



Foto: Álvaro de Almeida (Grafica) / João Lima

Em Destaque

## Animação turística nos territórios rurais



LEADERSOR

Montargil  
e Maranhão

P 12 Um fim-de-semana em Montargil e Maranhão

P 6 e 7 Entrevista a Ana Barbosa

P 14 Manual para o Investidor em Turismo da Natureza

P 17 Inauguração do Espaço Portugal Rural

# Turismo *versus* animação turística

Falar de turismo, sem apostar nas actividades de animação a jusante do sector, constituiria sem dúvida um contra-senso.

O papel que as Associações de Desenvolvimento Local (ADL) têm vindo a desempenhar inclui todas as vertentes do que se poderia designar de suporte à animação turística em sentido mais lato: articulação entre entidades e promotores, identificação de novos nichos de mercado, apoio à estruturação da oferta, qualificação dos agentes e promotores, apoio à criação de novas actividades. O carácter integrado do programa LEADER permite orientar esta intervenção numa lógica territorializada, potencializando as articulações entre intervenções, de modo a que estas iniciativas se conjuguem com a história, com o património natural e o património construído, mas também com a economia dos locais onde se inscreve, promovendo-se assim um turismo que assenta numa boa inserção no meio e amigo do ambiente.

*Strictus sensus* "são empresas de animação turística as que tenham por objecto a exploração de actividades lúdicas, culturais, desportivas ou de lazer, que contribuam para o desenvolvimento turístico de uma determinada região e não se configurem como empreendimentos turísticos, empreendimentos de turismo no espaço rural, casas de natureza, estabelecimentos de restauração ou de bebidas, agências de viagens e turismo ou operadores marítimo-turísticos".

No entanto, uma abordagem mais lata alargará o conceito de animação turística a todas as intervenções susceptíveis de melhorarem, aumentarem e reforçarem a dinâmica turística integrada e sustentável de uma região. Face a um concorrente de peso constituído pelo duo sol/mar, o espaço rural afirma-se, cada vez, mais um destino de férias, privilegiando-se as noções de proximidade, natureza, descanso, que se conjugam com actividades culturais, desportivas, lúdicas. As expectativas dos públicos são cada vez maiores, aumentando também os níveis de exigência em relação à qualidade dos equipamentos, das prestações e da segurança, constatar-se assim uma evolução crescente nos padrões desta procura. Há pois que ter capacidade de dar resposta, adaptando e melhorando. O aumento de estabelecimentos nos últimos anos ilustra em parte esta tendência, tendo-se passado de quatro empresas de turismo activo em 1990 para cerca de 300 empresas de animação turística, como sublinha Ana Barbosa, presidente da Direcção da PACTA que considera a animação turística um subsector vital, uma espécie de "sal da terra do turismo".

Mas a organização das actividades pode e deve apostar em respostas em rede. Fernando Completo, professor da ESHE, defende "um sistema de rede em que a autarquia está envolvida, em que os agentes culturais estão envolvidos, em que os hotéis estão envolvidos(...). É através de iniciativas de animação que se consegue colocar no mapa territórios cuja potencialidade turística é limitada".

Antecipar as expectativas das diferentes tipos de públicos constitui outro desafio: "Os meios rurais oferecem amplas possibilidades de desenvolvimento de actividades de animação as quais devem adaptar-se às especificidades dos territórios bem como à tipologia do público-alvo (juvenil, adulto, sénior). Importa ter presente que em destinos rurais o turista procura, sobretudo, actividades de animação com grau elevado de autenticidade, enquadráveis nas particularidades da vida local", salienta Cristina Siza Vieira, Directora-Geral do Turismo.

Os exemplos das iniciativas levadas a cabo por diferentes Grupos e Acção Local (GAL) ilustram o seu papel importante na promoção de um turismo que contribua para a revitalização dos territórios rurais: ASDEPR, Adrimag, Adelição, Vicentina, Acaporama, ADIRN, Tagus, ADREPES, ADL, testemunham aqui a vitalidade desse contributo que se declina num grande número de iniciativas em campos diversificados.

Na rubrica "Territórios" deste mês, Montargil e Maranhão, a Zona de Intervenção da LEADERSOR. Zona de transição entre o Ribatejo e a Beira Baixa, que evidencia uma maior proximidade paisagística, orográfica e climática com o Alentejo, e a cultura do sobreiro tem um peso expressivo nos povoamentos florestais e na actividade económica.

Como em muitos outros territórios rurais, o decréscimo da população constitui um problema maior, segundo o coordenador do GAL da LEADERSOR, João Leal.

O investimento no produto "natureza", central na estratégia de intervenção desta associação, encontra o seu principal fundamento na riqueza de um património natural, que se traduz pela presença de diferentes áreas classificadas e biótipos, bem como a exuberância das comunidades faunísticas de que aqui destacamos alguns exemplos: pato-real, o peneireiro-vulgar, o chapim-azul e o linco-ibérico.

Cristina Cavaco

## Pedido de envio do Jornal Pessoas e Lugares

Nome: \_\_\_\_\_

Organização: \_\_\_\_\_

Função: \_\_\_\_\_

Morada: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Código postal: \_\_\_\_\_

Telefone: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Comentários: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Recorte ou fotocopie, e envie para: IDRHa, Rede Portuguesa LEADER+ Av. Defensores de Chaves, n.º 6 - 1049-063 Lisboa

O **Pessoas e Lugares** - Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER+ tem por objectivos:

- divulgar e promover o LEADER+;
- reforçar uma imagem positiva do mundo rural.

O **Pessoas e Lugares** tem uma periodicidade mensal e a sua distribuição é gratuita.

Se pretender receber o jornal **Pessoas e Lugares** preencha, por favor, o formulário anexo (recorte ou fotocopie) e envie para:

IDRHa  
Rede Portuguesa LEADER+  
Av. Defensores de Chaves, n.º 6  
1049-063 Lisboa

Telf.: 21 3184419  
Fax: 21 3577380

Ou acesse ao site da Rede Portuguesa LEADER+ [www.leader.pt](http://www.leader.pt) e preencha, por favor, *on line* o formulário disponível no [link Pessoas e Lugares](#).

No caso de desejar receber mais do que um exemplar de determinado número do jornal **Pessoas e Lugares**, para distribuir num evento, por exemplo, pedimos o favor de fazer chegar essa informação ao IDRHa com a devida antecedência. Obrigada.

# O papel da animação turística nos territórios rurais

A actividade turística tem suscitado um interesse crescente como actividade económica alternativa para muitas zonas rurais, susceptível de contribuir para a reconversão de uma situação caracterizada pela depressão económica e demográfica. As expectativas são de que os produtos de turismo rural potenciem a revitalização socioeconómica dessas zonas. A animação é um elemento fundamental de qualquer destino turístico, a par de outros elementos, tais como o alojamento, a restauração, os transportes e serviços diversos, podendo concorrer decisivamente para a diferenciação de um destino e, assim, garantir-lhe uma vantagem competitiva face a destinos alternativos.

No caso dos destinos rurais, em que os produtos disponibilizados se encontram, por vezes, limitados à oferta de alojamento e pouco mais, o défice de animação poderá representar um forte constrangimento ao desenvolvimento turístico desses territórios. Sobretudo numa época em que os visitantes deixaram de procurar apenas um local de descanso e de evasão do quotidiano, deslocando-se também motivados pela prática de outras actividades que justifiquem a sua permanência na área.

Sendo certo que muitos empreendimentos de turismo no espaço rural, além de prestarem serviços de hospedagem a turistas, também oferecem actividades complementares de animação, estudos efectuados levam-nos a concluir que tais actividades não são consideradas pelos proprietários dos empreendimentos como a principal valência destes, sendo mais valorizadas outras categorias relacionadas com o serviço de hospedagem como "proximidade da natureza", "conforto" ou "ambiente familiar".

Contudo, os meios rurais oferecem amplas possibilidades de desenvolvimento de actividades de animação as quais devem adaptar-se às especificidades dos territórios bem como à tipologia do público-alvo (juvenil, adulto, sénior). Importa ter presente que em destinos rurais o turista procura, sobretudo, actividades de animação com grau elevado de autenticidade, enquadráveis nas particularidades da vida local.

A gama de actividades de animação turística é muito vasta, desde animação desportiva, de natureza, de aventura ou de cultura. Os limites são, além da imaginação, as condições particulares que os locais oferecem. A título de exemplo, a Direcção-Geral de Turismo (DGT) tem licenciado as seguintes actividades: balonismo e voo livre; actividades equestres; actividades aquáticas (canoagem, *canyonning*, mergulho, pesca desportiva, etc.); espeleologia e montanhismo; passeios turísticos (pedestres, em bicicleta, em veículos de todo-o-terreno, em veículos automóveis, em embarcações, etc.); actividades de animação ambiental em áreas protegidas; eventos de vária natureza (económica, promocional, cultural, científica, etc.); organização de visitas a museus, monumentos e outros locais de interesse turístico.

Desejavelmente, a animação turística em territórios rurais, enquanto elemento constitutivo fundamental de um produto turístico composto (com múltiplos elementos) deveria concorrer, entre outros, para os



Foto: Inês de Barros / Inês de Barros / Inês de Barros

seguintes resultados: contribuir para a inovação do produto turístico, a qual se torna cada vez mais necessária para atrair um clientela cada vez mais exigente; propiciar novas oportunidades de criação de emprego e de rendimento suplementares para a comunidade local; contribuir para o aumento de duração da estada e dos gastos dos turistas; ser uma actividade estratégica para a preservação e recuperação do ambiente e do património do espaço rural; estimular a manutenção de actividades económicas tradicionais, nomeadamente das actividades agrícolas; incentivar o reforço dos traços que enformam a identidade local.

Mas se o turismo é um valioso contributo para a diversificação da economia das zonas rurais, é prudente não sobrevalorizar o seu potencial. Por um lado, as actividades turísticas em meio rural são actividades de pequena escala (não massificadas); por outro, as debilidades da economia local poderão obstar à conveniente internalização dos benefícios daquelas actividades.

A animação turística constitui o domínio exclusivo de actuação das empresas de animação turística, que devem ser licenciadas como tal. Só estas empresas podem exercer actividades de animação, salvo as excepções previstas na lei.

O pedido de licenciamento das empresas de animação turística deve constar de requerimento apresentado na DGT (dirigido à Directora-Geral do Turismo), devidamente instruído de acordo com a legislação aplicável. Um aspecto importante é a necessidade de as empresas de animação turística, para garantia da responsabilidade perante clientes emergente das suas actividades, prestarem um seguro nos termos previstos na lei. Num período de quatro anos (2001-2004) foram licenciadas pela DGT 263 empresas de animação turística em todos os distritos do Continente, sobressaindo os distritos de Lisboa, Faro e Porto.

**Cristina Siza Vieira**  
Directora-Geral do Turismo

## Legislação aplicável ao subsector da actividade turística

Decreto-Lei n.º 204/2000, de 1 de Setembro (alterado pelo Decreto-Lei n.º 108/2002, de 16 de Abril), que regula o acesso e o exercício da actividade das empresas de animação turística.

Portaria n.º 96/2001, de 13 de Fevereiro, que aprova o livro de reclamações para uso dos utentes das empresas de animação turística.

Portaria n.º 138/2001, de 1 de Março, que aprova as taxas devidas pela concessão de licenças relativas ao exercício da actividade das empresas de animação turística.

Animação turística

# Uma oportunidade dos territórios rurais

Os turistas e os residentes estão cada vez mais vocacionados para a participação, a descoberta e o conhecimento, deixando para trás as relaxantes férias ao sol, onde domina o descanso passivo.

No geral, os visitantes dos territórios rurais procuram oportunidades de contacto com a natureza, as tradições, a gastronomia, o artesanato, as populações locais: enfim, com o nosso riquíssimo património rural. A animação turística surge pelo despertar destes novos turistas, mais exigentes e activos, que solicitam, dentro do espaço de lazer, a prática ou a realização de actividades que podem variar dos desportos radicais a programas culturais.

A importância crescente atribuída à existência destas actividades em zonas rurais levou ao surgimento de pequenas iniciativas empresariais com o objectivo específico da prestação de serviços nesse domínio. Este conjunto de actividades de animação a disponibilizar pode e deve ser enriquecido por um conjunto de parcerias com outras entidades locais ligadas ao turismo.

No entanto há que, antes de mais, garantir: a colaboração da população, numa gestão (participação) conjunta (partilhada): a valorização das identidades e dos recursos existentes, sem permitir a sua destruição, isto é, sem pôr em causa a qualidade de vida rural e o equilíbrio ambiental; a satisfação das necessidades e expectativas dos urbanos cidadãos.

## Abordagem LEADER dos territórios rurais

O LEADER, através dos seus Grupos de Acção Local (GAL) tem tido experiências e práticas com sucesso que importa reforçar e adequar a outros territórios e estender no tempo, nomeadamente, no que se refere à capacidade de identificar e potenciar os recursos, de qualificação, de desenvolvimento de actividades de animação, mas sempre atentos ao equilíbrio que deve existir entre as expectativas dos residentes e dos visitantes.



Gratias de Vitor / Foto Uniba

O turismo é uma actividade económica que exerce um efeito multiplicador importante sobre toda a economia de um país ou território, apresentando um carácter transversal que favorece uma articulação entre vários sectores de actividade: alojamento, restauração, artesanato, comércio e pequena indústria.

Desta forma, o turismo surge como um sector privilegiado para a dinamização e desenvolvimento dos territórios, na medida em que permitirá gerar rendimentos, aumentar o tecido económico e, consequentemente, o emprego das populações locais, em particular dos jovens.

Para isso, é essencial que os empresários, os autarcas, as associações e as populações locais sintam, que só em conjunto e de forma integrada e articulada é possível superar os vários estrangulamentos que se colocam ao nível deste sector, dos quais se destacam os seguintes: ausência de uma organização e promoção consistente dos territórios; uma procura turística em função de determinadas épocas do ano (sazonal); uma rede de oferta de alojamento em espaço rural pouco desenvolvida; baixo número de pequenos espaços comerciais que permitam a promoção, divulgação e valorização dos produtos locais; falta de factores de ocupação que permitam a permanência dos visitantes e da população local nos seus tempos livres, isto é, reduzida oferta de iniciativas de animação turística.

Os GAL como actores privilegiados junto das populações locais devem, em conjunto com estas, ser capazes de identificar, seleccionar e racionalizar todos os recursos de um dado território. Destes, os que forem considerados com potencial devem ser incluídos em programas específicos, de acordo com o tipo e características dos clientes ou com a época do ano que se pretenda atingir.

Tendo em atenção as medidas presentes no Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER), para o período 2007-2013, há que alargar e transferir os conhecimentos e experiências adquiridas com o programa LEADER nos territórios rurais, equacionando e reforçando a importância que os futuros GAL vão ter ao nível das mudanças que certamente irão ocorrer nas zonas rurais, nomeadamente, na melhoria dos serviços básicos e na realização de investimentos que tornem as zonas rurais mais atractivas, na promoção do emprego, na formação do potencial humano, bem como na preservação do ambiente e do património rural.

Por último, uma breve referência ao estudo apresentado pelo economista Ernani Lopes (II Congresso do Turismo de Portugal – Estoril, Julho 2005), o qual aponta um novo modelo de organização e desenvolvimento do sector do turismo, com novas estruturas e estratégias e onde é referido que “o turismo é uma vocação e uma oportunidade para a economia portuguesa...”. Uma das medidas apresentadas fundamenta-se no facto de que “existe um conjunto de segmentos e produtos turísticos que, apesar de neste momento não terem grande significado nem um expressivo potencial de afirmação no curto prazo, deverão ser objecto de particular atenção, porque desempenham diversas funções estratégicas relevantes, ou seja, não só constituem uma reserva de genuinidade e de identidade decisiva no âmbito da complementaridade da diversidade oferecida, como também participam activamente no fortalecimento da coesão nacional através do desenvolvimento do interior do país, podendo vir a emergir a médio e longo prazo.”

