local – Promover revisões dos planos em vigor, devido ao fato de estes estarem obsoletos relativamente à realidade existente.
 - Poder local – Implementar linhas estratégicas de desenvolvimento ao setor turístico.
 - Potencialização de recursos existentes – Promover a vasta riqueza patrimonial existente em Tomar.
 - Entradas da cidade – Projetar novas entradas com características mais direcionadas à prática turística.
 - Guia turístico – Desenvolver novos suportes informativos adequados às novas tecnologias, assim como, absorver mais recursos humanos com formação de guia turístico.

- Condições de higiene e salubridade pública – Reparação e criação de sanitários públicos, replanear novos horários de limpeza de ruas e recolha de lixo adequados aos horários turísticos.
- Outros comércios e serviços – Incentivos para criação de novos locais de comércio e serviços de apoio ao setor turístico.

d) Medidas a implementar aos elementos com valores obtidos: 3 (Suficiente)

- Planos estratégicos de âmbito nacional - Proceder a uma rede comunicativa com entidades regionais e locais, de forma a elaborar linhas de estratégias em sintonia com as bases territoriais.
- Associativismo – Desenvolver redes de trabalho com associações no sentido destas serem uma mais-valia na realização de atividades culturais.
- *Stakeholders* – Criar uma base de dados onde constem todos os possíveis stakeholders, com o objetivo de promover um apoio mútuo para o desenvolvimento local.
- Circulação rodoviária – Elaborar planos estratégicos de análise ao espaço urbano atual, no sentido de melhorar as condições existentes.
- Circulação pedonal - Elaborar planos estratégicos de análise ao espaço urbano pedonal atual, no sentido de melhorar as condições existentes.
- Estacionamento: Viaturas – Criação de novos espaços destinados ao estacionamento de viaturas.
- Sinalética interior – Desenvolver projeto comum entre os locais de interesse turístico, para que a sinalética obedeça às normas atuais e seja aplicada de uma forma eficaz e eficiente.
- Segurança – Realizar uma análise conjunta com os intervenientes locais, no sentido de apresentar uma oferta maior a nível dos recursos humanos e medidas necessárias para que se atinja um nível elevado de segurança.
- Envolvimento da população local – Promover ações de sensibilização junto da população local de forma a incutir nesta a importância que a atividade turística transporta para a economia local.

- e) Medidas a implementar aos elementos com valores obtidos: 4 (Bom)
- Eventos culturais – Dar continuidade à promoção dos eventos existentes e desenvolver novos e diferenciadores eventos culturais.
 - Alojamento – Manter a qualidade existente e promover ações de melhoramento nos alojamentos com menor qualidade na sua oferta.
 - Restauração – Desenvolver mais ações de promoção gastronómica e garantir que são tomadas as medidas necessárias para um serviço de qualidade.
- f) Medidas a implementar aos elementos com valores obtidos: 5 (Muito bom)
- Não se verificam elementos com este valor.

Como se depreende de toda esta demonstração podemos considerar que a Apresentação e Interpretação Turística do centro histórico de Tomar necessita de ser compaginada com projetos de reabilitação urbana orientados decisivamente ao turismo e a cidade precisa de se comunicar melhor aos visitantes e turistas.

Os dados recolhidos e tratados permitem-nos, portanto avançar um cenário compreensivo sobre o ponto da situação na questão que foi colocada no nosso trabalho de dissertação.

CONCLUSÕES

"A partir de um pormenor qualquer, por vezes insignificante, consegue-se descobrir sem querer os grandes princípios."

(Georges Simenon)

Se considerarmos que de acordo com o PENT, *"Portugal está a afirmar-se como destino turístico de excelência"*, teremos que considerar conforme demonstra este trabalho científico essa "excelência" ainda está muito longe de ser uma realidade quotidiana.

Se há cidades com centros históricos, que parecem demonstrar ser capazes de se tornarem um excelente destino turístico (Guimarães, Óbidos, entre outras), teremos também que compreender que a cidade de Tomar nesta matéria tem ainda um longo caminho a percorrer. As conclusões que se retiram da nossa experiência, desenvolvida em pesquisa documental e bibliográfica e em trabalho de campo, suportada por dados recolhidos, tratados e apresentados poderão, eventualmente servir para uma reflexão mais profunda sobre como adequar melhor a cidade à visitação. As medidas de política autárquica podem contribuir para que, num futuro breve consigamos alterar, positivamente, o atual panorama.

