

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA EURO-REGIÃO NORTE DE PORTUGAL E GALIZA: ANÁLISE DA OFERTA

Xulio Pardellas de Blas*, Cláudia Simões**, Carmen Padín*, Frederico Yuri Hanai*, Sara Aboy*

Abstract

A conjuntura do sector do turismo tem sofrido alterações, sendo notória uma procura cada vez mais exigente, em termos de qualidade do serviço e diversidade dos produtos turísticos. Paralelamente, a concorrência de destinos emergentes tem exigido por parte da oferta abordagens inovadoras capazes de responderem às imposições dos mercados e contribuírem para o desenvolvimento sustentado das comunidades receptoras. Tendo como base a dinâmica ambiental descrita, este trabalho realiza um levantamento da oferta na euro-região *Norte de Portugal e Galiza*. Esta área geográfica encerra um conjunto de especificidades que poderão constituir um potencial turístico relevante. No entanto, mais do que uma mera indústria o turismo é visto neste projecto como formado por actividades capazes de fomentarem o intercâmbio entre os povos estimulando a tolerância e a partilha de culturas e de experiências recorrendo ao património sem o destruir.

Tendo como base dados secundários, este trabalho realiza um levantamento dos recursos existentes na euro-região, complementado com a óptica da actuação municipal dos concelhos pertencentes ao eixo atlântico. Daqui se procura derivar e configurar uma possível oferta conjunta, favorecendo uma actuação colectiva das organizações e contribuindo para uma correcta e eficiente projecção da oferta junto de mercados emissores relevantes. Tendo como base este objectivo, o estudo centra-se na análise de documentação secundária: documentação genérica sobre o papel do turismo nas regiões em análise; documentação proporcionada pelos Municípios/Câmaras Municipais.

A análise demonstra que o sector turístico deverá ter um papel relevante no desenvolvimento futuro da região. Esta área geográfica revela-se, não só, pelos recursos e atracções que pode oferecer aos visitantes, mas também, pela existência de sinergias e potencialidades ainda sub-utilizadas. As duas cidades nucleares da euro-região - Santiago e Porto - formam pólos com um elevado atractivo mundial, no entanto, o facto de concentrarem um excesso de interesse dos visitantes diminuem a visibilidade das restantes áreas turísticas do território em análise. Sob o ponto de vista geográfico, os eixos litoral e interior configuram e definem tipologias turísticas diversas nem sempre definidas. Apesar disso podem dar origem a rotas e itinerários temáticos conjuntos recorrendo à utilização adequada dos recursos comuns numa perspectiva de cooperação entre destinos, instituições e empresas.

* Universidade de Vigo; ** Universidade do Minho

INTRODUÇÃO

A conjuntura do sector do turismo tem sofrido alterações, sendo notória uma procura cada vez mais exigente, em termos de qualidade do serviço e diversidade dos produtos turísticos. Paralelamente, a concorrência de destinos emergentes tem exigido por parte da oferta abordagens inovadoras capazes de responderem às imposições dos mercados e contribuir para o desenvolvimento sustentado das comunidades receptoras. Tendo como base a dinâmica ambiental descrita, este estudo realiza um levantamento da oferta na euro-região *Norte de Portugal e Galiza*. Esta área geográfica encerra um conjunto de especificidades que poderão constituir um potencial turístico relevante. No entanto, mais do que uma mera indústria, o turismo é visto neste projecto como formado por actividades capazes de fomentarem o intercâmbio entre os povos estimulando a tolerância e a partilha de culturas e de experiências recorrendo ao património sem o destruir.

Assentando na análise de dados secundários, este trabalho realiza um levantamento dos recursos existentes na euro-região, complementado com a óptica da actuação municipal dos concelhos pertencentes ao eixo atlântico. Daqui se procuram derivar linhas de orientação para configurar uma possível oferta conjunta, favorecendo uma actuação colectiva das organizações e contribuindo para uma correcta e eficiente projecção da oferta junto de mercados emissores relevantes. Este documento prossegue com um breve enquadramento teórico do tema sobre os destinos turísticos, sendo posteriormente apresentados o método e análise dos dados examinados. Por fim são tecidas algumas notas finais.

OS DESTINOS TURÍSTICOS

O turismo inclui um conjunto complexo de actividades envolvendo uma grande amplitude de serviços, produtos e agentes económicos e sociais. Segundo Pearce (1991:2), a actividade turística é "geograficamente complexa, onde distintos produtos e serviços são procurados e fornecidos em estádios diferentes da origem ao destino". Associada a tal actividade emerge uma indústria horizontal, contemplando uma grande variedade de serviços e de sectores. A indústria turística engloba um conjunto complexo de actividades capaz de fornecer infra-estruturas, serviços de alojamento, restauração, transporte/viagens, diversão e atracções para o turista, agências governamentais (CE, 1994; Pearce 1991; Chadwick 1994). Este amplo conjunto de produtos e serviços necessários à oferta turística podem ser mais ou menos centrais para essa oferta. Gilbert (1990) considera como componentes nucleares o transporte,

alojamento, atracções e restauração. Numa linha mais alargada encontram-se os serviços periféricos públicos e privados, cuja existência é necessária para uma indústria turística global apropriada.