Maria Custódia Correia  
IDRHa

Entrevista a Fernando Completo, Professor da ESHTe

# Animação é a "alavanca da memória"

Coordenador da licenciatura em Gestão do Lazer e Animação Turística e da pós-graduação em Planeamento e Gestão em Turismo de Aventura, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTe), Fernando Completo acredita que a animação turística é uma exigência dos turistas e defende-a como momento "exclusivo" nas férias que são cada vez mais iguais.

## O que é a animação turística?

A animação turística é uma actividade que se constrói através de dinâmicas participadas. Em contexto turístico tem um nível de intencionalidade em que a relação é fundamental, se não houver uma interface comunicacional entre quem vê e quem faz, a "coisa" perde-se. A animação obriga-se também a esse pressuposto. É claramente um produto turístico que tem a originalidade de poder atrair pessoas para consumir outros produtos. Tem complementaridade ao alojamento e à restauração, mas cada vez mais assume o paradigma de que as pessoas usam determinado território por causa da animação.

## Como se afirmou a animação turística em Portugal?

Durante muitos anos existiu uma associação entre turismo, e hotelaria e restauração. Eram os dois grandes campos da matriz de consumo que chamamos do "lagarto". As pessoas chegavam ao aeroporto de Lisboa ou Faro e durante 15 dias a única actividade que tinham era a deslocação do hotel para a praia e desta para o hotel, procurando mudar a cor. Era o turismo sol-e-praia. Os turistas não tinham preocupação de relação com o meio que visitavam. Não procuravam saber nada sobre gastronomia, história, tradições ou cultura. Era indistinto estar na Grécia ou em Portugal. Alterações decorrentes de fenómenos diversificados, como as alterações climáticas, começam a determinar outro tipo de consumo e exigências. Nos anos 90, assistimos a uma alteração complexa do tipo de turista. Começa-nos a chegar o turista que, utilizando ainda o modelo sol-e-praia, procura relacionar-se com as pessoas e perceber as culturas locais. Desenha-se a necessidade de oferecer um pouco mais na relação com as culturas e comunidades locais, e um conjunto de práticas culturais e desportivas que, de algum modo, mais do que um produto complementar, tenderiam a ser um produto que, só por si, teria condições para captar o interesse dos turistas.

## O sucesso da actividade passa pela aposta nas nossas especificidades?

Sem dúvida. Embora na maior parte das actividades, se falarmos de práticas *outdoor* ou de turismo de aventura, o cunho técnico seja o mesmo. Faz-se *canyoning* aqui como na ilha de Reunião. A competência e apetência técnica têm de ser as mesmas. Hoje em dia, a maior parte das empresas que fazem animação turística junta uma dimensão que pode ser de carácter desportivo a uma outra que é cultural. Vão fazer *canyoning* na Madeira, mas ao mesmo tempo estão a potenciar um conjunto de sinergias, de modo a que conheçam a gastronomia, a cultura, a história e outros factores. Isto é consequente de uma linha de orientação formativa.

## Esta mudança de actuação está associada à formação?

Numa primeira fase, tínhamos imensos curiosos. Gente que estava ligada a educação física, antigos militares, que desenharam projectos de animação turística. O que aconteceu foi começar a haver a percepção de que essas pessoas precisavam de formação. Foi o que fizemos aqui na escola. Há 12 anos, ao abrigo de um programa europeu, houve o primeiro curso especializado em animação turística em Portugal. A partir daí, foi um trabalho de percepção das necessidades de formação. Há cinco anos chegámos à conclusão que era fundamental lançar uma licenciatura que atribuisse competências na área do turismo, ciências sociais afectas ao turismo, gestão de turismo, e competências práticas. Os nossos alunos têm que ter capacidade para gerir estas actividades, saber qual é o enquadramento das actividades num programa turístico, mas também saber executar técnicas.

## Qual é a margem de sucesso na integração profissional?

A dimensão de emprego, neste momento, é de mais de 90 por cento. Um conjunto considerável dos nossos alunos que estão no quarto ano já está a trabalhar. Ficam nos locais de estágio. Há um grande nível de emprego e de empregabilidade.

## Há sensibilidade das empresas portuguesas para procurarem pessoas formadas?

Nestas coisas o mercado é que faz a necessidade. O que temos percebido é que o turista que chega a Portugal tem uma dimensão de exigência que passa sempre pela animação. Pode querer um óptimo alojamento, boa restauração, mas também quer animação. Mesmo nas unidades hoteleiras temos de arranjar animação e tem de ser boa. Entre não ter e ter má, é preferível não ter. Porque os termos de comparação que o turista traz são de unidades onde o projecto de animação é, muitas vezes, o projecto principal. Claro que é muito mais simples continuar a contratar o jeitoso, o habilidoso... que não percebe nada de turismo, mas é mais barato. O mercado ainda não fez essa selecção pela qualidade, ainda está na quantidade. Mas, a tendência é contratar gente com competência.



JOÃO LIMÃO

## Em que áreas se concentra a procura?

Pelo indutor que é o crescimento avassalador das actividades de turismo de ar livre, natureza e aventura, a maior incidência do mercado e a maior oferta de trabalho é nessas áreas. Passámos rapidamente de uma ou duas dezena de empresas, há 15 anos, para uma projecção na casa das mil e tantas. Claro que nem todas têm alvará de funcionamento, nem funcionam em registo de legalidade. Essas são a volta de 300. O facto é que as outras 700 oferecem produtos múltiplos, do *paintball* à descida de rios, da escalada ao parapente, e esse é o grande mercado neste momento em Portugal. É aquele que mais rapidamente tem crescido e absorve mão-de-obra.

## A mentalidade das empresas induz à aposta nos modelos tradicionais?

Querem apostar nas coisas que, à partida, pensam que têm mais retorno. Um pensamento muito associado à hotelaria é que a animação é uma chatice, porque custa dinheiro. A perspectiva que nós temos da animação é outra. É a de que é um investimento e consegue captar e fidelizar clientes. Consegue ser, de algum modo, a alavanca da memória. A tendência normal é haver uma uniformidade quer ao nível dos territórios do litoral, que cada vez são mais parecidos, quer ao nível das estruturas hoteleiras, que cada vez são mais idênticas. Aquilo que temos de dar às pessoas é algo que seja exclusivo na vida delas e que, de algum modo, seja a alavanca da memória.

## E que modelo se deve seguir?

Defendo a sistematização de um grupo de trabalho que funcione em rede. Que não seja a equipa de animação do hotel "X", mas que sejam duas ou três equipas de animação que, num processo de rede, trabalhem para um conjunto de hotéis e para o território. Um sistema de rede em que a autarquia está envolvida, em que os agentes culturais estão envolvidos, em que os hotéis estão envolvidos. Porque a animação pode ser feita na rua, na praia, nos hotéis, ou nos jardins. Não é nada de novo. São coisas que estão a ter sucesso noutros países. A animação é propícia para a criação de produtos turísticos. Veja-se os imensos festivais que se fazem: Sudoeste, Ermal, Vilar de Mouros. E através de iniciativas de animação que se consegue colocar no mapa territórios cuja potencialidade turística é limitada. Agora, têm que existir modelos estratégicos. Um modelo concertado que envolva os agentes económicos, sociais e políticos de determinados territórios.

Entrevista de João Limão

Ana Barbosa, presidente da Direcção da PACTA

# Animação turística, parceira do desenvolvimento

Ana Barbosa concebe o Turismo de forma esclarecida e pragmática. Natural do Porto, licenciada em Filosofia, elegeu o Alentejo e a animação turística “como quem escolhe um destino”, destino onde se cruzam num ciclo: a descoberta, o estudo e, finalmente, a partilha de dimensões (in)esperadas do interior. Presidente da Direcção da PACTA - Associação Portuguesa de Empresas de Animação Cultural e de Turismo de Natureza e Aventura; membro da Direcção da Agência Regional de Promoção Turística “Turismo do Alentejo”, da Confraria dos Enófilos do Alentejo e da Confraria da Moenga; autora e co-autora de trabalhos de divulgação turística; e sócia-gerente de uma empresa de animação turística, Ana Barbosa abraçou de corpo e alma a defesa de um sector que encontra no mundo rural um terreno fértil para (se) desenvolver.

## Qual é o ponto de situação da animação turística em Portugal?

A animação turística é uma noção muito abrangente. Vamos considerá-la apenas no seu sentido mais restrito e definido, ou seja, como o conjunto dos produtos próprios das empresas de animação turística e similares (outras entidades do sector turístico abrangidas pelo Decreto-Lei n.º 204/2000 de 1 de Setembro), que, com o seu trabalho, o seu esforço e a sua imaginação, procuram responder à pergunta, cada vez mais importante, que leva os turistas a escolherem os seus destinos: o que posso fazer neste país, nesta região, neste local? Neste sentido, a animação turística é um subsector vital, com todas as dificuldades que tem um sector ainda em afirmação mas também com toda a força e frescura que caracteriza o que é novo e inovador. É uma espécie de “sal da terra” do turismo.

## Entre o emergir e o florescer desta actividade, como é que o mercado tem evoluído?

Em 1990, existiam, identificadas, quatro empresas que se dedicavam ao que hoje se chama turismo activo; hoje, 15 anos volvidos, existem cerca de 300 empresas licenciadas como empresas de animação turística. Os seus objectos são variados: a parte mais significativa dedica-se à organização de passeios na natureza, de diversos tipos de actividades de ar livre, de programas multi-actividades para grupos de empresa (incentivos, programas de lazer complementares de reuniões e formação *outdoor*); outras, que podemos considerar situadas numa franja “cinzenta”, que não se distingue muito claramente de algumas actividades tradicionalmente exercidas por agências de viagens e turismo, organizam circuitos em viaturas de nove lugares, as chamadas “carrinhas”, ou mesmo em autocarro; outras ainda, exploram grandes equipamentos de animação como campos de golfe, de *paintball*, kartódromos, parques temáticos. Às vezes, temos a sensação de que todos os dias aparecem novos projectos empresariais neste subsector, mas não podemos deixar de referir que também há empresas que fecham. Esta dupla realidade faz-me pensar que conseguimos, de facto, criar um mercado há uns anos atrás inexistente, que cumprimos uma função muito importante no desenvolvimento do interior, na fixação de turistas e no combate à sazonalidade, mas que este ramo de negócio apresenta mais armadilhas do que parece. Não se pode abrir uma empresa de animação turística só porque se quer fazer profissionalmente o que se gosta de fazer nos tempos livres. Este sonho é um bom ponto de partida. Mas o Turismo é um sector muito exigente e, em tempos de crise, é implacável.

A PACTA - Associação Portuguesa de Empresas de Animação Cultural e Turismo de Natureza e Aventura (hoje chamadas empresas de animação turística), constituída em 1997, tem três áreas prioritárias de trabalho: o **enquadramento jurídico** das empresas de animação turística, alimentando o diálogo com a Tutela para o reconhecimento e desenvolvimento do subsector; **a formação**, através da sensibilização das entidades de direito para a necessidade de uma oferta formativa certificada; e a **promoção** do debate público sobre os problemas próprios ao subsector. Em primeira e última instância, a PACTA defende e promove os interesses comuns dos seus cerca de 50 associados.

Para mais informações:  
www.pacta.web.pt  
pacta@net.novlis.pt

## Que desafios se colocam hoje a este ainda novo sector de actividade?

São múltiplos. O mais importante, do qual dependerão todos os outros é, sem dúvida, a luta sem tréguas pela nossa afirmação como um subsector com credibilidade: forte, dinâmico, com profissionais competentes e com uma indiscutível capacidade de resposta às solicitações do mercado interno e externo. Esta afirmação implica duas ordens de condições, que não dependem apenas de nós mas também da vontade política da tutela do Turismo: a adequação do enquadramento jurídico actual a nossa realidade, trabalho que já foi iniciado com a constituição, pelo Secretário de Estado do Turismo, de um grupo de trabalho com este objectivo; e a clara definição de competências dos técnicos de animação turística, em particular dos que monitorizam as diversas actividades classificadas como turismo activo. Esta segunda condição, que parece simples de realizar – só precisamos de cursos certificados que assegurem competências técnicas concebidas na óptica do trabalho turístico e da defesa dos princípios da conservação da Natureza – tem-se revelado especialmente difícil. Tudo o que é transversal e transdisciplinar embate com as visões arcaicas dos compartimentos estanques do saber e do saber-fazer, a que não são alheios, também, alguns interesses corporativos. Penso que estamos no bom caminho mas ainda há muita pedra para partir: no Turismo, no Desporto e no Ambiente. E como, entretanto, a vida não pára, enquanto esta casa se arruma temos que viver nela e andar para a frente como temos feito até agora: com as nossas próprias forças. Temos que consolidar os nossos produtos, formar os nossos técnicos, estabelecer parcerias estratégicas e afirmar-nos pela única via que, a prazo, nos pode garantir um lugar de relevo no turismo: a qualidade da nossa oferta e à sua adequação às tendências actuais da procura.

## Quais são os maiores obstáculos da animação turística “Made in Portugal”?

No que respeita aos obstáculos, e para além dos problemas já referidos, menciono apenas dois: a impunidade relativamente às entidades que fazem animação turística sem estarem licenciadas para tal, como é o caso de alguns estabelecimentos comerciais, de alguns clubes, de algumas associações ditas sem fins lucrativos e, até, de grupos informais de amigos que começam por organizar actividades para si próprios e acabam a vendê-las a turistas; e a impreparação do país para receber a animação turística – são poucos os espaços públicos que se encontram qualificados para receber actividades de animação turística e, nestes últimos tempos, as entidades que deviam olhar-nos como parceiros do desenvolvimento sustentável, parece que decidiram transformar-se em criadores de impostos encapitados e agentes de cobranças fáceis. As empresas de animação turística, para além da taxa de licenciamento que pagam à Direcção-Geral do Turismo e sem a qual não recebem o seu alvará, estão a ser autenticamente perseguidas por taxas: capitania, CCDR (Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional), câmaras municipais, Direcção-Geral das Florestas, ICN (Instituto da Conservação da Natureza), todas estas entidades nos cobram e nos obrigam a uma incomensurável perda de tempo com pedidos de licenças.

## “ não há animação turística sem conservação da nossa paisagem humanizada”

### E os maiores trunfos?

Quanto aos trunfos, só temos um, de grande valor: a matéria-prima com que trabalhamos é muito boa. Hoje o descanso activo é, fundamentalmente, um conjunto de actividades de descoberta da Natureza e do Património (construído e etnográfico). Não temos a Natureza mais fantástica do mundo, nem o património construído mais valioso, nem o melhor artesanato, nem a melhor gastronomia, nem os melhores vinhos. Mas temos lugares de excepção em Portugal onde o passado e o futuro em todas estas vertentes estão a dar as mãos de uma forma muito promissora. Temos gente que não tem do progresso uma concepção provinciana-megalómana e sabe que a nossa mais-valia a curto, médio e longo prazo passa pela escala humana das nossas vidas, pelos tesouros da nossa pequena dimensão, pelas nossas coisas boas, genuínas. Que são nossas, vividas por nós e para nós e não “para inglês ver”. Há quem diga que o turismo é a prostituição de um país. Penso que não é verdade. Um país só se prostitui quando não percebe que nenhum turista se desloca para o descobrir se o que tiver à sua espera for um cenário fabricado e mascarado de genuíno e não a sua vida, a sua maneira de ser e de viver, aquilo que, antes de mais, faz para si próprio e por si próprio. Esta guerra está longe de estar ganha em Portugal. Mas tenho esperança e acredito que uma parte do turismo que se faz no interior do país está a caminhar nesta perspectiva.