Assim, tendo em consideração os objetivos propostos aquando do início da investigação, consideramos que podemos elencar as seguintes conclusões:

- Necessidade de implementar medidas estratégicas a curto, médio e longo prazo, devido à crescente concorrência existente no mercado turístico, associado ao aumento da diversidade de destinos;
- Considerar a consciencialização dos decisores políticos para um desenvolvimento turístico de forma sustentável, através de modelos de planeamento estratégicos de turismo;
- Adotar uma visão estratégica comum e com significado de partilha por todas entidades envolvidas no respetivo processo;
- Necessidade de implementar em cada espaço geográfico, redes de planeamento estratégico descentralizadas;

- Considerar que, para atingir a qualidade no setor turístico, temos que ter em conta um vasto conjunto de elementos. Se um destes elementos não estiver no nível qualitativo ideal poderá comprometer a experiência do visitante / turista.
- Observar o setor turístico como parte integrante de todas as áreas setoriais complementares ao seu bom funcionamento.
- Necessidade de implementação de um modelo de análise interpretativa turística, com vista a identificar e solucionar as lacunas existentes nesse espaço geográfico.
- Adaptar o modelo apresentado nesta investigação às especificidades do local em estudo, mas seguindo sempre as principais linhas orientadoras de forma a garantir a sua coerência.
- Monitorizar e avaliar o modelo de interpretação turística realizado, no sentido de se adaptar às mudanças ocorridas nos diversos contextos, social, económico, turístico, cultural entre outros.

Tendo-se encontrado um modelo de análise, que de modo sustentado permite compreender melhor as dinâmicas do turismo praticado no destino de Tomar, entendemos que é possível, futuramente desenvolver estudos conducentes a criar, eventualmente, um Observatório de Turismo Local que, por exemplo em parceria entre várias instituições, permita perceber tendências e promover o estabelecimento de planos estruturados do lado da melhoria de condições para a Procura e melhor estruturação da Oferta.

Em suma, no nosso entender é fundamental que os quadros técnicos no setor do Turismo, pertencentes às diversas entidades, públicas ou privadas, integrem no planeamento estratégico na vertente de gabinete, o desenvolvimento de um trabalho de campo, exaustivo, olhando o todo de forma pormenorizada. Com efeito, as cidades são locais que expressam cultura e são procuradas para as atividades humanas, como tal, uma cidade que sabe comunicar é uma cidade com futuro. O caso da cidade de Tomar, como tentámos demonstrar, fica diagnosticado e passa a ser tema mais conhecido, condição essencial, para que as medidas de política possam, efetivamente, contribuir para a melhoria da atividade turística deste destino tão importante no contexto do turismo nacional e internacional.

Limitações do Trabalho e Perspetivas Futuras

No decurso desta investigação deparámo-nos com algumas dificuldades, relativas a inúmeros fatores. Estes vão desde o escasso período de tempo estabelecido para a respetiva realização da dissertação, assim como a necessidade que se foi verificando para realizar uma investigação mais exaustiva, devido à complexidade multidisciplinar e vasto número de fatores intervenientes na atividade turística.

No nosso entender é um trabalho de investigação, que deverá ter a sua continuidade académica, como forma a desenvolver um modelo de interpretação turística baseado na avaliação de um maior número de fatores, assim como replicar o mesmo a outros locais geográficos.