Mas, a natureza do turismo vai para além da sua componente económica. O turismo é também formado por um conjunto de actividades que transformam, um determinado número de recursos naturais e históricos genéricos sem os destruir. Adicionalmente, destacamos no âmbito da realização turística a componente de prática social colectiva a qual, pelos seus mecanismos de interligação, é afectada a um território envolvendo duas comunidades sociais - turistas e residentes. A comunidade dos turistas desloca-se e define-se por características culturais concretas. A comunidade residente habita no local e é igualmente definida por traços culturais, os quais podem ser distintos dos da comunidade turística. Em muitos casos o perfil cultural dos residentes é motivo de atracção para o turista. De acordo com esta perspectiva o turismo, mais do que uma actividade económica, pode ser catalogado como um intercâmbio cultural entre sociedades.

A actividade inerente ao turismo necessita situar-se num território (utilizando as suas características e os seus recursos) associada a um conjunto de actividades económicas. O âmbito da actividade turística pode levar à reconfiguração e reordenação de um território. Podemos, assim, apresentar a seguinte definição de destino turístico:

um sistema territorial de traços singulares onde se reúnem duas (ou mais) comunidades sociais, o qual integra como componentes elementos primários, que constituem o seu atractivo fundamental motivando a deslocação do turista, e elementos secundários, que facilitam o consumo (e.g., alojamento, restauração, comércio).

O turismo como actividade económica e social integra formas singulares de actuação as quais afectam o território condicionando as restantes actividades e relações económicas e sociais. Neste contexto, o turismo configura muitas vezes uma nova estrutura territorial, social e económica (Evans et al 2003; Valls 2004). Tais práticas de actuação do turismo encontram-se, normalmente, sujeitas a lógicas de temporalidade e padrões de ocupação/rotação não habituais nas actividades económicas de manufactura. De facto, no caso do turismo incluem-se componentes de variada natureza, as quais vão desde dimensões tangíveis de propriedade pública e uso não destrutivo (paisagem, monumentos) até aos intangíveis de propriedade pública ou privada (imagens publicitárias, logótipos, denominações de origem). Torna-se,

então relevante a realização de um levantamento do destino turístico euro-região como um destino diferenciado em função de elementos identificativos que se relacionarão dentro do contexto concreto das cidades (Dredge 1999; Delgado 2002; Figueiredo 2004).

Num destino, a oferta turística encontra-se muitas vezes articulada como um produto envolvendo recursos e serviços. Machín (1993: 34) define o produto turístico como sendo "uma combinação de prestações e elementos tangíveis e intangíveis que oferecem benefícios ao cliente como resposta a determinadas expectativas e motivações". Dois níveis de produto podem então surgir: global e empresarial. Em termos globais o produto correspondente à oferta integrada de um destino turístico, englobando deslocação (meios de transporte) e os atractivos (serviços e equipamentos de um destino). Ou seja, trata-se de um conjunto de ofertas individuais. Numa perspectiva empresarial o produto a um nível específico/individual, abrange a oferta relativa a cada agente/empresa que poderá ser um único ou ter uma carteira diversificada para fazer face a segmentos distintos de mercados (*op. cit.*). Assim, num destino pode-se desfrutar de serviços e adquirir produtos materiais no contexto de uma combinação de componentes concretas a qual, de acordo com a sua melhor ou pior organização, transmitirá uma determinada percepção de qualidade global (Vera 1997).

No cerne do desenvolvimento e articulação dos produtos turísticos globais, encontram-se os recursos. Os recursos são frequentemente determinantes na atracção e motivação de visita a uma zona. Barreto (1991) divide estes recursos dicotomicamente: naturais e culturais. Estes últimos incluem todos os recursos desenvolvidos com participação humana - históricos e contemporâneos. Machín (1993) agrupa os recursos turísticos em três blocos: (1) *recursos relacionados com a natureza* (surgiram ou surgem sem a intervenção do homem, e.g., praias, montanhas); (2) *recursos relacionados com a história* (património histórico e cultural da região, como monumentos, igrejas, museus e arte); (4) *recursos relacionados com a cultura viva* (realizações culturais do quotidiano e/ou tradições regionais, por exemplo, folclore, gastronomia, manifestações culturais).

De um modo genérico, é possível caracterizar os recursos existentes (Barreto 1991). A leitura subjacente a esta exposição é de que os recursos devem ser identificados e conhecidos para assim se poder determinar a melhor maneira de lidar com eles, de modo a contribuir para o potencial turístico da área. Por este motivo, a caracterização e definição da problemática circundante é relevante para que o potencial da região seja utilizado da maneira mais adequada e, assim, se evitem consequências nefastas. De um modo integrado, deve ser

desenvolvido todo um ‘produto turístico’ coerente com os recursos existentes para se atrair o visitante. Cada local em concreto não maximizará a existência dos seus recursos, normalmente haverá um ou dois que predominarão. Por exemplo, um destino de férias numa cidade, conhecida essencialmente pelos seus atractivos artísticos, sublinhará os ambientes socio-cultural e artificial e, só em segundo plano, virão os aspectos naturais (D'all Aglio *et al.* 1993).

Assim, qualquer município dispõe de recursos que podem ser utilizados na actividade turística. O espaço geográfico que configura a base do território ‘município’ deverá considerar-se, ao mesmo tempo, como recurso e como factor de localização de actividades turísticas. Adicionalmente, as actividades turísticas seguem padrões de localização espacial singulares devendo-se ter em conta as especificidades derivadas da característica essencial do sector de serviços relativa à simultaneidade da produção e consumo. Esta especificidade implica a existência de uma relação directa e física entre, por um lado, os recursos e os produtos turísticos que se elaboram com eles e, por outro, os turistas consumidores que se deslocam da sua residência habitual constituindo a procura.

