

Paulo Jorge Pereira Pinto

Aquilino Ribeiro e as “Terras do Demo”
O marketing num território literário.

Junho 2016



Paulo Jorge Pereira Pinto

Aquilino Ribeiro e as “Terras do Demo”
O marketing num território literário.

Tese de Mestrado
Comunicação e Marketing

Trabalho efetuado sob a orientação:
Professora Doutora Ana Mafalda Matias
Professor Doutor Luís Nuno Sousa

Junho 2016



Agradecimentos

"Alcança quem não cansa" foi a máxima de vida que acompanhou Aquilino Ribeiro. Este pensamento acompanhou-me, também, ao longo destes dois anos do Mestrado em Comunicação e Marketing, agora materializados neste trabalho final. Um trabalho árduo e exigente, inovador, mas, acima de tudo, gratificante, pois permitiu-me estudar a minha terra e a minha região numa das suas vertentes mais ricas: a cultura e as origens e, com elas, tentar desenhar contributos de futuro.

Assim, não podia considerá-lo concluído se não mencionasse as pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a prossecução desta dissertação. Começo, pois, por agradecer à Escola Superior de Educação de Viseu, onde foi desenvolvido este projeto. De uma forma generalizada, a todos os docentes que, com o seu contributo, ensinamentos e profissionalismo, enriqueceram este trabalho. Muito particularmente agradeço à minha orientadora, Professora Doutora Ana Mafalda Matias, e ao meu coorientador, Professor Doutor Luís Sousa, que, desde o primeiro momento, prestaram extraordinário apoio e demonstraram, sem reservas, a valia deste projeto, bem como o objeto por ele evidenciado, numa evidente preocupação com as temáticas que abordam o nosso território.

Deixo também uma palavra de gratidão ao Presidente da Câmara Municipal de Sernancelhe, Dr. Carlos Silva Santiago, e ao Presidente da Câmara Municipal de Moimenta da Beira, Sr. José Eduardo Ferreira, pela forma pronta e entusiástica como franquearam portas e disponibilizaram técnicos para poder levar por diante este trabalho, nomeadamente das bibliotecas municipais, postos de turismo e lojas interativas de turismo. De igual forma endereço um agradecimento às administrações do Hotel Rural Nossa Senhora do Carmo, de Freixinho, e do Hotel Verdeal, de Moimenta da Beira, pelo acolhimento e colaboração na concretização do estudo.

Por fim, mas não menos importante, à minha família, que sempre me acompanhou, compreendeu e estimulou, mesmo quando o discernimento toldava e a exaustão ameaçava imperar. Gostaria, desta forma, de agradecer ao meu filho, Simão, de cinco anos, que tantas vezes viu este trabalho ser o centro das atenções. E à minha esposa, Anabela, a grande força e motivação para que, em matéria de conhecimento, seja sempre um aprendiz.

Termino tal como comecei este agradecimento, apontado a bússola novamente para Mestre Aquilino Ribeiro: **"E mais não pode"**.

Resumo

Num contexto cada vez mais global, em que os países e as regiões competem entre si para conseguirem notoriedade e projeção, parece cada vez mais consensual que apenas quem conseguir comunicar, de forma profissional, os seus territórios, mostrando os atributos culturais, patrimoniais e históricos, conseguirá projetar uma imagem de valor, atrair turistas, investimentos e rendimentos.

No caso dos espaços rurais, marcados por graves problemas estruturais, o recurso mais precioso que podem exhibir é o seu património cultural, o único "minério" que conjuga memória, história e evolução, e que não pode ser desterritorializado. É único, irrepetível e apenas faz sentido e tem potencial num ponto concreto do globo terrestre.

Por isso, cada lugar poderá beneficiar do seu património se conseguir que o mesmo seja gerido de forma sustentada, englobado numa programação cultural correta e assente em estratégias de marketing territorial que apontem para o longo-prazo.

As "Terras do Demo", concretamente os territórios de Sernancelhe e Moimenta da Beira, são guardiãs de um recurso cultural que jamais poderá ser exibido por outro território: a naturalidade do escritor Aquilino Ribeiro, uma referência da literatura portuguesa do século XX. Mas, afinal, de que serve ter este recurso e não conseguir transformá-lo em elemento diferenciador, em fator de notoriedade e gerador de riqueza para a região? Ora, o grande enfoque da presente dissertação é precisamente procurar respostas para a pergunta: **"Qual o papel do marketing para que as Terras do Demo, de Aquilino Ribeiro, se assumam como um território literário?"**.

Esta dissertação é, pois, uma proposta de linha de rumo, sustentada em conceitos estratégicos como território, turismo cultural, património, comunicação e marketing, procurando ser um contributo para que as "Terras do Demo", de Aquilino Ribeiro, sejam encaradas como um benefício para a comunidade e para a sua sustentação económica. Provavelmente, para que isso se confirme, é imperioso que haja uma vontade organizada e que o planeamento de marketing seja encarado como uma ciência capaz de produzir contributos, tanto os que proporcionou no passado como os que todos esperamos dela amanhã.

Palavras-chave: marketing territorial, cultura, património, espaço rural, Aquilino Ribeiro, Terras do Demo.

Abstract

In an increasingly global context, in which countries and regions compete among each other to achieve notoriety and projection, it seems increasingly accepted that only those who are able to communicate in a professional way, their territories, showing the cultural, historical and heritage attributes of each one, will be able to design a valued image, attract tourists, investments and earnings.

In the case of rural areas, the most precious resource that can exhibit is the cultural heritage, the only "iron ore" which combines memory and past, history and evolution, and that cannot be deterritorialized. It is unique, unrepeatable and only makes sense and has potential on that particular point of the globe. Therefore, each place can benefit from its heritage if achieves that it is managed in a sustainable way, included in a correct cultural programming and based on territorial marketing strategies pointing to the long-term.

The "Terras do Demo", specifically the territories of Sernancelhe and Moimenta da Beira are guardians of a cultural resource that can never be displayed by another territory: the writer Aquilino Ribeiro was born here, a reference of Portuguese Literature of the twentieth century. But, after all, what is the point of having this feature and cannot transform it into a differentiating element, in notoriety factor and generator of wealth for the region? However the central issue of this work is to find answers that will enable to turn this unique resource in development and wealth for the region. In this sense, it places the focus on structural issues that should be worked together, towards the plan of an effective strategy: the territory, cultural tourism, heritage, communication and marketing.

However, the huge focus of this work is precisely to seek answers to the question: "What is the role of marketing to "Terras do Demo" of Aquilino Ribeiro, to be assume as a literary territory?" This work is therefore a proposal for a course line, sustained in strategic concepts as territory, cultural tourism, heritage, communication and marketing, trying to be a simple contribution to that "Terras do Demo", of Aquilino Ribeiro, be seen as a benefit to the community and to its economic support. Probably, for this to be confirmed, it has to be an organized will, and that marketing planning is seen as a science capable of producing contributions and results, both those provided in the past, such as those that we all expect it tomorrow.

Keywords: territorial marketing, culture, heritage, countryside, Aquilino Ribeiro, Terras do Demo.

Índice

Índice de Ilustrações.....	4
Índice de gráficos.....	5
Índice de mapas.....	6
Índice de tabelas.....	7
Introdução.....	8
CAPÍTULO I – Enquadramento teórico.....	12
1 – Contextualização de Marketing Territorial.....	12
1.1 – Novos parâmetros de marketing.....	12
1.2 - O marketing territorial no desenvolvimento local.....	15
1.3 – As estratégias associadas aos territórios turísticos.....	18
2 – Imagem e comunicação dos territórios.....	20
2.1 – Construir a imagem do território.....	20
2.2 – Comunicar o território.....	23
3 - Turismo cultural.....	29
3.1 - A cultura como potenciador turístico.....	29
3.2 - O turismo cultural em terra de escritores.....	31
CAPÍTULO II: O escritor e a sua relação com o território.....	35
4 - Aquilino Ribeiro (1885-1963).....	35
5 - O território das Terras do Demo: Sernancelhe e Moimenta da Beira.....	38
5.1 - Contexto geográfico.....	38
5.2 - Evolução histórica e territorial.....	40
CAPÍTULO III: Problema e metodologia. Resultados.....	44
6 - Contextualização.....	44

6.1 - Problema	44
6.2 - Metodologia	46
6.3 - Resultados	50
6.3.1 - Contexto sociogeográfico dos inquiridos	52
6.3.2 - Motivação do turista que visita a região.....	56
6.3.3 - Atributos reconhecidos	60
6.4 - Potencial para o desenvolvimento turístico	64
CAPÍTULO IV: O papel do marketing na criação do território literário das Terras de Aquilino Ribeiro	
7 - Visão estratégica.....	67
7.1 - Diagnóstico prospetivo das Terras do Demo	69
7.2 - Atividade económica	70
7.3 - Atividade turística.....	71
7.4 - Valores identitários e patrimoniais das Terras do Demo.....	73
7.5 - Análise swot das Terras do Demo	74
8. Contributos do marketing para as Terras do Demo.....	78
8.1- Estabelecimento de parcerias públicas e privadas	84
8.2 - A reformulação do papel da Fundação Aquilino Ribeiro	85
8.3 - Lapa, uma porta turística para potenciar Aquilino	88
8.4 - Eventos como fator de atração para as Terras do Demo	90
Conclusão	94
Referências bibliográficas.....	98
Anexos	107
Apêndices.....	130
Terras do Demo: dois concelhos, a mesma identidade aquiliniana ..	130
A Casa de Soutosa	132

O Pátio do Carregal, o berço	134
Lapa, a Escola.....	136
Convento da Tabosa, cenário do "Valeroso Milagre"	139
O Convento de S. Francisco retratado em "A Via Sinuosa"	141
Convento de Freixinho, o recolhimento da Tia Custódia.....	143
Os sabores da gastronomia de Aquilino	145
O património natural das Serras da Lapa e da Nave.....	152

Índice de Ilustrações

Ilustração 1 - O escritor Aquilino Gomes Ribeiro	35
Ilustração 2 - Soutosa, atual Fundação Aquilino Ribeiro, em Moimenta da Beira	132
Ilustração 3 - Casa onde nasceu Aquilino Ribeiro, no Carregal, Sernancelhe	134
Ilustração 4 - Santuário da Lapa em dia de Romaria.....	136
Ilustração 5 - Mosteiro de N ^a Sr ^a da Assunção, na Tabosa do Carregal	139
Ilustração 6 - Convento de S. Francisco, em Moimenta da Beira	141
Ilustração 7 - Recolhimento de Freixinho, hoje unidade de Turismo Rural	143
Ilustração 8 - Carne de porco e castanhas, gastronomia das Terras do Demo.....	145
Ilustração 9 - Fumeiro	146
Ilustração 10 - Bola de carne.....	146
Ilustração 11 - Pexinhos do rio em molho de escabeche.....	147
Ilustração 12 - Pão da Lapa	147
Ilustração 13 - Queijo da Lapa	147
Ilustração 14- Tarte de maçã.....	148
Ilustração 15 - Vinhos e espumantes Terras do Demo	149
Ilustração 16 - Fálgaros da Tabosa - confeção em forno comunitário.....	150
Ilustração 17- Cavacas de Freixinho, uma iguaria de referência	150
Ilustração 18 - Serra da Lapa	152
Ilustração 19 - Serra da Nave.....	153
Ilustração 20 - Paisagem outonal de castanheiros	153
Ilustração 21 - Aves no Rio Távora	153

Índice de gráficos

Gráficos Gráfico 1 - Plano de Comunicação.....	26
Gráfico 2 - Grupo de questões de âmbito geral	51
Gráfico 3 - Grupo de questões para estabelecer o perfil	51
Gráfico 4 - Idade dos inquiridos.....	52
Gráfico 5 - Género.....	53
Gráfico 6- Habilitações literárias.....	54
Gráfico 7 - Distritos de proveniência dos inquiridos	55
Gráfico 8 - Visitas à região	56
Gráfico 9 - Motivo da visita	57
Gráfico 10 - O que determinou a visita	58
Gráfico 11 - Atividades realizadas durante a visita	59
Gráfico 12 - Publicação de impressões por parte dos inquiridos	60
Gráfico 13 - Atributos reconhecidos à região.....	61
Gráfico 14 - Questão sobre cultura geral dos inquiridos	62
Gráfico 15 - Rota de Aquilino, interesse em conhecer.....	63
Gráfico 16- Oito motivos possíveis para uma rota literária.....	63
Gráfico 17 - Potencial de Aquilino para a região.....	64

Índice de mapas

Mapa 1 - Área geográfica dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira	39
---	----

Índice de tabelas

Tabela 1 - Fatores de atração dos territórios	13
Tabela 2 - Planeamento estratégico em turismo	19
Tabela 3 - Fases de construção da imagem do território	23
Tabela 4 - Dimensão nacional de Aquilino Ribeiro	45
Tabela 5 - Objetivos da investigação.....	46
Tabela 6 - Ficha técnica de investigação.....	50
Tabela 7 - Visão do território das Terras do Demo	65
Tabela 8 - Análise swot das Terras do Demo	75
Tabela 9- Fatores de sucesso	77
Tabela 10 - Objetivos da comunicação.....	83

Introdução

A presente dissertação enquadra-se no Mestrado em Comunicação e Marketing, ministrado pela Escola Superior de Educação de Viseu, e aborda a temática do turismo cultural/literário, centrada na figura do escritor Aquilino Ribeiro, cuja vida e obra está correlacionada com os territórios de Sernancelhe e Moimenta da Beira, apelidados pelo escritor como "Terras do Demo".

No período tão sensível que se vive em termos económicos e sociais, em que os territórios de baixa densidade - termo que remete invariavelmente para conceitos como interioridade -, estão marcados pelo envelhecimento populacional, baixos índices de natalidade e desertificação, o turismo cultural e a possibilidade de cada espaço territorial pegar no que tem de melhor como forma de valorizar e dinamizar as populações, há novas oportunidades que se adivinham para o espaço rural português.

Estas "Terras do Demo" são guardiãs de um património material e imaterial em torno do imaginário de Aquilino Ribeiro que lhes conferem qualidades suscetíveis de as diferenciarem do resto do País, colocando-as em patamares de notoriedade semelhantes a muitos sítios do Mundo que, pela simples relação com um escritor, pintor, ator ou político tornaram-se portentos turísticos, promovendo ciclos de desenvolvimento decisivos para essas regiões e localidades.

Ora, associando esta certeza ao marketing e à comunicação, pretende-se, com este trabalho, contribuir para promover, neste território, o turismo cultural com uma importante carga literária, precisamente motivada e dinamizada pelo escritor Aquilino Ribeiro. A ideia conhece propriedade quando se constata que os dois concelhos destas "Terras do Demo", apesar de serem detentores de uma autenticidade e uma ruralidade que os distingue, apresentam baixos índices de aproveitamento dos recursos para efeitos de turismo, não sendo capazes de maximizar a presença de visitantes e de lhes oferecer opções.

No fundo, pretende-se enunciar métodos, opções estratégicas e indicadores que sejam indutores de mais-valias para a região e seus habitantes. E também que, a partir deste ponto, possa ser encarada a definição de uma estratégia bem estruturada e devidamente implementada para que as Terras do Demo e Aquilino Ribeiro possam ser um produto turístico de qualidade, notável e de futuro, que posicione a região.

A escolha particular por esta área geográfica deve-se à proximidade e aos laços com o local, resultado da minha naturalidade e residência, daí a vontade em

querer conhecer mais e melhor o território de que sou oriundo e, com este trabalho, deixar uma retribuição por tudo o que esta terra e estas gentes são e simbolizam, acreditando que é possível almejar o desenvolvimento se compreendermos a nossa história e com ela desenharmos o futuro para as gerações vindouras.

Importa, num primeiro momento, enquadrar a região no panorama do marketing territorial, mostrando, com exemplos e pensamentos de reputados estudiosos desta matéria, que os territórios podem e devem alavancar-se naquilo que é a sua identidade e com ela criar produtos distintos e de valor.

A este propósito propomos igualmente que se conheçam os efeitos práticos do marketing para o desenvolvimento das localidades e também os efeitos reais do marketing quando associado a planeamento e estratégia, procurando demonstrar que cada região deve pensar o seu desenvolvimento de forma profissional.

Num segundo momento, pretendemos explicar os contornos da construção da imagem e da comunicação dos territórios, comprovando que os valores e a identidade, enfim o que distingue um espaço, só terão aceitação e notoriedade se tiverem acoplados uma imagem de qualidade e um plano de comunicação eficaz.

Seguidamente, é nosso entendimento que o turismo cultural deve ser abordado e explicado como uma oportunidade comprovada para a distinção turística de muitos territórios. Enquadrado o conceito, a sua evolução e derivações ao longo da história, chegamos ao conceito de turismo cultural/literário, procurando exemplificar que há uma nova tendência turística, materializada na figura do turista literário, informado e pleno conhecedor do que pretende conhecer e visitar.

Ora, enquadrados estes conceitos, que reputamos de indispensáveis ao tema em análise, procuramos trazer para o estudo, de forma concreta e efetiva, o escritor Aquilino Ribeiro e a sua relação com o território das "Terras do Demo". É nosso intuito explicar, desde logo, a história de vida e obra do escritor, procurando ligar os factos aos locais e os relatos escritos ao património existente, fator distintivo dos dois concelhos.

Atendendo às marcas vivas da mundividência do escritor neste território, impunha-se que, mais do que explicações gerais, fossem apresentados factos comprováveis de que ambos os concelhos são detentores de um património real, de evidente potencial e que pode ser descrito, de forma autónoma, pelas próprias obras do escritor. Neste conjunto, que não se esgota nos exemplos enunciados, foram

elencados a Casa de Soutosa, o Pátio do Carregal, a Lapa, o Convento da Tabosa, o Convento de S. Francisco, o Recolhimento de Freixinho, a gastronomia aquiliana e o património natural das serras da Lapa e Nave, que apresentamos de forma mais detalhada no APÊNDICE A.

Com este enquadramento passamos ao estudo empírico, procurando perceber, através de um inquérito efetuado a 250 turistas e visitantes, nas principais unidades hoteleiras de Sernancelhe e Moimenta da Beira, se este território tem, afinal, os atributos necessários para equacionar o desenvolvimento por via do turismo literário.

Se a realização do estudo permite, por um lado, obter dados concretos e até ao momento desconhecidos, acerca do número, proveniência, habilitações literárias, gostos e fatores distintivos de quem visita a região, por outro lado é uma oportunidade única para obtermos informação essencial para podermos planear uma estratégia com base em conhecimentos reais do público-alvo, e que, caso não existissem nesta fase, simplesmente impediriam a realização de contributos sérios e poriam em causa a legitimidade do estudo.

Por isso, subdividimos o inquérito de forma a percebermos dois pontos essenciais: qual o perfil de quem nos visita habitualmente, porque o fazem, o que fizeram enquanto cá estiveram; e também o conhecimento que têm de Aquilino Ribeiro, se estariam interessados em conhecê-lo, em acolher propostas turísticas organizadas em torno do seu imaginário e se lhe reconhecem potencial no campo turístico-cultural.

Seguidamente, as respostas obtidas serão tratadas e permitirão estabelecer um conjunto de contributos que, acreditamos, possam concorrer para que o território ganhe dinamismo turístico e seja indutor de desenvolvimento regional.

Contudo, para chegarmos a uma estratégia efetiva há ainda que realizar um diagnóstico económico, social e turístico dos dois concelhos, por forma a desenharmos uma análise swot e apontarmos as forças, as fraquezas, as oportunidades e as ameaças. Conta-se aqui com a análise mais detalhada de documentos como o Plano Estratégico do Douro Sul, e os Planos de Pormenor dos Concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira.

Com todos estes elementos, associados ao contributo dos visitantes inquiridos podemos desenhar linhas essenciais da estratégia, que proporemos de seguida, já

que ficaremos a saber qual o perfil, o mercado alvo, as suas preferências, como comunicar-lhes o produto e como distribuí-lo.

Por fim, chegaremos aos contributos estratégicos, procurando delinear um plano que conduza ao cumprimento da visão e da missão que devem alinhar o território das "Terras do Demo" na consolidação de Aquilino Ribeiro como produto turístico diferenciador.

A conclusão refletirá os objetivos definidos com esta dissertação, apontará as limitações e proporá linhas futuras de investigação.

CAPÍTULO I – Enquadramento teórico

1 – Contextualização de Marketing Territorial

1.1 – Novos parâmetros de marketing

Num contexto cada vez mais global, assiste-se a um fenómeno que parece conduzir a uma competição dos territórios por investimentos, pessoas, visitantes e novas dinâmicas económicas. Dentro das regiões os territórios tendem a fazer emergir as suas especificidades, as suas qualidades, os elementos que entendem ser distintos e únicos e, de forma decisiva, canalizam recursos, como nunca visto, para que ganhem projeção e sejam a marca de cada lugar.

Nesta competição, os Municípios têm sido os dinamizadores de ações que assumem a finalidade suprema de elevar produtos, identidades próprias, recorrendo, cada vez mais, ao marketing, o que veio dar origem a uma nova variante do marketing: o marketing territorial. Os territórios perceberam que também podem socorrer-se do marketing para "vender" a geografia, a cultura, a gastronomia, a identidade, enfim, o imaterial.

De resto, a conceção de marketing territorial foi introduzida por Kotler, Haider e Rein (1993), quando divulgaram a definição de Marketing Estratégico de Lugares, ousando comparar na literatura as cidades a um produto. É referida ainda a importância dos clusters como forma de diferenciação em termos competitivos, fazendo a apologia do trabalho em rede como solução para alcançar o objetivo de reforçar ligações e criar condições para a competitividade dos países.

Kotler et al (1994) vão mais longe ao entenderem que é equacionável que sejam desenhadas comunidades capazes de suprir as necessidades dos diversos grupos de utilizadores, nomeadamente visitantes, residentes e trabalhadores, as empresas e os mercados exportadores desse mesmo local.

A este propósito entendem ainda que a cidade deve conquistar os apoios internos e, com eles, chegar aos externos, ou seja, ter o apoio dos munícipes, dos líderes e das instituições para que passem a estar recetivos aos novos desafios e propostas, permitindo o desenho de uma estratégia de marketing adequada às características específicas do local, sustentada pela diferenciação do respetivo lugar.

Para Vieira (2007, p.20) quando se pensa em território deve ter-se presente o hábil aproveitamento dos recursos de cada um e, se se tratarem de recursos turísticos,

em que a qualidade das vivências é fundamental, *"não há turismo de qualidade sem território de qualidade"*.

Já Cidrais (1998, p.3) define marketing territorial como sendo *"a análise, planificação, execução e controlo de processos concebidos pelos atores de um território, de forma mais ou menos concertada e institucionalizada. A sua finalidade é, por um lado, responder às necessidades das pessoas e do seu território e, por outro, melhorar a curto e longo prazo a qualidade e competitividade global da cidade no seu ambiente concorrencial"*.

O marketing territorial é pois a solução para gerar vantagem competitiva, como tem sido verificado, de forma muito particular, no setor do turismo, onde a associação ao marketing turístico tem impulsionado esta indústria. De resto, poucas dúvidas persistem de que o marketing, quando associado a localidades e regiões, tem-se revelado central na gestão regional, tornando diferentes os destinos e valorizando as suas especificidades.

Sendo, portanto, o marketing territorial entendido como um processo de dinamização das regiões, Barros (2011) entende que são vários os fatores capazes de gerar atração dos territórios, nomeadamente a localização e as acessibilidades, o emprego, a gastronomia, o património, cultura e história, a segurança e conforto, o clima e os recursos naturais.

Tabela 1 - Fatores de atração dos territórios

Fatores de atração dos territórios
Localização e acessibilidades
Emprego
Gastronomia
Património, cultura e história
Segurança e conforto
Clima
Recursos naturais

Fonte: Adaptado de Barros, 2011

Parecendo restar, portanto, aos espaços rurais a aposta no turismo, Cunha (2013, p. 294) refere a competitividade dos destinos turísticos como fator determinante para a afirmação dos territórios, constatando que *"o principal objetivo do desenvolvimento turístico é aumentar a prosperidade económica e garantir um melhor nível de vida às pessoas que vivem num dado país ou região"*. Mas, para que tal seja alcançado, defende que os territórios *"devem adquirir capacidade competitiva, isto é, a capacidade de melhorarem a sua posição no mercado e de a manterem ao longo do tempo"*.

Ora, Cidrais (1998) e Kotler (1999) mencionam precisamente as potencialidades do marketing territorial na afirmação das especificidades de cada espaço. De acordo com estes autores, é através do marketing que é possível conhecer a realidade territorial, melhorar a qualidade de vida da população local, aumentar a atividade económica, reforçar a identidade local, associar uma imagem coerente ao território, afirmar os territórios e atrair investidores e visitantes.

A este propósito, Kotler *et al.* (1994) afirmam que marketing estratégico de um local ou território é uma abordagem adaptável e produtiva, em que as estratégias a determinar, os recursos a utilizar, os produtos a definir, os planos a aplicar não poderão ser copiados de uns locais ou territórios para outros.

Em territórios de baixa densidade, panorama bem presente em todos os meios rurais do nosso País, torna-se igualmente importante a criação de sinergias entre municípios, o estabelecimento de parcerias e a assunção de uma estratégia que defina as vantagens competitivas, não só de uma localidade ou concelho, mas de uma região no seu todo, procurando maximizar o que diferencia cada uma. Nesse sentido, é imperioso que sejam identificados os elementos que constituem e melhor definem o território por forma a que sejam potenciados eficazmente (Santos, 2010).