### Em que medida a animação turística tem contribuído para a mudança da fisionomia do mundo rural português?

Há muitos projectos de animação turística no interior de Portugal que têm objectivos assumidamente locais ou regionais. São protagonizados por “filhos da terra”, propõem-se valorizar e divulgar o que é local e, neste sentido, trazem um dinamismo novo ao chamado mundo rural (embora este conceito também careça, hoje, de elucidação). Mas, se quisermos ser rigorosos, temos que reconhecer que a animação turística já é, ela própria, expressão de uma mudança que está a montante. Sem negar o pioneirismo de alguns projectos, a verdade é que, se hoje existem empresas de animação turística no interior é porque o interior, onde existe o tal mundo rural, começa a ser olhado como espaço de qualidade de vida em detrimento da noção de atraso e pobreza com que há uns anos atrás se olhava a ruralidade. Porque existem outras apostas, outros projectos e outras realidades sem os quais a animação turística, por si só, não poderia cumprir-se. Em Portugal, dadas as características do nosso território, não há animação turística sem conservação da nossa paisagem humanizada, o que significa, sem agricultura, sem pastorícia, sem aldeias habitadas, sem gente, sem produtos enogastronómicos de qualidade. E, obviamente, não há animação turística sem camas para dormir, sem restaurantes, sem comércio local, sem estradas que permitem chegar depressa onde se quer ficar sem pressa. O turismo – e não apenas a animação turística – tem contribuído para a mudança de fisionomia que refere. Em alguns casos, este contributo até pode ser considerado decisivo. Mas se for factor único de desenvolvimento cria ilhas e não muda a fisionomia do mundo rural: sobrepõe-se a ele e anula-o.

### Que tipo de articulação deveria prevalecer entre empresas de animação turística, poder local, sociedade civil e população?

As empresas de animação turística não podem ser olhadas como corpos estranhos mas como parceiros. Quer actuem a partir de dentro quer venham de fora, só cumprem bem a sua função se conhecerem muito bem o território em que operam, se respeitarem as regras e se, com a sua actuação, forem agentes activos dos chamados efeitos multiplicadores da actividade turística.

### Até que ponto a animação turística segue os cânones do desenvolvimento sustentável em benefício dos territórios rurais e das populações locais?

A animação turística no sentido em que temos vindo a referir-nos a ela, como conjunto de empresas e produtos, não é um todo homogéneo. Em todos os sectores da actividade económica há bons exemplos e maus exemplos. Mas há um factor no sucesso da animação turística que me permite apontar como mais provável uma resposta tendencialmente positiva: dada a estreita ligação



Maria do Rosário Aranha

entre os projectos de animação turística vocacionados para o mundo rural e os recursos físicos e humanos dos territórios onde se desenvolvem, seja qual for a postura subjectiva de uma empresa, se ela não seguir os cânones do desenvolvimento sustentável, a prazo está condenada. Também por esta razão, a fiscalização e punição de quem faz animação turística à margem da lei é fundamental: de um modo geral, os projectos profissionais são projectos de médio e longo prazo: quem não respeita as regras e quer lucro fácil e rápido a qualquer preço, não se dá sequer ao trabalho de investir no licenciamento da sua actividade.

### Qual é a importância da animação turística para os processos de desenvolvimento local?

A animação turística não faz milagres. Mas uma empresa ou um conjunto de empresas turísticas que operem correctamente num território podem constituir uma enorme mais-valia para o desenvolvimento sustentável. Não é por acaso que se afirma que o turismo é um dos sectores mais importantes da economia portuguesa. Um bom projecto de animação turística pode contribuir decisivamente para o prolongamento da estadia de turistas numa determinada região e, por esta via, promover o desenvolvimento da economia local. Pode ajudar a que haja mais dormidas, mais refeições, mais compras, mais gastos a vários níveis. Por outro lado, as empresas criam emprego, formam quadros, qualificam pessoas, valorizam recursos. São todas estas dimensões que, interagindo, constituem os já referidos efeitos multiplicadores do turismo.

### De que forma o programa LEADER tem vindo a contribuir para o desenvolvimento da animação turística nos territórios rurais?

Não tenho dados sobre os resultados da actuação do programa LEADER a nível nacional para lhe responder de uma forma fundamentada. Sei que têm sido apoiados projectos que valem a pena e que, sem este apoio, nunca poderiam ter visto a luz do dia no *timing* certo. Um apoio na hora certa pode ser crucial para uma empresa. Mas também sei que já foram apoiados projectos sem pernas para andar e que só resistiram enquanto foram apoiados. Situações destas não valem a pena. Penso que o programa LEADER, apesar de algumas situações que, para mim, são menos claras – como é o caso da participação directa de ADL (Associações de Desenvolvimento Local) em empresas – tem uma imagem globalmente positiva enquanto programa de financiamento. Os processos de candidatura são simples e contemplam pequenos investimentos, o que para as empresas de animação turística é muito importante. Agora, se as ADL estão a funcionar bem ou mal, se o seu funcionamento está a ser bem visto ou mal visto pelas populações locais e se o contributo para o desenvolvimento da animação turística tem ou não sido significativo, é uma problemática que, muito sinceramente, quer pessoalmente quer como presidente da Direcção da PACTA, nunca analisei em detalhe.

Entrevista realizada por e-mail por Maria do Rosário Aranha

# Como integrar o turismo no DL

## O contributo do LEADER na ZI da LEADERSOR

"As principais potencialidades da região advêm da sua própria desertificação, geradora do produto "Natureza", rico nas suas características ambientais, complementado pelo património histórico e cultural". Esta é a "máxima" que orienta e justifica toda a estratégia de actuação da LEADERSOR - Associação para o Desenvolvimento Rural Integrado do Sor.

Catorze anos após a sua constituição, o coordenador do Grupo de Acção Local (GAL) da associação, João Leal, não tem dúvidas de que a estratégia inicialmente definida para o território - "que ainda hoje seguimos e reconhecemos que foi bem escolhida" - é "absolutamente correcta".

Na LEADERSOR desde 1997, João Leal congratula-se com o trabalho desenvolvido e os resultados atingidos. Reconhecendo que "o trabalho nunca está concluído, havendo ainda quase tudo para fazer", João Leal defende que hoje "já começam a ser visíveis os resultados do desenvolvimento da estratégia na região". Localizada no interior do país, numa zona de transição entre, por um lado, o Ribatejo e o Alto Alentejo e, por outro, a Beira Baixa e o Alto Alentejo, a Zona de Intervenção (ZI) da LEADERSOR apresenta-se como um território pobre, social, demográfica e economicamente desvitalizado.

Contrariar esta tendência, fomentando o aparecimento de novas actividades - que promovam o desenvolvimento integrado da região - foi o objectivo definido pela LEADERSOR. "Com a falta de oportunidades que existem ao nível do emprego e serviços às populações, sempre foi nossa convicção que a viabilização dos investimentos passava por tornar o território atractivo, por meio da animação. Nessa altura [no arranque do LEADER I], e mesmo antes, sentia-se que os urbanos tinham uma certa necessidade de regressar às origens, contactar com a Natureza", fugir ao stress das grandes cidades". A aposta na animação - turística - revela-se, assim, sublinha João Leal, "uma forma de responder a essa necessidade e viabilizar os investimentos trazendo por essa via pessoas para a região". Uma estratégia que, ressalva, tem passado pelo programa LEADER.

Pegando nos montes alentejanos - centros neurálgicos das antigas herdades agrícolas, a LEADERSOR faz do turismo rural a sua bandeira.

Outra importantes unidades económicas (praticamente auto-suficientes), os montes - "esvaziados" de gente que a crescente mecanização deixou sem trabalho e que, por isso, foi obrigada a procurar emprego noutras regiões - foram sucessivamente abandonados. Muitos não passavam de ruínas quando a LEADERSOR olhou para eles.

### O alojamento como ponto de partida

Recuperar os montes alentejanos - pequenas casas tradicionais -, para aí serem instaladas unidades de Turismo em Espaço Rural (TER), como forma de evitar a desertificação humana dos mesmos e de aumentar os rendimentos das explorações agrícolas (através da introdução de uma actividade nova), foi o desafio da associação.

Por um lado, explica João Leal, "havia a necessidade de recuperar esse património, por outro viamos aqui uma oportunidade para uma actividade nova - o turismo". Uma actividade que, segundo a LEADERSOR, até então não tinha merecido a atenção devida tanto pelos organismos públicos como privados da região, não havendo sequer legislação.

O turismo em meio rural surge, assim, como a acção em que foi feito o maior investimento no LEADER I e LEADER II. Devendo, no entanto, referir-se que o investimento em novas unidades no LEADER II representou apenas 15 por cento, correspondendo a parte restante do investimento no turismo ao financiamento de actividades de lazer e melhoramentos nas unidades apoiadas pelo LEADER I. Através de uma estratégia de cobertura do território, fazendo uma discriminação positiva entre os concelhos, o objectivo não era contudo, como afirma João Leal, "trazer para aqui, uma zona calma, de certo modo preservada, programas de turismo de massas". Por isso, hoje, no LEADER +, "ainda continuamos a apoiar o TER mas estabelecemos prioridades".

Não tendo experiência na actividade, os promotores destes projectos sentiram necessidade de se associar, criando, em 1993, com o apoio da LEADERSOR, a associação Montes Alentejanos. Actualmente, a associação integra 13 montes, espalhados pelos concelhos de Avis, Ponte de Sor, Mora, Gavião, Fronteira e Alter do Chão (a inaugurar brevemente). Os Montes estão dotados de todo o conforto a nível de alojamentos, tendo alguns deles piscina, picadeiro coberto para a prática da equitação durante todo o ano, *ski* aquático e serviço de refeições, onde predomina a gastronomia alentejana.

Hoje em dia, além da coordenação e promoção do TER na região, esta associação oferece toda uma estrutura de lazer, não apenas nas herdades onde se inserem os Montes, como nas barragens e localidades próximas. Um passeio a cavalo, descer de canoa um dos vários cursos de água que atravessam o território, percorrer a região em bicicleta ou em veículos todo-o-terreno são algumas das formas propostas pelos Montes Alentejanos para partir à descoberta da região. Porque, como sublinha João Leal, "nós sempre tivemos a preocupação que cada unidade de turismo tivesse animação própria: *ski* aquático nas zonas de barragens, passeios a cavalo no caso dos Montes com centros híplicos próprios - actividades que mereceram, sempre que possível, igualmente do apoio do programa LEADER.

Hoje, o turismo é uma actividade em expansão na região, criando postos de trabalho no alojamento, na restauração, artesanato, pequenas agro-indústrias e actividades desportivas e culturais.

Partindo do alojamento, a estratégia da LEADERSOR privilegiou o aproveitamento do potencial endógeno da sua região de uma forma integrada, valorizando o ambiente e a sua protecção e a transformação e comercialização de produtos locais. A grande aposta no actual LEADER + para, como diz João Leal, "pegar naquilo que faltava, para o cumprimento de uma palavra que sempre foi cara ao LEADER, mas que hoje m dia já não tem tanto uso, que é integração". Pretendia-se, continua, "que o desenvolvimento da região fosse integrado e, de facto, hoje tomamos consciência de que o investimento foi feito de uma forma integrada contribuindo assim para a sua sustentabilidade".

"Não é por acaso", desabafa João Leal, "o sucesso que o programa LEADER tem tido". "A forma de gestão do programa, a proximidade com os promotores fazem a diferença, dando à entidade local gestora um conhecimento e confiança que facilita muito aplicação dos fundos".

Assim, hoje, animação turística na ZI da LEADERSOR para além dos "montes alentejanos", é também o turismo equestre, igualmente alvo da atenção da associação e, conseqüentemente, do programa LEADER - ainda mais quando o cavalo Lusitano é uma das raças autóctones de maior expressão na região, onde existem diversos criadores não podendo deixar de se referir a Coudelaria de Alter, criadora de um ramo daquele cavalo, o Alter Real, que faz parte integrante da ZI da LEADERSOR. São as inúmeras e diversificadas actividades do ecoturismo que aqui encontra condições óptimas para a sua promoção, graças aos inúmeros pontos de água que o território detém, e ao ambiente extremamente rico, quer do ponto de vista da flora, quer da fauna.

Além do grande rio ibérico - o Tejo -, a ZI da LEADERSOR é atravessada por outros cursos de água de dimensão mais modesta, como as ribeiras do Sor e da Raia que, juntamente com as albufeiras de Montargil e do Maranhão, colocam este território no mapa dos locais mais procurados para férias no nosso país... Seja para umas tranquilas férias num Monte Alentejano, sempre com a possibilidade de alternar os mergulhos na piscina com uma ida até à praia fluvial mais próxima... Seja para umas férias "activas", descendo os rios de canoa ou fazendo *ski* aquático na barragem de Montargil ou do Maranhão. Hoje, a dificuldade poderá estar apenas na escolha...

Paula Matos dos Santos



Montes Alentejanos - Alojamento LEADERSOR



Barragem do Maranhão / Paulo Matos dos Santos

# Montargil e Maranhão

Zona de transição entre o Ribatejo e a Beira Baixa, a sub-região de Montargil e Maranhão evidencia globalmente maiores afinidades com o Alentejo, no que diz respeito à fisionomia da paisagem e aos aspectos orográfico e climático. Uma paisagem dominada pelos povoamentos florestais, onde sobressai o montado de sobreiro e produto "Natureza" vale por si só.

Atravessada pelo rio Tejo, a Zona de Intervenção (ZI) da LEADERSOR - Associação para o Desenvolvimento Rural Integrado do Sor, no âmbito do programa LEADER+, toma como referência duas albufeiras: Montargil e Maranhão. A primeira fica situada na margem direita da ribeira de Sor e tem uma extensão de quase 20 km, desde as proximidades de Ponte de Sor até às imediações da vila com o mesmo nome. A do Maranhão orienta-se quase paralelamente à de Montargil, desenvolvendo-se desde Seda (perto de Alter do Chão) até ao lado sudoeste da sede do concelho de Avis. Tem cerca de 40 km de comprimento e é alimentada pelas ribeiras da Seda, de Avis e da Raia. As duas barragens foram construídas nos anos 50 para irrigar os campos do Vale do Sorraia e ambas são, actualmente, muito procuradas como zonas de lazer, sobretudo pelos amantes dos desportos náuticos.

A ZI da LEADERSOR abrange uma área geográfica de 2.792,9 km<sup>2</sup> distribuída por 31 freguesias pertencentes a seis concelhos - Alter do Chão (4), Avis (8), Fronteira (3), Gavião (5), Ponte de Sor (7), do distrito de Portalegre, e Mora (4), do distrito de Évora - agrupadas na NUT III Alto Alentejo. Com 839 km<sup>2</sup>, Ponte de Sor é o maior concelho em área. Seguem-se-lhe Avis (606 km<sup>2</sup>), Mora (443 km<sup>2</sup>), Alter do Chão (362 km<sup>2</sup>) e Gavião (295 km<sup>2</sup>). Fronteira é o mais pequeno (245 km<sup>2</sup>).