A próxima secção apresenta o método subjacente à recolha e tratamento da informação para o desenvolvimento deste estudo.

MÉTODO

Tendo como objectivo analisar ‘posturas’ de turismo na euro-região e detectar possíveis coincidências ou elementos que permitam criar sinergias e/ou estruturar modelos conjuntos de actuação, este estudo recorreu a fontes secundárias. Os dados secundários analisados assentaram nas seguintes fontes: recolha e exame de documentação cedida pelos Municípios/Câmaras Municipais; relatórios e outros documentos de informação turística sobre Portugal e Galiza; Guias e livros; análise da informação contida nas páginas da Internet para visitantes das cidades envolvidas no estudo. A análise dos dados procurou identificar modelos de utilização dos recursos e oferta apresentados para o Norte de Portugal e Galiza. A apresentação dos resultados engloba duas grandes componentes: identificação dos principais recursos e produtos turísticos e análise das páginas *web*.

- Caracterização dos principais recursos e produtos turísticos

Neste âmbito, realiza-se uma breve caracterização dos recursos e produtos turísticos do Norte de Portugal e da Galiza. A diversidade dos recursos turísticos é, em geral, ilimitada. O seu uso depende em larga medida da capacidade imaginativa dos agentes económicos para criarem produtos atractivos e motivarem, assim, as deslocações e consumo. Este trabalho detecta aqui eixos directores de caracterização das áreas geográficas em análise.

Adicionalmente, é feita uma alusão ao alojamento existente nas áreas em estudo. Genericamente, o alojamento é um potencial agente de competitividade e desenvolvimento do turismo em geral, obviamente desde que gerido coerentemente com os restantes sectores integrantes do 'produto turístico'. De facto, a tipologia predominante é indicativa do público-alvo, em particular dos clientes, das regiões. Assim, o potencial de atracção de um determinado destino poderá depender mais ou menos do tipo de alojamento proporcionado.

Esta parte da análise recorreu essencialmente à recolha e exame de documentação cedida pelos Municípios/Câmaras Municipais; relatórios e outros documentos de informação turística sobre Portugal e Galiza; guias e livros.

- Análise das páginas web

A parte seguinte deste trabalho procurou verificar como as cidades/municípios apresentam os seus recursos na Internet. De facto, na actualidade, a Internet é uma ferramenta fundamental como meio de comunicação e intermediação da actividade turística. Grande parte dos agentes de turismo têm uma página na Internet através da qual dão a conhecer/promovem e vendem os seus produtos. No entanto, o nível de eficácia das páginas não é homogéneo sendo relevante analisar as páginas *web* dos municípios do eixo atlântico.

Estabeleceu-se um modelo de análise de páginas *web* dos municípios desenvolvido a partir de literatura existente e experiência dos investigadores. Segundo a *Hotel Electronic Network Association* (HEDNA) uma página web é eficiente se apresentar uma fácil navegação, rapidez na consulta, atractividade visual, actualização, interactividade, detalhe e orientação para a obtenção de benefícios (Fuentes el al., 2004). Todos estes aspectos devem ser considerados na análise das páginas, ainda que o modelo apresentado neste estudo se oriente para a busca do uso de recursos turísticos (sendo ponto de partida para a análise do potencial de elaboração de propostas de actuação comum em termos de produtos - itinerários, redes, ofertas temáticas - entre as cidades do Eixo Atlântico).

A análise de informação proporcionada pelos municípios (câmara ou concelho) nas páginas *web* permite aceder a dados/recursos que se encontram consolidados e/ou possuem potencial imediato de utilização como atractivos turísticos. Os recursos turísticos promovidos foram identificados através da busca e consulta dos *links* turísticos das páginas oficiais dos municípios. O levantamento de dados dos municípios envolveu a verificação da existência de um link específico de turismo, logo ou imagem turística, texto explicativo sobre história e descrição do município, existência de galeria fotográfica e de conteúdo multimédia. Foram, ainda, identificados os recursos turísticos promovidos. A identificação dos recursos turísticos foi realizada considerando os seguintes grupos:

- *Recursos Naturais e Paisagísticos* – agrupam os recursos relacionados com monte/paisagem (miradouros, parques naturais, observatórios de flora e de fauna) e a água (lagos, rios, costa etc.);
- *Recursos Histórico-Monumentais* – englobam edifícios e monumentos religiosos, edifícios e monumentos civis, edifícios e monumentos militares, museus, ruínas e edifícios de arquitectura singular;
- *Recursos Etnográficos* – dividem-se em materiais (populares, alimentação, gastronómicos) e imateriais (folclóricos, festas, acontecimentos programados, feiras e mercados populares);
- *Recursos Turísticos Ordenados e Orientados* – correspondem à identificação de roteiros ou itinerários turísticos planificados e promovidos pelo município.

O Quadro 1 resume a indicação dos tipos de recursos levantados pela análise.