São, pois, muito amplas as potencialidades para uma região em resultado da implementação do marketing territorial. Conferir às regiões a capacidade de venderem experiências, através de uma estratégia coerente, planeada, orientada para dinamizar as comunidades e potenciar o seu desenvolvimento de forma homogénea são atributos inegáveis do marketing do território.

Por outro lado, o marketing territorial pressupõe uma visão de longo prazo, na certeza de que, como refere Kotler (2000, p. 25) *"as grandes estratégias consistem em muitas atividades que se reforçam mutuamente, formando uma rede única que não se imita com facilidade"*.

Em conclusão, pode entender-se que o marketing territorial deve definir e comunicar as suas características específicas e vantagens competitivas de cada local, de forma eficaz. As regiões devem encontrar formas de se diferenciar e posicionar para os seus mercados-alvo, garantindo assim o reconhecimento e consequente valorização económica dos seus recursos, impulsionando a capacidade de atrair e captar receitas, concorrendo para melhorar a qualidade de vida das respetivas populações.

1.2 - O marketing territorial no desenvolvimento local

A economia e política do turismo explicam, de forma precisa, as implicações da evolução histórica e como passou a ser entendida a atividade turística. Entre 1973 e 1990, com as alterações ocorridas em muitos países, com a transição dos regimes ditatoriais para democracias - como ocorreu em Portugal com o 25 de abril de 1974 -, o turismo mundial sofreu alterações profundas, que viriam a ter implicações diretas no seu ritmo de crescimento. A distância das viagens encurtou, a duração das mesmas também, e o alojamento de baixo custo começou a ser procurado.

Em simultâneo, e como resposta automática a este fenómeno novo, o turismo interno assumiu uma importância crescente e, em muitos países, passou a ser o seu maior contributo económico, levando os poderes políticos a darem evidente primazia às políticas de desenvolvimento de equipamentos e promoção capazes de enquadrarem o turismo nacional no interior dos seus territórios (Cunha, 2013, p.33-34).

Nos últimos anos constata-se que os números positivos do turismo português têm sido recorrentemente utilizados para justificar as boas performances governativas. Percebe-se, efetivamente, que a indústria turística em Portugal cresceu e hoje tendemos a ser um destino turístico de referência.

O perfil do turista, referente ao ano 2015, documento estatístico elaborado pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT), em parceria com a Entidade de Turismo Porto e Norte de Portugal¹, é revelador de um fenómeno novo na imensa região norte: quem visita o Porto e Norte de Portugal, proveniente do exterior, tem idades compreendidas entre os 25 e os 50 anos de idade, percebendo-se, quase

¹ Estudo foi realizado ainda em parceria com o Aeroporto Francisco Sá Carneiro, do Porto, procurando traçar o perfil dos turistas que chegaram ao norte de avião.

imediatamente, que estamos a falar de pessoas ativas, com formação e exigentes do ponto de vista informativo.

Os motivos de escolha do Porto e Norte são as belezas naturais, a gastronomia e o património. Salientar ainda neste estudo que quase 20 por cento dos visitantes escolheu a região pela cultura, 26,4% pelo património e que 38,3% dos visitantes regressa duas a três vezes ao ano.

Do estudo do Porto e Norte ressalta também que 5,1% dos visitantes veio assistir a eventos culturais, bem como visitas a museus e património histórico, como se constata pelo nível de satisfação, confirmado por 51% dos inquiridos. A maioria dos turistas provém de França e Espanha.

Segundo Fernandes e Carvalho (2012, p. 87) *"a afirmação da relação entre turismo e património, tanto a nível internacional como em Portugal, decorre em boa parte da crescente importância e visibilidade do turismo em todas as suas manifestações (das práticas recreativas às dimensões enquanto atividade económica) bem como da preocupação pela preservação e valorização do património das sociedades nas suas diversas manifestações"*.

Ora, estes dados acerca do Perfil do Turista possibilitam várias análises, depreendendo-se, desde logo, que o turismo nunca foi tão vantajoso para as regiões no seu todo como agora. E isso pode dever-se ao facto de ter entrado em ação, de forma concertada, o marketing territorial como ferramenta de gestão dos territórios, tendo como objetivo atingir, em primeiro lugar, o desenvolvimento regional (Nunes, 2011).

Por outro lado, para as áreas mais deprimidas do nosso País há uma nova lógica, apostada em inverter o estado de letargia que parece grassar. Já não se vive uma lógica de crescimento do setor agrícola, mas de desenvolvimento: a pluralidade parece ser a via adotada como solução para a crise agrícola e uma das principais opções de desenvolvimento é o turismo rural. De acordo com Fernandes e Carvalho (2012, p. 86), *"interessa-nos em particular não a atividade em si mesma mas a sua relação com o território e o património, e por isso podemos considerar o espaço (rural) segundo a perspetiva da utilização turística"*.

Depois, o contributo do marketing territorial chega por via de cinco fases distintas, mas que quando devidamente conjugadas, concorrem para o sucesso na promoção de uma região em específico: a avaliação do território, a definição da visão

e objetivos, a elaboração de uma estratégia, de um plano de ação e a sua implementação e controle (Nunes, 2011, p.19).

E se o marketing territorial pressupõe que se conheça o território e a sua história para, a partir desse ponto, definir pontos fortes e vantagens, é igualmente vital que seja conhecida e dominada a realidade local para que o plano de ação definido produza desenvolvimento. É certo também que, como diz Vieira (2007, p.64), *"num país ou numa mesma região, nem todos os locais têm a mesma potencialidade para se desenvolverem turisticamente, sendo necessário encontrar características específicas que permitam essa definição"*.

Vieira (2007, p.63) entende ainda, a este propósito, que *"a dinâmica do desenvolvimento turístico acaba por ter sempre expressão no território e no espaço turístico, podendo mesmo dizer-se que o turismo é um fenómeno geográfico, isto é, o desenvolvimento turístico é tributário do território"*.

O mesmo autor reforça esta sua crença dizendo que *"o espaço territorial em que se insere o espaço turístico é, ele próprio, considerado importante tributo para o sucesso da vivência individual ou coletiva das experiências turísticas e, de tal forma que, quando esse espaço territorial envolvente do espaço turístico não tem qualidade, este tende a isolar-se, sendo então criados resorts turísticos, fechados, isolados do espaço envolvente que não é sequer visitado pelos turistas instalados nesses resorts"*.

Ao marketing territorial cabe, portanto, o papel de inventariar os territórios e conseguir definir o "espaço turístico". Para isso há que considerar várias classes e subclasses de espaços, em função do uso dominante já existente ou proposto, sendo que no caso do espaço rural, como refere Vieira (2007, p.66), *"ele é também um espaço turístico onde são importantes as amenidades rurais que são um benefício ou uma dádiva da natureza, um exemplo vivo do passado, como uma paisagem, uma aldeia, um sítio histórico, um ecossistema particular, um bosque, um espelho de água, etc. Estas amenidades são raras, únicas, com atributos irrepreensíveis, não são reprodutíveis noutra local, não consumíveis nem transacionáveis"*.

O contributo do marketing territorial para o desenvolvimento das localidades chega quando cada região ou espaço for capaz de se promover por aquilo que a torna distinta. E se o impacto do marketing territorial não se pode medir da mesma forma que as ações de marketing nas empresas, nem o modo como se promove uma região é semelhante a um produto, hoje sobejam os exemplos a nível nacional de regiões, concelhos, aldeias, lugares, que, graças ao marketing territorial, ganharam

notoriedade, projeção nacional pelo produto ou evento que as diferencia, tendo como retorno mais evidente o turismo e a captação de receitas para o respetivo território.

Segundo Fernandes e Carvalho (2012, p.91), *"a nova oferta do turismo cultural possibilita o encontro entre o património e os visitantes, gerando recursos que servem de complemento aos rendimentos de muitas regiões rurais"*.

Por outro lado, entendem estes autores, há um novo tipo de consumo turístico, muito impregnado na essência dos diversos territórios, que entende o turista cultural como *"contemplativo, participativo e vivencial"*. Nesse sentido, Fernandes e Carvalho (2012, p.91) apontam inúmeros exemplos de como os territórios podem corresponder a esta tendência, como sucede com *"a rota turística como um itinerário temático para a descoberta do património, capaz de provocar a realização de uma viagem através do território que a sustenta, utilizando os recursos e serviços, sendo, portanto, um produto elaborado e suscetível de ser comercializado"*.

Fernandes e Carvalho (2012, p.94) dizem, ainda sobre este tema, que o contributo do marketing para o desenvolvimento dos territórios logrará sucesso se for verificada a *"articulação de sítios e lugares através de projetos territorialmente mais amplos como um dos caminhos para encontrar escala de afirmação e construir imagens de uma certa identidade e unidade entre as partes intervenientes"*.

1.3 – As estratégias associadas aos territórios turísticos

Para Vieira (2007, p.50) *"o planeamento estratégico é um processo sistemático para gerir a mudança e criar o melhor futuro possível"*. Mudança que parece possível de operar através de um processo criativo de identificação e acompanhamento das ações mais importantes, que atente nas forças e fraquezas, bem como nas ameaças e oportunidades de um território.

Nesse sentido, e quando se pensa em planeamento estratégico aplicado ao turismo, deve ter-se presente que o mesmo permite atingir várias metas fundamentais que concorrem para a definição de uma estratégia bem sucedida de marketing territorial (tabela 2), que implica a existência de mecanismos de gestão estratégica, pois, como reconhece Vieira (2007, p. 52), *"é o processo através do qual os objetivos gerais a longo prazo, a estratégia e a sua implementação são geridos"* e *"engloba o planeamento estratégico e conclui a implementação e a execução da estratégia e o seu acompanhamento, controlo e correção"*.

Com efeito, se atendermos a que o objetivo central do marketing territorial é fortalecer a capacidade das comunidades e regiões, procurando que as mesmas se adaptem às mudanças do mercado e atraiam oportunidades, a vantagem que distingue o território resulta da capacidade de somar os fatores distintivos (Antunes, 2002).

Tabela 2 - Planeamento estratégico em turismo

Elementos de planeamento estratégico
Deve apostar no capital humano, mobilizando as pessoas para um objetivo
Deve ser elaborado pelos executores
Deve ser transparente
Deve constituir um guia para o futuro
Ser proativo
Constituir um olhar coletivo, participado
Deve assumir riscos
Deve estar focalizado numa direção, num caminho e em objetivos futuros
Deve ser criativo e estimulante

Fonte: Adaptado de Vieira, 2007

O potencial de um lugar não depende somente da sua localização geográfica, do excepcional clima ou da abundância de recursos naturais, mas também das competências humanas. Nesse sentido, e segundo Kotler, *et al.* (1993, p. 20), o sucesso de um determinado lugar depende da capacidade de identificar diversas vertentes: ser conhecedor e saber interpretar o meio envolvente, perceber quais as necessidades e comportamentos dos intervenientes, conceber como será a construção futura do lugar, elaborar um plano realista que conduza a essa visão de futuro e avaliar as etapas à medida que são executadas.

Um olhar sobre o futuro para guiar a ação presente é, na perspetiva de Vieira (2007, p. 52) a postura que deve ser encarada pela atividade do marketing, também quando se trata de definir e aplicar uma estratégia para uma região. Como reforça

Kotler (2000, p.225), "o marketing é um jogo instrutivo. Toma-se uma decisão. Observam-se os resultados. E depois toma-se uma decisão melhor".

O Marketing Territorial implica, portanto, que o território defina as suas vantagens competitivas de acordo com as especificidades territoriais.

Para o fazer deverá recorrer ao planeamento estratégico, observando a especificidade do local, a projeção e a integração em espaços globais, bem como a promoção da sua identidade, da sua afirmação e do seu desenvolvimento.

Sendo estas premissas o "elixir" para que o território ganhe destaque, a sua valorização deverá ter em atenção a preservação da identidade e a sua não descaraterização, tendo presente que é necessária a aplicação de estratégias, a longo prazo, para que os territórios possam crescer e desenvolver-se com vista a um futuro próspero.

2 – Imagem e comunicação dos territórios

2.1 – Construir a imagem do território

A história dos povos é demonstrativa da evolução que, ao longo de séculos, foi verificada sempre que novas culturas chegaram aos territórios. De entre tantas alterações operadas nos territórios, são prova evidente o papel, por exemplo, dos Romanos, responsáveis pela organização dos territórios, pela introdução de vias de comunicação, novos produtos e uma arquitetura que ainda hoje é motivo de estudo e de visitação.

Regra geral, sempre que um novo povo conquistava outro eram introduzidas transformações que, no fundo, significavam evoluções. Um caso muito nosso pode ser explicado com a época dos descobrimentos, pois Portugal foi tido como um exemplo já que colonizada por via da religião, da língua e da aproximação aos nativos.

Em todo este processo de mudanças e encontro de culturas, segundo Kotlet *et al.* (1994), o território torna-se o somatório das crenças, ideias e impressões que as pessoas têm em relação a um determinado lugar e da informação de que se tem conhecimento, o que não quer dizer que a imagem que os moradores têm seja igual à imagem que é projetada.

Ora, tal facto impõe que se estabeleça a diferença entre identidade e a imagem de um local, com defende Azevedo *et al.* (2011, p.89), em que "*identidade é a*

aspiração, reflete as perceções que deverão ser desenvolvidas e reforçadas para que a imagem percore ou se aproxime da desejada, enquanto que a imagem reflete as perceções atuais".

A identidade é, pois, cada vez mais decisiva na construção da imagem dos territórios. E a forma como se distingue a identidade de cada lugar ganha cada vez mais espaço e mais enquadramento legal, tendo precisamente como propósito a sua salvaguarda e valorização.

De tal forma que, em 2015, numa informação difundida pela Direção Regional da Cultura do Norte² foi dado a conhecer, de forma exaustiva, o procedimento através do qual poderia ser solicitada a inventariação do património imaterial no território português. A nota daquele organismo é clara ao definir que *"o património cultural imaterial é uma parcela estruturante da identidade e da memória coletiva"*, compreendendo as tradições e expressões orais, incluindo a língua como vetor do património cultural imaterial, as expressões artísticas e manifestações de carácter performativo, as práticas sociais, rituais e eventos festivos, os conhecimentos e práticas relacionadas com a natureza e as competências no âmbito de processos e técnicas tradicionais.

Sabendo-se também, e como constata Vieira (2007, p. 20) que *"o turista é, antes de mais, alguém que procura maximizar a vivência temporária das emoções proporcionadas pelas características dos recursos turísticos"* e que *"a qualidade dessa vivência, porque estes recursos estão quase sempre implantados no território, depende da qualidade do seu ordenamento e do planeamento do desenvolvimento turístico em que o ordenamento se integra"*, então infere-se que pode ser essencial para as regiões a gestão inteligente dos recursos, visto os mesmos serem fatores chave para o seu desenvolvimento económico, tendo sempre presente que a identidade e o território são a chave mestra para a construção da imagem, tanto interna como externamente.

Nesse sentido, muitos concelhos do interior do País têm pela frente o enorme desafio de disporem dos recursos mas não conseguirem transformá-los num serviço, organizado, de valor, gerador de receitas, e que vá ao encontro das necessidades e desejos dos visitantes.

² Direção Regional da Cultura do Norte (2015), disponível em [www.culturanorte.pt/areas de intervenção/património-cultural-imaterial](http://www.culturanorte.pt/areas_de_intervencao/patrimonio-cultural-imaterial)

De resto, o recurso mais evidente de que muitos municípios e regiões de Portugal dispõem parece carecer da adoção de estratégias de marketing e comunicação para que as regiões ganhem escala e valor.

O desafio passa por aprender a comunicar com os turistas, compreender as suas necessidades, desejos e motivações, com o propósito de conceber e adaptar os seus produtos turísticos em função do objetivo a atingir, ou seja, o ótimo da satisfação turística e o cumprimento dos objetivos da entidade que promove o serviço. É essa a missão confiada à comunicação.

Por outro lado, cada vez mais, o marketing, visto em associação a localidades e regiões, tem-se tornado uma atividade central na gestão regional, pois consegue gerar vantagens competitivas. Essas vantagens passam por uma diferenciação do destino, valorizando também o intangível e, tal como refere Tocquer (2004, p.193) "*para dar vida a um produto turístico é preciso uma vontade organizada*".

O marketing assume, neste processo de construção da imagem dos territórios, um papel de capital importância, pois pode englobar três objetivos centrais: construir uma imagem inovadora para espaços pouco reconhecidos ou com uma imagem débil; corrigir e reforçar a imagem de territórios; e recuperar a imagem de locais que tenham associadas ao seu passado imagens controversas e com carga negativa (Fernandes e Carvalho, 2012).

Quando está em causa a construção da imagem de um território, importa, desde o primeiro momento, que seja definido que imagem de marca se pretende associar a esse mesmo território, na certeza de que, se se tratar de algo que tenha uma associação verdadeiramente identitária, então será dessa forma que a imagem ficará implementada por muito tempo e na mente das pessoas.

O tempo é precioso para que essa mesma imagem se alcance e seja duradoura. De acordo com Azevedo *et al.* (2011), o marketing territorial assume precisamente essa missão de criar e difundir a imagem de um determinado local, construída a partir de sólidos elementos identitários, orientada por uma estratégia aplicada por muitos anos.

A partir do momento em que a imagem de marca for percebida, então o marketing atingiu o seu propósito. Cabe depois ao território saber comunicá-la e com ela captar receitas, turistas, gerar atratividade.

Em reforço desta ideia, o Estudo sobre Touring Cultural e Paisagístico³, promovido pelo Turismo de Portugal, elenca várias fases de desenvolvimento que são indispensáveis à construção da imagem de um território que pretende afirmar-se como destino turístico, numa perspetiva de desenvolvimento gradual e equilibrado até atingir desempenho competitivo.

Tabela 3 - Fases de construção da imagem do território

FASES DE DESENVOLVIMENTO	
Planeamento	Ordenamento do Território; regulação da atividade, valorização dos recursos e atrações, criação de infraestruturas e equipamentos
Desenvolvimento da oferta	Estruturação das componentes básicas, complementares e periféricas que integram o produto para articular um significativo volume de oferta.
Reforço da Oferta	Melhoria da cadeia de valor do produto através da inovação tecnológica, melhoria da qualidade dos serviços, capacitação dos recursos humanos.
Diversificação e aprofundamento da oferta	Diversificação, aprofundamento e sofisticação da oferta para satisfazer novas necessidades motivacionais, novos segmentos da procura, etc.
Marketing	Enfoque na melhoria da eficácia e rentabilidade da promoção e comercialização do produto para penetrar em novos mercados e segmentos.

Fonte: Adaptado de Touring Cultural e Paisagístico - Turismo de Portugal (2006)

O marketing surge pois, de acordo com Kotler (2000, p. 33), como a garantia de que *"sem excelência, não há lucros"*, e, quando a excelência está presente na construção da imagem de um território e o marketing foi muito bem sucedido *"as pessoas gostam do novo produto e os elogios espalham-se depressa"*.

2.2 – Comunicar o território

Coloca-se, então, uma questão central: como comunicar a imagem de um território, quando a mesma se pretende focada nos seus recursos culturais e turísticos,

³ Estudo sobre 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal (2006), editado pelo Turismo de Portugal (p.56-57)

que concorram para a captação de novos turistas, novos investimentos e, conseqüentemente, novas fontes de rendimento?

Para Kotler (2015, p. 25), a solução pode estar na comunicação bem delineada e bem executada, pois *"está provado que há uma relação entre a planificação e os resultados da inovação"*.

Segundo Marques e Martins (1998, p. 124), a ação da globalização trouxe novos paradigmas de afirmação dos territórios, sendo que muitos procuram a visibilidade mediatizando *"os objetos do património, a promoção de exposições temáticas, concursos vitivinícolas, gastronómicos, etc., de forma a manterem ou gerarem capacidade atrativa"*.

A este propósito, em 2013 foi desenhado o estudo Estratégia 2025 para o Vale do Douro Sul⁴, em que depois de elencados os problemas gerais da região, surgiu o entendimento que o território deveria canalizar a sua promoção territorial por três áreas centrais: *"a projeção para o exterior, a projeção para o interior e em ambos os sentidos"*.

A projeção exterior deveria *"dar a conhecer os fatores diferenciadores"*; a projeção para o interior assumia que *"o território deve tirar proveito do potencial dos recursos endógenos, da sua forte identidade cultural e territorial e da vasta rede patrimonial, estimulando, por isso, um potencial de atração em torno do turismo e da visitaçãõ"*; já a projeção em ambos os sentidos era entendida como a procura do posicionamento, *"do ponto de vista do marketing e dos fatores aliados à promoção territorial, de forma pró-ativa, marcando uma posição e definindo uma imagem forte e atrativa"*, uma visão que, assume aquele estudo, deveria ser partilhada por todos o agentes do Douro Sul.

Contudo, os tempos atuais são testemunha de que, tanto por causa da proliferação da oferta como pelos canais onde é possível ser recolhida informação, os turistas são mais criteriosos.

Poder-se-á entender que o turista do século XXI é formado e informado, sendo um seguidor atento da informação sobre as temáticas que mais lhes interessam, está na Internet (nomeadamente nas redes sociais), onde procura a informação para

⁴ Estratégia 2025 para o Vale do Douro Sul (2013), da autoria da Sociedade de Consultores Augusto Mateus&Associados, promovido pela Associação de Municípios do Vale do Douro Sul, de que fazem parte dos municípios de Sernancelhe e Moimenta da Beira

desenhar um plano de férias, escolher os locais que pretende visitar ou gizar roteiros para futuras visitas turísticas e de lazer.

Procura, de certa forma, rentabilizar ao máximo o seu tempo e proporcionar a si próprio momentos de lazer, como reconhece Baudrillard (2011, p. 202), quando refere que o homem entende que o *"lazer constitui o reino da liberdade e cada homem é, por natureza, substancialmente livre e igual aos outros: basta apenas recolocá-lo no estatuto de "natureza" para recuperar a sua liberdade, igualdade e fraternidade substancial"*.

Este reencontro com a natureza, com a identidade de um local pode ser, para o turista, a satisfação das necessidades, hierarquizadas em 1943 por Maslow, como refere Cunha (2013, p.91), em que *"as necessidades humanas são de natureza biológica ou instintiva, possuem uma base genética e influenciam comportamentos muitas vezes de modo inconsciente. As necessidades fisiológicas e de segurança, porque se referem à preservação e conservação pessoal, designam-se por primárias; as restantes, que se relacionam com a identidade, são designadas de secundárias"*.

Compreender hoje as novas regras da comunicação, as relações que podem ser desenvolvidas através da comunicação digital, o papel das redes sociais, o mobile marketing, e todas as outras formas de potenciar conteúdos digitais, é perceber como criar o canal comunicativo perfeito na relação entre o emissor e o recetor, no fundo entre destino e visitante. Com efeito, a confirmação da eficácia da comunicação acontece apenas quando sabemos, com rigor, o que estamos a comunicar e entendemos os públicos com quem comunicamos.

A comunicação é comprovadamente uma das componentes mais visíveis do marketing territorial e do planeamento do território. Comunicar uma imagem atrativa e positiva do território, pelos múltiplos canais disponíveis, que contemplem o analógico e o digital, é a concretização do marketing territorial (Fernandes, 2013).

Indubitavelmente, a comunicação de um território depende de planeamento estratégico da comunicação e integração com o marketing. *"Realizar um bom plano de comunicação será sempre um facilitador da execução do plano de marketing"*, pelo que na grande maioria das situações nem é necessário um esforço financeiro elevado, dependendo o seu sucesso *"da qualidade de informação que se presta. Uma informação clara e transparente do que realmente se pretende, objetivos da ação, posicionamento desejado, prazos de execução e metas a atingir são informações fulcrais para o sucesso do plano"* (Caetano et al., 2013).

Desenvolver o plano de comunicação de um território é igualmente ter presente que é fundamental apresentar o território de forma atraente e credível, mostrando os benefícios que tem para propor.

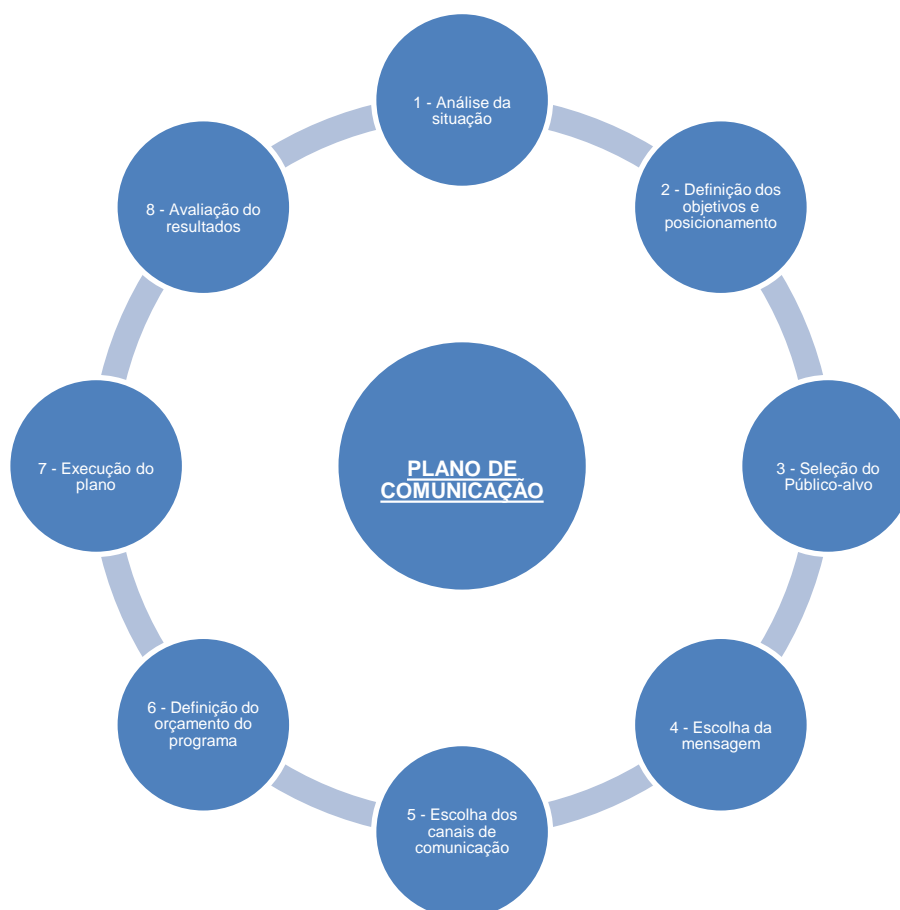


Gráfico 1 - Plano de Comunicação

Fonte: Adaptado de Marketing e Comunicação - Desafios da Globalização (2013)

Segundo Caetano (2013, p. 251), são oito as fases que definem a qualidade da publicidade que associamos à comunicação de um lugar, sintetizadas no gráfico anterior (Gráfico 1).