Fazendo fronteira a norte com os concelhos de Abrantes, Mação e Nisa, a oeste com Chamusca e Coruche, a leste com o Crato e Monforte e a sul com Arraiolos e Sousel, a ZI da LEADERSOR é, na realidade, uma região de transição. Por um lado, entre o Ribatejo e o Alto Alentejo e, por outro, a Beira Baixa e o Alto Alentejo. Assim, mais a norte, no Gavião, os usos e costumes assemelham-se mais aos dos beirões, enquanto que em Avis e

Fronteira os hábitos aproximam-se mais dos dos alentejanos. Tanto Ponte de Sor como Mora apresentam características comuns quer ao Ribatejo quer ao Alto Alentejo. O coordenador do Grupo de Acção Local (GAL) da LEADERSOR, João Leal, defende que Ponte de Sor sempre pertenceu ao Ribatejo. "Hoje as pessoas não se apercebem, mas há uns anos tudo o que as pessoas de Ponte de Sor tinham vinha de Santarém. A construção das barragens e das novas vias de comunicação é que vieram alterar esta ligação". Hoje em dia, a ligação a Portalegre é evidente. Para João Leal, não há dúvidas de que as acessibilidades melhoraram bastante mas, explica, isso também trouxe desvantagens, como a deslocalização de empresas e serviços para aquela cidade alentejana.

Apesar de se tratar de uma região de transição, a ZI da LEADERSOR evidencia globalmente maiores afinidades com o Alentejo, no que diz respeito à fisionomia da paisagem e aos aspectos orográfico e climático. Uma paisagem aberta, uniforme, levemente ondulada, e onde sobressai a grande propriedade.

Contrariamente a outras zonas alentejanas, este território apresenta uma paisagem dominada pelos povoamentos florestais. Solos pouco férteis conferiram à região uma aptidão essencialmente silvícola. Embora existam pinhais e eucaliptais, o sobreiro e a azinheira são as árvores dominantes. Ambas persistem, quer dispersas em campos abertos, quer sobretudo sob a forma de montado. A ZI da LEADERSOR surge assim como uma das principais regiões de cultura do sobreiro, em particular, os concelhos de Ponte de Sor, Gavião, Mora e Avis. O olival tem vindo, no entanto, a ganhar terreno ao montado de azinho.

A actividade florestal é, assim, muito importante na região, não apenas nos produtos que gera mas também na criação de emprego (ainda que sazonal) e na manutenção de diversos tipos de indústrias a jusante. Refira-se que a indústria da cortiça de Ponte de Sor conheceu um desenvolvimento muito grande nos últimos cinco anos, devido à deslocalização dos grandes grupos do sector da cortiça, do Norte para Ponte de Sor (zona de produção), sobretudo pelo significativo número de postos de trabalho criados.

Num território, como afirma João Leal, onde "à excepção de Ponte de Sor, as oportunidades de emprego são diminutas e as pessoas não têm alternativas", este é um aspecto que se reveste da maior importância ao nível da economia da região.

Um território onde, adianta João Leal, "não se criaram actividades que possam absorver os activos excedentes da agricultura e a indústria se restringe

praticamente ao concelho de Ponte de Sor, com três ou quatro empresas de alguma dimensão, designadamente no sector da cortiça".

A importância do montado não se fica, contudo, unicamente pela produção de bolota e de cortiça. Trata-se também de um sistema agroflorestal que protege o solo contra a erosão e mantém uma rica e abundante fauna cinegética. Daí a existência de inúmeras zonas de caça na região.

A agricultura e a pecuária também desempenham papel económico relevante. Nos terrenos mais férteis dos vales dos principais cursos de água que atravessam o território, desenvolvem-se o milho, o tomate e o arroz. A norte do Tejo evidencia-se a policultura da batata e do feijão. A pecuária extensiva em regime de manadío é dominante sobretudo no que diz respeito a bovinos (em zonas de montado) e ovinos (zonas de restolhos e pousios). O sector terciário espelha igualmente a desertificação característica da região. De acordo com João Leal, "as poucas coisas que existiram têm vindo a desaparecer por força de alguma concentração regional".

Ao nível do ensino, as escolas são em número suficiente. Completar o ensino secundário é garantido na região mas os alunos que queiram ir além do 12.º ano de escolaridade têm de sair do território. Portalegre volta a revelar-se uma forte possibilidade, dada a proximidade, tal como, a este nível, Abrantes. No capítulo geoclimático, a ZI da LEADER apresenta, de uma maneira geral, baixos níveis de altitude. Com 413 metros de altitude, Alter Pedroso (concelho de Alter do Chão) constitui o ponto mais elevado da região e, do seu cume, é visível a serra de S. Mamede - o maior maciço orográfico de todo o Alentejo. O restante território mantém-se abaixo dos 200 metros.

Quanto ao clima, trata-se de uma região moderadamente chuvosa, apresentando menores níveis de precipitação nas áreas mais interiores (Alter do Chão e Fronteira) e maiores a Norte, numa faixa que se estende para Leste desde Ponte de Sor (zonas sob a influência das serras beirãs e da serra de S. Mamede). A influência da serra de S. Mamede volta a notar-se nas variações de temperatura, sendo estas mais baixas a Nordeste e mais elevadas na zona mais interior.

#### População escassa; Natureza pródiga

A nível demográfico, este território é tradicionalmente escasso de população. A mecanização crescente e consequente abandono dos montes (sede das antigas herdades agrícolas) levou a que se produzissem migrações em sentido contrário às verificadas desde os meados do século passado até aos anos 40, para trabalhar as terras dos grandes proprietários. Por isso, nos últimos 30 a 40 anos, a ZI da LEADERSOR perdeu população, encontrando-se actualmente com apenas 14,9 habitantes por km<sup>2</sup>.

De acordo com os resultados dos Censos de 2001, do Instituto Nacional de Estatística (INE), Ponte de Sor volta a liderar o grupo dos concelhos considerados, contabilizando 18.140 habitantes. Mora conta com 5.788 habitantes, Avis 5.197, Gavião 4.887, Alter do Chão 3.938 e Fronteira 3.732. No total, a ZI da LEADERSOR conta com uma população residente de 41.682 habitantes, o que representa uma quebra populacional de 2.877 habitantes em relação aos Censos de 1991 (-6,5 pontos percentuais). À excepção do concelho de Ponte de Sor, que registou uma subida de 1,9 por cento, em todos os outros se verifica uma redução do efectivo populacional. Gavião é o concelho mais atingido com -17,4 por cento, seguindo-se Mora (-12,1%), Alter do Chão (-11,3%) e Fronteira (-9,5%). Com -8,6% Avis é o concelho que perdeu menos habitantes no período considerado.

Entre 1991 e 2001, os números do INE assinalam uma descida acentuada no escalão etário "0-14 anos" em todos os concelhos, atingindo valores

Zona de Intervenção LEADER+



mais expressivos em Mora (-44,3%), Gavião (-32,5%) e Fronteira (-30,4%). O concelho menos atingido por esta tendência é Ponte de Sor que, ainda assim, regista uma descida de -17,8%. No segmento populacional "65 ou mais anos" todos os concelhos registam valores positivos, com Ponte de Sor à frente (23,8%).

A semelhança de outros territórios, verifica-se uma grande concentração da população nas sedes de concelho, voltando a destacar-se Ponte de Sor como o pólo urbano mais relevante.

Na opinião do coordenador do GAL da LEADERSOR, o número de habitantes vai continuar a decrescer no futuro, porque "não existem actividades que segurem as pessoas" na região.

Definidas com base nas suas particularidades e valores naturais, as áreas classificadas também marcam presença neste território. Refiram-se os montados de sobre das zonas de Montargil, Mora, Avis e Ponte de Sor e montados de Carvalho-cerquinho de Alter do Chão, os biótopos CORINE "Fornos do Arrão" e "Albufeira de Montargil e o sítio do Cabeção (Rede Natura 2000), que inclui o biótopo CORINE "Cabeção/Aldeia Velha".

As comunidades faunísticas terrestres evidenciam uma clara preponderância das espécies ou grupos de espécies associados a meios arborizados. As aves constituem o maior grupo de vertebrados na região, podendo, ao longo do ano, aqui ser observadas mais de duzentas espécies; grande parte são residentes, como o pato-real, o peneireiro-vulgar, a perdiz-comum, o melro-preto, o chapim-azul...; outras, apenas na estação reprodutora, caso da cegonha-preta... A fauna piscícola também adquire especial importância biológica, quer nas albufeiras, quer nos principais cursos de água, designadamente no rio Tejo. Na comunidade de carnívoros, o lince-ibérico é o expoente máximo. É em torno deste produto "Natureza", rico nas suas características ambientais, complementado pelo património histórico e cultural, que a LEADERSOR tem vindo a delinear toda a sua estratégia de intervenção para a sub-região Montargil e Maranhão.

Paula Matos dos Santos



Alter Pedroso / João Limão



Castro de Bever / Paula Matos dos Santos

# LEADERSOR

Associação para o Desenvolvimento Rural Integrado do Sor



"Não me fica mal falar do bom trabalho da LEADERSOR, porque o bom trabalho vem desde o início, quando eu não estava", revela o coordenador do Grupo de Acção Local (GAL) da LEADERSOR, João

Leal. "Quem delineou a estratégia que ainda seguimos e que reconhecemos que foi bem escolhida para o território, foi uma pessoa, que já não se encontra entre nós, que não podemos esquecer: Nuno Vaz Pinto".

Impulsionador e mesmo ideólogo da estratégia delineada, Nuno Vaz Pinto esteve na base da fundação da LEADERSOR, bem como de outras associações como a ACORPSOR - Associação de Criadores de Ovinos da Região de Ponte de Sor e AFLOSOR - Associação de Produtores Florestais da Região de Ponte de Sor. Associações que se constituem como associados fundadores da LEADERSOR, quando esta é constituída a 22 de Agosto de 1991, como associação sem fins lucrativos que tem por objecto o desenvolvimento rural integrado dos concelhos que integram a sua zona de intervenção: Alter do Chão, Avis, Fronteira, Mora, Ponte de Sor e Gavião.

Face a este contexto, a LEADERSOR afirma-se como uma associação cuja estratégia passa pelo desenvolvimento e aplicação do programa LEADER. De acordo com João Leal "é uma associação de outras associações e que foi formada fundamentalmente para gerir o Programa LEADER". A criação da LEADERSOR foi fundamentada neste objectivo

e, por isso, "temos focado a nossa actividade quase exclusivamente no programa LEADER. Deixamos para outras entidades, que são mais especializadas, a gestão de outro tipo de programas".

Apesar disso, a associação conta com uma participação num projecto INTERREG III, denominado "Turismo Ornitológico", que conta com mais quatro parceiros portugueses e espanhóis. Uma intervenção quase marginal, por que toda a estratégia do território "Montargil e Maranhão" está alicerçada em torno dos programas LEADER I, LEADER II e LEADER+.

A "Valorização dos produtos locais" é o tema forte do Plano de Desenvolvimento Local, e exprime o reforço das complementaridades entre agricultura, turismo e ambiente. Uma lógica assente no apoio ao turismo rural e aos produtos locais, como elementos de atractividade para o território. Intervenção que obedece a uma lógica de desenvolvimento integrado, só possível com o LEADER, porque se trata de um "programa que não tem tido sucesso por acaso; a sua metodologia, a sua decisão efectivamente descentralizada e localizada faz a diferença entre outros programas".

LEADERSOR  
Av. da Liberdade, nº 115  
7400-217 Ponte de Sor  
Telefone: 242 291226  
Fax: 242 291227  
E-mail: leadersor@mail.telepac.pt  
Site: www.leadorsor.pt

## Órgãos sociais

**Direcção:** Presidente ACORPSOR - Associação de Criadores de Ovinos da Região de Ponte de Sor (Francisco de Almeida Garrett) | Secretária AFLOSOR - Associação dos Produtores Florestais da Região de Ponte de Sor (José Alves Bento) | Tesoureiro GES - Gabinete de Engenharia do Sor (Ernesto Estrada) | **Assembleia-Geral:** Presidente Francisco Vaz Monteiro de Goes do Bocado | Secretária Maria da Conceição Figueira Rodrigues | Secretário Luis Miguel Henriques da Cruz Bucho | **Conselho Fiscal:** Presidente Caixa de Crédito Agrícola Mútuo de Ponte de Sor (João Guerra) | Secretário António Manuel Godinho Calheiros de Azevedo | Secretário Fernando Maria Pereira Valadares Couceiro

Associados / Parceria LEADER+ (GAL)

**Entidades:** Acorsor - Associação de Criadores de Ovinos da região de Ponte de Sor, Aflosor - Associação dos Produtores Florestais da Região de Ponte de Sor, GES - Gabinete de Engenharia do Sor, Caixa de Crédito Agrícola Mútuo de Ponte de Sor, Associação Gente, Montes Alentejanos - Associação de Turismo Integrado, Câmara Municipal de Gavião, Câmara Municipal de Alter do Chão, Câmara Municipal de Mora, Associação de Regantes e Beneficiários do Vale do Sorraia | **Indivíduos:** Francisco Vaz Monteiro de Goes do Bocado, Mário Olimpio Alves Varela Martins, Paulo Jorge Cardoso Ribeiro, João Maria Salgado de Goes, Fernando Maria Pereira Valadares Couceiro, Luis Miguel Henriques da Cruz Bucho, Maria da Conceição Figueira Rodrigues, Fernando António Gomes Farinha Pereira, José Guilherme Salgado de Goes

## PDL LEADER+

# Valorizar os produtos locais

Durante uma actividade de animação no território, João Leal observou com satisfação, que quase tudo o que era utilizado nesse evento - o vinho, o queijo, a praça de touros, a banda de música -, "todas essas coisas tinham o dedo do LEADER". Consciência que veio de encontro ao firme propósito de promover um desenvolvimento integrado, com articulação do investimento.

Dentro desta lógica, o Plano de Desenvolvimento Local (PDL) da LEADERSOR, no âmbito do LEADER+, tem como tema federador a "Valorização dos produtos locais", e engloba uma abordagem que corresponde ao fecho de um ciclo de intervenção integrada.

No LEADER I, a associação avançou para uma aposta direccionada para o sector do turismo, que incluiu o financiamento da reconstrução de casas, que deram origem a 13 Montes Alentejanos. Segundo João Leal, a "estratégia incidia em recuperar esse património", ao mesmo tempo que "viamos uma oportunidade para uma actividade nova". No LEADER II, o cavalo é o tema forte. Em simultâneo, continua a haver apoio ao turismo rural, estabelecendo-se prioridades para as zonas onde não havia unidades de turismo apoiadas. "O cavalo e o turismo rural também são produtos locais", afirma o coordenador da LEADERSOR. Por isso, o

LEADER+ /Montargil e Maranhão apenas alarga os horizontes de intervenção. Cortiça, azeite, queijo, ou enchidos, são alguns produtos apoiados. "Tentámos apoiar os produtores, no sentido de melhorarem a qualidade dos produtos ou fomentar o aparecimento de novos produtores".

Os objectivos específicos do PDL LEADER+ da LEADERSOR visam o apoio à iniciativa empresarial e económica do sector primário; estímulo à criação de iniciativas empresariais nos domínios do turismo, lazer e ambiente; dinamização e revitalização das actividades turísticas em espaço rural, através da qualificação de recursos de apoio à iniciativa empresarial; aperfeiçoamento, reciclagem e reconversão de activos rurais; promoção da investigação científica e da transferência de *know-how* e tecnologia para o tecido produtivo local; reforço da identidade produtiva e da imagem de marca das produções locais; promoção e revalorização social e profissional das profissões rurais; e fomento do parceria local para o apoio à estratégia de desenvolvimento.

Até 30 de Junho deste ano, a LEADERSOR aprovou 55 projectos no Vector 1 (Desenvolvimento Rural) - 45 na Medida 1 e 10 na Medida 2-, e 19 no Vector 2 (Cooperação), num investimento total aprovado de 4.722.710,84 euros do total de 5.733.999,09 euros programados no PDL.