Quadro 1: Grupos de recursos turísticos

Recursos Naturais e Paisagísticos	Monte/Paisagem	Mirantes, Montes, Parques, Observatórios de flora, fauna (zoos)
	Água	Lagos, Rios, Praias, Costa, Mananciais, Fontes, Áreas para banho, Ilhas
Recursos Histórico-Monumentais	Edifícios e Monumentos Religiosos	Catedrais, Igrejas, Conventos, Mosteiros, Capelas, Cruzeiros
	Edifícios e Monumentos Cívicos	Monumentos, Edifícios de Interesse Arquitectónico, Palácios, Prisões, Mercados, Núcleo Urbano Tradicional, Obras Técnicas, Pontes, Praças, Fábricas
	Edifícios e Monumentos Militares	Castelos, Muralhas, Torres, Instalações Militares, Faros
	Museus	Histórico, Etnológico, Artes, Ciências Naturais
	Ruínas	Castros, túmulos
	Edifícios de Arquitectura Singular	Monumentos, Edifícios e Obras de Arquitectura Moderna e Expressiva
Recursos Etnográficos Materiais	Populares	Artesanato, Cerâmica, Madeira, Cestas, Vidro
	Alimentação	Produtos Típicos, Queixo, Mel, Embutidos, Vinho, Outros
	Gastronómicos	Comidas e Pratos Típicos Populares e Festivos
Recursos Etnográficos Imateriais	Folclóricos	Música, folclore, danças
	Festas	Tradicionais, regionais, religiosas, patronais
	Acontecimentos Programados	Eventos artísticos, culturais e desportivos
	Feiras e Mercados	Feiras e mercados populares
Recursos Turísticos Ordenados e Orientados	Rotas e Roteiros	Roteiros e itinerários organizados

No âmbito deste estudo foram analisados os sites das Câmaras Municipais das cidades pertencentes ao Eixo Atlântico. No Norte de Portugal foram incluídos os seguintes municípios: Barcelos, Braga, Bragança, Chaves, Guimarães, Lamego, Matosinhos, Mirandela, Penafiel, Peso da Régua, Porto, Viana do Castelo, Vila do Conde, Vila Nova de Famalicão, Vila Nova de Gaia, Vila Real. No caso da Galiza foram considerados os seguintes: A Coruña, Carballo, Ferrol, Lalín, Lugo, Monforte de Lemos, O Barco de Valdeorras, Ourense, Pontevedra, Ribeira, Santiago de Compostela, Sarria, Verín, Vigo,

Vilagarcía de Arousa, Viveiro. Para cada local foi preenchida uma ficha a qual lista os recursos turísticos destacados e disponíveis na página da Internet.

ANÁLISE

Esta secção reporta a análise dos dados. Conforme referido anteriormente, a análise centra-se na caracterização do sector turístico no Norte de Portugal e na Galiza e na análise das páginas *web*.

Traços Gerais do Sector turístico: Norte de Portugal e Galiza

A Euro-região relevada nesse estudo engloba área geográfica do Norte de Portugal e da Galiza. Apresenta-se de seguida uma caracterização global da área em estudo.

- Norte de Portugal

A região do Norte de Portugal localiza-se no Noroeste da Península Ibérica. As delimitações geográficas da região assentam nas seguintes áreas: o litoral Oeste é formado por um conjunto de praias Atlânticas e o interior é delimitado a Norte pela região espanhola da Galiza, a Este por Castela e Leão e a Sul pela Região Centro de Portugal. A população é de cerca de 3.545.000 habitantes (população estimada em 1996), formando 37,6% da população Continental Portuguesa (Adeturn 2006). Sob o ponto de vista turístico, a Região Norte tem como denominação de marca **Porto e Norte de Portugal**. Esta denominação de marca turística procura reflectir a existência de recursos turísticos únicos os quais, apesar da sua diversidade, ancoram numa identidade comum. Os eixos dos recursos turísticos desta região assentam no vasto património urbano e rural, ambiente natural e paisagístico, e numa extensa e diversa manifestação de cultura local (tradições, gastronomia, folclore, etc.).

A região do Norte de Portugal divide-se em quatro sub-marcas turístico-promocionais: Porto, Minho, Douro e Trás-os-Montes. Estas sub-marcas procuram reflectir ofertas turísticas potenciais, as quais assentam nos diversos recursos existentes. As sub-marcas apresentam as seguintes linhas caracterizadoras (Fazenda 2007; Adeturne 2006):

- O **Porto**, Património da Humanidade desde 1996, constitui um dos vectores ‘âncora’ da Região Norte. A cidade do Porto reúne um vasto património histórico e cultural respondendo ao turismo de lazer e de negócio. De um modo geral, possui infra-estruturas desenvolvidas e preparadas para o turismo;

- O **Minho** reflecte o vasto património histórico/religioso existente na região, bem como, os parques naturais e aldeias rurais. Particulariza-se, ainda, nesta região a riqueza das manifestações da cultura local e do seu folclore (e.g., romarias e festas religiosas, a gastronomia e o vinho verde);

- O **Douro** revela-se através da paisagem singular consubstanciada no Alto Douro Vinhateiro (Património Mundial), parques naturais e mundo rural. Sublinha-se, ainda, nesta região o Parque Arqueológico do Côa (Património Mundial) e as manifestações únicas da cultura local;

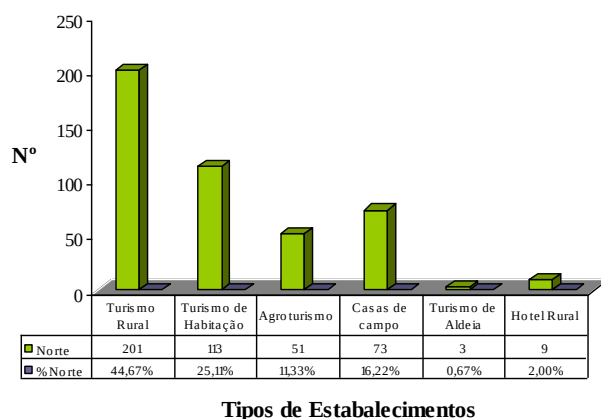
- **Trás-os-Montes** destaca-se pelos recursos naturais existentes na região, espaços termais e gastronomia. Neste contexto, a sub-marca Trás-os-Montes torna-se num destino privilegiado para Turismo de Natureza e Turismo activo.