BIBLIOGRAFIA

- ALVES, Ana Maria (1986). *As entradas régias portuguesas*. Livros Horizonte.
- ANMP (2004). *Relatório e Projecto de Resoluções referentes ao tema “Turismo e Poder Local”*, XIV Congresso.
- ATL - Associação de Turismo de Lisboa (2010). *Plano Estratégico 2011-2014*.
- CÂMARA MUNICIPAL DE TOMAR (1994). *Plano Diretor Municipal de Tomar*.
- CÂMARA MUNICIPAL DE TOMAR (1999). *Plano Pormenor do Centro Histórico de Tomar*.
- CAVALCANTI, Lana de Souza (2008). *Geografia Escolar e a Cidade - Ensaio sobre o: Ensino de Geografia para a Vida Urbana Cotidiana*. Brasil.
- CCDR-LVT (2009). *PROT OVT – Plano Regional Ordenamento do Território do Oeste e Vale do Tejo*.
- CCDR-LVT (2011). *PROT-OVT - Turismo e Lazer. Reflexão sobre a aplicação do PROT*. Apresentação efetuada no Auditório da CCDR-LVT - 30 de Junho de 2011.
- CEDRU (2008). *Uma Nova Agenda Urbana, Tomar 2015*. Documento de trabalho.
- CIMT (2008). *PTD-MTPIS, Programa Territorial de Desenvolvimento do Médio Tejo e Pinhal Interior Sul*.
- COSTA, Carlos (2005). *Turismo e Cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)*. *Análise Social*, vol. XL (175).
- CUNHA, Licínio (1997). *Economia e Política do Turismo*. Editora McGRAW-HILL, Lisboa.
- CUNHA, Licínio (2001). *Introdução ao Turismo*. Editora Verbo, Lisboa.
- CUNHA, Licínio (2010). *Avaliação do Potencial Turístico*. COGITUR. *Journal of Tourism Studies*.
- CUNHA, Licínio (2010). *Artigo PUBLITURIS*. Março de 2010.
- Dicionário da Língua Portuguesa (2011). Porto Editora.
- EVANS, Graeme (2001). *Cultural Planning an urban renaissance?*, Routledge, New York.

FIGUEIRA, Luís Mota (2007). *Fumos da Casa da Mina e da Índia – Vestígios Manuelinos encontrados no concelho de Torres Novas*. Revista de Cultura – Nova Augusta, Nº 7.

FIGUEIRA, Luís Mota (2012). Texto sobre Apresentação – Interpretação.

GUNN, Clare A. (2002). *Tourism Planning, basics, concepts, cases*. 4ªed. Taylor and Francis Books, Routledge, London.

HENRIQUES, Cláudia (2003). *Turismo, Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável*. Edições Sílabo, Lisboa.

ICOMOS, International Council on Monuments and Sites (2002). *Principles and Guidelines for Managing Tourism at Places of Cultural and Heritage Significance*. International Cultural Tourism Charter.

KANT, Immanuel (1781). *Crítica da Razão Pura*.

KOTLER, P., HAMLIN, M. A., REIN, I., e HAIDER, D. H (2002). *Marketing Asian Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. John Wiley & Sons. Singapore.

MACHADO, José Pedro (1991) *Grande Dicionário da Língua Portuguesa*, Volume III. Publicações Alfa. Lisboa.

MATEUS, Augusto (2009). *Cultura, Conhecimento e Desenvolvimento Económico e Social: O papel central do Património*. Colóquio: Património Cultural - Ir mais além. Lisboa.

MCKERCHER, Bob, DU CROS, Hilary (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. The Haworth Hospitality Press. New York. USA.

NUNES, Joana (2003). *Sinalética da cidade de Tomar*. Trabalho realizado no 5º ano da Licenciatura de Gestão Turística e Cultural – Instituto Politécnico de Tomar.

NUNES, Joana (2010). *Plano de Interpretação Turística de Tomar*. Trabalho realizado no 1º ano Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural – Instituto Politécnico de Tomar.

OECD (2006). *Innovation and Growth in Tourism*. Paris.

OMT (1999). *O código mundial de ética do turismo*. Santiago do Chile.

OMT (2006). *Introdução à Metodologia da Pesquisa em Turismo*. Editora Roca. São Paulo. Brasil.

PENT (2007). *Plano Estratégico para o Turismo, para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Ministério da Economia e da Inovação. Turismo de Portugal, IP. Lisboa.

PENT (2011). *Propostas para Revisão no Horizonte 2015*.

PETS, *Plano Estratégico de Turismo do concelho de Sesimbra* (2009).

PNPOT, *Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território* (2007).

PROJETO TOMAR ACESSÍVEL (2001). Apresentação realizada na *Conferência “Tomar Acessível”*, em 25/10/2011, no Auditório da Biblioteca Municipal de Tomar; organizada pelo CIRE de Tomar no âmbito do Projeto Tomar Acessível.

Revista Turismo em Análise, volume 21 n.º.2, São Paulo (2010). Congresso INVTUR 2010. Universidade de Aveiro. Aveiro. Portugal.

RICHARDS, G. e WILSON, J. (2006). *Developing creativity in tourists experiences: a solution to the serial reproduction of culture*. Tourism Management. USA.