Textos de João Limão

## Equipa Técnica do GAL



João Leal  
Coordenador

"Estava completamente fora do meu percurso profissional trabalhar em desenvolvimento rural". A frase atesta a surpresa do escalabitano João Leal, face ao rumo de vida um pouco inesperado. Licenciado em Gestão, no Instituto Superior de Economia e Gestão, inicia actividade, ao ingressar nas oficinas gerais de material aeronáutico, para cumprir o serviço militar como civil assalariado. Segue-se um percurso de 13 anos num banco em Lisboa, mas a partir daqui, assume-se como gestor e empresário, com experiência variada por todo o país. É director financeiro numa empresa têxtil, director geral de uma empresa de calçado, constituiu uma empresa de importação e comercialização de calçado e matérias-primas para esta indústria, e torna-se administrador de uma empresa do ramo automóvel. Já é conhecedor e frequentador da região, devido a ligações familiares, e através da caça e da equitação, quando em 1997 recebe o convite para coordenador da LEADERSOR, que lhe permite concretizar o objectivo de se estabelecer no território. "Uma região que tem tudo para fazer", adianta. Hoje confessa que "é gratificante trabalhar em desenvolvimento rural". Para isso, ajudam os resultados visíveis da intervenção LEADER no território. Está de tal forma rendido, que "gostaria de acabar minha carreira profissional a trabalhar no desenvolvimento rural", admite.



Joaquina Simões  
Técnica

Há 12 anos na LEADERSOR, Joaquina Simões é a "mais antiga residente" da associação. Para esta ponte-sorensense, a associação de desenvolvimento corresponde à segunda experiência profissional, depois de uma passagem pelo escritório de uma empresa de venda de sistemas de rega, e após um período de desemprego que se seguiu a finalizar o 12º ano. Integrada no final do LEADER I, assumiu que o trabalho "seria por pouco tempo", mas a sorte mudou. "Felizmente aconteceu o LEADER II e já estamos no LEADER+, e eu cá me encontro ainda", congratula-se. A razão da satisfação prende-se com o bom ambiente vivido no local de trabalho. "É uma equipa e funciona muito bem". Apesar de mais dedicada à área financeira, acredita na complementaridade de funções, dado que "procuramos todos saber de tudo e trabalhamos sempre em conjunto". Sobre o LEADER, não hesita em reconhecer que "ajudou bastante a desenvolver a região".



Sónia Cadete  
Administrativa

"Sempre estive um bocado agarrada às minhas origens". Ponte-sorensense nascida há 28 anos, Sónia Cadete reconhece que o amor pela terra lhe tem condicionado os passos. Sempre viveu e estudou em Ponte de Sor, até ingressar na licenciatura em Turismo e Termalismo, no Instituto Politécnico de Portalegre. O fim do curso marca o regresso a casa, onde trabalha como recepcionista no hotel local, antes de realizar um estágio na Associação Montes Alentejanos. O fim desta experiência coincide com a necessidade da LEADERSOR contratar uma pessoa, e as afinidades entre as duas associações abrem-lhe as portas da associação, em 2001. Integrada no início do LEADER+, fica responsável pela parte administrativa da associação e dos projectos. Um trabalho que lhe agrada, "porque ajudamos as pessoas". Em relação ao futuro, admite que "é um bocado incerto", mas adianta que gostaria de "estar na LEADERSOR até pelo menos 2013... depois logo se verá."

## Um fim-de-semana em Montargil e Maranhão

# Através do montado

Nenhuma região do país possui maior identidade que o Alentejo. Ao nível da paisagem, ao nível do povoamento, ao nível da cultura. Mas, quando entramos por ele adentro, vamos descobrindo as pequenas nuances inscritas na diversidade do território. Neste pedaço do Norte Alentejano, profundamente marcado pelas albufeiras de Montargil e do Maranhão, a paisagem é dominada pelo montado de sobre e azinho, polvilhado, de quando em quando, por carvalho cerquinho. Sem esquecer as copas rodadas das oliveiras e as manchas brancas dos casarios perdidos na leve ondulação da paisagem.

Quem procura descobrir a “alma” dos territórios não pode deixar de cuidar especialmente do alojamento. E embora aqui a oferta seja diversificada, não deve deixar de ter em conta os “Montes Alentejanos”, um conceito de alojamento que se integra na própria identidade do território e que oferece, para lá do alojamento, os complementos da restauração e, sobretudo, da animação. E no território da LEADERSOR, a animação pode sempre ser diversificada. Em primeiro lugar a paisagem. Depois os aspectos culturais, ligados ao povoamento e à história. Sem esquecer a cuidada gastronomia em pratos confeccionados, no fumeiro e no queijo, acompanhada pelos ótimos vinhos alentejanos. E, mesmo no Alentejo e em período de Verão, a fruição da água nas belíssimas albufeiras de Montargil e Maranhão, ou mesmo junto ao Tejo, nos limites com a Beira. Não esquecendo as actividades equestres, num espaço onde o cavalo é uma das componentes essenciais da identidade territorial.

Começemos então na Ponte de Sor, desfrutando a Zona de Lazer Ribeirinha, completa de infra-estruturas e sempre animada. Poderemos tentar-nos, se a temperatura ajudar, a um percurso pedestre pelos Moinhos da Tramaga, antes de rumar a Alter do Chão, vila plena de pergaminhos históricos. No caminho terá de atravessar a Ponte Romana de Vila Formosa, uma monumental relíquia arqueológica que remonta ao séc. II. Se quiser, visite o Monte de Vila Formosa, onde poderá adquirir produtos locais e, quem sabe, assistir à evolução dos belíssimos cavalos ali criados.

Em Alter do Chão não poderá deixar de visitar a Coudelaria de Alter, o santuário do cavalo lusitano e da arte de equeitação. Na vila, pode perder-se na conquista do castelo do séc. XIV que invulgarmente se situa na zona baixa da povoação e das inúmeras casas senhoriais, fontes e monumentos das suas ruas. Dê depois uma saltada a Alter Pedroso para apreciar o tipicismo da aldeia mas, sobretudo, para aceder a um dos pontos mais elevados sobre a planície e aí deixar perder os olhos pela vastidão do montado.

Demande depois Cabeço de Vide, com as suas ruelas que conduzem ao núcleo mais antigo, ao castelo de planta circular e ao miradouro emoldurado pela antiga casa da Câmara, pela Cadeia e pelo Pelourinho. Aí perto não deixe de visitar o

Complexo Termal da Sulfúrea, com o belo e frondoso parque, bem como a desactivada estação de caminhos-de-ferro, com azulejos de Batinista representando cenas agrícolas e espaços locais, hoje em dia transformada numa cuidada e original unidade hoteleira.

Siga agora para Avis e demande a frescura das margens da Barragem do Maranhão, com disponibilidade de clube náutico, parque de campismo e praia fluvial. Já refrescado, poderá então percorrer as ruas de Avis, para descobrir o seu rico património, marcado pela imponência do Convento de S. Bento de Avis.

De Avis rume a Mora. Gostaria de lhe sugerir uma visita a Brotas, antes de regressar a norte. Por dois motivos. Primeiro pela oportunidade de visitar a insólita Torre das Águias, construção medieval abandonada, de três imponentes pisos. Depois, pela possibilidade de visitar a Olaria local onde um jovem e diligente casal de artesãos dá corpo às louças tradicionais e a um diversificado conjunto de peças artesanais.

Refresque agora, mais uma vez, junto às margens da albufeira de Montargil. A água recortada em sinuosas enseadas permite vários locais de acesso e a prática de diversas actividades de lazer. Usufruir da sombra das árvores, da frescura das águas e do verde das margens é sempre um privilégio.

Rume agora a Gavião. Atravesse o Tejo e suba a Belver para visitar o Castelo e se deslumbrar com a mancha do rio, lá em baixo. Depois, e para terminar este périplo pelo território de Montargil e Maranhão, desça até ao Tejo, à Praia fluvial do Alamal. Aí encontrará, a muitos quilómetros da costa e nas portas do Alentejo, um longo areal banhado pelas águas tranquilas da albufeira de Belver e dotado das infra-estruturas habituais das estâncias balneares. Com a simples diferença do horizonte que é recortado pela silhueta das montanhas e, no cimo, pela do Castelo de Belver.

Não se esqueça de voltar sempre. Porque em cada esquina vai encontrar novos motivos de interesse. E, acima de tudo, porque em cada época do ano o Alentejo se renova – no céu, na cor, na vegetação, na actividade. Mas vestido de que forma for, entranha-se em nós para não mais nos deixar. Quanto mais não seja na saude.

Francisco Botelho



Ponte romana de Vila Formosa / Paulo Mito dos Santos



Olaria de Brotas / João Lima

### para dormir

**Montes Alentejanos**  
Associação de Turismo Integrado  
Av. da Liberdade, n.º 115, Ponte de Sor  
Tel.: 242 291 226

**Hotel A Barragem**  
Montargil - Ponte de Sor  
Tel.: 242 904 175

**Hotel Rural da Lameira**  
Herdade da Lameira - Alter do Chão  
Tel.: 245 697 495

**Varandas de Alter**  
Gaveto da Est. Nacional n.º 369  
Alter do Chão  
Tel.: 245 610 110

**Herdade da Ordem**  
Cabeço de Vide - Fronteira  
Tel.: 245 634 468

**Hotel Convento de Alter**  
Alter do Chão  
Tel.: 245 619 120

**A Estação**  
Cabeço de Vide - Fronteira  
Tel.: 245 638 030

### para comer

**O Barril**  
Av. da Liberdade n.º 61, Ponte de Sor  
Tel.: 242 204 783

**A Tasca do Montinho**  
Alcorrego - Avis  
Tel.: 242 412 954

**O Afonso**  
Mora  
Tel.: 266 403 166

**Cavalaria de Chancelaria**  
Chança - Alter do Chão  
Tel.: 245 612 301

**Quinta do Belo Ver**  
Belver - Gavião  
Tel.: 241 639 040

**O Rolo**  
Cabeço de Vide - Fronteira  
Tel.: 245 638 030

### para visitar

**Eco-Museu de Fronteira**  
Coudelaria de Alter do Chão, Castelo de Alter do Chão, Parque Ecológico do Gameiro (Mora), Barragens de Montargil e Maranhão, Praia do Alamal (Gavião), Castelo de Belver (Gavião), Termas de Cabeço de Vide, Alter Pedroso (Alter do Chão), Anta de Pavia (Mora)

### para levar

**Enchidos** (Ervedal, Avis - Alter do Chão)  
**Queijos** (Atalaia, Gavião - Monte da Ferraria, Ponte de Sor)  
**Vinho** (Fundação Abreu Callado, Avis - Quinta da Colónia, Fronteira - Vale de Barqueiros)  
**Azeite** (Atalaia, Gavião - Lagar do Pátio, Ponte de Sor - Moenga, Ponte de Sor - Quinta da Colónia, Fronteira)  
**Mel** (José Nunes Oliveira - Montargil)  
**Olaria** (José Carlos Ramalhão - Brotas)

# Animação turística: respeitar os recursos naturais

A animação turística vem-se configurando como uma das actividades não agrícolas em maior crescimento na Península de Setúbal. Multiplicam-se as empresas do sector, redobra-se o interesse do poder local em criar eventos que tornem o território mais atractivo.

Hoje em dia, visitantes e turistas procuram um passeio pedestre, uma viagem todo-o-terreno ou um cruzeiro de barco mas, também, o conhecimento da região, as suas histórias e tradições, bem como a gastronomia local, os produtos agro-alimentares, os museus, os centros ambientais e as lojas de artesanato.

A ADREPES - Associação para o Desenvolvimento Rural da Península de Setúbal, atenta a esta realidade e com experiência em parcerias com as autarquias da sua zona de intervenção, os unidades hoteleiras, a restauração e as empresas de turismo activo, tem apoiado e estimulado vários projectos, através do programa LEADER+.

A constituição e desenvolvimento da Rota de Vinhos da Península de Setúbal Costa Azul, a participação na Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), a construção de infra-estruturas de apoio à realização de campos de férias para crianças no CINZAMBU - Centro de Interpretação da Natureza do Zambujalinho, a aquisição de equipamento para actividades de animação turística, o Portal Paralelo 40 e as "Heranças dos Vinhos do Sul" (estes

dois no âmbito de parcerias interterritoriais e transnacionais), são projectos de grande relevância no território de intervenção da ADREPES.

Do trabalho realizado na área da animação turística, várias são as ideias e princípios que se tornam primordiais: os agentes locais devem apostar na qualidade, diversidade e inovação dos serviços, aumentando a satisfação e credibilidade dos clientes; o cumprimento da legislação vigente é imprescindível para o sucesso e continuação de qualquer actividade; o respeito e a valorização dos recursos turísticos são fundamentais para a sustentabilidade de qualquer serviço nesta área; o trabalho em rede entre todos os agentes económicos é essencial para uma resposta rápida e consistente ao cliente.

A estratégia da ADREPES assenta no seguinte pressuposto: qualquer tipo de actividade lúdica, cultural, desportiva ou de lazer deve contribuir de forma integrada e sustentável para o desenvolvimento dos territórios rurais, sendo o trabalho de cooperação entre todos os agentes de animação turística fundamental, pois permite uma maior interligação entre os diferentes serviços, proporcionando a todos aqueles que nos visitam a vontade de voltar, com mais prazer.

**Cláudia Bandeiras**  
ADREPES



## CINZAMBU

O CINZAMBU - Centro de Interpretação da Natureza do Zambujalinho dinamiza um conjunto de actividades relacionadas com a educação e promoção ambiental. A construção de infra-estruturas de apoio à realização de campos de férias para crianças e a aquisição de equipamentos permitiu criar condições para a promoção de algumas acções relacionadas com a observação

de espécies e seus *habitats*, estimulando a sensibilização para a protecção dos ecossistemas.

## Paralelo 40

O Portal Paralelo 40 - Portugal é um projecto de oito Grupos de Acção Local do programa LEADER+ que pretendem definir uma estratégia de actuação comum para promover os "seus" recursos turísticos - património natural, histórico e cultural, gastronomia e alojamento - respeitando a identidade local e estimulando a sensibilidade dos destinatários para a diversidade e especificidade dos territórios rurais.

## Vertente Natural

A aquisição de equipamento para a realização de actividades de animação turística da empresa Vertente Natural - Actividades Ecológicas e Culturais permitiu o impulso do turismo de natureza no concelho de Sesimbra. A oferta assenta nos passeios pedestres e BTT.



## Rota de Vinhos da Península de Setúbal Costa Azul

Potenciar os recursos vitivinícolas numa perspectiva integradora do território, com o vinho e o seu enquadramento cultural e paisagístico como linha mestra, é o objectivo primordial deste projecto. A criação da identidade da rota, a sinalização turística, o plano de comunicação e os painéis informativos foram as várias fases que beneficiaram de apoios e que impulsionaram a sua progressão.

## BTL

A participação na BTL 2005 de 14 empresas ligadas à animação turística da região, com o *stand* "Arrábida Activa" permitiu criar balcões de informação para cada uma das empresas, um serviço de bar com produtos regionais e uma plataforma de animação para grupos de teatro e de música. A avaliação dos participantes foi extremamente positiva, uma vez que promoveu as actividades e serviços existentes na Península de Setúbal e criou relações de confiança que estimularam parcerias profissionais.



## As Heranças dos Vinhos do Sul

O projecto visa o desenvolvimento e a promoção de produtos de turismo vitivinícola associados à valorização do património. Através de uma campanha de *marketing* pretende-se atingir um segmento de mercado que procura a associação do vinho ao património, história, cultura e turismo. Uma "aventura" partilhada com parceiros franceses da região de Languedoc e espanhóis da Andaluzia.