A diversidade dos recursos turísticos apresentada permite o desenvolvimento de vários produtos capazes de atrair diferentes segmentos/parcelas de mercado, tais como produtos associados ao turismo cultural, à natureza e a eventos.

No contexto da oferta de alojamento turístico, o Norte de Portugal, apresenta um elevado potencial turístico absorvendo 452 estabelecimentos hoteleiros de um total nacional de 2028. Estes valores reflectem o peso relativo elevado que a Região Norte tem neste indicador (22%). No Norte de Portugal os tipos de estabelecimentos predominantes são a Pensão (270 estabelecimentos) e o Hotel (122), representando cerca de 87% dos estabelecimentos de alojamento da Região. Em termos de capacidade de alojamento, os hotéis absorvem mais de metade do número de quartos e de camas (INE apud MEI 2008: 95 a 99).

Paralelamente, o Turismo Espaço Rural e de Natureza emerge como uma área relevante para o Norte de Portugal. De facto a região apresenta-se como a mais relevante em termos nacionais no que concerne ao número de estabelecimentos de alojamento TER – 45% de um total de 1010 (dados de 2006). A Figura 1 apresenta a tipologia do alojamento TER na Região Norte em 2006. Conforme se pode verificar há uma predominância de unidades de alojamento de Turismo Rural (201 unidades, cerca de 45%). Verifica-se, ainda, a existência considerável de unidades de Turismo de Habitação (113 unidades) correspondentes a 25% do alojamento TER. Em termos de capacidade global as várias tipologias TER englobam 2490 quartos com uma capacidade de alojamento total de 4809 (INE 2007a: 356).

Figura 1: Número de estabelecimentos de Turismo Espaço Rural por tipologia no Norte de Portugal em 2006



Fonte: INE, 2007a: 356

- Galiza

A Galiza dispõe de uma notável variedade de recursos naturais e históricos que foram convertidos em produtos turísticos ao longo das últimas duas décadas. Tais produtos convertem a Galiza num destino de especial singularidade e forte atracção para mercados emissores da Europa e de todo o mundo. O núcleo fundamental da oferta turística da Galiza centra-se na combinação do turismo religioso, etnográfico e de itinerários. O ponto geográfico final da oferta da região é Santiago de Compostela e como motivação genérica surge o Caminho de Santiago e a celebração dos Jacobeus (anos em que a festa de Santiago coincide com um Domingo). Rodeando este atractivo principal é possível especificar outros quatro grandes grupos de produtos que constituem o cerne da oferta turística da região:

- Litoral, sol e praia (o qual tem como exemplo principal o destino Rias Baixas);
- Histórico e etnográfico (eventos de recreação histórica e de conteúdo popular agregados a motivações rurais/agrárias, por ex., a *Festa da Istoria de Ribadavia*, o *Descobrimento en Baiona*, a *Feira Franca em Pontevedra*, o *desembarco vikingo en Catoira* e a *Rapa das Bestas de Sabucedo*);
- Urbano (eventos e atractivos das cidades, e.g., conjunto oferta da cidade da Coruña ou as *murallas de Lugo*).

- Natural (produtos mistos com base no TER, por ex., itinerários pelo rio Sil ou as rotas pela Serra dos Ancares em Lugo)

Em termos de capacidade de alojamento verifica-se uma ampla existência de hotéis e pensões. Saliente-se ainda a vasta oferta no âmbito do Turismo Espaço Rural (TER). O Quadro 2 resume os valores do número de estabelecimentos na Galiza.

Quadro 2: Número de estabelecimentos de alojamento na Galiza

Tipologia	Número
Hotéis	781
Pensões	899
Apartamentos	92
Acampamentos turísticos	114
Cidade de férias	1
Turismo rural (TER)	553

Fonte: www.turgalicia.es

Esta breve caracterização das áreas Norte de Portugal e Galiza permite estabelecer semelhanças e alguma complementaridade entre os principais produtos promovidos pelas respectivas administrações turísticas. Assim, saliente-se como semelhante uma promoção assente em dois núcleos turísticos urbanos: Porto, no Norte de Portugal, e Santiago de Compostela, na Galiza. No primeiro caso a marca Porto surge associada a uma marca autónoma no contexto do Norte de Portugal incluindo-se a sua denominação na marca global ‘Porto e Norte de Portugal’. No contexto da Galiza a relevância de Santiago espelha-se na constante promoção “*Santiago-Xacobeos*”, como núcleo central do turismo galego. Ambas as cidades são Património da Humanidade.

No entanto, os traços salientes na promoção dos dois pólos urbanos são distintos. No caso do Porto releva-se a urbanidade, os monumentos, a história e a economia. No caso de Santiago encontra-se um produto misto religioso-etnográfico, centrado na cidade mas associado, e em certa medida condicionado, pela sua extensão a todo o Caminho de Santiago. Nesta perspectiva deve-se destacar no âmbito dos dois núcleos turísticos fundamentais da euro-região a complementaridade do itinerário de cidades que a estruturam. Estendendo-se do Porto a Ferrol, a oferta inclui modelos especificamente urbanos (monumentos, eventos, negócios) e, simultaneamente, uma história e etnografia singulares.