Numa análise mais detalhada das fases de agilização do Plano de Comunicação para o território, importa explicar que, relativamente à Análise da Situação (1), é onde se descreve o perfil do cliente tipo, bem como dos seus principais segmentos; a Definição dos Objetivos e Posicionamento (2) elenca os objetivos adequados à tarefa a desempenhar e que sejam operacionais; a Seleção do Público-Alvo (3) surge da necessidade de descrever o público-alvo porque o objetivo é

destinado a ele mesmo; a Escolha da Mensagem (4), é onde se procura comunicar benefícios, sentimentos e personalidade da marca do lugar; a Escolha dos Canais de Comunicação (5) é a estratégia dos meios que serve para escolher os canais para chegar ao público-alvo de forma mais eficaz e eficiente; a Determinação do Orçamento do Programa (6) tem como objetivo conseguir equilíbrio satisfatório entre os objetivos pretendidos e a razoabilidade dos custos envolvidos; a Execução do Plano (7) é a fase de observação do conteúdo da comunicação; e, por fim, a Avaliação dos Resultados (8), em que se pretende avaliar os resultados para processar possíveis correções e desvios verificados (Caetano *et al*, 2013).

Comunicar o território pode assentar, desde logo, no desenvolvimento de uma campanha publicitária que concorra para a definição de um posicionamento do território.

Nesse sentido são várias as etapas entendidas como contributivas do sucesso da comunicação que se pretende desenvolver, começando no briefing, passando à fase da conceção da campanha, seguida da elaboração das mensagens e escolha dos canais de comunicação, que levarão à execução da campanha e, no derradeiro momento, à avaliação da mesma (Caetano *et al*, 2013).

E se para que um território comunique aquilo que o distingue, no caso, em matéria cultural e patrimonial, é vital que conheça os seus recursos e nunca abandone a identidade. Para que a comunicação exista é crucial que disponha de um conjunto de meios de comunicação através dos quais se pode efetuar a divulgação, desde campanhas de publicidade nos formatos de imprensa, documentos técnicos, guias de turismo, páginas de Internet e nas redes sociais (Alexandre, 2003).

Também não levanta dúvidas quanto à sua eficácia, sempre que se fala de comunicação territorial e patrimonial, a televisão, pois sendo interativa e replicável hoje para as diversas plataformas digitais, rapidamente atinge níveis de promoção planetários. Além disso, os trabalhos jornalísticos na imprensa tradicional ou na televisão chegam também aos públicos que estão na Internet, pois toda a informação converge inevitavelmente para a Internet.

Depois, também porque a televisão entra pela casa das pessoas, em diversos momentos e, hoje com o cabo, os programas podem ser gravados, revistos e memorizados. Por outro lado, Portugal assiste a um fenómeno de moda que consiste na contratação de programas televisivos de sábado e domingo à tarde, em que o epicentro dos mesmos são os diversos territórios nacionais e a pretensa projeção de

um evento, uma marca, produto, atributo, ou outro, associados aos espaços geográficos.

Ainda que o alinhamento dos referidos programas seja discutível, bem como o efeito que os mesmos têm para os territórios onde decorrem, é certo que projetam as regiões para uma escala global. No caso destes programas, o que tem ocorrido é que, depois de seis horas de programa, não se consegue medir o retorno do investimento dos municípios, ou seja, não se confirma se efetivamente foram divulgados, e bem divulgados, os produtos e os territórios. De qualquer forma, admite-se que, internamente, tenha surtido efeito a tentativa de concorrer para o sentido de pertença e autoestima dos residentes locais.

A relação equilibrada e complementar entre a comunicação digital e a tradicional, assente numa comunicação bem planeada na imprensa tradicional, especializada em turismo e lazer, ou na televisão, é a fórmula que apresenta maior sucesso. Reportagens sobre a oferta turística de um território e as suas características específicas constituem um trunfo de marketing territorial poderoso, pois o cidadão aceitará melhor a informação do que a publicidade, que sabe ser paga. São os conteúdos de boa qualidade que suscitam o interesse e a curiosidade das pessoas.

Em reforço, a Internet surge hoje como uma das plataformas mais completas, pois permite agregar texto, imagem, som e vídeo, o que a torna particularmente interativa e de rápida atualização de conteúdos. É uma ferramenta indispensável, no campo do multimédia, para divulgar o património e a cultura dos territórios, com um papel e influência cada vez mais importante (Ferreira e Gouveia, 2004).

De acordo com a revista *Marketeer*⁵, de abril de 2016, numa entrevista de Paola Bonomo, responsável da Global Marketing Services para a região do sul da Europa, referiu a propósito do Facebook, que esta rede social *"é a melhor plataforma para segmentar mensagens porque trabalha com identidades reais. Mas também os incentivamos a usarem o outro lado, o criativo, para que contem histórias de uma forma mais envolvente"*.

Significa isto que o Facebook surge hoje como a principal rede social capaz de despoletar a cultura de convergência, ou seja, colocar os utilizadores dos serviços, os turistas, a comentar as visitas, a falar dos destinos, a opinar e a criar imagens

⁵ Revista *Marketeer* n.º 237, abril de 2016, pag.19-23

associadas ao património e aos territórios. São portanto espaços comunicativos a não descurar no processo de comunicação do território.

Ainda de acordo com aquela responsável, o Facebook surge hoje como um brinde para o setor do turismo quando ele é encarado como âncora de um território, pois permite a medição imediata, assente em três pilares: *"alcance, interação e reação"*. Por isso, Paola Bonomo, estando perante dados que confirmam que *"entre 2012 e 2015, a utilização do vídeo no facebook cresceu mais de 600 por cento"*, vaticina que *"no futuro a palavra escrita será muito menos necessária e a tendência será para migrar para o vídeo"*.

As redes sociais, particularmente o Facebook, mas também os sites e blogs são determinantes em todo este processo. De acordo com Coutinho (2014, p.15) *"as redes sociais que têm surgido não têm apenas informação em rede e pessoas; elas criam sociedades novas, ligadas em rede, onde as pessoas se juntam com base nos seus interesses e paixões. Formam tribos. Constroem relações. Mas, mais importante do que isso, tornam as pessoas informadas. E, como já sabemos, informação é poder"*.

A verdadeira cultura de convergência, hoje tão estudada e analisada em marketing, e muito importante no setor do turismo, tem real impacto por ação das redes sociais.

Coutinho (2014, p. 16), adianta mesmo que o Facebook é *"a maior rede social do mundo, que conta com mais de mil milhões de utilizadores e, embora gigantesca e sem paralelo, é uma democracia. É das pessoas e para as pessoas. Tal como um negócio, temos de conquistar a atenção, respeito e lealdade das pessoas a quem queremos chegar. E lamento informar que a esmagadora maioria das pessoas utiliza o Facebook como mais um canal para divulgar mensagens de marketing"*.

3 - Turismo cultural

3.1 - A cultura como potenciador turístico

É reconhecido por muitos especialistas em turismo que definir turismo cultural é extremamente difícil. De acordo com Vieira (1997, p. 183) *"tudo constitui recurso enquadrável no turismo cultural: a maneira de viver, os comportamentos, as expressões de religiosidade, os museus, os espetáculos, o folclore, a gastronomia,*

etc.". Ora, de acordo com este autor, é a enorme diversidade de recursos que constituiu, no seu conjunto, um fator importante de atração de turistas e a ele se podem juntar outros, como por exemplo a paisagem.

Por outro lado, Portugal dispõe, de acordo com o Plano Estratégico Nacional do Turismo⁶, de um *"vasto e diversificado património religioso e cultural, em particular, em meio rural (turismo rural) que potencia a oferta, pelo que se entende fundamental o desenvolvimento de itinerários experienciais, a qualificação das atrações e a melhoria da informação ao turista visando uma promoção e comercialização mais eficaz dos serviços turísticos associados ao produto"*.

Ainda de acordo com dados do Turismo de Portugal⁷, o turismo cultural assume hoje proporções gigantescas na balança turística europeia, estando referenciados mais de 44 milhões de turistas que procuram turismo cultural na Europa, definindo-se o património cultural como o único que aproxima civilizações e motiva viagens, preserva a vivência e promove a experiência autêntica, a *"atmosfera do lugar"*.

Aquele organismo reconhece ainda que *"30 por cento dos turistas que se deslocam a Portugal têm como principal motivação uma viagem de Touring Cultural"* e elenca como estratégica global que *"o Turismo Cultural deverá assumir-se como motor de desenvolvimento local, gerador de riqueza e emprego, animador de trocas interculturais e, simultaneamente, motor da preservação do património e da valorização da identidade local"*.

Contudo, é evidente que isoladamente os municípios não têm estrutura nem recursos que permitam encetar uma estratégia de desenvolvimento pela via do turismo que seja sustentável, esbarrando tantas vezes na propriedade dos espaços culturais e no facto de muitos estarem na posse da Igreja ou do Estado.

Dependem também de serviços que só poderão ser prestados ao turista por particulares, como sucede com o alojamento, a restauração, o artesanato, a venda de pacotes turísticos, etc., pelo que o potencial real de um território, por via da cultura, pode surgir com parcerias e vontade organizada.

⁶ Plano Estratégico Nacional de Turismo: Revisão e Objetivos: 2013-2015. Aprovado pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 4 de abril, que foi desenvolvido para o horizonte temporal de 2006-2015, e adotado pelos agentes do setor, prevê a revisão periódica dos seus objetivos, políticas e iniciativas, no sentido de melhorar a resposta à evolução do contexto global do setor turístico.

⁷ Touring Cultural - Produto Estratégico para Portugal (2015): Edição do Ministério da Economia e Inovação

3.2 - O turismo cultural em terra de escritores

Dentro do Turismo Cultural parece fazer cada vez mais sentido pensar-se que a literatura e os escritores podem contribuir para a diferenciação dos territórios e ser agentes dinamizadores da atividade turística. Acoplado a este conceito surge, segundo Cunha (2008, p. 184), a *"literatura de turismo"*, referindo-se a todos os textos literários cuja associação a um espaço físico pode ter o efeito de promover a criação de um lugar literário.

Os Estados Unidos da América são disso um bom exemplo. Queiroz (2009, p. 124) refere o caso de *"Concorde, que é mais conhecida hoje como a Terra de Thoreau, em memória da vida e obra do escritor. Os visitantes da região deslocam-se às margens do Lago Walden, onde o escritor viveu numa pequena cabana de madeira, para reconhecer os elementos da paisagem e experimentar as sensações proporcionadas por um estreito contacto com a natureza, registados na sua escrita"*.

A autora aponta igualmente a sua análise para o país vizinho, explicando que o mesmo sucede em Espanha, com Cervantes, que protagoniza muitas viagens aos lugares das suas obras, sendo os turistas mobilizados pela descoberta das personagens, das construções e das paisagens.

Em Portugal, a Fundação Eça de Queiroz desenvolve a sua atividade em torno da Quinta da Vila Nova, rebatizada na obra de Eça com o nome "A Cidade e as Serras" com a designação de Tormes, pela qual é hoje mais conhecida. Atualmente, o projeto cultural da Fundação, explica Queiroz (2009, p.125), inclui uma *"componente museológica e arquivista, uma biblioteca, a exploração vinícola nos terrenos da quinta como fonte de autofinanciamento, e um vasto programa anual de atividades que contemplam as áreas de edição, da formação, do turismo cultural, da gastronomia queirosiana, do desenvolvimento rural e da oferta de espaços e de serviços diversos"*.

Ainda na região Norte de Portugal, destaque para o Roteiro Camiliano, em Ribeira de Pena⁸, dinamizado pelo Município de Ribeira de Pena que, aproveitando a ligação do escritor Camilo Castelo Branco ao território, desenhou, em 2005, a partir das suas obras, roteiros literários que permitem a descoberta de diversos espaços culturais destacados nas obras do romancista, como a Ponte de Cavez, Friúme, Igreja do Salvador, Capela de Nossa Senhora da Guia, Capela da Granja Velha, Ponte de Arame e Casa do Barroso. Todos estes locais, de reconhecida importância patrimonial

⁸ Roteiro Camiliano, dedicado a Camilo Castelo Branco, Município de Ribeira de Pena (2005).

para Ribeira de Pena, são dados a conhecer aos turistas pela mão do escritor Camilo Castelo Branco e como um produto turístico impossível de oferecer em qualquer outra parte do País.

A Direção Regional da Cultura do Norte⁹, percebendo o potencial estratégico dos escritores de projeção nacional que marcaram os territórios a norte, criou, em 2015, o projeto "Escritores a Norte", promovendo autores ilustres para dinamizar o turismo literário.

A ideia, de acordo com aquele organismo estatal, era promover autores (Ferreira de Castro, Aquilino Ribeiro, José Régio, Lisa Pina de Moraes, Eça de Queirós, Guerra Junqueiro, Mário Cesariny, Pina de Moraes, Miguel Torga e Domingos Monteiro) e casas museu, para valorizar a região e dinamizar o turismo literário como modelo de fruição do território.

No entender da Direção Regional da Cultura do Norte, em entrevista concedida aquando da apresentação do projeto¹⁰, *"hoje as pessoas querem visitar um território que se diferencie e nós entendemos que utilizar estes vultos da cultura nacional, que têm uma relação próxima com o Norte, seria uma boa forma de valorizar o território e, simultaneamente, divulgar os valores da cultura"*.

A ideia parece ter colhido consenso, tendo recentrado a atenção do País para esta riqueza de autores do século XX na região norte e para o potencial que demonstram na promoção turística dos respetivos concelhos.

Para Fernandes e Carvalho (2012, p. 93), *"a Rota dos Escritores do século XX é um exemplo muito interessante de como a partir da literatura é possível valorizar património que não é apenas literário. Polarizada em torno de motivos simbólicos, a iniciativa assume a dimensão de um projeto sociocultural, aproveitando as ligações entre os territórios e o universo da obra de determinados escritores que se tenham notabilizado"*.

A concretização deste projeto, pioneiro em Portugal ao associar escritores a territórios na vertente cultural e turística, resulta em práticas simbólicas e bens materiais duradouros, manifestando-se no lançamento simultâneo de exposições temáticas, originárias de cada núcleo local, centradas nos escritores selecionados

⁹ Direção Regional da Cultura do Norte (2015) é o organismo aglutinador do património cultural de toda a região Norte de Portugal, sendo igualmente responsável pela salvaguarda do património edificado e sua classificação, disponível em <http://www.escritoresanorte.pt/>

¹⁰ Artigo assinado pela Agência de notícias Lusa, em 23 de julho de 2015

pelas autarquias. Associado às exposições, que ganham caráter itinerante, está a componente editorial, entre outras iniciativas previstas e que envolvem também parcerias com diversas entidades (Fernandes e Carvalho, 2012).

A integração dos valores naturais e culturais, associados ao património, na sua preservação e na sua divulgação, constituem uma característica comum a estes projetos. Por sua vez, promovendo a visitação, estes arrastam novos desafios socioeconómicos para os territórios.

Regiões rurais com carência de atrativos à fixação de população mais jovem e mais escolarizada podem ponderar a aposta na valorização da sua paisagem através da homenagem aos seus escritores locais, à divulgação dos conteúdos das obras literárias que lhes fazem referência e, também, à conservação e recuperação dos componentes que lhes atribuem caráter próprio (Queiroz, 2009).

Por outro lado, e como refere Ecorys (2009, p.106), se *"os investimentos no património cultural podem desenvolver o setor turístico"*, a literatura (prosa, poesia e drama), se encarada como um legado que expressa emoções e lugares, pode ser entendida como património literário.

Nesse sentido, as experiências culturais literárias confirmam que a literatura pode desempenhar um importante papel na configuração do turismo cultural, valorizando não só as *"relações com o texto"*, mas também as relações *"para além do texto"*, das obras publicadas e dos seus autores (Henriques, 2008).

Mas, falando-se em turismo literário, será este ramo do turismo suficiente para patrocinar a redescoberta e a reinvenção dos meios rurais? Para Fernandes e Carvalho (2012, p.94), há que reconhecer aqueles territórios que *"mantém as paisagens e que são parte importante desse património, de modo a estancar a sangria demográfica dos lugares serranos ou pelo menos estimular a presença e a fixação de nova população, encontrando os equilíbrios possíveis e desejáveis para a salvaguarda e a valorização dessas paisagens vincadamente culturais"*.

A Rota dos Escritores a Norte, de que Aquilino Ribeiro faz parte, foi uma das ações mais importantes desencadeadas no nosso País, procurando entender a vida e obra dos escritores nacionais como forma de alavancar o turismo cultural dos territórios, encarando a especificidade de cada um como a grande valia do todo regional.

Ora, Aquilino Ribeiro é um dos escritores do Norte referenciado na Rota literária da Direção Regional da Cultura do Norte. A somar a esse facto, está o território concreto das "Terras do Demo" (Sernancelhe e Moimenta da Beira), que assume uma ligação forte e valiosa ao escritor e à sua obra.

Assim, é crucial, nesta fase, que sejam enunciados os factos, quer de âmbito biográfico, explicando como a história e vida de Aquilino Ribeiro está ligada aos locais que marcam este espaço territorial, no âmbito patrimonial, material e imaterial.

Procurou-se ir mais longe, ao inventariarem-se os locais referenciais da vida do escritor, como a casa onde nasceu, o colégio onde estudou, a casa onde viveu, os lugares vivos gravados nas suas obras, as paisagens e a gastronomia (APÊNDICE A). Enfim, uma certa cultura aquiliniana que o território pratica, que protegeu, mas que nunca equacionou considerar como um recurso turístico.

Tal como os autores que, com as suas obras literárias, permitiram que as suas origens renascessem por via do turismo cultural, Aquilino Ribeiro apresenta os argumentos essenciais para que as "Terras do Demo" encarem essa possibilidade: memória, literatura, recriação, património e cultura. Argumentos que podem concorrer para a hipotética possibilidade do desenvolvimento do turismo cultural nesta terra do escritor Aquilino Ribeiro.

CAPÍTULO II: O escritor e a sua relação com o território

4 - Aquilino Ribeiro (1885-1963)

Aquilino Gomes Ribeiro nasce a 13 de setembro de 1885, no Carregal, concelho de Sernancelhe¹¹. Filho de Joaquim Francisco Ribeiro e de Mariana do Rosário Gomes, é batizado em Alhais, concelho de Vila Nova de Paiva. A 11 de março de 1895, vai residir com os seus pais para Soutosa, concelho de Moimenta da Beira.

Ilustração 1 - O escritor Aquilino Gomes Ribeiro



Fonte: <https://blogotecaancorensis.wordpress.com/2011/02/15/aquilino-ribeiro/>

O seu percurso escolar tem início a 10 de julho de 1895, ao entrar para o Colégio de N.^a Sr.^a da Lapa, Concelho de Sernancelhe, onde faz exame de instrução primária, aí permanecendo até 5 de outubro de 1900.

¹¹ Aquilino Ribeiro nasceu numa casa humilde, pousada num pátio, requalificado pelo Município de Sernancelhe na década de 90 do século XX. As descrições mais exaustivas daquele local, no seu estado original, constam da obra "Cinco Réis de Gente", editada em 1948.

Estuda Filosofia em Viseu, transferindo-se para o seminário de Beja, ingressando no curso de Teologia, fazendo aí o primeiro ano e parte do segundo, de onde é expulso por se revelar contra o critério de disciplina vigente nesse estabelecimento de ensino¹², acabando por regressar a Soutosa, aproveitando para estudar os espaços e as gentes locais, recolhendo a cultura e o linguajar típico local.

Em Lisboa, para onde foi residir em 1906, dedicou-se à tradução e à escrita de artigos de opinião, começando a redigir o romance em fascículos "A Filha do Jardineiro".

Após o atribulado período provocado pela sua adesão à causa republicana, é preso. Consegue evadir-se da esquadra do Caminho Novo, a 12 de janeiro de 1908, exilando-se em Paris, onde convive com artistas, escritores e intelectuais portugueses também aí refugiados por motivos políticos.

Depois de obter equivalência dos seus diplomas secundários, decide ingressar na Faculdade de Letras, na Sorbonne, seguindo durante três anos as lições dos grandes mestres de filosofia francesa e de sociologia, período em que conhece Grete Tiedemann, alemã, que viria a ser sua primeira esposa. Durante este período, apesar do tempo ocupado com o curso de Filosofia, escreve o seu primeiro livro "Jardim das Tormentas", publicado em 1913 (Vidigal, 1986).

Com a eclosão da Primeira Guerra Mundial, em 1914, Aquilino Ribeiro vê-se forçado a regressar a Portugal sem terminar a sua licenciatura. Em Lisboa, leciona no Liceu Camões e, em 1919, assume o cargo de Segundo Bibliotecário na Biblioteca Nacional (Reis, 1988).

Participante ativo na revolta contra a ditadura militar, em 1927 vê-se obrigado a procurar o exílio novamente em Paris, durante cerca de um ano. Regressa a Portugal clandestinamente e refugia-se em Soutosa. Posteriormente, depois da participação numa ação do movimento do regimento de Pinhel contra o governo, é preso e enviado para o presídio do Fontelo, em Viseu.

Em 1932 vai viver com a família para a Galiza e, em 1932, regressa a Portugal, sendo posteriormente amnistiado pelo governo, devido ao reconhecimento público da sua obra.

¹² Episódio foi marcante na vida de Aquilino Ribeiro, que descreve, com rigor, o sucedido em Beja na obra "Um Escritor Confessa-se", edição póstuma (1972).

Instalado em Portugal, dedica o seu tempo à escrita, continuando a produção ensaística e ficcional, que junta à colaboração com a imprensa e ao trabalho de tradução (Carvalho, 2002).

Para além das grandes homenagens efetuadas em vários países, em 1960, Aquilino Ribeiro vê o seu nome proposto ao Nobel da Literatura. Anteriormente, fundou a Sociedade Portuguesa de Autores¹³, de que foi presidente. Em 1958, assiste à instauração de um processo judicial pela publicação de "Quando os Lobos Uivam", romance que denuncia a prepotência contra as populações serranas e pugna pelos direitos tradicionais aos baldios, vindo a ser arquivado por uma amnistia¹⁴.

Em 1963, a Sociedade Portuguesa de Autores decide homenagear, no Porto, Aquilino Ribeiro pelos seus cinquenta anos de trabalho literário, onde inesperadamente adoece, vindo a falecer no hospital da C.U.F., em Lisboa, dia 27 de maio.

A vasta obra legada por Aquilino Ribeiro retrata o mundo rural português de forma ímpar. Em cinquenta anos de carreira literária, de 1913 a 1963, Aquilino Ribeiro publicou cerca de setenta obras, além de um surpreendente espólio que abrange a ficção, o jornalismo, a crónica, textos memorialísticos, o ensaio, estudos de etnologia e história, biografia e autobiografia – erudição e polémica, traduções e literatura infantil (Queiroz, 2009).

Em 2007, a Assembleia da República aprovou a transladação de Aquilino Ribeiro para o Panteão Nacional. A decisão foi unânime entre os deputados da Assembleia da República, que deram honras de Panteão ao escritor nascido nas Terras do Demo, uma homenagem nacional *"a um grande escritor e a um cidadão que exaltou e praticou os valores da liberdade"*, como referiu António Valdemar, sócio efetivo da Classe de Letras da Academia das Ciências, autor do elogio fúnebre a Aquilino Ribeiro durante a cerimónia no Panteão Nacional a 19 de setembro de 2007.

¹³ SPA - Sociedade Portuguesa de Autores, fundada por Aquilino Ribeiro em 1954 para acautelar os direitos dos profissionais das artes e das letras, é ainda hoje o organismo que tutela os direitos de autor de todos os artistas e autores nacionais.

¹⁴ "Quando os Lobos Uivam" foi uma das obras mais mediatizadas de Aquilino Ribeiro, tendo inspirado uma série de grande sucesso da RTP, na década de 90 do século XX, com argumento e adaptação de Francisco Moita Flores e realização de João Cayatte, contando com atores como Nicolau Brayner, Maria João Luís, António Montez e Filomena Gonçalves.