# Manual para o Investidor em Turismo de Natureza

O Manual para o Investidor em Turismo de Natureza foi elaborado no âmbito do projecto "ANTE MARE - Turismo e Desenvolvimento Sustentável no Sudoeste", por uma parceria formada pela Vicentina - Associação para o Desenvolvimento do Sudoeste, ICN (Instituto de Conservação da Natureza)/PNSACV (Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina) e Casas Brancas - Associação de Turismo de Qualidade do Litoral Alentejano e Costa Vicentina, e apoiado pela Iniciativa Comunitária EQUAL.

Intervindo numa região que, à semelhança de outras no nosso país, tem características rurais, está envelhecida e tem sido abandonada aos poucos, mas é também detentora de um património natural, cultural, histórico e paisagístico rico e diversificado, esta parceria preocupou-se em definir um conjunto de acções que contribuíssem para transformar um modelo teórico para uma actividade - o turismo de natureza - num efectivo motor de desenvolvimento.

Desenvolver e especializar o território com base nas potencialidades do turismo de natureza e contribuir para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora, nomeadamente em torno das características ambientais e patrimoniais do território, foram os principais objectivos do projecto. Ao associar as diversas tipologias de alojamento do Turismo em Espaço Rural e das Casas de Natureza com as actividades de animação ambiental, o turismo de natureza parece encerrar em si o potencial para se atingirem diversos benefícios: diminuição da sazonalidade da actividade turística; maior estabilidade do emprego associado à actividade turística; melhor distribuição do fluxo de visitantes de um território no espaço e no tempo; melhor qualidade dos serviços prestados, dada a proximidade entre promotores e clientes; divulgação e valorização dos produtos de uma região; divulgação e valorização do património de uma região; maior ligação entre a actividade agrícola e a actividade turística; diversificação da oferta turística de uma região; dinamização do seu tecido económico, com especial incidência em pequenas e médias empresas locais; divulgação e sensibilização das populações residentes e dos visitantes para a preservação dos valores naturais.

Contudo, para que isto se possa tornar realidade é necessário, entre outras coisas, ultrapassar uma enorme teia de procedimentos e formali-

dades que, após vários anos de vigência do Programa Nacional de Turismo de Natureza (PNTN) publicado em 1998, continuam a subsistir, fruto das falhas na sua divulgação, apoio e promoção.

Numa tentativa de vir a responder a muitas das questões que se colocam a quem pretende apostar no turismo como motor do desenvolvimento sustentável e da qualidade de vida, elaborou-se o presente Manual do Investidor que, visando o desenvolvimento de competências em turismo de natureza, compila, organiza, reúne e sintetiza toda a informação legal pertinente - até à data totalmente dispersa - para facilitar a iniciativa em turismo de natureza, quer no âmbito do alojamento quer da animação. Concluída a concepção e estruturação destes instrumentos, inicia-se agora uma nova fase: a da disseminação, com particular destaque para o Manual do Investidor em Turismo de Natureza, promovendo a sua apropriação e utilização noutros territórios e por diferentes actores. Pretende-se que o Manual do Investidor se constitua como instrumento de trabalho e suporte para técnicos, formadores, agentes de desenvolvimento, empresários e outros interessados na temática.

Reconhecendo a utilidade e qualidade do manual, a Federação Minha Terra, enquanto rede de associações de desenvolvimento local cuja missão passa pelo desenvolvimento socioeconómico dos seus territórios de influência dedicando-se por inerência ao apoio técnico para criação de empresas, passou a integrar a parceria do projecto ANTE MARE.

Assim, o ICN e a Rede de Áreas Protegidas (responsáveis pela implementação do PNTN), a Minha Terra e a Vicentina partilham a responsabilidade de organizar e promover sessões de disseminação por todo o país, onde serão apresentados os produtos do projecto pelo seu efeito demonstrativo e multiplicador e em particular do Manual do Investidor em Turismo de Natureza, e para proporcionar a contextualização do manual numa intervenção mais alargada. Simultaneamente, pretende-se promover e divulgar o turismo de natureza enquanto actividade económica de eleição para zonas rurais ambientalmente qualificadas e fornecer um instrumento de apoio técnico para facilitar a iniciativa empresarial em turismo de natureza.

A parceria do projecto ANTE MARE

## Parceria LEADER abre espaço em Lisboa para promover o turismo

No âmbito do programa LEADER+, na vertente da Cooperação entre Territórios, as associações ACAPORAMA - Associação de Casas do Povo da Região Autónoma da Madeira, ADIRN - Associação para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Norte e Tagus - Associação para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Interior, abriram um espaço em Lisboa, na R. Saraiva de Carvalho, n.º 179B, Campo de Ourique, denominado "Espaço de Animação e Comercialização dos Produtos Turísticos em Meio Urbano".

A idealização e concretização do projecto partiu da necessidade de definição de uma estratégia de cooperação, com base em vários aspectos: todos os parceiros realizam a sua actividade no âmbito e sob os princípios do desenvolvimento rural: é de todo o interesse para o desenvolvimento integrado das zonas rurais em geral e de cada um dos territórios em particular, o estabelecimento e aprofundamento do trabalho em parceria e em rede: todos os parceiros são entidades locais gestoras do programa LEADER+; existem questões e problemas comuns às entidades locais, em particular na área da promoção, valorização e comercialização dos

produtos turísticos; a diversidade de oferta do conjunto das zonas envolvidas será maior e uma mais-valia para os territórios, apresentando-se em conjunto nos centros urbanos.

Tendo em conta a diversificação dos serviços e aproveitando as potencialidades dos territórios, pretende-se promover e comercializar em conjunto o turismo activo, nomeadamente desenvolver as potencialidades naturais dos territórios envolvidos e das empresas aí existentes. Contamos, por um lado, com a experiência e *know-how* de um dos parceiros, por outro, com as potencialidades do conjunto dos territórios para este tipo de turismo activo. É nossa intenção aproveitar estas potencialidades e ir de encontro à procura - cada vez maior - deste tipo de actividades e às necessidades de diversificação dos serviços prestados pelas empresas existentes nos territórios.

Cativar turistas para os territórios envolvidos - propondo uma oferta especializada -, complementar a oferta de turismo activo (beneficiando da carteira de clientes de um dos parceiros), organizar pacotes de turismo activo nos territórios (com especial incidência no mergulho), dinamizar as escolas de mergulho existentes e comercializar e promover estes novos produtos turísticos, são objectivos do projecto.

ACAPORAMA  
ADIRN  
Tagus



# CITAL

## Centro de Iniciativas Turísticas do Alentejo Litoral

A importância crescente da animação turística, associada às potencialidades do território rural do Litoral Alentejano, tem induzido as empresas do sector a operar nesta região a desenvolver actividades específicas neste domínio. Apoiadas pelo programa LEADER+ /Alentejo Litoral, estas empresas dedicam-se a actividades complementares, tais como, percursos pedestres, passeios fluviais e marítimos e mergulho, entre outras. O LEADER+ está, desta forma, a permitir dotar o território de uma importante rede de empresas de animação turística, que se distinguem pelo dinamismo e actuam numa lógica de pró-actividade e num formato de cooperação e parceria territorial.

Contudo, importa uma intervenção articulada destas iniciativas através de uma estratégia de promoção integrada, sob a imagem de marca do Litoral Alentejano. Surge assim o CITAL - Centro de Iniciativas Turísticas do Alentejo Litoral, enquadrado no Plano Desenvolvimento Local (PDL)/LEADER+ da ADL - Associação de Desenvolvimento do Litoral Alentejano.

O CITAL consiste num espaço físico e virtual que permite organizar, articular e promover os recursos turísticos, através de um Sistema de Informação Turístico (SIT) constituído por um WEBSIG, baseado no levantamento dos pontos de interesse turístico (alojamentos, empresas de animação, restauração típica e lojas tradicionais, património natural e cultural, artes e ofícios tradicionais e produtos agro-alimentares regionais), segundo determinados critérios de qualidade e acompanhado do respectivo registo fotográfico e da georeferenciação dos pontos de interesse.

Desenvolvido pela ADL, o SIT - WEBSIG revela-se uma ferramenta ideal para disponibilizar a informação temática, que tem a ver com a inventariação de recursos turísticos e a marcação de rotas temáticas com os vários pontos de

interesse. Pretende-se que esta ferramenta evolua para um sistema de apoio ao planeamento e gestão do território, com funcionalidades ao nível da orientação dos investimentos a realizar pelos agentes turísticos na região, do desenvolvimento de propostas de usos/funções para determinados espaços naturais, bem como a quantificação/monitorização de impactos turísticos, ao longo do tempo e do espaço (Litoral Alentejano).

O CITAL constitui-se também como um espaço de consensualização da estratégia com os parceiros locais da sub-região do Litoral Alentejano. E tal passa pela organização de uma rede de promotores no sentido de implementar estratégias de promoção territorial e pelo desenvolvimento de uma actuação pro-activa na organização e dinamização de eventos e iniciativas promocionais. Neste âmbito, o papel desempenhado pela ADL vai no sentido de promover um *marketing* territorial que associa as características identitárias do território com os actores empresariais que actuam nesse mesmo território, assumindo-se não só como um instrumento de divulgação turística, como também uma prática de planeamento e gestão do território, numa perspectiva de incentivo à constituição de produtos turísticos diferenciados.

O Litoral Alentejano, com uma diversidade de paisagens - associadas tanto à faixa litoral como ao interior serrano -, constitui um potencial com condições propícias para o estabelecimento de rotas, transformando os recursos locais num produto turístico capaz de desencadear dinâmicas de desenvolvimento que envolvem a participação dos empresários e da população residente, assumindo-se como uma via para a diversificação e inovação do espaço rural. Através da rede de promoção territorial, foi constituído um roteiro com rotas temáticas do Litoral Alentejano. A Rota do Rio Mira, que faz a ligação do núcleo urbano de Vila Nova de Milfontes, passando pela sede concelhia de Odemira até à Barragem de Santa Clara (freguesias interiores), é uma dessas rotas. O objectivo é valorizar os recursos territoriais e associar a dinâmica empresarial que actua ao longo das margens do rio. A rota do rio Mira demonstra a relação ancestral entre o Homem e o Rio, congregando um reservatório intemporal da memória colectiva associada a um conjunto de valores patrimoniais que importa promover como forma de transmitir os elementos que fazem parte da identidade das populações da região.

A implementação da estratégia territorial no âmbito do CITAL pretende, a longo prazo, contrariar a tendência de concentração do turismo na faixa litoral, centrada na componente sol/praias e com os consequentes riscos da sazonalidade, promovendo formas de mobilidade dos visitantes entre o litoral e o interior, através da articulação dos núcleos urbanos com as áreas rurais, numa lógica de funcionamento em rede e de coesão territorial. Esta estratégia ainda assume especial importância num contexto em que as fronteiras entre o espaço rural e o espaço urbano têm tendência a esbater-se, possibilitando a deslocação dos cidadãos ao meio rural, tornando-os espaços de evasão e lazer, representativos das paisagens, do património e das tradições do meio rural.

ADL



ADL

### Rota do Rio Mira

#### Sexta-feira

Jantar na Casa da Paparoca, Vila Nova de Milfontes

Alojamento na Casa do Adro, Vila Nova de Milfontes (Tel: 283 997 102 | [www.casadoadro.com](http://www.casadoadro.com))

#### Sábado, manhã

Percurso Fluvial no rio Mira. Partida às 10h30 do cais de Vila Nova de Milfontes. O percurso, acompanhado por um guia, tem início no porto de pesca da foz do rio Mira, com acesso pelo interior de Vila Nova de Milfontes, seguindo depois no sentido da nascente do rio, com paragens no Molino de Maré da Asneira e na Casa Branca (porto no rio Mira). Saída em Odemira. Organização DUCA - Actividades Náuticas de Recreio (Tel.: 96 937 21 76 | E-mail: [duca@catalao.org](mailto:duca@catalao.org) | [www.catalao.org/duca](http://www.catalao.org/duca))

Almoço com piquenique preparado em talegos pela Casa da Paparoca no espaço ribeirinho

#### Sábado, tarde

Visita à ecoteca, pólo ambiental e moinho

Passeio pela zona antiga de Odemira (Câmara Municipal de Odemira, Tel.: 283 320 900)

Visita ao atelier de tecelagem/olaria da Mancheia

Visita ao Mercado Municipal de Odemira (loja de artesanato da CACO, atelier de pintura da Associação Sopa de Artistas e queijaria)

Regresso a Vila Nova de Milfontes pelo rio

Jantar na Tasca do Celso, em Vila Nova de Milfontes (Tel.: 283 996 753)

Dormida na Casa do Adro

#### Domingo, manhã

Percurso pedestre com partida da praia das Furnas. O passeio atravessa as dunas e segue junto à faixa costeira, permitindo observar a flora típica das dunas. Organizado por Andalentejo - Passeios Pedestres Guiados e Animação Ambiental (Tel.: 966441570 | E-mail: [info@andalentejo.net](mailto:info@andalentejo.net) | [www.alquimista.net/pub/andalentejo\\_intro.htm](http://www.alquimista.net/pub/andalentejo_intro.htm))

Almoço no restaurante Porto das Barcas, no Portinho do Canal (Tel.: 283 999 283)

Passeio ao centro de Vila Nova de Milfontes

**Para levar:** produtos regionais (mel, compotas, queijos, enchidos e Cabaz da Horta), da Casa da Paparoca

**Grupo máximo:** 8 a 10 pessoas

# Animação turística nos Açores



ASDEPR  
Face ao aumento significativo da oferta de alojamento turístico nos Açores - nas suas diversas modalidades - nos últimos anos, é imperioso encontrar formas de ocupação dos turistas de modo a prolongar a sua estada.

O mar, a beleza natural do arquipélago, são recursos naturais de que dispomos e temos de tirar proveito. A animação turística surge, assim, como uma forma de promover o destino Açores e enriquecer o pacote turístico. A ASDEPR - Associação para o Desenvolvimento e Promoção Rural, reconhecendo a importância do turismo para o desenvolvimento local, bem como as inúmeras potencialidades turísticas da região, financiou diversos projectos de animação turística, no âmbito do programa LEADER+.

Passeios de barco ou em veículos todo-o-terreno, *jet ski* e actividades de animação que visam a promoção da cultura, do artesanato e da gastronomia locais, são serviços complementares na área do turismo nos quais algumas iniciativas apostaram.

O desenvolvimento do sector do turismo e dos diversos serviços associados constitui, cada vez mais, um importante motor de desenvolvimento e crescimento económico da região. A aposta num turismo de qualidade e na diversificação da oferta turística são decisivos.

Isabel Magalhães  
ASDEPR

## Projecto Turístico Integrado

Passeios de barco, pela costa sul da ilha de São Miguel, com a possibilidade de observação de baleias e golfinhos e passeios em veículos todo-o-terreno pela ilha, por caminhos pouco conhecidos e de difícil acesso, são os serviços que incluem o pacote deste projecto que engloba ainda um restaurante com pratos regionais.

## Terra Azul

### Observação de baleias e golfinhos em Vila Franca do Campo e Povoação

A oferta destes projectos passa actual e essencialmente pela oferta de passeios de barco com observação de cetáceos, nomeadamente algumas espécies de baleias e golfinhos, embora se pretenda alargar os serviços.

## Seacolors

O projecto visa oferecer um conjunto de serviços ligados a actividades náuticas de lazer e diversão, nomeadamente *jet ski*, *ski* aquático, banana, bóia, *parasailing* além de passeios de barco e observação de cetáceos.

## Núcleos Museológicos da Ribeira Chã

O projecto consiste na recuperação e consolidação do património imóvel museológico existente (património cultural considerável), sendo um espaço de encontro com a cultura e o artesanato, dando a conhecer os diferentes aspectos etnográficos das freguesias rurais e mesmo urbanas.