ROSA, Amorim (1988). *História de Tomar*. Vol. I, II; 2ª edição. Tomar.

SAMPAIO, Sónia Cláudia de Carvalho (2004). *A importância da formação dos recursos humanos no Turismo*. Universidade do Minho. Portugal. Dissertação de Mestrado.

SEMEDO, Pedro Miguel Carrilho (2008). *O impacto dos eventos culturais na renovação e diversificação do produto turístico urbano – O caso de Tomar*. Universidade de Aveiro. Portugal. Dissertação de Mestrado.

SILVA, Carlos Nunes da (2002). “*A Carta do Novo Urbanismo*” e a “*Nova Carta de Atenas*”: *a utopia urbana do Século XXI*. Cadernos Municipais – Revista de Acção Regional e Local. Vol. XVI (79). Julho 2002, pág. 35-47.

SOUSA (2011). *Boletim Informativo de Tomar – Novembro 2011*. Câmara Municipal de Tomar.

TURISMO DE PORTUGAL (2010). *Turismo na Economia – Indicadores de Atividade Turística e Económica em Portugal 2000 – 2009*.

VIEIRA, João Martins (2007). *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo, Uma perspetiva estratégica*. Editorial Verbo. Lisboa.

WTO, (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*.

Legislação

Decreto-Lei nº 244/2002, de 5 de Novembro, *NUTS*.

Decreto-Lei nº 191/2009, de 17 de Agosto.

Regulamento (CE) nº 105/2007 da Comissão, de 1 de Fevereiro de 2007, *altera os anexos do Regulamento (CE) nº 1059/2003 do Parlamento Europeu e do Conselho relativo à instituição de uma Nomenclatura Comum das Unidades Territoriais Estatísticas (NUTS)*.

Regulamento (CE) nº 1059/2003 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de Maio de 2003, *relativo à instituição de uma Nomenclatura Comum das Unidades Territoriais Estatísticas (NUTS)*.

Resolução do Conselho de Ministros nº 53/2007 Diário da República, 1ª série— Nº 67 - 4 de Abril de 2007 – *PENT*.

Webgrafia

<http://circonatureza.blogspot.com/2010/08/habitante-de-cem-soldos-num-por-um-dia.html>,
acedido em 19/11/2011.

<http://cm-tomar.pt>

http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Entrada_da_Goleg%C3%A3.jpg,
acedido em 22/12/2011.

<http://fotos.sapo.pt/tomarcamp/fotos/>,
acedido em 14/12/2011.

<http://palavrasditasdabocaparafora.blogspot.com/2011/07/ha-os-que-vem-de-proposito-so-para-ver>.
acedido em 14/12/2011.

http://pt.wikipedia.org/wiki/Lisboa_e_Vale_do_Tejo, acedido em 10/10/2011.

<http://radio.cidadetomar.pt/noticia.php?id=1104>, acedido em 22/12/2011.

<http://sic.cm-abrantes.pt/turismo/site/despertar/a/a.html>, acedido em 15/12/2011.

<http://sic.cm-abrantes.pt/turismo/site/despertar/a/a.html>, acedido em 15/12/2011.

<http://tomarterratemplaria.blogspot.com/2010/07/festival-estatuas-vivas-de-tomar.html>,
acedido em 14/12/2011.

<http://www.cidadetomar.pt/fotostabuleiros.php>, acedido em 22/12/2011.

<http://www.cidadetomar.pt/noticia.php?t=e&id=6094>, acedido em 19/11/2011.

<http://www.cm-guimaraes.pt/>; <http://>, acedido em 12/11/2011.

<http://www.cm-obidos.pt/>, acedido em 12/11/2011.

<http://www.guimaraesturismo.com/>, acedido em 12/11/2011.

<http://www.jornalorrejano.pt/edicao/noticia/?id=1002&ed=639>, acedido em 22/12/2011.

<http://www.radio.cidadetomar.pt/noticia.php?id=10637>, acedido em 14/12/2011.

http://www.rhturismo.net/index.php?option=com_content&task=view&id=7607&Itemid=2
, acedido em 28/12/2012.

<http://www.tomarimbando.net/>, acedido em 19/11/2011.