Paralelamente, os modelos e marcas turísticas secundárias apresentam igualmente confluências relevantes através de recursos facilmente identificáveis. O turismo litoral funde-se com o fim do mundo romano (*finis terrae*), mas com elementos bem definidos de praia e natureza. O turismo histórico expõe traços próprios e individuais os quais, em conjunto, permitem desenhar itinerários diversos em função de épocas, recursos ou espaços geográficos.

Finalmente, a euro-região apresenta potencial para desenvolvimento complementar de turismo de natureza. O clima atlântico e a orografia permitem eixos de desenvolvimento neste âmbito. Nesta euro-região convergem rios, vales e cordilheiras que permitem a criação de itinerários singulares de acordo com os recursos mais destacados.

Analisando o funcionamento real do mercado, encontramos na oferta, por um lado, resultados dos condicionantes administrativos (as políticas turísticas) das duas regiões, por outro lado, resultados do comportamento dos agentes sociais e económicos. Em todo o caso, ambas as regiões apresentam, no geral, variedade de alojamento incluindo em particular a oferta no âmbito do TER.

Análise das páginas web

Uma segundo aspecto da análise consistiu no exame dos *sites* dos Concelhos/Câmaras Municipais pertencentes ao eixo atlântico com um *link* para ‘turismo’. Conforme referido, a análise versou sobre a verificação da existência de: um link específico de turismo, logo ou imagem turística, texto explicativo sobre história e descrição do município, existência de galeria fotográfica e de conteúdo multimédia e recursos turísticos promovidos. O Quadro 3 reporta um resumo dos dados mais relevantes.

Quadro 3: Análise geral das páginas web

Cidades do Eixo Atlântico	Link Específico de Turismo (1=Sim 0=Não)	Imagem ou Logo Turístico (1=Sim 0=Não)	Explicativo da cidade (1=Sim 0=Não)	Galeria Fotográfica (1=Sim 0=Não)	Conteúdo multimédia (áudio ou vídeo) (1=Sim 0=Não)
A Coruña	1	1	1	1	1
Barcelos	1	0	1	0	0
Braga	1	0	1	0	0
Bragança	1	0	1	0	0
Carballo	1	0	1	0	1
Chaves	1	0	1	1	0
Ferrol	0	0	1	0	0
Guimarães	1	1	1	1	1
Lalín	1	0	1	1	1
Lamego	1	0	1	1	0
Lugo	1	0	1	1	1
Matosinhos	1	0	0	1	1
Mirandela	1	0	0	1	0
Monforte de Lemos	1	0	1	1	0
O Barco de Valdeorras	1	0	1	1	1
Ourense	1	0	1	1	0
Peñafiel	1	1	1	1	0
Peso da Régua	1	0	1	1	0
Pontevedra	1	0	1	1	0
Porto	1	1	0	0	0
Riveira	1	1	1	1	1
Santiago Compostela	1	1	1	1	1
Sarria	1	0	1	0	0
Verín	1	0	1	0	0
Viana do Castelo	1	0	1	1	1
Vigo	1	1	1	0	0
Vila do Conde	1	0	0	0	0
Vila Nova de Famalicão	1	0	1	1	0
Vila Nova de Gaia	1	0	1	1	1
Vila Real	1	0	1	1	1
Vilagarcía de Arousa	1	0	1	0	0
Viveiro	1	0	1	1	1
TOTAL	31	7	28	21	13
PERCENTAGEM	97%	22%	88%	66%	41%

Os dados do Quadro 3 permitem referir que, de um modo geral, o turismo é reconhecido como um factor relevante em que, à excepção de um, todos os *sites* visitados beneficiam de um *link* directo para turismo na página principal dos respectivos Concelhos e Câmaras Municipais. Também é de salientar o facto da maioria das cidades apresentar um texto explicativo e de enquadramento da cidade.

Uma análise geral permite ainda detectar limitações no que se refere à apresentação das páginas em mais do que uma língua e a inclusão de conteúdos fotográficos e de multimédia. A maioria dos *sites* encontram-se em português e/ou Galego, excepcionalmente, alguns estão traduzidos em inglês e/ou Espanhol. Saliente-se, no entanto, que algumas páginas têm partes, tais como roteiros, facultados em mais do que uma língua. Adicionalmente muitas das *webpages* consultadas carecem de desenvolvimento ao nível dos conteúdos gráficos nomeadamente galerias fotográficas e conteúdos multimédia. Estas ferramentas facilitam a consulta e compreensão da mensagem sobre o turismo e recursos existentes.

Em termos dos recursos detalhados, as páginas consultadas revelam preocupação em destacar aspectos do património das respectivas regiões, em particular, do património construído. De facto verifica-se a existência de uma descrição de recursos histórico-monumentais das regiões salientando o melhor do património histórico existente.

Paralelamente nota-se referências pouco completas ao nível dos recursos naturais e paisagísticos, bem como da componente etnográfica das regiões. Os recursos naturais e paisagísticos são frequentemente descurados na descrição e apresentação das regiões em análise. Por sua vez, o material etnográfico encontra-se muito ausente e, por vezes, é referido de uma forma pouco cuidada (somente sugerindo pontos de venda do artesanato local). Uma análise e descrição mais cuidada da riqueza do património etnográfico das regiões podem ser aspectos relevantes a desenvolver para os destinos considerados.