## Centro Cultural da Caloura

Gozando de uma localização privilegiada num local de veraneio muito procurado, apostou-se na criação de um espaço de exposição (exposições temáticas no âmbito da arte, fotografia, vídeo, artesanato, etnografia, inventos, moda, modelismo, acervos históricos e/ou culturais açorianos) e comercialização.

# Animadores Intérpretes da Natureza

Animadores Intérpretes da Natureza (AIN), é um projecto desenvolvido pela Adrimag - Associação de Desenvolvimento Rural Integrado das Serras Montemuro, Arada e Gralheira. Integrado no programa ON - Operação Norte, medida 2.5 - AIBT/Empregabilidade, o projecto foi implementado, de Setembro de 2004 a Abril de 2005, em parceria com a empresa Desafios - Desporto e Aventura, Lda. (entidade formadora), INFUTUR/Escola de Hotelaria e Turismo do Porto (entidade avaliadora externa) e as câmaras municipais de Arouca, Castelo de Paiva, Cinfães e Vale de Cambra, que prestaram apoio a diversos níveis.

O projecto AIN foi composto pelas seguintes acções: uma formação com estágio (930 horas), para um público-alvo de 13 formandos, entre os 18 e os 34 anos, activos desempregados e com formação escolar de nível secundário e superior; uma visita de estudo a Espanha, com duração de cinco dias, para troca de experiências e saberes-fazer; elaboração de um estudo de animação da natureza para os concelhos abrangidos, intitulado "Desenvolvimento sustentável do território e sua animação"; realização de um seminário e de jornadas do ambiente.

A justificação do projecto prende-se com o facto da Zona de Intervenção da Adrimag se caracterizar por uma vasta riqueza natural e cultural - com quatro locais integrados na Rede Natura 2000 (serras da Freita e Montemuro e rios Paiva e Vouga) e uma fauna e flora identificadas e classificadas como sítios integrantes da lista nacional (Directiva Habitats) - que interessa preservar. Tudo isto, aliado à forte ruralidade e ao ambiente natural destes concelhos, tem vindo a contribuir positivamente para a emergência do sector turístico na região.

O projecto AIN resultou do conhecimento profundo da realidade local e procurou contribuir para a empregabilidade da população jovem da região, formando técnicos capazes de dar resposta às necessidades do território em termos de dinâmicas de animação da natureza; complementar outros projectos e iniciativas de valorização do património natural e cultural, como os programas PITER e LEADER; dinamizar o turismo ambiental; contribuir para a preservação dos espaços naturais, "dar vida" aos roteiros naturais e culturais, delinear estratégias de animação

da natureza nos quatro concelhos; melhorar a informação turística e ambiental, promover o espírito empreendedor na área da animação turística e ambiental.

A semelhança de outros projectos desenvolvidos pela Adrimag, o AIN pretende promover o património local da região, valorizando a vertente natural e ambiental, possibilitando aos jovens a fixação na região através da sua empregabilidade, aproveitando os recursos locais. Desenvolvidos de uma forma integrada e complementar, todos estes projectos serão uma mais-valia para o território, na perspectiva do desenvolvimento sustentável e harmonioso.

Salomé Assunção  
Adrimag



# Inauguração do Espaço Portugal Rural

Nove entidades gestoras do programa LEADER+ : ACAPORAMA, ADAE, AD-ELO, ADIRN, Adices, Desteque, LEADER OESTE, Monte e Tagus, e a ProRegiões celebraram no dia 22 de Junho o acordo da parceria Portugal Rural, com a inauguração do Espaço Portugal Rural, em Lisboa.

Criado com o objectivo de promover e representar o mundo rural português e apoiar a animação e dinamização da comercialização de produtos locais em ambiente urbano, o Espaço Portugal Rural resulta da parceria com o mesmo nome, dinamizada no âmbito do Vector 2 do programa LEADER+ (cooperação inter-territorial).

De acordo com Pedro Saraiva, coordenador da Tagus, associação chefe-de-fila do projecto, este espaço representa um "salto quantitativo" em relação à antiga Loja do Mundo Rural, "em termos de área de exposição e espaço comercial", e com o aumento do "número de parceiros envolvidos, de territórios, e produtos que poderão ser disponibilizados ao consumo urbano". No passado "estávamos directamente envolvidos, ao nível do LEADER, duas ou três associações, e agora demos um salto para nove, com uma representatividade mais ou menos nacional", revela Pedro Saraiva.

Para chegar a esta representatividade o processo foi longo. "Não foi fácil construir esta parceria", desabafa o coordenador da Tagus. "São processos muito lentos, muito complexos, com vontades e com desconfianças". Dificuldades ultrapassadas pela Adices, uma das seis novas associações a responder positivamente ao desafio. Uma resposta que, de acordo com Regina Lopes, coordenadora da associação, se deve à "maturidade da nossa organização", além de pesar o "entendimento bastante razoável" com as outras associações envolvidas no projecto, o que "num projecto desta natureza é absolutamente essencial".

A parceria das nove associações completa-se com a participação da empresa ProRegiões. Um parceiro natural aos olhos de Pedro Saraiva, porque as associações não têm "possibilidade, nem *know-how* para tomar conta do espaço", justificando-se a participação de uma entidade "que já tinha algum *know-how* e experiência no mercado".

Fortalecida com o ingresso de sete novos membros, a ProRegiões pretende dar continuidade ao trabalho iniciado na Loja do Mundo Rural. Segundo Elsa Pires, directora da Proregiões, "a estratégia é a mesma", ou seja "promover o mundo rural em meios urbanos". A vantagem é que o alargamento da parceria permite melhores condições e novas ofertas, além de poder "ser mais viável". Viabilidade essencial para um projecto que, de acordo com Pedro Saraiva, "vai ficar pelos 650 mil euros". A parceria não espera "furar retorno económico do investimento financeiro feito em obras". A única expectativa é que "não sejam necessários grandes investimentos por parte das associações", revela o chefe de fila do projecto, para quem o espaço tem "a missão de divulgação dos produtos". Uma expectativa partilhada por Regina Lopes, para quem se espera que o projecto "represente mais-valias para os nossos territórios", ao mesmo tempo que se afirma como "plataforma de entendimento e convergência do desenvolvimento local em Portugal".

João Limão

Espaço Portugal Rural  
Rua Saraiva de Carvalho n.º 115 A/C  
Campo de Ourique - Lisboa  
Telf.: 21 395 88 89  
E-mail: lojaportugalrural@mail.telepac.pt



# Adelição na Festa do Mundo Rural



A Adelição - Associação para o Desenvolvimento Local de Ilhas dos Açores esteve presente na II edição da Festa do Mundo Rural, através da Exposição de Desenvolvimento Local (Expo DL).

A Festa do Mundo Rural que se realizou, de 10 a 12 de Junho, no Parque de Exposições da Ilha do Faial, na Horta, consiste num evento que envolve diversas parcerias locais e vem no seguimento de um projecto apoiado pelo programa LEADER. No âmbito da Festa do Mundo Rural foram dinamizadas diversas actividades culturais e económicas relacionadas com o mundo rural. Além da apresentação da própria associação, a presença da Adelição neste

evento permitiu divulgar os projectos internos, entre os quais, "Acompanhar para Formar - Formação aos apicultores das Ilhas do Pico e Faial"; "Sensibilização para a Internet"; "O Nosso Artesanato"; "Club

BioRed", havendo espaços dedicados a cada um deles no pavilhão reservado à Adelição.

A Expo DL teve como objectivo promover os produtos agro-alimentares de qualidade, com especial destaque para o vinho, mel e queijo, tendo-se realizado provas de degustação, durante as quais os visitantes do pavilhão da Adelição foram convidados a participar no concurso de produtos elegendando o produto da sua preferência. O primeiro dia do certame foi dedicado ao mel, com degustação de 16 méis de quatro ilhas da Zona de Intervenção (ZI) da Adelição (São Jorge, Pico, Faial e Flores), dos mais variados tipos: multiflora, trevo branco, incenso, etc. Nesta prova foram eleitos como preferidos méis de três produtores da ilha do Faial: Carlos Garcia (1º lugar); José António Silva (2º lugar) e Luís Paulo Garcia (3º lugar).

O dia seguinte foi consagrado ao vinho, tendo sido promovidos vinhos da ZI da Adelição, possibilitando aos visitantes a prova de vinhos licorosos, brancos, e tintos. No último dia, e em parceria com a Associação de Agricultores da Ilha do Faial, a Adelição organizou uma prova de queijo de todas as ilhas dos Açores, tendo sido apresentados 34 queijos divididos em três categorias: Flamengo, Ilha e livre, ficando os primeiros lugares atribuídos por categoria: Queijo tipo Flamengo "Ponta da Ilha" da PICOLAZE (ilha do Pico); Queijo tipo ilha - "São Miguel" da UNILEITE; categoria Livre - "Queijo Capelinhos" da Cooperativa de Lactínios da Ilha do Faial.

Adelição

## Feliz na escola



A ASDEPR - Associação para o Desenvolvimento e Promoção Rural, em parceria com a Casa do Povo de Vila Franca do Campo, encontra-se a promover no âmbito do programa LEADER+ um projecto que vai de encontro à sua estratégia de intervenção ao privilegiar a população jovem.

O projecto, denominado "Feliz na Escola", tem por principal objectivo promover uma campanha de promoção da escola como um espaço

de prazer e felicidade. Para tal, são abordados temas fundamentais à formação social e cívica dos alunos, através de um conjunto de actividades infantis e juvenis em toda a Zona de Intervenção da ASDEPR (concelhos de Lagoa, Vila Franca do Campo, Povoação, Nordeste e Ribeira Grande). Os temas são: Educação ambiental (para os alunos dos 3º e 4º anos do ensino básico) e prevenção do alcoolismo e toxicod dependência (para os alunos do 5º ao 9º anos de escolaridade).

O projecto terá a duração de dois anos lectivos, tendo-se trabalhado este ano (2004/2005) a sensibilização ambiental; no próximo ano serão desenvolvidas as acções relacionadas com a prevenção do alcoolismo e toxicod dependência. Todas as actividades serão desenvolvidas com o apoio de técnicos e profissionais qualificados com as competências adequadas às áreas a trabalhar.

Para garantir uma boa implementação do projecto desenvolveu-se uma parceria com as câmaras municipais que asseguram, em cada concelho, os apoios e meios logísticos necessários.

O programa de sensibilização e educação ambiental visa motivar os alunos para uma formação ecológica, fomentar a construção de um espírito de preservação do meio ambiente, sensibilizar para a necessidade de reutilizar materiais, aplicar a política dos três R's (Reduzir, Reutilizar e Reciclar) e promover a interdisciplinaridade. A sua implementação envolveu a realização de sessões teórico-práticas em cada concelho, orientando os alunos para a mudança dos padrões de comportamento pessoal e social, através da aprendizagem de alguns conceitos e da realização de várias experiências e actividades práticas. A água, a biodiversidade e os resíduos sólidos foram as temáticas abordadas. E foram ainda organizadas visitas de estudo de acordo com a realidade local de cada concelho, nomeadamente relacionadas com as energias alternativas (geotérmica, biogás e hidroeléctrica) e conservação de espécies: aves (priolo) e plantas endémicas, e um passeio de barco com o objectivo de sensibilizar os alunos para a necessidade da preservação da orla costeira e dar a conhecer um pouco da biodiversidade marinha.

As acções de prevenção do alcoolismo e toxicod dependência serão desenvolvidas no decorrer do próximo ano lectivo, através da realização de diversas actividades adequadas ao público-alvo, tendo como principal objectivo trabalhar competências individuais que permitam ao jovem relacionar-se consigo e com o mundo numa forma saudável e proteger-se relativamente ao uso de substâncias.

ASDEPR

## A Escultura e Eu

Por ocasião do primeiro aniversário da escultura "Encontros", criada no âmbito do projecto "A Escultura e Eu", a Ader-Sousa - Associação de Desenvolvimento Rural das Terras de Sousa lançou, no dia 15 de Junho, nas instalações da APADIMP (Associação de Pais e Amigos de Diminuídos Mentais de Penafiel), uma brochura/DVD, por forma a perpetuar o projecto.

A ideia principal do projecto "A Escultura e Eu", da responsabilidade da Associação Coro Gregoriano de Penafiel, e desenvolvido em parceria com a Câmara Municipal de Penafiel, a APADIMP e a Delegação Regional da Cultura do Norte, foi ter um escultor (Xuxo Vázquez) a trabalhar ao vivo na APADIMP, criando uma escultura com a colaboração directa dos utentes da instituição e ainda alunos de outras escolas.

Desenvolver a motricidade e estimular sensorial e visualmente os utentes da instituição, proporcionar a interacção social (através de visitas de outras escolas e grupos), promover a integração das pessoas com deficiência na sociedade, e criar fortes laços inter-institucionais, foram os principais objectivos do projecto, que foi também uma forma da APADIMP abrir as portas à população em geral.

A importância do envolvimento da Ader-Sousa neste projecto deveu-se ao interesse do seu acompanhamento, de forma a verificar a importância em desenvolver um projecto semelhante em toda a região. Além do acompanhamento do projecto - do qual resultou um relatório e a brochura -, a Ader-Sousa, foi também responsável pela sua promoção, no âmbito do programa LEADER+ /Terra de Sousa+.

No final da apresentação da brochura/DVD, todos os que participaram no evento foram convidados a ilustrar um painel no exterior da instituição com as brincadeiras das crianças da APADIMP no jardim. Por baixo da tela lá colocada, já existia um mural pintado pelos utentes da instituição alusivo ao projecto, nomeadamente à escultura "Encontros".

Ader-Sousa



## Cooperação Descentralizada e Associativismo Municipal

A cooperação descentralizada vai muito além da geminação, e nos países onde se pode concretizar a solidariedade, o conceito de município pode ser muito diferente do que é conhecido em Portugal. Com base nesta constatação, o colóquio "Cooperação Descentralizada e Associativismo Municipal", promovido pela Câmara Municipal de Palmela no dia 17 de Junho, permitiu identificar algumas das limitações do conceito, e propor soluções e boas práticas, vindas de Portugal ou da vizinha Espanha.

Porque o modelo de cooperação deve ser entre territórios e populações, e não entre instituições, algumas câmaras portuguesas têm apostado em parcerias muito além do município. Assim, Palmela - anfitriã do encontro - desenvolveu a partir da geminação com S. Filipe (Ilha do Fogo, Cabo Verde) um conjunto de actividades que associam organizações sediadas no concelho, bem como na Ilha do Fogo. O COI - Centro de Ocupação Infantil, os Bombeiros voluntários, ou a Escola do Pinhal Novo têm um papel activo nos intercâmbios e nas acções de formação. A componente da saúde está a cargo da AMI, uma ONG (Organização Não Governamental) reconhecida pelas suas competências na matéria. Palmela consegue assim, com esta metodologia, assumir um papel

de dinamização, enquadramento político e avaliação e controlo dos fundos, deixando aos actores locais a intervenção no terreno.

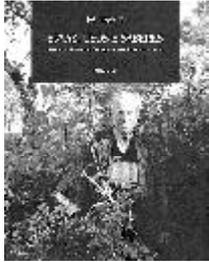
A fraca capacidade financeira das autarquias portuguesas compromete, contudo, a qualidade da cooperação: o risco é escolher entre a dispersão de pequenas actividades sem impacto real, ou simplesmente desistir para não tirar de um orçamento já de si reduzido verbas que não são vistas como prioritárias. Xulio Rios, director do Fundo Galego de cooperação intermunicipal, apresentou a experiência dos Fundos Intermunicipais espanhóis, onde autarquias das diferentes autonomias agruparam-se para partilhar orçamentos, experiências e competências e permitir que a "massa crítica" necessária a qualidade de uma intervenção seja reunida. Também aqui, o papel das ONG e das associações locais como agentes de implementação das acções, foi salientado. O colóquio incluiu-se no ciclo das actividades do projecto co-financiado pela Comissão Europeia "Solidariedades Locais do Norte ao Sul", da responsabilidade da INDE - Interooperação e Desenvolvimento e Oikos.