<http://www.mundodosfilosofos.com.br/pensamentos.htm>, acedido em 23/12/2011.

www.adirn.pt, acedido em 28/12/2011.

www.anmp.pt/

www.ccdr-lvt.pt

www.hoteldostemplarios.com, acedido em 27/12/2011.

www.iefp.pt

www.ine.pt

www.radiohertz.pt, acedido em 12/11/2011.

www.sfgp.pt, acedido em 27/12/2011.

www.turismodeportugal.pt

www.unesco.org

ANEXOS

Anexo 1 – Inquérito realizado aos agentes locais, regionais e nacionais

MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE TURISMO CULTURAL

DISSERTAÇÃO "INTERPRETAÇÃO TURÍSTICA: CIDADE DE TOMAR"

INQUÉRITO

I – Qual o valor de Tomar para o turismo nacional e internacional?

II) Como devemos comunicar a cidade aos turistas e visitantes?

III) Como entende o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico cultural? Alto/Médio/Baixo?

Muito obrigada pela sua colaboração.

JOANA NUNES

Anexo 2 – Identificação dos agentes locais, regionais e nacionais inquiridos

Ficha nº	Nível	Entidade	Nome	Função
1	Nacional	Turismo de Portugal (Direção de Desenvolvimento de Produtos e Destinos Departamento de Dinamização)	Diretora	Dra. Margarida Alçada
2		Região de Turismo de LVT	Presidente	Dr. Joaquim do Céu
3	Regional	Região de Turismo Templários	Vice-Presidente RTLVT	Dr. Manuel Faria
4		Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo - CIMT	Secretária Executiva	Eng. ^a Ana Paula Remédios
5	Local	Câmara Municipal de Tomar	Presidente	Dr. Corvêlo de Sousa
6		Câmara Municipal de Tomar	Vereador da Cultura	Dra. Rosário Simões
7		Câmara Municipal de Tomar	Vereador do Turismo	Carlos Carrão
8		Junta de Freguesia São João Baptista	Presidente de Junta	Augusto Barros
9		Junta de Freguesia de Santa Maria dos Olivais	Presidente de Junta	António Rodrigues
10		Instituto Politécnico de Tomar	Presidente	Doutor Eugénio de Almeida
11		Hotel dos Templários	Diretor	Dr. Vítor Pais
12		ACITOFEBBA - Associação de Comerciantes e Industriais dos Concelhos de Tomar, Ferreira do Zêzere e Vila Nova da Barquinha	Presidente	Francisco Faria
13		Associação Portuguesa de Turismo Cultural	Presidente da Direção	
14		Associação Canto Firme	Presidente	Dr. António Sousa
15	Convento de Cristo	Diretora	Dra. Ana Dias	

**Anexo 3 – Respostas obtidas ao inquérito realizado aos agentes locais,
regionais e nacionais**

Ficha n°	1
Nível	Nacional
Entidade	Turismo de Portugal (Direção de Desenvolvimento de Produtos e Destinos Departamento de Dinamização)
Nome	Margarida Alçada
Função	Diretora

PERGUNTA	RESPOSTA
Qual o valor de Tomar para o turismo nacional e internacional?	<p>Tomar é um dos mais importantes lugares de memória da História de Portugal, centro da geografia sagrada da Ordem do Templo que deixou na região um rico património, destacando-se o Convento de Cristo que constitui um dos maiores conjuntos monumentais portugueses classificado como Património Mundial.</p> <p>O Convento de Cristo constitui um compêndio da história e da arquitetura portuguesas.</p> <p>Situada no centro geográfico de Portugal, a cidade possui recursos para ser um dos maiores centros turísticos.</p>
Como devemos comunicar a cidade aos turistas e visitantes?	<p>O património intangível da cidade está indelévelmente associado ao valioso património monumental, conferindo-lhe o que poderíamos considerar a alma. Destaca-se a tradicional Festa dos Tabuleiros, vestígio do ancestral culto ao Espírito Santo implementado pelos templários. As histórias e lendas associadas à região conferem um valor acrescentado ao já notável património arquitetónico devendo fazer parte integrante da interpretação e fruição do lugar. Os agentes locais deverão ser os transmissores.</p>
Como entende o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico cultural? Alto – Médio – Baixo.	Alto.