Adicionalmente, uma área merecedora de aperfeiçoamento futuro reporta-se à organização e desenvolvimento de recursos turísticos orientados e ordenados. Em vários locais analisados a apresentação de rotas e roteiros turísticos é inexistente ou embrionária. Este âmbito de actuação abre oportunidade de atracção de segmentos específicos de turismo sendo uma ferramenta relevante no contexto actual de interesses diversificados e dirigidos dos mercados. Assim, parece haver a este nível potencial de expansão.

NOTAS FINAIS

Este trabalho, apesar de preliminar, permite derivar algumas notas relativamente ao potencial de actuação conjunta do turismo na euro-região *Norte de Portugal e Galiza*. Um dos grandes eixos de competitividade da euro-região face a destinos concorrentes assenta na possibilidade de aproveitar o seu potencial de criação de ofertas e produtos de singular diversidade. Esses

produtos terão os seus centros directamente nas cidades e/ou nos arredores dos centros urbanos com razoáveis facilidades de acesso e comunicação.

Em termos de recursos naturais, a euro-região caracteriza-se por uma grande multiplicidade de factores físicos e ambientais os quais encerram uma abundante variedade de espécies vegetais e animais. O clima e os recursos hídricos são elementos fundamentais no ambiente natural da euro-região. Face ao clima temperado (com médias de temperatura anuais superiores aos 15°) e típico das regiões litorais da fachada atlântica da península, a região apresenta nas cidades e arredores, zonas litorais, fluviais e de montanha e, ainda, uma oferta relevante de águas termais. Tal multiplicidade natural permite a realização de actividades de contemplação (produto turístico natural sem elaboração) e/ou realização de práticas de turismo activo. No último caso, geram-se produtos específicos (e.g., caça) que implicam a criação de emprego próprio e/ou a coexistência de actividades económicas agrícolas ou pesqueiras. Os segmentos de procura interessados por ofertas turísticas de natureza são/seriam os destinatários destes produtos.

Assim, o Turismo Espaço Rural e de Natureza emerge como uma área relevante para a Euro-região. A dimensão de ‘espaço rural’ desta área geográfica apresenta grandes potencialidades, consubstanciadas em aspectos como a localização, o clima, a estabilidade social, a diversidade geográfica, a riqueza etnográfica, a gastronomia, a beleza natural e do património (etc.). Acrescente-se, ainda, a complementaridade das regiões fronteiriças nas suas dimensões naturais e culturais. A emergência de segmentos relevantes de procura na área do turismo natureza, com o paralelo da oferta de alojamento e recursos, podem constituir um segmento particularmente importante. Neste âmbito, saliente-se a oferta do turismo rural como forma integradora de produtos combinados de natureza e cultura.

A Galiza e o Norte de Portugal caracterizam-se por uma grande riqueza de património construído. O património histórico/construído é nesta área consubstanciado em restos arqueológicos (dispersos pela região), monumentos de carácter militar, eclesiástico e civil (tendencialmente concentrados nas cidades), casas senhoriais e solarengas (tendencialmente localizadas nas zonas rurais próximas das cidades). Todo este património poderá beneficiar de criações temáticas de visita.

Por fim, referimos os recursos culturais. Este grupo engloba um grande leque de aspectos. Tal como refere Casasola (1990) “[e]l patrimonio cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las

sociedades, resultado de un processo histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constiuyen en factores que identifican y diferencian a esse país o región”. A euro-região apresenta uma grande riqueza e diversidade em manifestações culturais as quais envolvem romarias, manifestações etnográficas, etc.. O renascer do denominado “turismo cultural” dentro das tendências actuais do mercado confere um novo papel a estes recursos os quais mobilizam fluxos consideráveis de visitantes. Neste caso, as actuações mais relevantes deverão encaminhar-se para ofertas activas e elaboração de combinações de eventos sucessivos numa cidade e itinerários envolvendo várias cidades com elementos comuns.

Assim, de um modo geral, o sector turístico deverá ter um papel relevante no desenvolvimento futuro das cidades do Eixo Atlântico. A existência de recursos e atractivos a oferecer aos visitantes e as sinergias potenciais podem trazer valor acrescentado às actividades actuais. É, no entanto, importante notar que as duas cidades nucleares da euro-região – Santiago e Porto – constituem um pólo de atracção forte conhecido mundialmente. No entanto, pode-se correr o risco destes dois destinos concentrarem em excesso o interesse por parte dos visitantes. Tal poderá afectar a atracção dos restantes destinos. Os agentes planeadores do turismo deverão ter em atenção esta possibilidade criando produtos claros de atracção nos diferentes segmentos de mercado envolvendo as restantes áreas. Adicionalmente, os dois eixos litoral e interior onde se podem situar geograficamente as cidades analisadas, configuram e definem tipologias turísticas diversas nem sempre bem definidas. Os agentes planeadores deverão considerar o desenvolvimento de rotas e itinerários temáticos conjuntos usando os recursos comuns num contexto de crescente cooperação entre as cidades, instituições e empresas.