António Valdemar, um dos mais conceituados e respeitados pensadores em torno da vida e obra de Aquilino Ribeiro, terminaria o elogio fúnebre no Panteão Nacional com uma frase e um desafio que recentraria a atenção do País no homem da serras da Lapa e da Nave: *"Um escritor é vivo enquanto é lido e descoberto. Cabe aos responsáveis da educação dar aos livros de Aquilino o lugar a que têm direito nos programas de ensino da língua portuguesa. Só assim Aquilino Ribeiro continuará a ser um escritor do presente e do futuro. É isto que queremos. É isto que a obra de Aquilino merece"* (Cadernos Aquilianos, 2014, p. 92-94).

5 - O território das Terras do Demo: Sernancelhe e Moimenta da Beira

5.1 - Contexto geográfico

(...) Circunscrito, é intuitivo, a indivíduos rudes, teve em mira este trabalho pintar dessas aldeias montesinhas que moram nos picotos da Beira, olham a Estrela, o Caramulo, a cernelha do Douro e, a norte, lhes parece gamela emborcada o Monte-Marão. O vale, que as explora, trata-as despiciamente por Terras do Demo. Sem dúvida, nunca Cristo ali rompeu as sandálias, passou el rei a caçar ou os apóstolos da Igualdade em propaganda. Bárbaras e agrestes, mercê apenas do individualismo se têm mantido, sem perdas nem lucros, à margem da civilização"

Terras do Demo, 1919¹⁵

Em 1919 nascia, pelo punho de Aquilino Ribeiro, o termo "Terras do Demo", pretendendo o escritor descrever a vida e as dificuldades de subsistir num território do interior profundo de Portugal, onde a pobreza, associada ao clima agreste, moldavam o carácter das gentes (Almeida, 1997).

Este território compreendia os concelhos de Sernancelhe, Moimenta da Beira e Vila Nova de Paiva, mas, neste projeto, direcionamos, intencionalmente, o enfoque apenas para os concelhos de Sernancelhe e Moimenta.

¹⁵ "Terras do Demo", obra editada em 1919, é uma referência no percurso literário de Aquilino Ribeiro. A explicação acerca das Terras do Demo surge, pela primeira vez, na dedicatória que faz neste livro a Carlos Malheiro Dias, e explica o contexto do romance, precisamente com o nome Terras do Demo.

Mapa 1 - Área geográfica dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira



Fonte: "Viajar com...Aquilino Ribeiro, 2003

Das "Terras do Demo" de Aquilino Ribeiro resta a memória, a identidade, as tradições, a cultura, a gastronomia, as gentes e todos os símbolos patrimoniais (ver APÊNDICE A) que imortalizou nas suas obras, mas Sernancelhe e Moimenta da Beira trilharam o seu caminho, procurando, dentro das suas limitações de concelhos do Interior de país, cravar a sua marca no mapa de Portugal e no mundo.

Geograficamente situados na Região Norte de Portugal, pertencem ambos ao distrito de Viseu. O Rio Távora, afluente do Douro, percorre os Concelhos no sentido Sul-Norte e é o principal curso de água desta região.

Sernancelhe e Moimenta da Beira são concelhos limítrofes, partilhando o principal eixo rodoviário nacional, a EN 226, que liga Lamego a Trancoso, sendo uma estrada de referência de ligação à fronteira com Espanha, em Vilar Formoso.

Esta estrada garante ainda a ligação às autoestradas mais próximas, A24 (Lamego, a 35 minutos) e à A25 (Viseu, a 45 minutos e Celorico da Beira, a 30 minutos).

Devido à localização geográfica, pode afirmar-se que, historicamente, os concelhos têm tido ao longo dos anos algumas dificuldades de acesso aos principais centros urbanos. As infraestruturas de transporte que a região oferece não garantem os acessos mais rápidos e cómodos aos principais centros.

Refira-se, a este propósito, que o Plano Rodoviário Nacional prevê a solução de um itinerário complementar, o IC26, cujo traçado se propõe ligar a cidade de Lamego (A24-IP3) a Trancoso (IP2), passando por Tarouca, Moimenta da Beira e Sernancelhe, e cuja consulta pública do estudo de avaliação ambiental estratégica decorreu em julho de 2011, e que, a concretizar-se, poderá pôr termo aos problemas referidos, aguardando, contudo, decisão sobre o início da sua construção.

Contudo, os concelhos, pela sua localização, estão numa situação em que têm uma relação privilegiada quer com o Douro quer com a região das Beiras, efetuando também a transição entre a região Centro e a região Norte (NUTII), pelo que podem ser considerados como locais de transição entre essas regiões, sendo um território muito utilizado para a passagem de turistas entre espaços turísticos, como por exemplo entre a Serra da Estrela e o Douro.

5.2 - Evolução histórica e territorial

Do território em análise fazem parte dois concelhos, Sernancelhe e Moimenta da Beira. A área geográfica é o equivalente a 439 quilómetros quadrados, 29 freguesias e uma população a rondar os 20 mil habitantes. Os concelhos partilham muitas características entre si e são detentores de um legado histórico que, em momentos da história, se cruzaram, e que, se conjugadas nos seus pontos fortes, poderão constituir uma identidade ainda mais reforçada para ambos, podendo estes concelhos equacionar que ser reconhecidos, sem qualquer desprimor ou temor, simplesmente por "Terras do Demo", de Aquilino Ribeiro.

Sernancelhe é um território vasto, com mais de 220 km², cerca de 6000 habitantes, distribuído por 13 freguesias (Arnas, Carregal, Chosendo, Cunha, Faia, União de Freguesias de Ferreirim e Macieira, União de Freguesias de Fonte Arcada e Escurquela, Granjal, Lamosa, União de Freguesias de Penso e Freixinho, Quintela, União de Freguesias de Sernancelhe e Sarzeda e Vila da Ponte. Sernancelhe confronta com Tabuaço, S. João da Pesqueira, Penedono, Trancoso, Aguiar da Beira, Sátão e Moimenta da Beira. Pertence ao distrito de Viseu e situa-se entre o Vale do Douro e as terras da Beira Alta (Plano Diretor Municipal de Sernancelhe, 2014).

O território atualmente pertencente ao Concelho de Sernancelhe poderá ter tido ocupação humana desde há cinco mil anos, ou seja, desde o período neolítico. Os vestígios arqueológicos descobertos e inventariados apontam para uma sucessiva

ocupação por várias civilizações até chegar à atual matriz civilizacional de origem cristã (Moreira, 1997).

A primeira referência escrita aos assentamentos e povoamentos humanos deste território está datada do ano de 960, através do testamento de D. Flâmula, que doa vários castelos, aldeias e outros exemplares patrimoniais, terrenos produtivos a eles associados, ao mosteiro de Guimarães, incluindo-se neles o de Sernancelhe (Carvalho, 2002).

O primeiro foral atribuído a Sernancelhe data de 26 de outubro de 1124 por João Viegas e Egas Gozendes, sendo posteriormente confirmado por D. Afonso II no ano de 1220, tendo-lhe sido dado novo foral pelo rei D. Manuel a 10 de fevereiro de 1514 (Rocha e Sousa, 2003).

O território do atual concelho de Sernancelhe conheceu várias alterações que modificaram por completo a sua organização administrativa. Fonte Arcada, Lapa, Vila da Ponte e Sernancelhe chegaram a ser vilas e, por consequência, tiveram circunscrições administrativas, juiz, tabelião, escrivão, almotacés e sargento-mor de ordenanças. A Fonte Arcada chegou mesmo a ser concedido foral por D. Sancha Vermuiz em 1193, e nas inquirições do Rei D. Dinis, o julgado de Fonte Arcada era registado como possuindo seis aldeias. No ano de 1855 os concelhos de Fonte Arcada e de Vila da Ponte foram extintos e as suas terras incorporadas no de Sernancelhe. O concelho da Lapa foi também extinto em 1885. Em 1896 Sernancelhe perde as freguesias de Caria e da Rua (para o concelho de Moimenta da Beira) e chega mesmo a perder, por dois meses, a sua autonomia como concelho, no entanto, este é o ano em que o concelho de Sernancelhe assume a extensão territorial que hoje possui (Rocha e Sousa, 2001).

Realçar dois outros factos históricos que contribuíram de forma muito relevante para a definição do que é hoje Sernancelhe e que são elementos de diferenciação territorial. Do ponto de vista cultural, o nascimento em 1885 do escritor Aquilino Ribeiro, no Carregal, com uma forte ligação do território ao escritor e também do seu imaginário literário ao próprio espaço geográfico, quer através das suas personagens quer das descrições de eventos e paisagens (Moreira Lopes, 1973).

O segundo facto relevante foi a alteração física do próprio território, com a construção da barragem do Vilar, na primeira metade da década de 50 do séc. XX, que modificou o vale do rio Távora, pois deu origem a um enorme espelho de água

(partilhado com o território de Moimenta da Beira), obrigando à trasladação da aldeia da Faia¹⁶ (Moreira Lopes, 1973).

Por seu turno, o Concelho de Moimenta da Beira tem a área total de 219.48 Km², 10.212 habitantes, distribuídos por 16 Freguesias: Alvite, Arcozelos, Baldos, Cabaços, Caria, Castelo, Leomil, Moimenta da Beira, Paçô, Rua, Sarzedo, Sever, União de Freguesias de Aldeia de Nacomba/Ariz/Peravelha, União de Freguesias Nagosa/ Paradinha, União de Freguesias Peva/ Segões, Vilar. Moimenta da Beira é um concelho do distrito de Viseu e situa-se entre o Vale do Douro e as terras da Beira Alta (Plano Diretor Municipal de Moimenta da Beira, 2015).

É relativamente recente a história da municipalidade moimentense, mas não as origens do território que constitui o atual Município. Já quando Afonso III das Astúrias conquistou Lamego aos Mouros, começou o povoamento do Douro com o assenhoreamento de terras pelos "presores Godos". *"E os que assim entravam à posse, ficavam senhores absolutos de tudo o que à força das armas haviam tomado"* (Bento da Guia, 2001).

Estes "presores" criaram vilas rurais, vilares e casais que deles receberam os nomes, como Leomil, Baldos, Alvite, Toitam, Mileu, Segões, Sever e Ariz. Os habitantes de montes e castros, já anteriormente ocupados, como Pêra, Caria e S. Félix, começaram a descer para os vales; deixavam as rudimentares e frágeis defesas e castrejas e trabalhavam nas "Vilas" dos novos senhores. Nesta época, começa a notar-se uma terra, até aí insignificante, cujo nome é reminiscência do lugar preferido dos povos vizinhos para cerimónias fúnebres e o culto dos mortos. Era Moimenta, "Monumento", mausoléu levantado em honra dos mortos (Bento da Guia, 2002).

A história regista quase todas as aldeias atuais como já existentes no séc. XII. Diz-nos também que só Leomil (Couto) e Caria (Honra) tinham juízes próprios antes de 1258. Cem anos depois, no séc. XIV, as terras do atual Município de Moimenta da Beira tinham só três paróquias: Santa Maria de Caria, Santa Maria de Lobozaím e S. Tiago de Leomil. Sever e Alvite estavam no Couto de S. João de Tarouca, criado em 1140 (Município de Moimenta da Beira, 2016).

¹⁶ Aldeia da Faia foi a primeira aldeia de Portugal submersa pela construção de uma barragem, em 1969. A história da Aldeia da Faia é hoje divulgada pelo Centro Interpretativo da Aldeia da Faia, a funcionar naquela aldeia, em que as imagens, os sons e a água que circunda na cobertura do edifício dá a sensação de estarmos debaixo de uma barragem. Boa parte do material informativo deste espaço foi cedido pela EDP, sendo os documentos registos históricos, de pessoas, materiais, técnicas e recursos utilizados na construção deste equipamento de produção de eletricidade.

É a partir deste quadro que desde o séc. XIV se regista a existência de montes e pastos baldios, e vê a necessidade de regulamentar a exploração agrária e pecuária, e o uso comunitário das terras comunais, com o conseqüente aumento e fixação das gentes, que conduz à formação de oito Concelhos que chegaram ao séc. XIX: Paçô, Nagosa e/Castelo, Sever e /Alvite, Pêra e/Peravelha, Ariz e Peva, Moimenta, chamada então Moimenta de S. João Baptista de Leomil, formar-se mais tarde e à custa de Leomil, com as Freguesias posteriores de Paradinha, Cabaços e Baldos, deixando Leomil reduzida à sua Freguesia, com Sarzedo e Paraduça; e finalmente, o grande Concelho de Caria, já com sede e Pelourinho na Vila da Rua, cobrindo além destas Freguesias as de Arcozelos, Aldeia de Nacomba, Faia, Penso, Carregal, Lamosa, Quintela da Lapa (estas quatro últimas integradas hoje no Concelho de Sernancelhe) e Segões (Bento da Guia, 2002).

A Reforma Administrativa de 1834 iniciou a concentração que conduziu ao Município, tal como hoje se conhece: extinguiu e incorporou no Município de Moimenta os Concelhos de Peravelha, Castelo, Nagosa e Arcos; do Concelho de Caria deve ter recebido na mesma data, as Freguesias de Arcozelos, Aldeia de Nacomba e Segões; por sua vez Leomil crescia com a incorporação dos concelhos de Paçô e Sever.

Em 1855 era extinto o Concelho de Leomil e todo ele incorporado no de Moimenta da Beira, que no mesmo ano recebe o Vilar, do extinto Concelho de Sernancelhe (Gouveia, 2004). Em 21 de Maio de 1896, Caria e Rua passavam de Sernancelhe para Moimenta da Beira. O pequeno Concelho de quatro Freguesias, Moimenta, Paradinha, Cabaços e Baldos, em 1834, alargara-se no curto período de 21 anos, para dezanove Freguesias em 1855, estendendo-se de Arcos até Segões e de Paçô ao S. Francisco; e em 1896 estavam definitivamente marcados os contornos geográficos atuais do Município de Moimenta da Beira (Município de Moimenta da Beira, 2016).

CAPÍTULO III: Problema e metodologia. Resultados

6 - Contextualização

Neste capítulo entendemos que deverá ser revelado o estudo efetuado, procurando, por um lado, perceber se a realidade acerca de Aquilino Ribeiro e o território, anteriormente abordadas, é já percecionada pelos visitantes dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira e se lhe reconhecem qualidades e atributos que podem vir a ser explorados por via do turismo. Por outro lado, entendemos que só com esses dados, provenientes da análise das respostas dos inquiridos no estudo, podemos orientar, de ora em diante, o sentido do nosso trabalho, naturalmente na procura de argumentos que permitam cumprir o definido no título da presente dissertação: **"Aquilino e as Terras do Demo: o marketing num território literário"**.

Efetuada o enquadramento teórico do tema que sustenta este trabalho, assente na pesquisa sobre o marketing territorial como base de desenvolvimento dos territórios, o impacto que o mesmo poderá ter na afirmação dos locais, se acoplado a linhas estratégicas, entendeu-se como indispensável uma abordagem do turismo cultural associado à literatura e aos lugares literários.

Posteriormente, mostrou-se como a imagem de um território pode ser definida e apresentou-se o escritor Aquilino Ribeiro e o espaço geográfico que lhe está associado, confinante histórica e culturalmente aos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira.

Será, portanto, apresentada a metodologia de investigação, de importância capital para a elaboração de um trabalho de investigação com estas características, pois as respostas dos inquiridos são determinantes para que percebamos o real potencial deste território, num quadro em que se pretende reunir um conjunto de dados, indicadores e orientações que permitam encarar estes concelhos com espaço cultural único e de valor. Nesse sentido, passamos a definir o problema detetado, os objetivos da investigação, delimitamos a população e a amostra do estudo e apresentamos os resultados obtidos.

6.1 - Problema

O projeto de investigação, cujo tema é ***"Aquilino Ribeiro e as Terras do Demo: o marketing num território literário"*** assume como objetivo central de toda a

investigação aferir das potencialidades da promoção do turismo cultural/literário nos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira e desenhar contributos de marketing e comunicação estratégicos para os materializar.

Após a formulação do problema, foi definida, claramente, a questão de investigação e os objetivos, pois conduzem necessariamente a uma explicação da razão do estudo. Desta forma, a questão de investigação indica claramente a direção que se pretende tomar, quer seja descrever conceitos ou fenómenos, quer seja explorar relações entre os conceitos (Fortin, Côté e Fillion, 2009).

Atendendo a que se assiste, em Portugal, a um fenómeno crescente de procura turística na vertente cultural, tendo sido definida mesmo como um dos dez produtos turísticos estratégicos no Plano Estratégico Nacional de Turismo 2013-2015, o presente estudo coloca no centro da investigação, inevitavelmente, a figura literária de Aquilino Ribeiro. Partiu-se, desde logo, de um conjunto de premissas irrefutáveis e de reconhecimento nacional (tabela 4), que permitem estabelecer uma base de trabalho de investigação. É também aqui que se definem as hipóteses da presente investigação, e que passam por confirmar que as Terras do Demo reúnem as condições para se afirmarem como um território turístico, que Aquilino Ribeiro é reconhecido e há mercado para o turismo de incidência literária.

AQUILINO RIBEIRO E A DIMENSÃO NACIONAL

- 1 - *Aquilino Ribeiro é considerado um dos maiores escritores portugueses do século XX.*
- 2 - *As suas obras foram durante mais de uma década obrigatórias no ensino oficial.*
- 3 - *Vários livros foram adaptados para cinema: "Quando os lobos Uivam" e "Volfrâmio".*
- 4 - *Merceu honras de Panteão Nacional em 2007.*
- 5 - *Publicou mais de 70 obras, incluindo vários contos infantis.*
- 6 - *É um dos mais exhaustivos biógrafos da Beira, em particular das Terras do Demo.*
- 7 - *Desperta grande curiosidade, por ter sido preso político, e ter fugido duas vezes da cadeia.*

Tabela 4 - Dimensão nacional de Aquilino Ribeiro

Nesse sentido, e tendo presentes os factos, associados aos exemplos nacionais de sucesso, foi definida aquela que é a questão central deste projeto: ***"Qual o papel do marketing para que as "Terras do Demo", de Aquilino Ribeiro, se assumam como um território literário?"***

Para que se pudessem desenhar contributos nesse sentido, foram estabelecidos os seguintes objetivos da presente investigação, cujas respostas aos inquéritos poderão aferir com peculiar propriedade:

Tabela 5 - Objetivos da investigação

OBJETIVOS DA INVESTIGAÇÃO
<ul style="list-style-type: none">- Identificar os recursos regionais em torno de Aquilino Ribeiro.- Classificar o tipo de turistas que visitam a região, suas proveniências e preferências.- Observar a presença e frequência com que as unidades hoteleiras dos concelhos oferecem produtos associados ao escritor.- Perceber as dinâmicas privadas e públicas de divulgação e promoção de Aquilino Ribeiro.- Identificar e definir a melhor estratégia para promover a região e atrair turistas, pela mão de Aquilino Ribeiro.

Fonte: Elaboração própria

6.2 - Metodologia

Um estudo de investigação decorre de um processo ordenado, que leva o investigador a percorrer uma série de etapas, desde a definição do problema à obtenção de resultados (Fortin, Côté e Vissandjée, 2003).

A investigação contribui para reforçar as bases científicas e assegura a credibilidade e orienta a prática (Fortin, 2003). Pelo que a investigação científica deve ser entendida como um processo sistemático de colheita de dados observáveis e verificáveis no mundo empírico, isto é, no mundo que é acessível aos nossos sentidos, com vista a descrever, explicar, predizer ou controlar fenómenos (Fortin, Côté e Fillion, 2009).

Neste capítulo, procedemos à descrição da metodologia utilizada ao longo do estudo, classificação do tipo de estudo, definição da população e amostra, apresentação do instrumento e do procedimento de recolha de dados, bem como do tratamento dos mesmos.

No presente projeto foi adotada uma abordagem quantitativa, recorrendo-se à estatística para o tratamento dos dados recolhidos. Tendo presente a especificidade do tema, foi igualmente imprescindível uma análise etnográfica.

Numa primeira fase, e tendo em vista o enquadramento teórico deste projeto, a metodologia utilizada para a recolha de dados teve por base a análise documental, a revisão literária, nomeadamente a bibliografia do escritor Aquilino Ribeiro, revistas literárias, publicações técnicas sobre turismo, turismo cultural, comunicação e marketing, marketing territorial, pesquisas em sítios da Internet, dissertações de mestrado e doutoramento sobre esta temática, jornais, desdobráveis, panfletos e brochuras turísticas de diversas regiões de Portugal, entre outros meios de informação que vieram a revelar-se pertinentes para construção deste projeto.

Numa segunda fase, foi aplicado um questionário (Anexo I), com questões abertas e fechadas, aos turistas que visitaram os concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira, num total de 250 inquéritos, efetuados nos meses de janeiro e fevereiro de 2016.

A população é um grupo de pessoas ou objetos, tendo características comuns. É o conjunto das pessoas que satisfazem os critérios de seleção definidos previamente e que permitem fazer generalizações. Esta define-se por critérios de inclusão (Fortin, Côté & Fillion, 2009).

A amostra aleatória constitui o *"subconjunto de uma população...uma réplica em miniatura da população alvo, devendo ser representativa da população visada [ou seja] as características da população devem estar presentes na amostra selecionada"* (Fortin, 2003, p. 202). Ou seja, uma amostra é um subgrupo da população de estudo selecionado de tal forma que as observações que dele fizermos possam ser generalizadas à totalidade da população.

De acordo com Quivy e Campenhoudt (2013, p.159), em investigações especialmente sociológicas, as informações úteis, muitas vezes, só podem ser obtidas junto dos elementos que constituem o conjunto, sendo que *"é possível obter informação digna de confiança sobre uma população de várias dezenas de milhões de habitantes interrogando apenas alguns milhares deles"*.

Por outro lado, *"a escolha de um método de inquérito por questionário junto de uma amostra de várias centenas de pessoas impede que as respostas individuais possam ser interpretadas isoladamente. É, pois, preferível saber à partida que os dados recolhidos nestas condições só fazem sentido quando tratados de modo estritamente quantitativo, que consiste em comparar as categorias de respostas e estudar as suas correlações"* (Quivy e Campenhoudt, 2013, p. 184-185).

Nesse sentido, e atendendo a que a amostra foi circunscrita ao campo de análise dos turistas e visitantes dos espaços hoteleiros dos dois concelhos, a opção passou pela recolha de dados e conseqüente incidência das análises sobre a totalidade da população coberta por esse campo.

Do lado das vantagens deste instrumento, destaca-se o anonimato e, conseqüentemente, a maior liberdade de resposta, bem como a uniformidade da sua apresentação – as questões são sempre apresentadas pela mesma ordem, com as mesmas instruções, o que assegura a uniformidade das condições de medida e assegura a fidelidade (Fortin, 1999).

Por outro lado, utiliza a análise quantitativa na medida em que usa um processo sistemático de recolha de informação, com base em dados observáveis e quantificáveis. Envolve uma colheita de informação numérica, num determinado momento ou período compatível com o estudo que pretendemos desenvolver e recorre a procedimentos estatísticos para análise da informação (Fortin *et al.*, 2003).

O inquérito apresenta ainda como vantagens o conhecimento da população (no caso visitantes, turistas), os seus valores, modos de vida, os seus comportamentos e as suas opiniões, bem como a análise do fenómeno turístico regional, no fundo, a possibilidade de interrogarmos um conjunto de pessoas em que a amostra aleatória permite obter representatividade.

Com efeito, se o inquérito permite obter muita informação e diversificada, por outro lado temos de ter presente as desvantagens deste método, nomeadamente a motivação dos inquiridos, a sua honestidade e a capacidade de resposta, bem como a "*superficialidade das respostas e o carácter relativamente frágil da credibilidade do dispositivo*" (Quivy e Campenhoudt, 2013, p.189).

Procurou-se elaborar, por isso, um questionário que fosse de fácil leitura, preenchimento e objetivo. A utilização do inquérito aconteceu pela necessidade de prospeção sobre o tema do turismo em especial, pois permitia obter informação sobre este problema preciso, levantado à escala de uma população inteiramente determinada e a propósito do qual se pretendia chegar a conclusões genéricas (Ketele e Roegiers, 1993, p. 35).

Nesse sentido, o questionário foi o utensílio mais adaptado ao estudo em apreço pois assegurou a concretização do objetivo a atingir, bem como o tipo de informação a recolher e escolha das variáveis a analisar, ainda que só poderão "ser

úteis no âmbito de um tratamento quantitativo que permita comparar as respostas globais de diferentes categorias sociais e analisar as correlações entre variáveis" (Quivy e Campenhoudt, 2013, p.190).

Por outro lado, e tal como defendido por Ghiglione e Matalon (2001, p.139), foi necessário observar alguns cuidados para que o questionário surtisse o efeito pretendido e fosse um contributo decisivo para o estudo. Nesse sentido, controlou-se a estrutura lógica da questão, evitando, desde logo, frases na negação. Acautelou-se que as respostas pudessem ser dadas por razões distintas daquelas que estavam em apreço. Evitou-se igualmente introduzir duas ideias na mesma pergunta, bem como termos que impelisses à afetividade ou a juízos de valor, capazes de modificar o sentido da pergunta.

Como forma de perceber se era de fácil resposta, bem como o tempo médio de resposta, foi realizado um pré-teste, a 20 pessoas, de modo a verificar a sua consistência, fiabilidade e compreensão das questões colocadas, bem como o sentido e propósito do inquérito.