Ficha nº	4
Nível	Regional
Entidade	CIMT – Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo
Nome	Eng. ^a Ana Paula Remédios
Função	Secretária Executiva da CIMT

PERGUNTA	RESPOSTA
<p>Qual o valor de Tomar para o turismo nacional e internacional?</p>	<p>Acidade de Tomar, pelas carateristicas que a definem, enquadra-se num tipo de turismo associado à cultura, sendo o Convento de Cristo o monumento que lhe traz maior notoriedade e relevância. A existência deste monumento, classificado como Património Mundial, pela UNESCO, em 1983, é fundamental para a atratividade da cidade de Tomar, devido à sua originalidade e diferenciação e, ao mesmo tempo, promotor do aumento de fluxos turísticos, potenciando desse modo as carateristicas que permitem à cidade ser um pólo dinamizador do turismo na região onde se insere, com importantes impactes ao nível do turismo nacional e internacional.</p> <p>O valor patrimonial desta cidade inclui também o seu importante património imaterial, com destaque para a herança templária e a Festa dos Tabuleiros, cada um com a sua notoriedade, mas expressivos e representativos da valoração turístico-cultural de Tomar.</p>
<p>Como devemos comunicar a cidade aos turistas e visitantes?</p>	<p>As necessidades de inovação e criatividade, próprias dos tempos atuais, exigem uma comunicação global eficaz, facilitada por plataformas como a internet, que constituem um veículo multifacetado, pelo que destacamos a importância dos Sites na comunicação dirigida aos turistas e visitantes. Paralelamente, existem outros meios de divulgação e promoção importantes, que deverão ser utilizados tais como, material de informação e</p>

	<p>promoção turística, realização de eventos e comercialização de produtos locais.</p> <p>Seja qual for o meio utilizado, a eficácia desta comunicação beneficia bastante da aposta em iniciativas que promovam e enalteçam a identidade da cidade.</p>
<p>Como entende o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico cultural?</p> <p>Alto – Médio – Baixo.</p>	<p>Alto.</p>

Ficha nº	8
Nível	Local
Entidade	Junta de Freguesia de São João Baptista
Nome	Augusto Barros
Função	Presidente de Junta

PERGUNTA	RESPOSTA
Qual o valor de Tomar para o turismo nacional e internacional?	Tomar é uma cidade histórica, conhecida em Portugal e também no estrangeiro pelos seus monumentos, nomeadamente o Castelo, Convento de Cristo, Sinagoga, entre outros. Acho que Tomar tem muito valor para o turismo nacional e internacional, se pensarmos no número de visitantes e turistas que passam por ano em Tomar, percebemos o quanto Tomar é importante.
Como devemos comunicar a cidade aos turistas e visitantes?	Devemos fazer uma divulgação com apoio nas novas tecnologias, a informação e divulgação na Internet é de suma importância. Temos como exemplo a divulgação da Festa dos Tabuleiros que foi um êxito. Penso que é importante a criação de eventos para que as pessoas que vem à cidade possam perceber que não somos apenas cidade histórica que se resume aos monumentos, devemos dar uma ideia de movimento. Apostar no comércio e restauração para receber e acolher os visitantes e turistas de modo a que permaneçam na cidade por uns dias e não apenas de passagem.
Como entende o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico cultural? Alto – Médio – Baixo.	Entendo que o valor é médio, no entanto reconheço que temos potencial para que se eleve a alto.

Ficha n°	11
Nível	Local
Entidade	Hotel dos Templários
Nome	Dr. Vítor Pais
Função	Diretor

PERGUNTA	RESPOSTA
Qual o valor de Tomar para o turismo nacional e internacional?	Valor acrescentado, Tomar cidade Templária única com um património cultura elevadíssimo só pode acrescentar valor ao pacote do turismo de cultura . Um local obrigatório a visitar em Portugal.
Como devemos comunicar a cidade aos turistas e visitantes?	Hoje a comunicação deverá ser feita da forma mais eficaz possível, utilizando os meios tecnológicos ao nosso dispor, dentro duma estratégia de comunicação bem definida e abrangente, porque está em jogo a imagem de uma cidade. Nesse sentido meios "Online", dirigido aos segmentos identificados através do facebook , twitter, campanhas virais etc.... Offline - in loco através dos players locais, e em parceria com Tour operatos e agentes de viagem, campanhas promocionais em Feiras de Turismo.
Como entende o valor de Tomar no contexto da região no âmbito turístico cultural? Alto – Médio – Baixo.	Alto.