Assim, esta breve análise confirma a relevância e potencialidade do turismo no Norte de Portugal e na Galiza. Espera-se com este trabalho contribuir para a reflexão e emergência de produtos inovadores e diferenciadores, os quais venham a espelhar a riqueza e o potencial turístico da euro-região. Existem, no entanto, áreas que merecem desenvolvimentos por parte dos agentes envolvidos:

- Necessidade de definição precisa das tipologias do litoral para elaborar itinerários;
- Conhecer a predisposição dos agentes económicos e de planeamento (e.g., presidentes das câmaras, empresários) para trabalharem no desenvolvimento de produtos comuns;
- Conhecer a procura em profundidade para que assim seja possível adequar a oferta;
- Incluir informação nas línguas dos mercados emissores mais relevantes;

- Coordenar as ferramentas promocionais (guias, web, folhetos, símbolos), para as rotas e itinerários desenvolvidos.

Por fim, uma reflexão em relação às limitações deste trabalho. Conforme referido tratou-se de um estudo preliminar, não encerrando na totalidade a problemática do desenvolvimento do turismo na euro-região. A análise de dados secundários permitiu obter uma ideia genérica do turismo e sua caracterização na área geográfica em análise. No entanto, desenvolvimentos futuros do trabalho deverão considerar o levantamento de dados primários junto de agentes da oferta, responsáveis estratégicos e procura. Adicionalmente, o estudo apresentado necessita ser analisado à luz do contexto mais amplo de desenvolvimento do turismo mundial. Neste âmbito qualquer decisão ao nível local necessita reflectir a dinâmica contextual do turismo à escala mundial.

REFERÊNCIAS E BIBLIOGRAFIA

- Asociación Española de Científicos Expertos en Turismo (AECIT) (2007) *La Actividad Turística Española en 2006*. Ed. Ramón Areces. Madrid
- Adeturn (2006), Associação para o Desenvolvimento do Turismo na Região Norte. <http://www.adeturn.pt> acedido em 16 de Julho de 2006.
- Barreto, Margarita, (1991), *Planejamento e Organização em Turismo*, São Paulo, Papirus Editora.
- Casasola, L. (1990), *Turismo e Ambiente*, México: Trillas *apud* Di-Bella, M., (2000), “El Turismo Rural Sostenible como una Oportunidad de Desarrollo de las Pequeñas Comunidades de los Países en Desarrollo” in http://www.redesma.org/docs_portal/desarrollo_econ_turismo.pdf, acedido em 23 de Março de 2007.
- Castelão, J. (2001): “Tendências de evolução do Turismo Mundial, Europeu, Nacional”, em Associação Empresarial de Portugal (ed.): *Novas Estratégias para o Turismo*. Porto: AEP
- CCDRN (2007) *Política e Orientações Estratégicas para o Desenvolvimento Turístico da Região Norte*. Doc. Preliminar. Porto

- CE, (1994), *Panorama de L'industrie Communautaire 94*, Luxembourg, Comission Européene.
- Chadwick, Robin A., (1994), "Concepts, Definitions, and Measures Used in Travel and Tourism Research" in Ritchie, Brent J. R., Goeldner, Charles R., *Travel, Tourism and Hospitality Research*, 2ª Edição, USA, John Wiley & Sons, Inc.: 65-80.
- Comité Ec e Social Europeo (1999) *Dictame do Grupo de Alto Nivel sobre Turismo e Emprego*. DO C 138/4
- Dall' Aglio, Stefano, Zangari, Gilberto, Pierrè, Giorgio, Gasperoni, Giancarlo, Malagoli, Isabella, (1993), *Studies: Taking Account of Environment in Tourism Development*, Luxemburgo, Comission of the European Communities.
- Delgado, M. (2002): "Los efectos sociales y culturales del turismo en las ciudades históricas", em *Actas do "Congreso Internacional sobre el Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales"*, Granada, 19-22 de Fevereiro de 2002.
- Dredge, D (1999) "Planificação y Diseño de Destinos Turísticos". *Annals of Tourism Research en Español* 2 (1): 394-414
- Evans, N et al (2003) *Strategic management for travel and tourism*. Butterworth Heineman. Oxford
- Fazenda, N., 2007, *Política e Orientações Estratégicas para o Desenvolvimento Turístico da Região do Norte* (Documento Preliminar): S.L.: Ministério da Economia e da Inovação (MEI); Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRn); Agenda Regional Turismo.
- Figueiredo, A e Silva, MR (2004) "Factores territoriais e institucionais de internacionalização da cidade-região" in *Actas Congreso Porto Cidade-Região*. Serv. Pub Univ Porto
- Gilbert, D. C., (1990), "Conceptual Issues in the Meaning of Tourism", in Cooper, C. P., *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Londres e Nova York, Belhaven Press: 4 - 27.
- Machín, Carmen Altés, (1993), *Marketing Y Turismo*, Madrid, Editorial Síntesis, 1993.
- Pardellas, X (2002) *Aproximação á actividade turística nas cidades do Eixo Atlântico*. Ed. Eixo Atlântico. Vigo
- Pardellas, X (2006) *Turismo e natureza na euorrexión Galicia-Norte de Portugal*. Serv. Pub. Univ Vigo

- Pardellas, X (2007) *Turismo de interior en áreas fronteirizas*. Serv. Pub. Univ Vigo
- Pearce, Douglas (1991), *Tourist Development*, London, Longman Scientific & Technical.
- Valls, JF (2004) *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Ed. Gestión 2000. Madrid
- Vera, F. (Coord) (1997) *Análisis Territorial Del Turismo*. Ariel. Barcelona
- World Tourism Organization.WTO (1999) *National and Regional Tourism Planning*. International Thomson Business Press. London