Os questionários foram aplicados na unidade hoteleira com maior projeção em cada um dos concelhos (Hotel Rural Nossa Senhora do Carmo, em Sernancelhe; e Hotel Verdeal, em Moimenta da Beira), nas lojas interativas de turismo de ambos os concelhos e nas bibliotecas municipais de ambos os territórios, pois tratam-se de espaços usualmente reconhecidos como de acolhimento a turistas que visitam a região.

Por forma a garantir que os questionários seriam respondidos exclusivamente por visitantes, de ambos o concelhos, foi distribuída nos locais de preenchimento um guia orientador, com descrição de objetivos (previamente avalizados pelo orientador da tese de mestrado), os potenciais inquiridos na amostra (apenas visitantes), tendo sido informados, quer os responsáveis das unidades hoteleiras quer os técnicos dos serviços de turismo dos municípios, dos objetivos do estudo, apelando para o rigor no preenchimento dos inquéritos, visto os destinatários serem os turistas/visitantes dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira.

Tabela 6 - Ficha técnica de investigação

Ficha Técnica da Investigação:	
Universo da Amostra	Visitantes/turistas que se encontrem nos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira
Procedimento	Aplicação de um questionário
Trabalho de Campo	Janeiro e fevereiro de 2016
Tamanho da Amostra	250 inquiridos
Software de Tratamento dos Dados	SPSS

Fonte: Elaboração própria

6.3 - Resultados

A investigação científica é uma atividade humana de grande responsabilidade moral pelas características que a definem. Revela-se fundamental a consideração de todos os procedimentos, pois em investigação existe um limite que não deve ser ultrapassado: o respeito pela pessoa. Nesse sentido, a pesquisa científica pressupõe preocupações éticas em três grandes áreas: a ética relacionada com a interação com os participantes; a ética da colheita e análise dos dados; a ética da responsabilidade para com a sociedade (Fortin, Côté & Filion, 2009).

Assim, e procurando perceber a opinião dos visitantes de ambos os concelhos acerca do potencial de Aquilino Ribeiro para o desenvolvimento turístico do território, a investigação centrou-se na realização de 250 inquéritos, através de um questionário devidamente estruturado, com 24 questões.

A análise dos dados obtidos e a apresentação dos resultados foi realizada obedecendo à sequência e organização das variáveis e as partes constituintes do instrumento de recolha de dados. Nesta análise, recorreu-se à estatística descritiva e analítica. A análise da informação foi precedida de uma primeira apreciação de todos os questionários, no intuito de serem eliminados aqueles que porventura se encontrassem incompletos ou mal preenchidos. Seguidamente impunha-se proceder ao tratamento estatístico, efetuado com recurso ao IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Statistics.

O questionário compreendia dois grupos distintos de questões. No primeiro, impunha-se perceber a motivação do turista para ter visitado a região, traçar o perfil do turista inquirido, perceber quais as atividades e ações que realizou na região (no fundo, o que veio cá fazer!). Procurou-se igualmente colher a perceção dos mesmos sobre a visita, saber se lhes foram feitas propostas de visitaçãoturística e se estariam interessados em que lhes fossem propostos pacotes turísticos nos dois concelhos centrados no imaginário de Aquilino Ribeiro.

Gráfico 2 - Grupo de questões de âmbito geral



Fonte: Elaboração própria

No segundo grupo de questões foi definido o objetivo de recolher dados para caracterizar socio demograficamente os inquiridos, em relação ao género, idade, escolaridade, naturalidade e área de residência. O propósito central deste grupo de questões é perceber quem nos visita e, em simultâneo, perspetivar o mercado alvo do produto turístico da região.

Gráfico 3- Grupo de questões para estabelecer o perfil



Fonte: Elaboração própria

6.3.1 - Contexto sociogeográfico dos inquiridos

Numa tentativa de traçarmos, em primeiro lugar, o perfil dos visitantes dos Concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira, a análise dos inquéritos iniciou-se pela caracterização da amostra. Nesse sentido é possível realçar, desde logo, alguns dados como a idade, o género e o grau de escolaridade, entre outras informações pertinentes, características que influem nas respostas dadas pelos inquiridos ao longo do questionário.

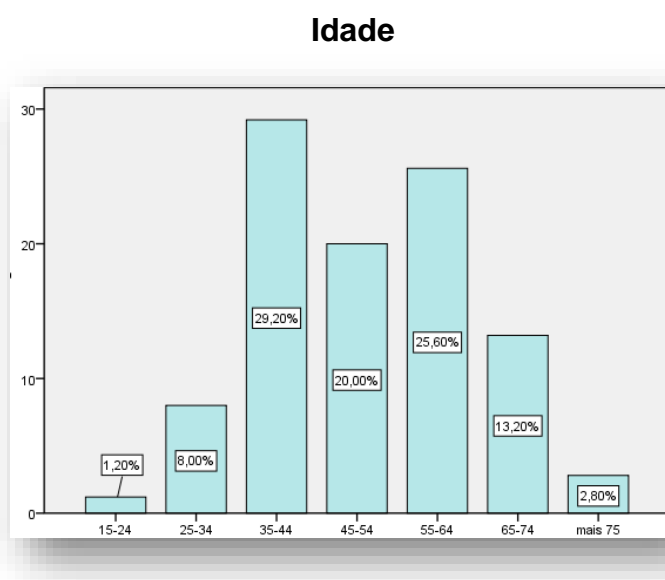


Gráfico 4 - Idade dos inquiridos

Os inquiridos encontram-se no intervalo etário entre os 15 e os mais de 75 anos, sendo que o maior número de respostas obtidas regista-se entre os 35-44 anos, com 29.20 por cento, seguido da faixa etária dos 55-64 anos e, por fim, pessoas com idades compreendidas entre os 45-54 anos.

As respostas a esta questão dão a possibilidade de percebermos que a região já é visitada, maioritariamente, por dois grupos de pessoas: um em idade ativa e outro que, estando ainda em idade ativa, está a atingir a idade da aposentação. Destaca-se igualmente o facto de 20 por cento dos visitantes ter idades entre os 45 e os 54 anos e 8 por cento entre os 25 e os 34 anos. Somando os escalões etários com maior percentagem, pode concluir-se que mais de 80 por cento dos visitantes das Terras do Demo estão em idade ativa. Resta uma percentagem, a não desconsiderar, de idosos, com idade a partir dos 65 anos, que procura os concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira (14 por cento).

Em relação ao género, verifica-se que o sexo masculino constituiu a maioria dos inquiridos, com 53,20 por cento, sendo de realçar a grande proximidade também de inquiridos do sexo feminino, com 46,80 por cento. Podemos, por isso, concluir que a maioria dos visitantes são casais, que procuram a região por períodos curtos, de uma ou duas noites, no máximo, e que o fazem para descansar, para descobrir ou para visitar património.

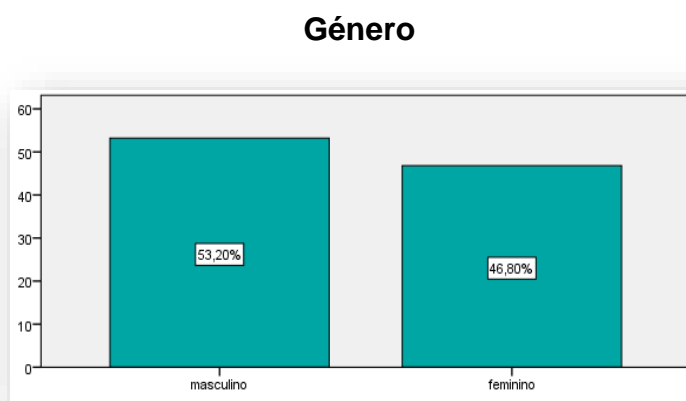


Gráfico 5 - Género

Esta análise encontra sustentação quando verificamos que 72 por cento dos visitantes são casados, 12 por cento solteiros, sendo de destacar ainda que 5.20 por cento são viúvos, o que pode permitir inferir que uma fatia dos inquiridos poderá ter visitado a região em excursões organizadas, por exemplo.

Os dados sobre esta questão colocada aos visitantes conferem com as informações recolhidas *in loco* junto dos responsáveis hoteleiros de ambos o concelhos, que confirmam que durante a época baixa a ocupação é garantida por visitas organizadas à região, em que os visitantes são reformados, cuja ocupação principal passa por visitarem, com regularidade, as diversas regiões do País, de forma organizada.

Quanto à escolaridade dos inquiridos, a maior percentagem, 36,80 por cento, é detentora de licenciatura, logo seguida de visitantes com escolaridade ao nível do ensino secundário, 24.80 por cento.

Importa realçar que a região foi procurada por 7.20 por cento de pessoas com mestrado e 2.0 por cento detentores do grau de doutoramento. Do total de inquiridos,

5.60 por cento possui o 1º Ciclo de Escolaridade. Este indicador é de grande importância para o presente estudo, pois permite segmentar o mercado, bem como os destinatários prioritários da estratégia turística a desenvolver no futuro.

Habilitações literárias

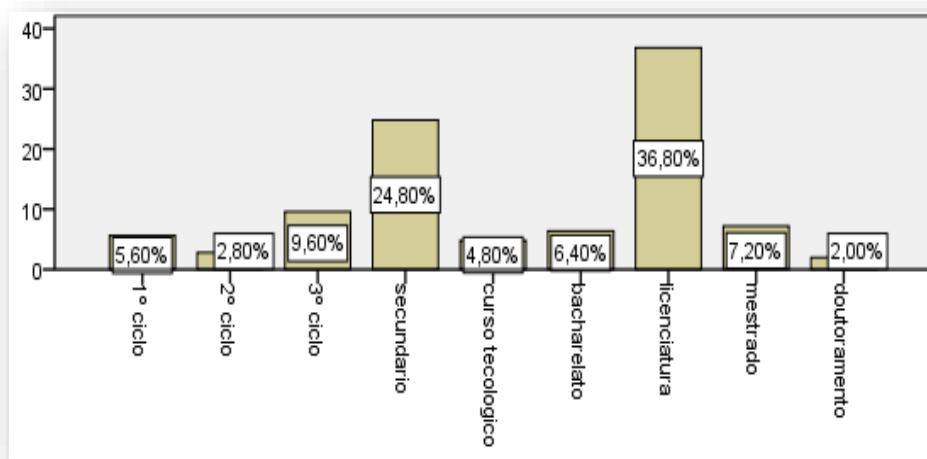


Gráfico 6- Habilitações literárias

Confirma-se também pelas respostas dos inquiridos que a maioria visitou os concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira após pesquisas e conhecimentos mais aprofundados do território. Estamos, pois, perante um universo de visitantes que reúnem as qualidades indispensáveis para aceitarem produtos literários, pois são mais conhecedores e autónomos nas suas escolhas, fazendo-o, em regra, depois de um processo de ponderação e como forma de enriquecimento dos seus conhecimentos.

Ainda na análise sociodemográfica dos visitantes, uma nota particular quanto ao País de proveniência, notando-se que 95,60 por cento são naturais de Portugal. No entanto, verifica-se a presença de visitantes de França, Itália, Suíça e Brasil, perfazendo os visitantes estrangeiros 4.40 por cento dos inquiridos.

Quanto ao lugar de proveniência, existe uma grande disparidade de distritos, importando, contudo, notar uma predominância da região Norte. O Distrito com maior número de inquiridos foi Aveiro, com 22 por cento. Viseu surge logo depois, com 18.40 por cento. Segue-se Lisboa, com 17.20 por cento de visitantes. O somatório é inequívoco, definindo que é do norte de Portugal que chega a maioria dos turistas, representando, no total, cerca de 60 por cento.

Proveniência

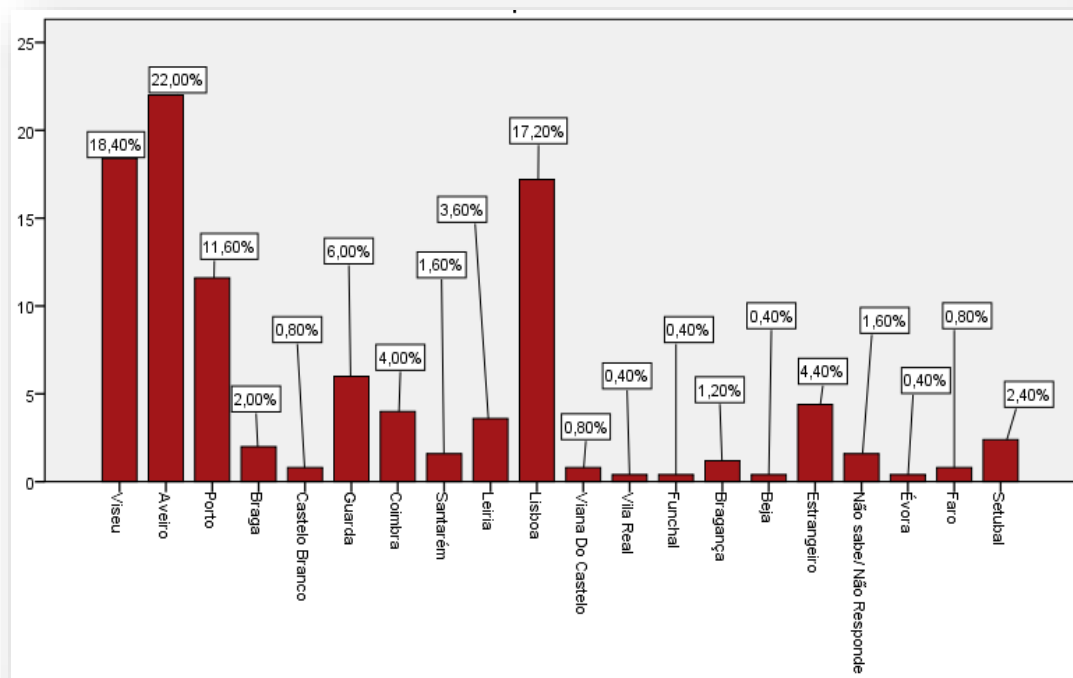


Gráfico 7 - Distritos de proveniência dos inquiridos

Trata-se de uma informação de extrema importância, pois podemos considerar que a proximidade da região norte é uma potencialidade, e que as ainda longas distâncias que é necessário percorrer para que nos visitem, se vierem de sul, são um problema e um dos aspetos negativos para a promoção turística deste território.

Efetivamente, o Porto fica a cerca de uma hora e meia de viagem, enquanto Lisboa ainda dista da região quatro horas de viagem, sendo que os últimos cinquenta quilómetros (desde Viseu) representam, na maior parte das vezes, mais de uma hora de viagem, já para não mencionarmos desde Coimbra, em que o Itinerário Principal n.º 3 representa uma demora de quase outra hora.

Nesse sentido, compreende-se que os visitantes atuais sejam maioritariamente da região centro (distrito de Aveiro), a cerca de uma hora e meia de viagem. E também que o distrito de Viseu esteja muito representado, pois há uma ligação afetiva e sociocultural destes concelhos à capital de distrito, não sendo de descurar a percentagem de inquiridos do vizinho distrito da Guarda (com 6 por cento). De atentar ainda no facto de serem os distritos do Litoral quem mais demandam o interior do País, podendo pressupor-se aqui que esta região é uma oportunidade para quem reside em zonas de praia e procura alternativas culturais e de recreio.

6.3.2 - Motivação do turista que visita a região

Entendeu-se que seria essencial para este estudo, e até porque nenhum dos concelhos tem na sua posse qualquer estudo que esclareça quanto às verdadeiras motivações de quem visita Sernancelhe e Moimenta da Beira, colocar neste inquérito questões que nos permitissem, desde logo, concluir porque escolheram os visitantes esta região.

É a primeira vez que visita a região?

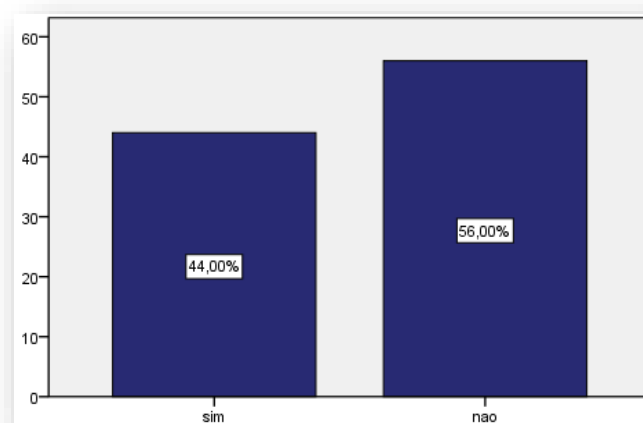


Gráfico 8 - Visitas à região

A primeira questão colocada passou por perceber se "**é a primeira vez que visita a região?**". As respostas, como podemos observar no gráfico 8, são surpreendentes, pois 56 por cento diz que não. Para 44 por cento dos visitantes este é o primeiro contacto com a região.

Deduzem-se dois cenários possíveis: por um lado, há uma tendência para repetir a vinda a Sernancelhe e a Moimenta da Beira, e, como percebemos pela caracterização da amostra, muitos destes visitantes são de toda a região Norte; por outro lado, uma percentagem considerável veio, pela primeira vez, descobrir estes concelhos, o que revela potencial, mais ainda porque a generalidade dos visitantes justificaram a vinda com motivos de lazer/férias, ou seja, fizeram-no por iniciativa própria, com o intuito de visitarem monumentos e conhecerem a cultura e o património.

Principal motivo da visita

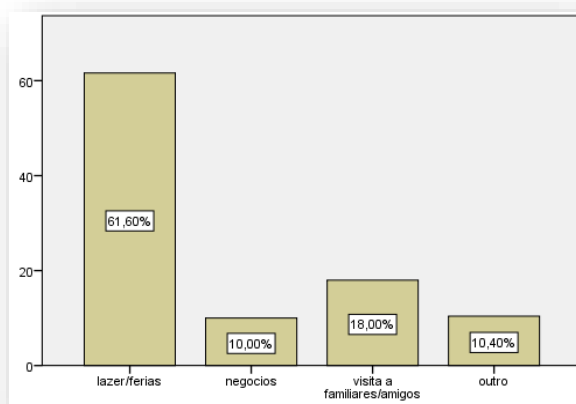


Gráfico 9 - Motivo da visita

Colocou-se outra questão importante, que passava por perceber qual "**o principal motivo da sua visita**". Esta questão confirmou a reflexão deixada anteriormente, quanto à novidade e curiosidade que a região poderá estar a despoletar, pois 61,60 por cento esteve por cá em lazer/férias. Não é de desconsiderar igualmente o sentido de proximidade que a região mantém com muitos dos visitantes, pois 18 por cento visitaram familiares/amigos.

A repetição das visitas e o que as motivou pode pressupor que a região causa realmente boa impressão junto dos visitantes, estimula a que repitam a visita e passa claramente a sensação de que o tempo que disponibilizam é curto para conhecerem tudo o que pode ser visitado e usufruído.

Percebendo-se por este estudo que a duração das estadas foi, regra geral, de uma noite (37,20 por cento), tentamos ainda saber (gráfico 10) o que "**determinou a visita à região?**". Ou seja, procurámos, neste contacto, avaliar da projeção da região, muito particularmente a forma como é comunicada para o exterior.

O que determinou a visita à região

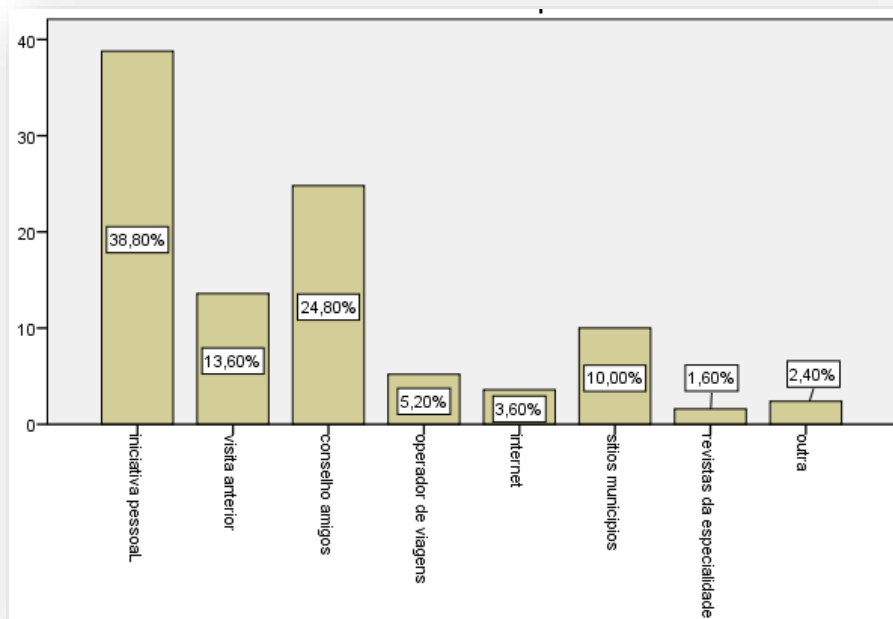


Gráfico 10 - O que determinou a visita

Os resultados a esta questão deixam muitas análises possíveis, sendo que podemos concluir, de imediato, que a região desperta atenção no exterior, pois 36.80 por cento dos visitantes escolhe visitá-la por iniciativa pessoal, sem grupos organizados, sem tempos pré-determinados.

Aqui atesta-se a informação inicial de que há uma tendência para os visitantes repetirem as visitas a estes concelhos (13,60 por cento) e que 24.80 por cento vieram por conselho de amigos.

Nota-se também o trabalho dos municípios, que influenciaram 10 por cento dos visitantes, ao consultarem os sítios online antes de visitarem. Os operadores de viagens também parecem ganhar expressão, com 5.20 por cento.

Quisemos, de seguida, saber o que é que os turistas inquiridos fizeram enquanto estiveram por cá. Perguntamos, num primeiro momento, "**que atividades teve oportunidade de realizar na visita à nossa Região?**" (gráfico 11). Lançamos um conjunto de dez respostas possíveis, que julgamos ser transversais às valências dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira e à mundividência aquilina.

Que atividades teve oportunidade de realizar na visita à região?

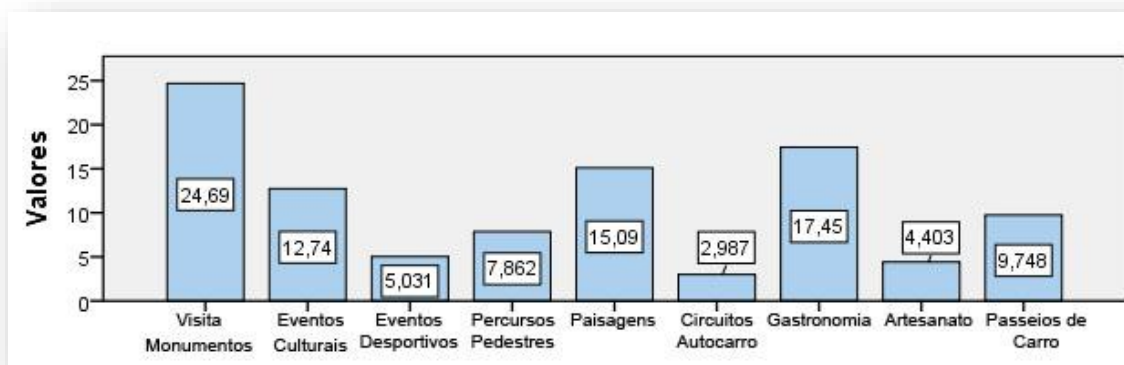


Gráfico 11 - Atividades realizadas durante a visita

Os dados refletem, desde logo que, de todos os inquiridos, não se verificou uma dominância de nenhum indicador em especial. Consta-se, contudo, que 24.69 por cento veio à procura de património, tendo assumido que visitaram monumentos.

O potencial gastronómico foi constatado por 17.45 por cento dos visitantes, seguido do contacto com a paisagem (15,09), e eventos culturais (12,74).

Do total dos visitantes, reincide a iniciativa de visitação pessoal, não organizada, como refletem os 9.75 por cento de pessoas que realizou passeios de carro pela região, reforçando o conceito da descoberta e de vir à procura de autenticidade, património, só por si, sem qualquer esquema de visitação planeado ou programado por parte do turista.

Seguidamente, colocamos uma questão que permitiu avaliar a satisfação global dos visitantes. Assim sendo, 98 por cento dos inquiridos mostrou-se satisfeito com a visita e, questionado se **"tenciona publicar online as suas impressões (fotos, comentários ou outros) sobre a visita à região"** (gráfico 12), obtivemos as seguintes respostas: 29.60 por cento não sabe se o fará, 26.40 por cento dizem que provavelmente publicarão e 18.40 por cento confirmam que publicarão momentos da visita à região.

Estes dados permitem adivinhar que a satisfação dos visitantes poderá ser projetada através das suas publicações, por exemplo em redes sociais como o *facebook*, cujo impacto será enorme, pois tratam-se de manifestações pessoais, imagens por eles captadas, impressões por eles registadas e partilhadas.

Tenciona publicar impressões online?