Arnaud de La Tour  
INDE



**TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais**  
Vários autores; Instituto Politécnico de Coimbra, 2003

O I Encontro de Turismo em Espaços Rurais e Naturais (TERN), realizado em Outubro de 2003, na Escola Superior Agrária de Coimbra (ESAC) - uma organização conjunta da ESAC e da Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais - está na origem da publicação. Uma obra colectiva (28 autores) organizada por Artur Cristóvão (Dep. de Economia, Sociologia e Gestão, Universidade de Trás-os-Montes) e Orlando Simões (Centro de Estudos de Recursos Naturais, Agricultura e Sociedade, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra) e agrupada (tal como o evento) em torno de três grandes temas: Turismo e Desenvolvimento Local, Turismo e Ambiente e Oportunidades de negócio. Espelhando a reflexão realizada no Encontro, esta publicação chega a conclusões pertinentes: "(...) que a retórica sobre o TERN e as suas virtudes suplanta, largamente, a acção e o estudo empírico rigoroso de situações e experiências"; "(...) que são ainda escassos e pouco divulgados os estudos empíricos sobre os impactes do TERN no desenvolvimento local, nos *habitats* e nos ecossistemas mais ou menos intervencionados pelo homem." "Urge continuar a investigação e troca de ideias sobre o presente e futuro do TERN (...)".



**Ervas, Usos e Saberes. Plantas medicinais no Alentejo e outros produtos naturais**  
Salgueiro, José; Marca - Associação de Desenvolvimento Local de Montemor-o-Novo, 2004

Com o apoio do Programa LEADER+/Monte-ACE

Ervanário e poeta popular, José Salgueiro tem dedicado a vida ao estudo, colheita, secagem e venda de ervas. Neste livro, José Salgueiro explora o mundo da medicina popular, escrevendo sobre identificação, colheita, secagem e conservação das plantas e suas aplicações medicinais. A sua publicação veio reforçar uma das linhas de intervenção do trabalho da associação Marca: "procurar caminhos inovadores para o desenvolvimento local, actualizar saberes-fazer ligados ao território, permitindo novas valências." Das saídas de campo para reconhecimento das plantas, nasceram em 1998 os "Passeios da Primavera" da Marca, percursos orientados pedestres orientados para a interpretação da paisagem e seus valores naturais e humanos, onde o tema das plantas medicinais e aromáticas continua a marcar anualmente presença, atraindo muitos interessados.



**Turismo em Espaço Rural**  
Associação Portuguesa de Management, Associação dos Amigos de Pereiros; Vida Económica, 2001

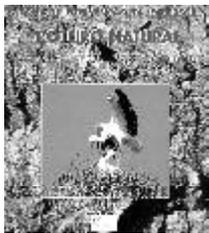
A publicação reúne o conjunto das comunicações apresentadas em dois seminários organizados pela Associação Portuguesa de Management (APM), em parceria com a Associação dos Amigos de Pereiros (associação de uma pequena aldeia do Douro) em S. João da Pesqueira: "Turismo em Espaço Rural, Turismo do Séc. XXI", Março de 1999 e "Turismo em Espaço Rural", Abril de 2000. As comunicações (15 no total) abordam a temática do Turismo sob diversos prismas (Turismo da Natureza, Turismo de Habitação, Agro-turismo, etc.), explorando políticas e perspectivas de desenvolvimento, apoios financeiros e impacto no desenvolvimento das regiões, e apresentam exemplos (Alto Douro Vinhateiro, Casas de Campo, etc.).



**Manual Empresário de Turismo em Espaço Rural**  
Terras Dentro, 1995

Com o apoio do Programa LEADER II/Terras Dentro

Pretende-se que esta publicação seja um instrumento de apoio para empresários que pretendam iniciar a sua actividade na área do turismo em espaço rural. A familiarização com definições, especificidades legislativas, formalidades administrativas necessárias ao início de actividade, dicas para a rentabilidade e comercialização do produto no âmbito do Turismo em Espaço Rural, permitem ao potencial investidor uma tomada de decisão mais consciente e fundamentada. Em forma de dossier, este manual permite ser actualizado de forma permanente, sempre que se verifiquem alterações, particularmente ao nível da legislação que regulamenta a actividade TER.



**Roteiro Natural - Zona de Intervenção da LEADERSOR**  
António Pena, 1999

Com o apoio do LEADER II/LEADERSOR

O território, os ambientes ecológicos e o roteiro propriamente dito, além do glossário e referências bibliográficas (sempre úteis) compõem esta publicação. Com texto, fotografias, mapas e ilustrações de António Pena, a publicação - dedicada exclusivamente à Zona de Intervenção da LEADERSOR - Associação para o Desenvolvimento Rural Integrado do Sor (concelhos de Gavião, Ponte de Sor, Alter do Chão, Avis, Fronteira e Mora) - traça o "perfil" completo da região, no que diz respeito às condições geoclimáticas e ambientes ecológicos. Para permitir ao leitor um contacto directo com o meio natural da região, o autor escolheu 15 locais/troços, tidos como representativos. Vale do Tejo, Barragem de Belver, Albufeira de Montargil, Cabeção - Aldeia Velha, Ribeira de Avis - Alter do Chão e Alter Pedroso, são alguns dos locais contemplados neste Roteiro Natural.

[www.iturismo.pt](http://www.iturismo.pt)



De que se compõe a animação turística? A quem compete o licenciamento das empresas de animação turística? A quem compete a aprovação dos projectos? Quais os apoios financeiros para as actividades de animação turística? No site do Instituto de Turismo de Portugal (ITP) encontra resposta a estas e outras perguntas no âmbito do sector do turismo. A informação - abundante - surge estruturada em torno dos links: *Apoio ao Investimento, Informação ao Investidor e Candidaturas*. Falar com o Gabinete de Apoio ao Investidor do ITP em tempo real (*Atendimento on line*), saber qual o enquadramento financeiro adequado a um projecto de investimento (*Simulador*) e colocar questões sobre o enquadramento nos apoios financeiros vigentes de intenções de investimento ou de outras questões relacionadas com o investimento no turismo (*Ficha de Investimento*), são "funcionalidades interactivas" disponíveis no site.

[www.solaresdeportugal.pt](http://www.solaresdeportugal.pt)



Nos Solares de Portugal - 97 casas classificadas (Casas Antigas, Quintas e Herdades e Casas Rústicas) de Norte a Sul do país, incluindo os Açores e a Madeira - os hóspedes podem usufruir de actividades complementares de animação: pesca, caça, golfe, passeios a pé, a cavalo ou bicicleta, ténis, natação. Percorrer um conjunto de campos de golfe de elevada qualidade, de Ponte de Lima ao Algarve, e Açores, conhecer Jardins de Solares e Parques Naturais do país, são outros itinerários disponíveis. Procurando promover o contacto com a Natureza, os sabores, os cheiros, as emoções e a tradição, os Solares de Portugal lançaram, recentemente, 10 novos circuitos baseados no turismo temático, em que a saúde e o lazer são os "actores principais". Artesanato e Tradições, Cerâmica Nacional, A Rota dos Vinhos, A Raça Lusitana, Sabores e Cheiros, são algumas das propostas.

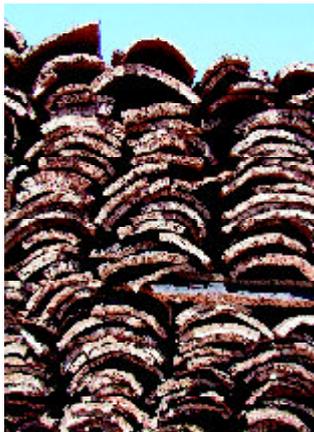
[www.sal.pt](http://www.sal.pt)



Passeios pedestres, cruzeiros em barcos tradicionais, observação de golfinhos e de aves, *rappel*, *slide*, tirolesa, *koala*, navegação e orientação, caça ao tesouro, subidas em balão, passeios de ultraleve, passeios a cavalo e de tractor agrícola... Jogos populares, piqueniques, actividades educativas, animação desportiva, musical... São muitas e variadas as actividades e programas organizados pela SAL - Sistemas de Ar Livre. Uma empresa de ecoturismo e formação outdoor, instalada em Setúbal, que desenvolve actividades nas áreas do lazer, animação e formação (preferencialmente em meio natural) nas regiões de Setúbal, Lisboa, Ribatejo e Alentejo. Além da informação sobre as actividades, o site disponibiliza o arquivo fotográfico da SAL e apresenta uma secção de *Humor*. As *Notícias* e a *Biblioteca* encontram-se em reestruturação.

# A cortiça

Produto agrícola, de origem florestal, a cortiça é um produto natural, renovável e produzido em total harmonia com o ambiente. Com uma enorme importância económica, social e ambiental, é responsável por cerca de três por cento das exportações nacionais, aproximando-se anualmente dos 900 milhões de euros, e a sua fileira por cerca de 20 mil postos de trabalho. Portugal representa 55 por cento da produção mundial de cortiça, à frente da Espanha, Argélia, Itália, Marrocos, Tunísia e França.



Extraída dos sobreiros (*Quercus suber*), a cortiça é um tecido vegetal denominado em botânica por *felemaou süber*, constituído por células de parede espessa. É este tecido vegetal que, quando a árvore atinge os 25-30 anos, é pela primeira vez retirado (*desbóia*), recebendo o nome de *virgem*, para numa segunda tiragem, nove ou dez anos depois, ser designada de *secundeira* e, nas extracções subsequentes, por *amadia*. Com uma longevidade de 150 a 200 anos, o sobreiro permite, assim, cerca de 15 descorticeamentos. Com características muito especiais – a sua grande leveza, a capacidade isolante, a fluabilidade, a elasticidade, a não absorção de líquidos – a cortiça acaba por ter um leque muito diversificado de utilizações, sendo no entanto a rolha, vedante de líquidos, a sua principal utilização. Uma utilização que remonta ao século XVII, altura em que o monge beneditino Pierre Perignon passou a utilizá-la como vedante nas garrafas de champagne.

O sobreiro é explorado em montado ou em sobreiral, sendo que o primeiro é um sistema agro-silvo-pastoril, com densidades baixas, e o segundo, com densidades mais elevadas, não permitindo a articulação com a agricultura. É no Alentejo que predomina, abrangendo 67,8 por cento de toda a área de sobreiros a nível nacional. A chamada Charneca de Montargil, abrangendo grande parte dos concelhos de Alter do Chão, Avis, Coruche, Crato, Gavião, Mora, Nisa e Ponte de Sor representa 24 por cento da área nacional de sobreiro, contribuindo com 12,3 por cento da produção mundial da cortiça. Números que evidenciam a importância regional do produto e que justificam o facto

de, nos últimos dez anos, se terem instalado no território uma meia dúzia de indústrias transformadoras, mobilizando 1000 postos de trabalho, e que todos os agentes ligados à cortiça se articularem em volta de algumas opções estratégicas.

## Renovação do montado

Em primeiro lugar, em volta da inventariação e caracterização dos montados e da sua gestão planificada, onde a AFLOSOR - Associação de Produtores Florestais da Região de Ponte de Sor tem um papel marcante. Um trabalho essencial já que a renovação do montado é um processo contínuo e demorado, exigindo uma cuidada planificação. Em segundo lugar, em volta da certificação da gestão dos montados de sobreiro, baseada na Norma portuguesa 4406:2003 de Sistemas de Gestão Florestal Sustentável. A Fundação João Lopes Fernandes, que transporta o nome de um grande produtor de sobreiros que desde 1940, paralelamente à produção, se preocupou com a investigação científica do sobreiro e da cortiça, é actualmente responsável, com o apoio do programa LEADER+, pela execução do estudo preliminar dos requisitos necessários para a implementação da gestão florestal sustentável no montado de sobreiro da Charneca de Montargil, ferramenta considerada indispensável para a implementação da certificação regional da gestão dos montados de sobreiro. Em terceiro lugar, na articulação de todos os sectores da fileira da cortiça, desde a produção à indústria, da comercialização ao marketing. E é nesse sentido que se constitui, em finais de 2004, a Filcork - Associa-

ção Interprofissional da fileira da cortiça, que pretende coordenar as acções respeitantes ao desenvolvimento estratégico para a respectiva fileira, promover a cortiça e a acção dos seus agentes, representar os interesses da fileira, produzir informação, acompanhar e coordenar a investigação, e promover a formação e qualificação profissional dos recursos humanos.

Um trabalho indispensável para que não se perca uma das maiores riquezas nacionais. Um trabalho urgente dados os condicionamentos actuais. É preciso lembrar que a extracção de cortiça virgem (a primeira extracção, garantia da continuidade de produção) diminuiu 37 por cento no período 2000-2003 em relação a igual período dos anos 70 e de 63 por cento em relação aos anos 60. Não esquecer o facto de os custos da produção terem tido um permanente aumento, associado ao facto de uma acentuada diminuição da mão-de-obra especializada. Finalmente, a luta que a cortiça trava no campo dos vedantes de líquidos com a indústria do plástico e que exige um trabalho sério, contínuo e articulado pela sua afirmação num mundo globalizado.

Como o grande investigador da cortiça Vieira Natividade dizia, há décadas, "a nossa riqueza corticeira não é saco sem fundo. Urge proteger os sobreiros, se não queremos que esta grande riqueza, que nos dá no mundo tão invejada posição, passe a ser mais uma das glórias do passado...". Um trabalho que os agentes da fileira travam seriamente, garantia de um futuro risonho para a cortiça.

Francisco Botelho

## Ficha Técnica

### Pessoas e Lugares

Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER+  
II Série | N.º 30 | Junho 2005

### Propriedade

INDE - Interooperação e Desenvolvimento, CRL

### Redacção

INDE  
Av. Frei Miguel Contreiras, 54 - 3º  
1700-213 Lisboa  
Tel.: 21 843 58 70  
Fax: 21 843 58 71  
E-mail: pl@inde.pt

### Mensário

### Directora

Cristina Cavaco

### Conselho Editorial

Carlos Mattamouros Resende/IDRHa, Cristina Cavaco/INDE, Francisco Botelho/INDE, Luis Chaves/Minha Terra, Maria do Rosário Serafim/IDRHa, Paula Matos dos Santos/INDE, Rui Veríssimo Batista/IDRHa

### Redacção

Paula Matos dos Santos (Chefe de Redacção), Francisco Botelho, João Limão, Maria do Rosário Aranha

### Colaboraram neste número

Acaporama, Ader-Sousa, Adellaçor, Adirn, Adl, Adrepes, Adrimag, Asdepr, Arnaud de La Tour (Inde), Cláudia Bandeiras (Adrepes), Cristina Siza Vieira (DGT), Isabel Magalhães (Asdepr), LEADERSOR, Maria Custódia Correia (IDRHa), Parceria do Projecto ANTE MARE, Salomé Assunção (Adrimag), Tagus, Terras Dentro

### Paginação

Diogo Lencastre (INDE), Marta Gafanha (INDE)

### Impressão

Diário do Minho  
Rua de Santa Margarida, n.º 4  
4710-306 Braga

### Tiragem

6 000 exemplares

### Depósito Legal

nº 142 507/99

### Registo ICS

nº 123 607

Os artigos assinados exprimem a opinião dos seus autores e não necessariamente a do proprietário e Conselho Editorial deste jornal.



Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas