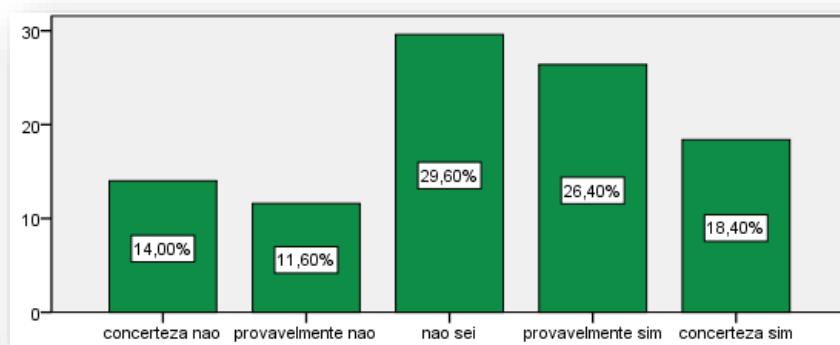


Gráfico 12 - Publicação de impressões por parte dos inquiridos

A região não pode, por isso, enjeitar este meio de promoção autónoma, já que é a materialização da própria cultura de convergência, onde as opiniões dos visitantes são elixir para despertar noutros a vontade em conhecer e visitar.

6.3.3 - Atributos reconhecidos

Um dos objetivos centrais desta investigação passava por detetar o potencial do território para equacionar o turismo literário, centrado na figura do escritor Aquilino Ribeiro. Depois de percebermos que a região já é procurada pelo seu património, que é detetada uma repetição nas visitas e que perto de 50 por cento dos inquiridos veio descobrir Sernancelhe e Moimenta da Beira pela primeira vez, em visitas não organizadas, e que mais de 60 por cento provém do norte do País, apresentamos um conjunto de questões que ajudam a esclarecer se há efetivamente potencial e que recursos locais podem ser alocados a esta maximização.

A primeira questão colocada passou por tentar saber, na visita efetuada à região, "**que atributos lhe reconhecem?**" (gráfico 13). A opinião dos visitantes foi clara ao reconhecer que o património está no topo das preferências (25,77 por cento), seguido da paisagem (21,29 por cento), verificando-se um curioso empate entre os atributos culturais e históricos (16,95 por cento). O atributo que menos consideram é a prática de desportos de aventura (2,8 por cento).

Atributos da região

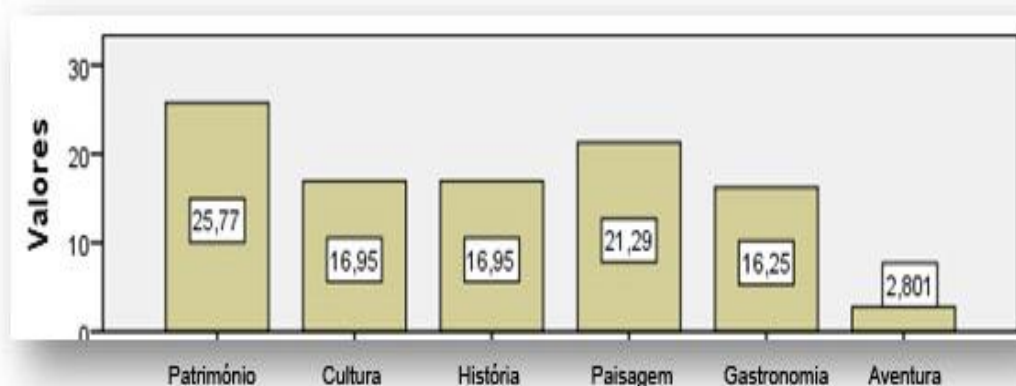


Gráfico 13 - Atributos reconhecidos à região

Perguntamos, seguidamente, se **"nesta visita à região foi-lhes proposto algum pacote turístico em concreto?"**. As respostas foram inequívocas: a 82.20 por cento dos visitantes inquiridos não foi proposto nas unidades hoteleiras ou nos espaços de turismo de ambos os municípios, qualquer roteiro turístico definido e concreto.

Questionamos, depois, se **"estaria interessado em participar em iniciativas culturais organizadas na região?"**, impressionando que 80.80 por cento dos inquiridos tenham assumido que estariam interessados em participar em momentos organizados, de índole cultural, nos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira. Concomitantemente, e atendendo a que esse era o objeto central do estudo, indagamos do conhecimento e cultura geral dos turistas, nomeadamente se **"sabe que Aquilino Ribeiro, um dos maiores escritores portugueses do século XX, nasceu e viveu nesta região?"**.

Sabe que Aquilino Ribeiro é natural das Terras do Demo?

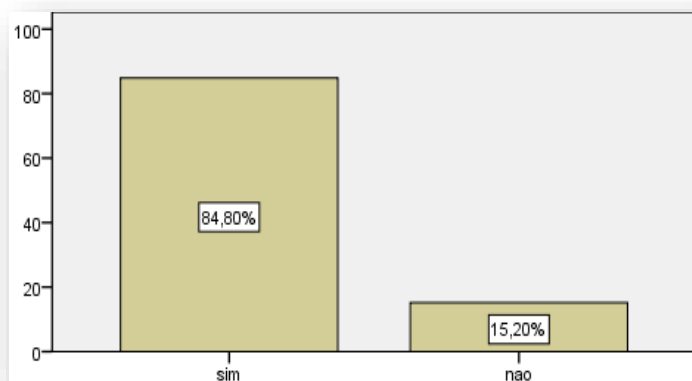


Gráfico 14 - Questão sobre cultura geral dos inquiridos

Do total de respostas obtidas, 84.80 por cento dos inquiridos sabe que Aquilino Ribeiro nasceu e viveu nos Concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira, registando-se que 15.20 por cento desconhece esse facto.

Estes dados podem levar-nos a estabelecer relação direta entre estas respostas e o facto de a maioria dos inquiridos ter formação superior e possuírem um conhecimento mais vasto da literatura nacional.

Se **"estariam pois interessados em conhecer uma rota literária pela vida e obra de Aquilino Ribeiro, que os levasse a conhecer os locais que estão ligados à sua vida e obra neste território?"** (gráfico 15) foi a questão que colocamos em seguida, no sentido de percebermos o interesse dos visitantes em conhecer concretamente Aquilino Ribeiro.

As respostas foram igualmente esclarecedoras, sendo que 61.60 por cento assume que sim, que gostaria de conhecer, 33.60 por cento considera que talvez e 4.80 por cento não sente atração por conhecer a vida e obra de Aquilino Ribeiro.

Interesse em conhecer uma rota literária de Aquilino

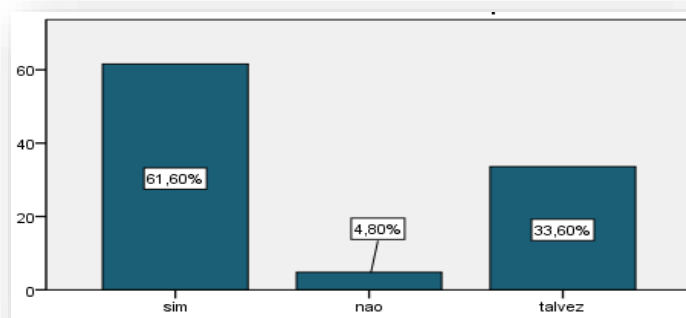
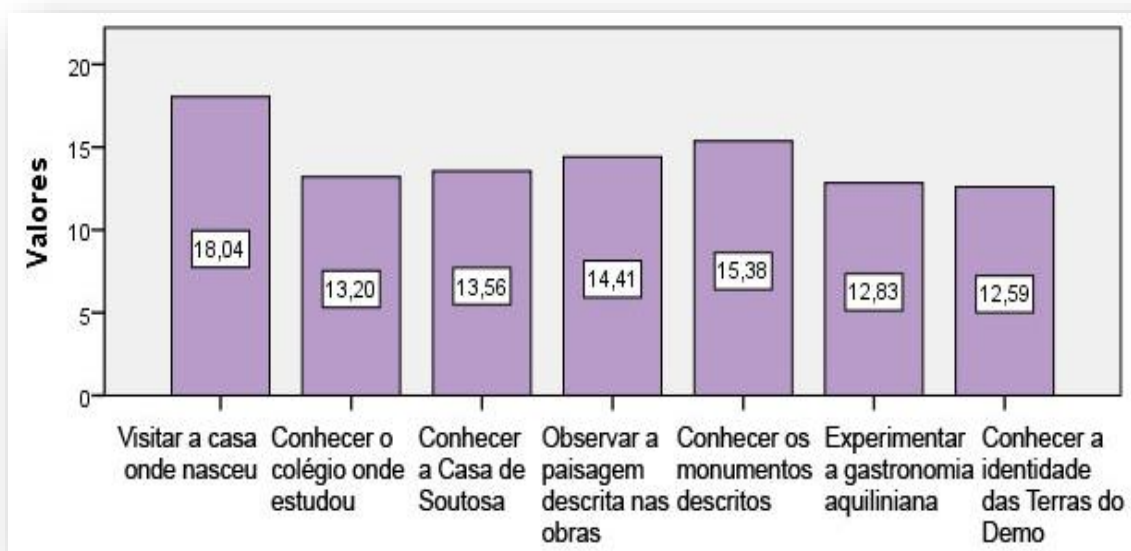


Gráfico 15 - Rota de Aquilino, interesse em conhecer

A pergunta seguinte deu continuidade à anterior, tendo como propósito perceber quais os motivos que mais curiosidade despertam, sendo que foram propostos aos inquiridos oito opções concretas de visitação (gráfico 16), que englobam ambos os concelhos, centradas em elementos aquilianos.

O que mais gostariam que constasse da rota?



Gráfico 16- Oito motivos possíveis para uma rota literária

A que obteve maior percentagem de respostas foi "**visitar a casa onde nasceu, na freguesia de Carregal**", seguida dos "**monumentos descritos nas suas obras**", "**observar a paisagem descrita nas suas obras**", "**conhecer a Funda o**

de Soutosa, onde viveu", "conhecer o Colégio da Lapa, onde estudou" e "experimentar a gastronomia descrita nas suas obras", respetivamente.

Na presença destes dados, foi colocada a questão derradeira: **"Na sua opinião, considera que o nome Aquilino Ribeiro, enquanto referência literária, pode potenciar o desenvolvimento turístico desta região do interior de Portugal"** (gráfico 17).

Pode Aquilino Ribeiro potenciar o desenvolvimento da região?

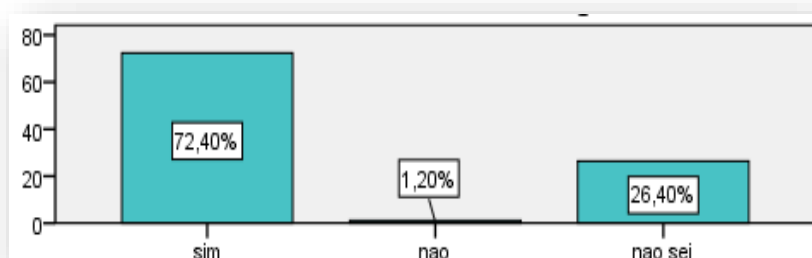


Gráfico 17 - Potencial de Aquilino para a região

Do total de inquiridos, 72,40 por cento considera que Aquilino Ribeiro pode potenciar o desenvolvimento turístico desta região. 26,40 por cento não sabe e apenas 1,20 por cento entende que não.

6.4 - Potencial para o desenvolvimento turístico

Para Fortin, Côté e Fillion (2009), a análise descritiva dos dados é o processo pelo qual o investigador resume um conjunto de dados brutos com a ajuda de testes estatísticos. Visa essencialmente descrever as características da amostra e assim completar a caracterização sociodemográfica já apresentada anteriormente na metodologia.

Das respostas obtidas com o inquérito é possível pois retirar as principais visões para o futuro dos concelhos, bem como o potencial para o desenvolvimento do turismo cultural, centrado na figura literária de Aquilino Ribeiro.

A análise às respostas dos visitantes permite verificar que há indicações que concorrem para traçar uma visão positiva do território enquanto espaço dotado de características para o desenvolvimento do turismo cultural/literário:

Tabela 7 - Visão do território das Terras do Demo

Visão Positiva
<ul style="list-style-type: none">• O território já possui dinâmica turística.• Elevado número de pessoas em idade ativa e com formação superior a visitarem os concelhos.• Constatase que a região já é divulgada.• Há potencial para o reforço enquanto destino turístico.• Importa beneficiar da dinâmica rural e identitária do território.• O património é tido como o maior atributo da região.• A cultura, a paisagem e a gastronomia são fatores de atratividade.• A região é visitada mesmo sem organização turística.• Os visitantes estão recetivos a propostas inerentes ao turismo cultural.• Aquilino Ribeiro é reconhecido pelos visitantes como sendo natural deste território.

Fonte: Elaboração própria

Ganha, pois, forma e estrutura a ambição de olharmos para o território dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira e constatamos nele apetências patrimoniais e culturais que permitam desenhar um espaço com potencial turístico.

Se, numa primeira fase deste projeto, essa certeza foi ganhando forma com os exemplos teóricos, com os modelos de sucesso já em prática no país e no mundo, o estudo empírico realizado confirma que há potencial.

Basta, portanto, que assumamos que o marketing é um processo social e de gestão através do qual os diferentes grupos e indivíduos obtêm o que necessitam e desejam, criando, oferecendo e transacionando produtos com valor por outros (Kotler, 2000).

E também que atentemos no facto de o marketing territorial implicar que o território defina as suas vantagens competitivas de acordo com as suas

especificidades próprias. No fundo, que consiga posicionar-se como um território com património e identidade, que pugna por preservar a sua autenticidade.

Para o fazer terá de recorrer ao planeamento estratégico, assente em premissas de valor como a especificidade do local, a projeção e a integração em espaços globais e a promoção da sua identidade, da sua afirmação e desenvolvimento (Figueira, 2011).

No caso dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira, Aquilino Ribeiro poderá ser o agente promotor do desenvolvimento, o impulsionador do património cultural que define o território e que, devidamente potenciado, gerará afluxos de pessoas, baseado em tradições seculares, à “promessa” da vivência e experiência do património natural e imaterial que persiste, criando assim um “produto” novo, gerador de riqueza para a economia local.

É, portanto, crucial que tenhamos presente toda a informação recolhida, tanto no âmbito da pesquisa literária como por via dos inquéritos, e planeemos. Com efeito, é essencial que conheçamos o território no seu ambiente interno e externo, as suas forças e fraquezas, as suas ameaças e oportunidades.

Nesse sentido, e por forma a definirmos uma visão estratégica sustentada e que reflita a realidade local, elaboraremos uma análise SWOT, tendo por base três áreas essenciais para aferir do dinamismo dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira: a atividade económica, a atividade turística e o património existente em ambos os territórios.

Nesse sentido, o marketing torna-se uma ferramenta essencial, de reflexão, planeamento, organização e também a base de controlo do que queremos desenvolver no território.

CAPÍTULO IV: O papel do marketing na criação do território literário das Terras de Aquilino Ribeiro

7 - Visão estratégica

Nesta fase torna-se crucial a adoção de perspetivas que permitam agilizar uma estratégia que observe os princípios do marketing e que sirva o propósito de contribuir para que a região ganhe escala e encare o turismo literário em torno de Aquilino Ribeiro como uma séria oportunidade de futuro.

Assim, importa agilizar uma visão global deste território e suas vocações, importa perceber o atual modelo de funcionamento e desenhar as linhas orientadoras do seu futuro, assentes na trave mestra que é o turismo literário.

Identificado que está o território, elencados todos os elementos patrimoniais, culturais, naturais, gastronómicos e demais recursos que se destacam e que explicam a sua identidade e especificidade no todo nacional, parte-se para a definição de métodos que lhe confirmem dimensão e permitam a sua exploração de forma sustentada e com valor, tanto para os locais como para os potenciais visitantes. Contudo, nesta fase, importa igualmente que sejam elencados os elementos diferenciadores do ponto de vista económico e turístico por forma a construirmos uma estratégia assente em bases sólidas, sendo desejável que se faça um diagnóstico prospetivo que radiografe as terras de Sernancelhe e Moimenta da Beira.

A estratégia delineada neste trabalho procurará concretizar objetivos que contribuam para a melhoria da qualidade de vida da população, promovam a integração comunitária nas ações, garantam a preservação do património edificado e cultural local, o desenvolvimento económico sustentável do setor turístico e proporcionem as condições necessárias para o sucesso nos dois concelhos.

O passo seguinte passará pela explicação de como Aquilino Ribeiro poderá ser transformado num bom produto ou serviço, como comunicá-lo, fazer com que ganhe valor e a marca tenha um preço, como distribuí-lo e, finalmente, como disponibilizá-lo adequadamente a quem dele venha a usufruir.

Com este plano serão estabelecidos ainda os objetivos e os meios ao dispor dos territórios. E a estrutura do plano de marketing inclui, inevitavelmente, as variáveis do marketing-mix: produto, preço, distribuição e comunicação, bem como as restrições ou limitações, tais como o ambiente, o mercado, os recursos financeiros, humanos e materiais.

Essencial é que o plano contemple uma organização que encaminhe para os objetivos definidos, ou seja, tornar o território num espaço literário, turístico e gerador de mais-valias.

Não podemos, contudo, abstrair-nos dos princípios orientadores que conduzam ao bem-estar do consumidor/turista, desejando sempre, e em primeiro lugar, proporcionar a satisfação das suas necessidades.

A aplicação de uma estratégia ao território implica, desde logo, que sejam considerados os aspetos específicos que poderão determinar o seu sucesso, atendendo a que ao nível do produto envolve elementos tangíveis, como solo, facilidades ou infraestruturas, e intangíveis, como a imagem do local, os recursos humanos, entre outros.

Também ao nível dos segmentos alvo, importa notar que são variados, podendo passar por visitantes, residentes, organizações públicas e privadas. O mesmo sucede com os atores envolvidos, pois há uma pluralidade de possíveis intervenientes, como as autarquias, as empresas de hotelaria, artesanato e os serviços.

Os meios de ação de que dispõem os locais são muito estanques, pois decorrem de processos de competências atribuídas e nunca de competências verdadeiramente autónomas. O mesmo ocorre com os processos de decisão, sujeitos a estruturas políticas, com ciclos temporais definidos e que podem não contemplar a continuidade de projetos ou processos (Figueira, 2011).

Também no que respeita aos mercados alvo, em marketing territorial eles são identificados de forma substancialmente diferente da vertente empresarial, sendo separados por visitantes, moradores e trabalhadores, os negócios e indústrias e os mercados de exportação (Kotler *et al*, 1994) e (Otto, 1996).

E sempre que se pensa em território devem considerar-se quatro atores principais, mas que repartem responsabilidades na organização e gestão dos lugares: os atores públicos, como as câmaras municipais, os departamentos locais de gestão do território; os atores do setor privado, como as associações empresariais, a indústria hoteleira e turismo; os atores regionais, como as comissões de desenvolvimento regional, as regiões de turismo e as entidades de turismo; e os atores nacionais e internacionais (Kotler *et al*, 1994).

Nesse sentido, a implementação de uma proposta de marketing territorial exige que sejam organizados grupos de trabalho, constituídos por todos os atores

envolvidos, visando a cooperação entre setores privado e público por forma a envolvê-los na definição da estratégia de futuro do território.

A este grupo deverá ser confiada a tarefa de planejar o território, contemplando perspectivas distintas, mas que se complementam: definir e diagnosticar as condições da comunidade, os seus principais problemas e as suas causas, elaborar uma estratégia para solucionar os problemas da comunidade, observando os seus valores, recursos e oportunidades e, por fim, desenvolver um plano de ação de longo prazo.

É neste ponto que se definem os níveis de marketing das localidades, contemplando todos os aspetos de avaliação interna, externa e de diagnóstico para definir uma estratégia de marketing (Kotler *et al*, 1994).

7.1 - Diagnóstico prospetivo das Terras do Demo

No planeamento do marketing é essencial quantificar e elencar os recursos de que o território dispõe, diagnosticar as forças e as fraquezas, e assim conhecer as oportunidades que podem ser equacionadas na estratégia a assumir.

São enquadradas quatro atividades em especial a ter em consideração na fase de planeamento, como a conceção do marketing das atrações e dos serviços prestados pelo território, a apresentação e incentivos que atraiam os atuais e os potenciais visitantes, o fornecimento de produtos e serviços locais de forma eficiente e organizada e a promoção de valores e da imagem dos territórios por forma a que os potenciais visitantes interiorizem o valor da marca e reconheçam as vantagens que oferece (Elizagarate, 2003).

Nesta fase de planeamento devem igualmente equacionar-se a procura de respostas a várias questões: como é atualmente o território, quais os seus pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades? que visão e objetivos, ou seja, o que querem os residentes que os lugares sejam ou se tornem? que estratégias poderão ajudar o território a alcançar o seu propósito? quais as ações que devem ser efetuadas para que a estratégia seja sucedida? E, por fim, implementar e controlar (Otto, 1996).

7.2 - Atividade económica

O território do Vale do Douro Sul, de que os concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira fazem parte, é considerado de baixa densidade, pois testemunha as tendências sociodemográficas que tipificam os territórios do interior de Portugal: desertificação económica e populacional, envelhecimento, esvaziamento das bolsas de trabalho e baixos níveis de qualificação. Os indicadores sociodemográficos revelam igualmente problemas estruturais no âmbito da regeneração demográfica, coesão territorial e qualificação.

Nesse sentido, e de acordo com o Plano Estratégico de Desenvolvimento 2025 - Vale do Douro Sul, elaborado em 2010, a realidade populacional tem reflexos evidentes na atividade económica destes concelhos, pois tratam-se concelhos pouco industrializados e terceirizados, sendo dominantes a construção, as atividades do setor primário e a indústria alimentar, podendo ser ainda acrescentadas como determinares na economia local as indústrias extrativas, por exemplo de granito, comuns tanto a Sernancelhe como a Moimenta da Beira, concelhos que possuem alguma das maiores empresas do setor a nível nacional, como é o caso da Incoveca Granitos, S.A.¹⁷

Verifica-se, por outro lado, a existência de setores com potencial de crescimento como a distribuição e comércio, serviços empresariais, hotelaria e restauração.

Ainda que estes concelhos denotem elevado capital patrimonial e paisagístico, o território tem demonstrado reduzida capacidade para aproveitamento destes valores e uma frágil capacidade de dinamização, de forma estruturada, as suas valias turísticas.

Razão pela qual o Plano Estratégico Nacional de Turismo encara a região do Vale do Douro Sul como prioritária de desenvolvimento turístico, destacando marcas valiosas como o património natural/arqueológico e a cultura.

A agricultura domina a atividade económica local, sendo que a estrutura das explorações reflete o dilema entre a qualidade dos seus produtos e a latente falta de capacitação da valorização local e regional dos mesmos, o que tenderia a dar-lhe projeção e reconhecimento, bem como retorno económico para os produtores locais.

¹⁷ INCOVECA tem sede em Sernancelhe e unidades de transformação no Mundão, Viseu, e Carrapatosa, Tondela, sendo considerada uma das maiores empresas do setor em Portugal.

Nestes dois concelhos, os produtos de base primária que detêm maior potencial de valorização e ganho de escalar são a maçã (referência em Moimenta da Beira) e a castanha (marca de Sernancelhe).

Com efeito, em torno de ambos os produtos têm-se verificado uma acelerada profissionalização dos métodos de produção e do ganho de escala, contando os concelhos com empresas de referência, responsáveis pela crescente notoriedade dos produtos e das marcas a eles associados.

No espaço de pouco mais de uma década, tanto Sernancelhe como Moimenta da Beira viram nascer nos seus territórios empresas que são hoje das maiores distribuidoras destes produtos para os mercados nacional e, tendencialmente, para os mercados internacionais, promovendo uma valorização dos produtos que, conseqüentemente, equivalem a retorno económico para os produtores.

Esta dinâmica económica foi ainda recentemente confirmada pelo Jornal Diário de Viseu¹⁸, ao apresentar a lista das empresas dos concelhos reconhecidas como "PME Excelência e Líder", em que Sernancelhe surge com cinco empresas e Moimenta da Beira com sete empresas, sendo que as ligadas à agricultura e extração de recursos minerais predominam.

7.3 - Atividade turística

A análise da atividade turística destes concelhos das "Terras do Demo" evidencia, ao nível estrutural, um conjunto de debilidades e dificuldades que devem ser consideradas na estruturação de uma estratégia de marketing territorial.

No setor turístico, em particular, os investimentos realizados assumem grande importância económica, mas não estão inseridos numa política definida e estruturada concretamente para este setor, baseando a sua gestão no sentido individual, em que cada unidade hoteleira desenvolve as suas ações de promoção e comunicação de forma isolada e sem articulação com os stakeholders vitais do setor.

Assim, numa análise detalhada ao estudo elaborado pela Sociedade de Consultores Augusto Mateus e Associados, em 2013, acerca do Douro Sul, foram elencados problemas estruturais da atividade turística, sendo que os dados relativos a

¹⁸ Jornal Diário de Viseu, edição de 24 de março de 2016, suplemento "PME Excelência e Líder", distrito de Viseu.

Sernancelhe e a Moimenta da Beira permitem traçar o perfil de um setor inexplorado, muito débil e com bases pouco sustentadas.

Relativamente ao Concelho de Sernancelhe são consideradas como oferta hoteleira o Hotel Rural Nossa Senhora do Carmo, em Freixinho, a Casa da Comenda de Malta e a Casa do Távora, as Casas da Barroca, na Tabosa do Carregal, a Casa D. Antoninha, na sede do Concelho, e ainda a hospedaria Beira Rio, na Vila da Ponte, sendo que, no total, a capacidade de alojamento ronda as cem camas.

Quanto a Moimenta da Beira, a situação não é muito diferente, contando com o Hotel Verdeal, o de maior capacidade de alojamento, o espaço Novo Horizonte, o Pico do Meio Dia, o Solar dos Correia Alves, os Moinhos da Tia Antoninha, a Quinta da Regada do Moinho e a Casa da Legião.

Confirma-se que o número de unidades hoteleiras é reduzido em ambos os concelhos, à semelhança do cenário constatado em toda a região do Douro onde, de acordo com o estudo "Estratégia de Desenvolvimento 2025 - Vale do Douro Sul", as mesmas apresentam-se pouco especializadas para a atividade turística face ao referencial nacional, sendo registada uma capacidade hoteleira de 11 para mil habitantes, com reflexos evidentes no número de dormidas e nos proveitos obtidos pela região.

A inexistência de uma política de turismo estruturada é evidente também na restauração, quando se deteta no Douro Sul uma tendência para que os espaços estejam fechados aos fins de semana ou mesmo quando os imóveis de interesse turístico como as igrejas, mosteiros, e edifícios de visita pública estão fechados ao fim de semana e a sua visita só é possível mediante marcação.

Contudo, o cenário detetado a Sul do Douro, em particular nos Concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira, é de relativo otimismo pois prevê-se a valorização económica das atividades no âmbito da cultura, património e turismo, como um importante papel para a afirmação do território, entendido como um espaço atrativo para viver, investir e visitar, mas também para o reforço da identidade dos territórios.

Os pontos fracos da região são notados pela incapacidade de fixação de visitantes na região (refletindo-se nas baixas taxas de ocupação e estadias médias, como comprova o nosso estudo) e relativa dependência do turismo doméstico. E também no défice de imagem e notoriedade nos mercados, resultante da reduzida aposta na componente organizada do marketing e promoção turística, planeamento e estruturação da oferta turística.

Concorre para o insucesso atual da atividade turística a falta de acessibilidades intrarregionais, sinalização turística e ordenamento paisagístico, a escassez de recursos humanos qualificados no sector, cujas implicações na dinamização do setor são visíveis a diversos níveis como a engenharia e conceção do produto turístico, prestação de serviços de informação turística, hotelaria e restauração (Sociedade de Consultores Augusto Mateus e Associados, 2013, p. 106-119).

A somar a este cenário, os municípios assumem todas as ações de promoção, de forma individual, criação e gestão de eventos, pois inexistente articulação e coordenação entre os vários agentes que operam no mercado turístico.

7.4 - Valores identitários e patrimoniais das Terras do Demo

As "Terras do Demo", no quadro territorial do Douro Sul, apresentam uma notável densidade patrimonial, a par de serem detentores do contexto cultural e histórico do autor clássico Aquilino Ribeiro.

No campo do património, destaque para o facto de Sernancelhe deter 13 imóveis classificados pelo IGESPAR¹⁹, em 2010, e Moimenta da Beira 7, num total de 93 em todo o Vale do Douro Sul.

Estes elementos incluem património civil, como pontes e ruínas, exemplares românicos, elementos arqueológicos, como dólmenes, conjuntos megalíticos e estações, pelourinhos de elevado simbolismo histórico, bem como solares, quintas e casas de reconhecido interesse que povoam os territórios.

Ambos os concelhos são detentores também de património imaterial cultural que se torna visível nas manifestações culturais e religiosas, motivos de atração de muitos visitantes à região. A Romaria da Lapa, no Concelho de Sernancelhe, que acontecem a 10 de junho, 15 de agosto e primeiro domingo de setembro, são exemplo de acontecimento que traz ao Douro Sul milhares de pessoas de todo o país, assumindo-se como porta de entrada de toda a região.

A Lapa é, aliás, um dos Santuários mais importantes da região Norte de Portugal, e apenas um exemplo de dezenas de eventos religiosos que ocorrem anualmente nos dois concelhos, sendo de salientar que ainda está preservada a tradição das festas em cada comunidade, com procissão organizada, inclusive

¹⁹ IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico geria, salvaguardava, conservava e valorizava os imóveis de interesse histórico, artístico, paisagístico, científico, social e técnico em Portugal.

algumas de caráter marcadamente agrícola como a Feira de S. Francisco, em Moimenta da Beira ou o São Torcato, em Cabaços (Município de Moimenta da Beira, 2016). Em complemento, os concelhos proporcionam um calendário anual de eventos que promovem os territórios de forma transversal, indo do desporto à tradição, da agricultura à saúde.

São os municípios também os grandes dinamizadores de eventos de elevado potencial atrativo como a Festa da Castanha, em Sernancelhe, e a Expo Demo, em Moimenta da Beira, centrada no produto maçã. Em ambos os acontecimentos, assumem o papel de impulsionadores dos respetivos territórios pelos seus produtos endógenos, valorizando o trabalho do homem e o fruto da terra que define ambos os concelhos.

No campo gastronómico verifica-se o mesmo cenário, devendo-se essencialmente aos municípios, e à valorização que conferiram aos seus produtos marca, o reconhecimento e o valor acrescentado que a cozinha regional conheceu na última década, passando a ser possível identificar pratos típicos de cada concelho e a associar a castanha e a maçã a pratos de carne ou à doçaria. No campo da gastronomia os municípios foram mais além, pois ligam eventos à gastronomia, identificando diversos pratos típicos que podiam ser relacionados quer à castanha quer à maçã, criando novas ementas e potenciando novos conceitos biológicos e de saúde.

Assim, Sernancelhe e Moimenta da Beira podem definir-se turisticamente como agregadores de quatro elementos estruturantes: **património arquitetónico**, assente na herança histórica; **património natural**, constituído pela paisagem e pela natureza; **património imaterial**, sustentado por tradições e gastronomia; e **património humano**, com a imensa obra deixada pelo homem.

7.5 - Análise swot das Terras do Demo

A análise SWOT no contexto deste capítulo tem por finalidade inventariar alguns pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades de Sernancelhe e Moimenta da Beira, centrando a observação primordialmente no campo do turismo, do turismo cultural e na perspetiva da promoção do turismo literário.

É possível, assim, relacionar os pontos fortes e fracos, internos e atuais, com as principais tendências do meio envolvente, externo e futuro, as ameaças e

oportunidades, e perceber como cada tendência pode ou deve ser explorada e convertida em benefício para este território.

A análise SWOT traçará o cenário e as perspetivas do turismo na região nestes concelhos potencialmente inspiradoras de convenientes estratégias, a desenvolver de forma específica. Assim, importa agora sintetizar as potencialidades, fragilidades, oportunidades e ameaças ao desenvolvimento turístico nos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira.

Tabela 8 - Análise swot das Terras do Demo

Pontos Fortes / Potencialidades	Pontos Fracos / Fragilidades
Abundância de recursos endógenos enquanto fatores estratégicos de diferenciação.	Incapacidade de fixação de visitantes na região (refletindo-se nas baixas taxas de ocupação e estadias médias)
Património Histórico-cultural e arqueológico e vasta densidade patrimonial que concede uma forte identidade regional	Défice de imagem e notoriedade nos mercados, descurando as vertentes de organização, planeamento e estruturação da oferta turística
Proximidade ao Douro e ligação geográfica e territorial com o Vale do Douro Sul	Fragilidades na qualidade dos serviços
Património Natural e Paisagístico, expresso na qualidade e diversidade dos recursos naturais	Persistência dos principais problemas ao nível das acessibilidades intrarregionais, sinalização turística e ordenamento paisagístico
Rotas e Circuitos com elevada notoriedade, particularmente a Rota dos Vinhos, a Rota do Românico e os Caminhos de Santiago que poderão ser alargadas aos concelhos pois têm afinidade com os mesmos	Falta de recursos humanos qualificados no sector, tendo implicações a diversos níveis como a conceção do produto turístico e prestação de serviços de informação turística, hotelaria.
Cultura popular manifestada na hospitalidade, no artesanato e em eventos tradicionais	Oferta de alojamento (de nível superior) reduzida, com implicações na tipologia do visitante e na capacidade negocial e de atracção
Recursos etnográficos (folclore, manifestações religiosas e artísticas) de elevado valor e autenticidade	População envelhecida e desertificação
Registo e Proteção de Produtos Tradicionais de Qualidade (castanha, maçã, vinhos, etc.).	Insuficiente articulação nas iniciativas de promoção turística dos diversos concelhos que integram a Região de Turismo Douro Sul.
Proximidade de centros urbanos com interesse, como o Douro e Viseu	Dificuldades no que concerne à articulação e coordenação entre os vários agentes que operam no mercado turístico.

Oportunidades	Ameaças
Afirmção de Portugal como destino turístico de referência na Europa, onde mais de 44 milhões de turistas procuram turismo cultural.	Fragilidades ao nível da concorrência do destino associáveis à dificuldade de afirmar a região (e a sua oferta) em termos promocionais nos principais mercados
Emergência de novos padrões de consumo e motivações, que procuram destinos que ofereçam experiências que mergulhem na autenticidade, na cultura e no património.	Perda de competitividade relativamente a destinos / regiões concorrenciais com a mesma tipologia de oferta.
De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), prevê-se um crescimento sustentado para a indústria turística nos próximos 20 anos	A necessidade da atuação em rede para obter ganhos de escala, o que obriga a uma estratégia concertada de âmbito regional.
Reconhecimento político e mobilização interinstitucional para o desenvolvimento turístico da Região (PENT, PIT, Agenda Regional de Turismo e Estrutura de Missão Douro)	Perda de oportunidades de investimento para outras regiões (resultante de um "lento" e complexo processo de licenciamento e de aprovação de projetos)
Investimentos turísticos privados em curso e intenções de apostas inovadoras na região	

Fonte: Elaboração própria

Elaborada a análise SWOT, com uma forte componente de elementos distintivos de nível turístico, importa olhar para o pensamento de Caetano e Rasquilha (2010), que assume que a *"melhor defesa é o ataque constante"*, ou seja, caso se trate de uma empresa ou um território deve ser estabelecido o seu posicionamento antes que a concorrência o faça. Resumindo, só conhecendo-se os pontos fortes e os pontos fracos, é possível definir o que a distingue e onde quer chegar.

Numa perspetiva de génese crítica, apresentam-se muito sucintamente alguns fatores nucleares de sucesso que podem coexistir na implementação de uma política evolutiva de orientação estratégica para a região, na certeza de que os clientes quando optam por um determinado bem ou serviço é porque *"gostam dele, porque lhes satisfaz as necessidades, vai ao encontro dos seus objetivos"* (Caetano e Rasquilha, 2010).

Tabela 9- Fatores de sucesso

FATORES NUCLEARES DE SUCESSO
Estruturação territorial da oferta turística tendo por base o planeamento e ordenamento turístico dos recursos endógenos e das facilidades e infraestruturas turísticas de suporte.
Ações de valorização dos recursos turísticos.
Qualidade e facilidade nas vias de acesso terrestres intrarregionais, bem como na melhoria da sinalização turística, facilitando a mobilidade e a informação a turistas nacionais e estrangeiros.
Aplicação eficaz e eficiente dos fundos estruturais públicos e comunitários, para que a região Norte possa dar um “salto” quantitativo e qualitativo no Turismo Regional, assente em padrões de sustentabilidade e qualidade.
Internacionalização da região duriense através de ações de promoção turística que promovam o Douro como um todo, englobando as Terras do Demo.
Aposta no desenvolvimento competitivo das fileiras estratégicas da região, assente principalmente na promoção turística enquanto base de sustentação territorial, tanto ao nível do ambiente, como do património, da cultura, gastronomia e produtos endógenos, dotando a região de escala.
Encarar o turismo como chave mestra para projetar os concelhos e o território para o exterior, tirando partido da forte identidade cultural e territorial, apostando na valorização dos recursos endógenos.

Fonte: Elaboração própria

8. Contributos do marketing para as Terras do Demo

Neste ponto serão abordados contributos que poderão impulsionar Sernancelhe e Moimenta da Beira como destino de turismo cultural/literário.

As estratégias referidas neste capítulo terão em conta as respostas dadas nos inquéritos, que foram apresentadas e sintetizadas neste trabalho, bem como a análise dos elementos diferenciadores de ambos os concelhos, incluindo aqui a diferenciação patrimonial e cultural correlacionada com a vida e obra de Aquilino Ribeiro, bem como todos os elementos experienciáveis que ainda pululam neste território.

A razão que nos leva a desenvolver esta temática direcionada para as "Terras do Demo" de Aquilino Ribeiro é a necessidade imprescindível da promoção deste produto turístico tão emblemático, assente num dos mais reconhecidos escritores nacionais, mas que comprovadamente não tem a devida notoriedade turística, sendo que, até ao momento, nem sequer foi equacionado como um produto estratégico que pode alavancar o futuro e o desenvolvimento destes dois concelhos e de toda a região.

Para que tal promoção seja bem-sucedida, é necessário que o património identificado como referencial da vida e obra do escritor, e definidor da presença do escritor nos dois concelhos, seja conservado e preservado através da salvaguarda e recuperação para o posterior usufruto e assim desenvolver a devida aptidão turística.

Manter a autenticidade e o carácter único do produto turístico que se pretende implementar no território das "Terras do Demo" deverá ser ponto de ordem para que qualquer estratégia que venha a ser agilizada possa ter sucesso e o mercado turístico lhe reconheça distinção, o identifique e concorra para o verdadeiro posicionamento da região.

VISÃO

A visão que se assume para o território passa por definir um **destino detentor de história e tradição**, constituído por uma diversidade de recursos naturais e patrimoniais de referência, que se impõe ser experimentada e vivenciada do ponto de vista do turismo e do lazer.

MISSÃO

A missão passa por a região conseguir **fornecer serviços integrados, que promovam a melhoria da qualidade turística e garantam a superação das expetativas dos visitantes**, proporcionando, a cada visita, marcas irrepetíveis, que fiquem memorizadas em quem visita os concelhos e contacta com o imaginário de Aquilino Ribeiro.

OBJETIVOS

Os objetivos passam naturalmente, e em primeiro lugar, por ir ao encontro dos delineados pela Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte²⁰, no sentido de que o produto oferecido pelos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira seja encarado como essencial para o desenvolvimento numa perspetiva regional.

Nesse sentido, um dos primeiros objetivos será **desenvolver a atratividade do destino “Terras do Demo”**, numa lógica de oferta de complementaridade regional, encarando as visitas turísticas também como uma oportunidade para a promoção e venda de produtos endógenos, bem identificados em cada um dos concelhos.

Pretende-se depois **consolidar a qualidade da oferta**, criando a **escala** necessária para que o produto Aquilino Ribeiro possa ser entendido pelos operadores locais e nacionais como vantajoso e de grande potencial.

Outro objetivo passa por **centrar os esforços de marketing na captação de mercados**, que, como comprova o nosso estudo, tem forte potencial na região centro e norte de Portugal, procurando, com ações concretas, contornar o problema do turismo sazonal, cotando-se como uma alternativa visitável durante todo o ano.

Desenvolver parcerias com os vários agentes do processo turístico, no sentido de se promover um ambiente de cooperação gerador de resultados para o destino e para os *stakeholders*.

Aproveitar o potencial de cada canal de comunicação e distribuição de modo a **colocar os produtos no mercado**, de forma segmentada, e adequada às épocas e eventos de maior projeção regional, estimulando a vontade de visita por parte de potenciais turistas.

²⁰ Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal - Horizonte 2015-2020, disponível em www.portoenorte.pt, consultado em 3 de maio de 2016

POSICIONAMENTO E SEGMENTAÇÃO

Do resultado do estudo empírico e do diagnóstico realizado assume-se que o território deverá posicionar-se como **detentor de elevada riqueza patrimonial e histórico-cultural, comprovável pelo acervo histórico, cultural e arquitetónico, bem preservado e definidor da vida e obra do escritor Aquilino Ribeiro.**

A **autenticidade** deverá ser outra marca que posicione a região, promovendo-se como um **destino único**, onde as tradições e os costumes continuam bastante enraizados e podem ser vivenciados por quem visitar o território.

Com efeito, ainda que estes concelhos assumam serem estas as premissas essenciais para a definição do seu posicionamento, é vital que os consumidores efetivos e potenciais reconheçam no destino a capacidade em satisfazer as suas principais motivações e preferências.

Por isso, a estratégia mais correta de posicionamento deve ter em conta a ressalva de que **o mercado alvo deve reconhecer na região características que coincidam com as suas motivações específicas e preferências**, conseguindo adaptar o produto disponibilizado ao mercado-alvo, de acordo com a sua predisposição para o consumo, encarando que um segmento de mercado pode estar em quem pretende explorar a região pela via do conhecimento do património edificado e imaterial, seja de forma individual seja em viagens e circuitos temáticos e organizados; e que outro segmento de mercado pode ser estimulado, nomeadamente através de ações de promoção, rotas temáticas, programas de visitaçã, eventos específicos, que tenham como propósito valorizar a divulgar a diversidade de recursos históricos e culturais, gastronómicos e paisagísticos existentes.

PRODUTO

A estratégia do produto das "Terras do Demo", centrado em Aquilino Ribeiro e na potenciação do Turismo Cultural/literário, tem como objetivo cimeiro captar visitantes, mercado e nichos de mercado através da oferta turística do território, de forma organizada, planeada e sustentável.

Pretende-se conseguir apelar para o consumo, **motivar para a experimentação e conquistar visitantes** pela simples possibilidade de passar a estar disponível um produto complementar da região, despertando a curiosidade para os atributos que o mesmo tem. E conseguir, em sequência, que esses visitantes sejam

também consumidores regulares, que visitem mais vezes e que estabeleçam uma relação de proximidade com a região, que não se esgota numa visita.

Devem ser entendidos, pois, vários pressupostos que contribuem para a organização do produto: **o desenvolvimento de ofertas de valor**, únicas; a existência de **ofertas complementares**, como hotelaria de qualidade, artesanato, eventos; atendendo à especificidade do produto turismo cultural e património, o **produto deve ser sustentado por outras valias como a gastronomia, vinhos, festas e tradições**, entre outras, que poderão ser oferecidas aos visitantes de forma organizada e temática como rotas, por exemplo, **numa lógica de complementaridade que pode ser estabelecida com outras regiões** e locais de interesse para o visitante, não sendo de descurar o Douro e a Lapa como portas de entrada preferenciais da região.

Relativamente ao produto, a estratégia pressupõe que o mesmo concorra para desenvolvimento do turismo nos concelhos das "Terras do Demo", crie **uma nova oferta e que seja diferenciada e inimitável**, contribua para enriquecer as experiências dos visitantes, a sua satisfação e estimule ao uso e consumo dos produtos de base local e promova rotas e circuitos, sejam os existentes sejam outros que possam ser considerados essenciais. Todos estes elementos assumem o objetivo de apelar à visita e de assegurar, por via da oferta, que os visitantes fiquem mais tempo e há maior retorno para a região.

PREÇO

Atendendo a que se trata de um produto novo, que carece imediatamente de acesso e implantação no mercado, os concelhos e os seus *stakeholders* devem ter em conta uma política de preço que vise **ganhar mercado**, observando por isso uma lógica de competitividade.

Sem, contudo, deixar de apresentar um produto/serviço cuja **qualidade percebida seja elevada**, mediante um preço justo que permita fomentar a escolha relativamente aos seus concorrentes.

Os preços deverão ter por base os estabelecidos e praticados noutras regiões que desenvolvam produtos de turismo cultural/literário e que possam ser entendidas como concorrentes.

Tendo presente que há já na região Norte produtos do género, mas com características distintas, Sernancelhe e Moimenta da Beira deverão encarar a

abordagem concorrencial como fundamental para conquistar mercado sem, contudo, deixar de oferecer um produto diferenciado e de elevado valor.

Numa fase posterior, o preço poderá ser ajustado em consequência da formação e qualificação do capital humano oferecido pela região nos serviços turísticos, da adequação do serviço ao cliente final, do acompanhamento de tendências no setor e na capacidade para as satisfazer, bem como na avaliação da satisfação e atributos do serviço, como o alojamento, a restauração, a animação e visitas e os serviços culturais.

DISTRIBUIÇÃO

Os operadores turísticos e as agências de viagens serão sempre canais privilegiados para a distribuição do produto oferecido pelas "Terras do Demo", sobretudo para o mercado nacional. De qualquer forma há que equacionar uma distribuição bem mais abrangente, naturalmente de acordo com o mercado alvo, mas que consiga **fazer chegar os atributos do destino a um leque cada vez maior de potenciais visitantes.**

Nesse sentido, equaciona-se a **distribuição através de operadores turísticos, agências de viagens, agências de viagens online, Website, Email, Internet, aplicações e presencialmente.**

Desta forma será possível captar diferentes segmentos de mercado com diferentes necessidades e captar o mercado com base no padrão de compra/consumo, visando com a política de distribuição tornar esta região e os serviços que proporciona acessíveis e disponíveis no mercado sob diversas formas.

COMUNICAÇÃO

Comunicar em turismo é um processo muito mais integrado do que pensar somente em alocar recursos à publicidade como forma de chegar ao público-alvo. No caso em apreço, importa em primeiro lugar **informar acerca do território**, daquilo que o distingue.

Por isso, importa, antes de mais, definir objetivos de comunicação para conseguirmos chegar efetivamente, aos grupos alvo, por intermédios dos meios de comunicação:

Tabela 10 - Objetivos da comunicação

OBJETIVO	MÉTODO
Informar e dar a conhecer o destino e a oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Realização de Campanhas publicitárias • Ser parceiros publicitários em eventos temáticos. • Artigos de imprensa/reportagens escritas • Reportagens em televisão • Feiras de turismo (generalistas e por produto)
Captar a atenção dos consumidores	<ul style="list-style-type: none"> • Mensagens com conteúdo coerente, suportado por imagem e texto. • Simplicidade nos anúncios.
Estimular o desejo de visitar	<ul style="list-style-type: none"> • Originalidade. • Sinceridade e honestidade na mensagem que se quer transmitir. • Utilizar recursos como websites, newsletter institucional e realizar workshops de produto

Fonte: Elaboração própria

Os canais a utilizar para que os objetivos sejam alcançados são uma escolha que tem sempre como primeiro obstáculo os custos.

No momento atual, o cibermarketing abre novas janelas de oportunidade com custos praticamente inexistentes e que podem ser equacionados. No caso dos visitantes que responderam ao inquérito efetuado no âmbito deste projeto, constatamos que 44.80 por cento estão familiarizados com o uso da internet, dedução obtida quando responderam considerar a publicação das suas impressões de visita.

Significa também que esta ligação dos atuais visitantes às redes sociais já é de considerar, pois 26.40 por cento assegurou que fará *posts* das suas impressões aquando da vinda aos concelhos das "Terras do Demo".

Por outro lado, referir ainda que os inquiridos revelaram ter tido conhecimento da região pelos sítios online dos Municípios de Sernancelhe e Moimenta da Beira (10 por cento) e 3.6 por cento disseram que a Internet despoletou a realização da visita.

Ora, faz então todo o sentido que para comunicarmos a região e as valias decorrentes do património cultural e paisagístico, assentes no imaginário de Aquilino Ribeiro, assumamos que quem nos visita pretende contemplar o património e vivenciar as tradições e costumes.

Por isso, a opção correta poderá passar por comunicar com os potenciais turistas por revistas de viagens, brochuras e catálogos, e tenhamos presente a importância da recomendação de familiares e amigos (no nosso estudo esta opção foi respondida por 24.80 por cento) e pela Internet.

O ato de comunicar este território pressupõe que sejamos capazes de, pelos canais enunciados, **estabelecer e manter relações dentro do mercado de operadores turísticos, de criar oferta ao longo do ano**, criar produtos que se complementem com outros de âmbito regional e fazer chegar a cada mercado as informações, as promoções e os pacotes específicos que os motivem a visitar ou a repetir as visitas, enquadrados nos eventos mais expressivos de cada concelho e em distintas épocas do ano.

8.1- Estabelecimento de parcerias públicas e privadas

Para que a região se assuma como um território preparado para o desenvolvimento turístico, capaz de dinamizar, com sucesso, as dimensões identificadas, deverá ser capaz de estabelecer parcerias efetivas entre os atores do setor público, com todas as instituições com responsabilidades no desenvolvimento do turismo, e privados, contando com a disponibilidade de todos os empresários ligados ao turismo.

Só assim poderá ganhar escala e definir uma rede capaz de atrair turistas e proporcionar ofertas turísticas organizadas, de valor, e que sejam geradoras de retorno para todos os *stakeholders*.

Atendendo a que a região ambiciona ser entendida numa abordagem futura como sendo um território-mercado, as motivações e preferências dos consumidores potenciais e efetivos só poderão ser satisfeitas com a consolidação da oferta turística, associando a qualidade do serviço prestado aos aspetos que distinguem o território.

A região depende da capacidade de serem envolvidos no mesmo processo todas as entidades com capacidade de decisão, pois a oferta turística que pretende assumir necessita de ligações entre organismos estatais, como a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte, a Comissão Intermunicipal do Douro, as autarquias, as juntas de freguesia, a Fundação Aquilino Ribeiro, as unidades hoteleiras, a restauração e as empresas.

Conseguir envolver todos no mesmo processo, mobilizados pela oportunidade de terem no turismo cultural/literário, centrado na figura do escritor Aquilino Ribeiro, o motor de desenvolvimento regional, é o grande desafio que se coloca e que exige estabelecimento efetivo de parcerias.

Parcerias que são essenciais para que seja efetivada a estruturação da rede turística de escala intermunicipal, a criação de um roteiro turístico, a definição de sinalética turística, a implementação da marca Aquilino, o desenvolvimento de ações de marketing de promoção da região e a formação do capital humano no turismo e na restauração.

Só assim poderão encontra-se respostas eficazes para desafios como garantir o planeamento territorial, gerir os recursos naturais e a biodiversidade, perceber a ocupação e transformação do solo, numa perspetiva de ordenar o território, proteger os recursos e valorizar o existente numa linha de rumo que vise o futuro.

As parcerias garantirão igualmente uma diversidade de ofertas complementares ao produto Aquilino, que muito ajudarão a definir pacotes turísticos e ofertas que poderão despertar segmentos de mercado específicos, em momentos particulares do ano.

8.2 - A reformulação do papel da Fundação Aquilino Ribeiro

Ao longo deste trabalho foram enumerados casos de regiões, a nível nacional e também internacional, que souberam aproveitar, com sucesso, o facto de serem espaços de naturalidade ou estarem ligadas a figuras de vulto.

Mencionaram-se, entre outros, os exemplos de escritores cujas casas estão dinamizadas e inseridas em rotas organizadas, como Eça de Queirós, Camilo Castelo Branco, Miguel Torga ou Ferreira de Castro, e citou-se que o Plano Estratégico de Turismo do Turismo de Portugal 2013-2015, considera premente para o Norte de Portugal o reforço dos circuitos religiosos e culturais, estimando-se que conheça um "crescimento médio anual de quatro por cento nos próximos anos".

De acordo com o Turismo de Portugal, o nosso país detém grande potencial de turismo cultural, pois "os principais países emissores de circuitos culturais a nível europeu são a França, Itália, Escandinávia, Alemanha, Rússia, Reino Unido e Espanha", representando, no global, 62 por cento do mercado europeu.

Ora, se a isto juntarmos o mercado nacional, a crescente apetência pela descoberta e pela visita a espaços de grande valor patrimonial e cultural, bem como as respostas obtidas no estudo realizado no âmbito deste trabalho, que referem que 80.80 por cento dos visitantes estariam interessados em participar em programas culturais na região, 84.80 por cento sabe que Aquilino Ribeiro nasceu neste território,

69.60 por cento assume considerar conhecer a vida e obra de Aquilino Ribeiro pela visita aos espaços de referência e 72 por cento entende que o nome de Aquilino Ribeiro pode potenciar o desenvolvimento turístico da região, conseqüentemente uma das mais importantes opções estratégicas para a região é repensar o papel de atuação da Fundação Aquilino Ribeiro, a casa onde o escritor morou, assim como entrever a possível aquisição da casa onde nasceu, no "Pátio dos Sanhudos", no Carregal.

Grandes passos para que Fundação assumisse ser o motor impulsionador do turismo em torno do escritor foram dados pela Direção Regional da Cultura do Norte ao criar a rota das "Casas dos Escritores a Norte", cujos efeitos ainda não foram sentidos no caso de Aquilino Ribeiro, e também com a alteração dos estatutos da Fundação, em 2011, em que passaram a integrar o Conselho de Administração os Municípios de Moimenta da Beira, Sernancelhe e Vila Nova de Paiva.

Contudo, esta medida visou essencialmente colmatar o vazio criado pelo falecimento da herdeira da Fundação, que deixou aquele espaço com futuro indefinido, tendo os municípios e o filho do escritor, Eng.º Aquilino Ribeiro Machado agido, de forma decisiva, para proteger e salvaguardar, em primeiro lugar, o património e a memória legada por Aquilino Ribeiro e, em segundo lugar, a sua potenciação cultural.

Estando agora sob a responsabilidade dos municípios, que repartem a sua gestão por períodos de dois anos, rotativamente, estes esbarram em obstáculos como a inexistência de um projeto de dinamização e um plano de ação que vá para além dos períodos de gestão de cada um, quando o mais importante e decisivo deveria ser a definição de uma linha de atuação assegurada por um órgão executivo - uma direção - que definisse um plano de atividades anual, que estabelecesse parcerias estratégicas e que entendesse a Fundação como supramunicipal e não de curto-prazo (dois anos).

Nesse sentido, entende-se que o papel da Fundação Aquilino Ribeiro deveria obedecer a uma estratégia que contemplasse áreas de intervenção como a cultura, o turismo e a potenciação dos produtos endógenos, em especial a vertente agrícola com referência à obra do escritor, e que é marca regional.

No capítulo da cultura, a Fundação deveria estar aberta às escolas e universidades, disponibilizando um serviço educativo que proporcionasse visitas guiadas ao espaço museológico, realização de ateliers pedagógicos e edição de publicações informativas de acordo com os diferentes níveis escolares, promovesse

atividades formativas para universidades, como ciclos de conferências, encontros temáticos e mesmo cursos de formação na área da literatura, da cultura e património e residência temporária para investigadores/estudiosos do escritor.

Por conseguinte, poderia disponibilizar uma agenda de eventos, associados ao escritor e comemorativos das principais datas da sua vida e obra, em estreita colaboração com os municípios envolvidos. É fundamental ainda a formação em museologia dos técnicos que exerçam a atividade de guias turísticos na Fundação.

Não seria de descurar a criação de prémios literários destinados aos jovens das escolas dos concelhos do território aquilino para despoletar o conhecimento da obra e a promoção dos valores e capacidades dos alunos das instituições locais, assim como um prémio nacional na vertente de ensaio, investigação ou ficção.

Turisticamente, a Fundação deveria estabelecer parcerias que permitissem assegurar aos visitantes a oportunidade de experimentarem a gastronomia local, aquiliniana, nomeadamente com restaurantes, juntas de freguesia, proporcionando também a possibilidade de os turistas assistirem e participarem na confeção de pão e doces locais em fornos comunitários.

Deveria equacionar também a criação de um espaço de eventos, capaz de acolher grupos para ações gastronómicas de maior envergadura, o que garantiria igualmente receitas importantes para a subsistência da Fundação.

Por outro lado, a Fundação poderia assumir a realização de programas turísticos para grupos, naturalmente em parceria com os municípios, que poderiam consistir em passeios pedestres, visitas a espaços de referências de Aquilino, monumentos e paisagens, como por exemplo uma ligação estreita com o projeto Bio Interpretação da Rede Natura de Lamosa, o território de caça de Aquilino Ribeiro, o Santuário da Lapa, a Serra da Nave, entre outros. Neste enquadramento, é proposto neste trabalho um elemento gráfico, criado propositadamente para dinamizar a Fundação e potenciar as Terras do Demo, um guia de visita à região para um dia ou dois dias, e que poderá servir de referência para impulsionar o projeto cultural em torno de Aquilino Ribeiro (Anexo 2).

A antiga residência do caseiro, onde ainda persistem os utensílios utilizados na lavoura da quinta, deverá ser mais potenciada, por exemplo, para albergar visitantes que queiram pernoitar no contexto do escritor, criando uma opção de alojamento única e irrepetível.

Estando a Fundação situada numa zona marcadamente agrícola, e tendo o escritor elencado ao longo da sua obra as valias agrícolas e a excecionalidade dos produtos locais, a Fundação poderia estabelecer parcerias com agricultores, produtores, empresas do setor para explorar produtos que poderia depois vender ao longo do ano, associando-lhes a marca Aquilino.

Em simultâneo, permitiria a experimentação aos visitantes, que teriam a oportunidade de participar no processo agrícola, como a apanha da castanha, no Concelho de Sernancelhe, a apanha da maçã e as vindimas dos vinhos Terras do Demo, em Moimenta da Beira. Desta forma seria possível criar um espaço de venda dotado de vários artigos que, associados a uma linha gráfica adequada, ganharia valor e seria um importante recurso para a gestão da Fundação.

No setor agrícola, e numa vertente ligada à agricultura e ao mesmo tempo de enriquecimento cultural e gastronómico, a Fundação deverá potenciar a associação às duas instituições de ensino profissional da região que disponibilizam cursos da área da hotelaria, restauração e pastelaria, como a Escola Profissional de Sernancelhe e a Escola Profissional de Moimenta da Beira, criando a oportunidade de estas instituições desenvolverem na Fundação produtos e ementas gastronómicas associados à obra de Aquilino Ribeiro e terem uma ação importante nos eventos que ocorram naquele espaço, garantindo sentido pedagógico, qualidade no serviço e requinte.

8.3 - Lapa, uma porta turística para potenciar Aquilino

A Lapa é uma das principais motivações regionais para apelar aos turistas. De acordo com o Santuário da Lapa, em 2009, foram contabilizados 190 mil visitantes, 39 peregrinações organizadas, 8 retiros espirituais, 12 celebrações de casamento, 8 batizados e 35 visitas guiadas programadas²¹.

Estes números dizem bem da potencialidade do turismo religioso no Concelho de Sernancelhe e na região e, sem dúvida, são reveladores das inúmeras portas que se abrem se o território considerar a Lapa como sendo o principal chamariz de turistas à região, e prepare outras ofertas turísticas, como de turismo cultural/literário, assente naturalmente na figura de Aquilino Ribeiro.

²¹ "Peregrino da Lapa - Boletim Informativo de Nossa Senhora da Lapa - Sernancelhe", editado pelo Santuário da Lapa (2009), consultado em www.santuariodalapa.pt, acedido no dia 7 de maio de 2016

A Lapa deverá ser entendida como ponto de receção aos visitantes e espaço que os convida a embarcar numa jornada de conhecimento dos planaltos da Lapa e da Nave, mesmo que não exista a possibilidade de ser realizada nessa hora ou dia, o visitante deve ficar com a vontade, ou curiosidade, de embarcar nessa outra "peregrinação cultural".

Torna-se portanto essencial que na Lapa sejam criadas as condições para a estruturação em termos de oferta turística, desde logo para o imaginário de Aquilino Ribeiro, no Carregal, onde nasceu, e em Soutosa, onde viveu e é a sede da Fundação, depois que se relacione com os produtos endógenos e a gastronomia, com a Tabosa do Carregal, com a religião e a gastronomia, com Lamosa e com a biodiversidade, com os vinhos das "Terras do Demo" e as visitas às caves da Cooperativa do Távora, bem com passeios pela Barragem do Vilar e Açude do Távora.

Propõe-se, por isso, que a Lapa seja a "vitrina" onde o visitante experimente cada uma das ofertas propostas, como por exemplo a descoberta sobre como são elaborados os queijos da Lapa, a ordenha de uma cabra, a prova de um doce típico e único, a descoberta de personagens dos livros de Aquilino, a observação de uma espécie de flora rara e típica da serra da Lapa e da Nave.

A Lapa, que assume, aos poucos, a organização do espaço frontal ao Santuário e ordenamento da venda ambulante por forma a salvaguardar a presença de artesões e venda de produtos locais, deverá ser o ponto de partida e chegada dos grupos de visitantes, articulando e planeando a visita aos diferentes espaços que constituem a excecionalidade do território, devendo proporcionar informação aos visitantes, nomeadamente os espaços e as temáticas de visita disponíveis, as experiências que irão vivenciar, efetuar a programação da visita, as infraestruturas e serviços de apoio disponibilizados e os locais onde é possível efetuar refeições e compra de produtos.

Poderão igualmente estar disponíveis serviços que permitam aos visitantes efetuar a visita através de meios próprios, garantindo igualmente o acesso a todos os pontos de visita propostos.

Deverá ser idealizado um modelo de sinalética dedicado à temática de Aquilino Ribeiro que permita a visita autónoma, levando os turistas a descobrirem, por si, os locais de Aquilino no Concelho, partindo precisamente da Lapa.

Ainda no espaço físico da Lapa deverá ser criado um local de informações turísticas, com um carácter mais interativo e dinâmico, que aproveite as ferramentas atuais de comunicação, informação e marketing, oferecendo roteiros, panfletos/desdobráveis, mapas, brochuras em papel, vídeos sobre as diversas temáticas do território: Lapa, Aquilino, castanha, desporto no rio, etc.

Deverá ser desenvolvido um website assente na temática da Lapa, Aquilino/Sernancelhe/Moimenta da Beira/território, com ligação direta às páginas dos Municípios de Sernancelhe e Moimenta da Beira, com *links* à Fundação e Santuário da Lapa.

É de equacionar o desenvolvimento de aplicações que permitam *download* de informação simples e concreta sobre os pontos de interesse no Concelho, seja a partir de publicações estáticas, seja a partir de publicações dinâmicas, bem como fomentar a aposta em mobile marketing, tendo como impulsionador a criação de *qr codes* que interajam com os possíveis visitantes, em qualquer parte do país e do mundo, e os levem a descarregar a aplicação para procederem à visita, seja no momento em que estão na Lapa, seja em qualquer ponto do País, sendo que a proposta de circuitos de visita deverão sempre mostrar a oferta de turismo cultural e a temática de Aquilino Ribeiro.

Apostar na criação de vídeos que permitam o desenvolvimento da realidade aumentada, equacionar a criação de *muppies* interativos em local estratégico da Lapa, onde todas as rotas e propostas possam ser consultadas, bem como o aproveitando das múltiplas soluções propostas para *smartphones*, não descurando o desenvolvimento de aplicações de geolocalização (através de *gps*, *wi-fi*, *bluetooth*) oferecendo aos visitantes pontos de interesse turístico sempre que se encontrem na Lapa, procurando oferecer-lhe outras propostas de âmbito cultural, mais ricas e diversificadas.

8.4 - Eventos como fator de atração para as “Terras do Demo”

A promoção dos eventos que se realizam na região é fundamental para dar a conhecer o território, pretendendo as entidades promotoras mostrar os seus produtos referenciais, atraindo com eles turistas e receitas.

Sernancelhe fá-lo, e de forma muito peculiar, há 23 anos consecutivos, com a Festa da Castanha, acontecimento que muito concorreu para a valorização deste fruto,

conseguindo por arrasto definir Sernancelhe a nível nacional como a Terra da Castanha (Revista Municipal de Sernancelhe, 2016).

Mais recentemente, em 2011, Moimenta da Beira criou a Expo Demo, evento que pretende promover a maçã, emblemática no Concelho e um dos produtos de maior impacto económico para a população. Tanto no caso de Sernancelhe como no de Moimenta da Beira os municípios afetam consideráveis orçamentos à promoção destes eventos, tendo-se cotando ambos como estratégicos para os respetivos territórios (Alcançar - Revista Municipal de Moimenta da Beira, 2015).

O contributo dos eventos para a afirmação de um destino turístico é real e estes municípios devem encarar os seus eventos âncora como uma oportunidade rara de promoverem a excecionalidade regional, pois a melhor forma para se consolidar a imagem de um destino turístico é visitando-o, sendo os eventos uma ocasião particularmente propícia para essa primeira experiência, sobretudo se os eventos são organizados e programados para que os participantes se apercebam da bondade dos atributos físicos, culturais e sociais desse destino, isto é, quando os eventos são turistificados (Vieira, 2015, p. 88).

E, ainda de acordo com este autor, para que os eventos destes concelhos sejam fator de atratividade e definam o destino na vertente turística, *"deve ser implementado um processo muito dinâmico e contínuo que alcança o seu cume quando o indivíduo passa à situação de visitante, de turista, e vai visitá-lo"*.

Já com a imagem consolidada, este destino entra numa espécie de segunda fase, em que é motivo de pesquisa autónoma do visitante, que procura mais informação na Internet, através de amigos, de material publicitário e de notícias veiculadas pelos media e redes sociais - definindo a opção de visitar os locais de forma autónoma, em épocas do ano coincidentes com a realização desses mesmos eventos.

Por outro lado, a utilização do marketing estratégico associado aos eventos consegue influenciar a decisão do potencial turista, sendo reconhecido que os fatores *push*, que influem no campo motivacional, levam o indivíduo a decidir sair do local da sua residência e a partir (para o evento). Os fatores *pull* têm a ver com os atributos dos recursos turísticos e determinam o destino escolhido - como um íman - podendo ser atributos de natureza física como o clima, a natureza ou o património histórico existentes num determinado local (Vieira, 2015).

Os eventos são pois de grande valia para a promoção turística do destino "Terras do Demo", podendo canalizar, de forma quase direta, os visitantes para ações em torno de Aquilino Ribeiro, permitindo definir um cartaz cultural, roteiros e estruturar a oferta turística da região.

A Feira Aquiliniana, único evento nacional que aborda a temática de Aquilino Ribeiro, retomada este ano pelo Município de Sernancelhe, é um evento que faz convergir para a Lapa milhares de pessoas que, num cenário com mais de cinco séculos, encontram um evento temático que proporciona uma viagem no tempo, precisamente ao tempo de Aquilino Ribeiro. A sentida religioso inspirado pelas romarias do fim do século XIX, princípio de XX, combina harmoniosamente com a festa, a animação, o comércio e a feira tradicional, plena de artes e ofícios, sonorizada pelos ranchos folclóricos e pelas concertinas. A vertente cénica fica sempre a cargo da Escola Profissional de Sernancelhe, que criou e exhibe os trajes da época, recria peças de teatro e ofícios, anuncia pregões e apura a gastronomia à moda de antigamente. O Município de Sernancelhe descreve assim, e de forma resumida, o evento: ***"Milhares de pessoas passaram pela Lapa, Aldeia de Portugal, motivados pela Feira Aquiliniana, iniciativa que regressou àquele lugar mítico depois de terem sido criadas as condições que reformularam o espaço, conferindo-lhe qualidade para acolher um evento desta natureza. Ordenada a venda de produtos locais, nomeadamente o queijo tradicional, requalificado o espaço frontal ao santuário, uniformizada a imagem dos estabelecimentos comerciais com a marca Aldeia de Portugal, a Lapa engalanou-se para a VIII Feira, dedicada a Aquilino Ribeiro, o escritor que estudou naquele local, e que tanto o marcou. Por entre o cheiro do pão alvo da Lapa e do famoso queijo espalmado, de pequenas dimensões, e o movimento sempre constante de peregrinos, a Feira mergulhou na literatura de Aquilino, nas descrições das suas obras, referindo trajes, rituais, atividades e personagens, e procurando o equilíbrio entre o sentido religioso e a questão profana do comércio, das tascas, dos comes e bebes. A Feira, que no fundo pretende ser uma recriação histórica, contou com representações cénicas dos hábitos e costumes tradicionais por grupos etnográficos e de teatro, animação de rua, atuações de ranchos folclóricos e grupos de concertinas e fado à desgarrada e uma mostra permanente de artesanato e de produtos regionais,***

sempre enquadrados no ambiente que recria a Lapa de finais do século XIX, início do século XX²².

Sabendo-se que o turismo e a atividade turística estudada e planeada podem desempenhar um papel importante na preservação e melhoria do património cultural, das artes à gastronomia local, do artesanato, da conservação da biodiversidade e que de norte a sul do nosso País são múltiplos os exemplos de que o turismo é alavanca económica e social, elemento gerador de emprego e potenciador de crescimento e desenvolvimento por força da captação de receitas, então o turismo de âmbito territorial, recorrendo a elementos culturais únicos, inigualáveis, como Aquilino Ribeiro, podem ser perfeitamente reconhecidos pelos visitantes.

Contudo, é inquestionável que, para que isso suceda, terão de ser organizados eventos de impacto nacional, suportados por boas estratégias de comunicação e que cheguem ao segmento de mercado pretendido.

²² Reportagem sobre a "Feira Aquiliniana: a Lapa e Aquilino numa viagem única pela história e cultura do nosso povo", disponível no sítio do Município de Sernancelhe, em <http://www.cm-sernancelhe.pt/noticias/184-noticias-2016/902-feiraaquiliniana>. Acedida em 06/06/2016

Conclusão

Após a elaboração desta dissertação são várias as conclusões possíveis de enumerar e que, ao longo dos diversos capítulos foram sendo contextualizadas, merecendo, neste ponto final do trabalho, ser novamente destacadas.

Sabendo-se que os territórios marcadamente rurais enfrentam problemas estruturais que delimitam o seu espaço de progressão e comprometem o seu futuro, parece restar-lhes como escapatória a sua identidade, a autenticidade, os elementos patrimoniais, a cultura e tudo o que sejam elementos diferenciadores.

No entanto, as ameaças à ruralidade são sérias e visíveis em fenómenos como o envelhecimento da sua população, uma desertificação galopante e uma incapacidade em atrair pessoas e investimentos, realidade que, por arrasto, impede que as estratégias de industrialização ou de aplicação de grandes investimentos sejam efetivados e, por conseguinte, são desviados para espaços que oferecem localizações privilegiadas, regra geral para o Litoral, onde a mão de obra é abundante e as quotas de mercado mais apetecíveis, no imediato, para os investidores.

Porém, o Interior, e particularmente os territórios entendidos como de baixa densidade, encerram em si qualificações que os podem catapultar para a distinção no todo nacional. O património cultural, e no caso das "Terras do Demo", assente no percurso literário do escritor Aquilino Ribeiro, é vasto e está muito bem preservado, podendo ser entendido sob novas abordagens, cujo efeito prático poderá trazer impacto para arredar o estigma de território marginalizado, sem futuro e, de certa forma, condenado.

Nesse sentido, importa reconhecer que este património, pelos exemplos de sucesso apontados, pela forma como as comunidades e as entidades públicas e privadas se associaram em torno da sua valorização, provocaram um impulso às regiões. Tal permite adivinhar que, com o apoio do marketing territorial, também Sernancelhe e Moimenta da Beira poderão entender a cultura e o património como pedra basilar da construção do futuro.

Por outro lado, nunca o país esteve tão sensível para olhar o património como testemunho do passado, já não apenas materializado em castelos, conventos, igrejas, ruínas, pontes, etc., mas também como agregador do património imaterial que define as origens, as tradições, usos e costumes, gastronomia e paisagens. Ou seja, hoje há um novo tipo de turista, precisamente aquele que procura as suas origens, que quer

conhecer e participar nas vivências das comunidades locais, que anseia por conhecer a terra dos pais e dos avós e os "pedaços" que expliquem as suas raízes.

Assim, e de forma quase automática, o interior do País vê um manancial de oportunidades abrir-se mesmo à sua frente, em ritos e rituais tão aparentemente banais que podem ser vendidos, têm mercado, podem simbolizar receitas e constituir modo de subsistência para os residentes e, quem sabe, se não concorrerão para fixar os locais e atrair outros.

Por conseguinte, a aldeia global, em tempos descrita como um entusiástico mundo sem fronteiras e sem barreiras, chegou ao Interior sob a forma de Internet, numa combinação preciosa de recursos e plataformas que abrem janelas de oportunidade que, devidamente trabalhadas, podem ser o contributo que faltava ao Interior para se apresentar, nos mais diversos mercados, com os seus produtos distintivos, com as suas marcas identitárias e fazer propostas de valor que apelem a visitantes e turistas.

Mas esta dissertação teve algumas limitações logo à partida que obrigaram a encetar medidas que tendessem a minimizá-las, como sucedeu com a falta de dados concretos e de informação sobre o presente dos dois concelhos, em termos turísticos, problema que seria suprido com informações recolhidas junto de entidades supramunicipais, como a Entidade de Turismo do Porto e Norte, o Turismo de Portugal e a Associação de Municípios do Vale do Douro Sul, por exemplo. Mesmo os dados obtidos dos planos diretores municipais são distintos, pois Sernancelhe apresenta uma visão mais estratégica e Moimenta da Beira coloca o enfoque no ordenamento do seu território.

Por outro lado, a dispersão dos elementos patrimoniais ligados a Aquilino Ribeiro pelos dois concelhos, o que naturalmente faz com que um tenha mais referências do que outro, leva que tenhamos de ser equitativos e equacionemos uma uniformidade que os promova por igual, quando sabemos que as fronteiras físicas dos concelhos provavelmente nunca serão esbatidas quando pensamos em uniformizar produtos ou motivos patrimoniais, como é o caso.

Relativamente aos inquéritos, a grande limitação prendeu-se com a sua aplicação, pois os meses de janeiro e fevereiro são a época mais baixa do turismo, o que levou a que o número de potenciais inquiridos fosse menor e mais diluído no tempo. Sobre este ponto, ficará sempre a interrogação: se os inquéritos fossem

distribuídos em dezembro ou em agosto, o resultado seria igual e registaríamos alterações no perfil e nas respostas obtidas?

Contudo, não temos dúvida de que o recurso a um inquérito, na principal unidade hoteleira dos concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira, revelou-se um instrumento precioso que nos deu o conhecimento sobre o ponto em que nos encontramos e, em termos turísticos, de certa forma, legitimou a continuidade deste trabalho.

Os próprios elementos patrimoniais distintivos da vida e obra de Aquilino Ribeiro careciam de inventariação, ação que teve como principal objetivo demonstrar a mundividência do escritor, as experiências que a região poderá proporcionar como oferta turística e também o desenho de uma rota de Aquilino suportada por excertos retirados dos seus livros.

O mesmo ocorreu quando se pretendeu desenvolver uma proposta de oportunidades para este território, tendo por base a realidade económica, social e turística de ambos os concelhos. Sem surpresas, ainda que a realidade da interioridade seja partilhada pelos dois, raramente se encontram concordâncias quanto a estratégias conjuntas, união de esforços para desenhar propostas de futuro e muito menos estruturadas em estratégias numa visão de longo prazo.

Sucedo assim, de forma particular, com a Fundação Aquilino Ribeiro, cujo posicionamento geográfico é em Moimenta da Beira, mas a gestão do espaço pertence também aos municípios de Sernancelhe e Vila Nova de Paiva, em mandatos de dois anos. Será muito difícil imaginar-se um plano de futuro se orientações supramunicipais sobre o escritor e o seu imaginário não forem tomadas e assumidas como independentes de ciclos políticos. O mesmo sucede se os momentos mais dinâmicos da região continuarem a depender exclusivamente da imaginação e disponibilidade de verbas dos municípios para promover atos culturais em torno de Aquilino, como se tem verificado.

Ainda assim, muitas portas se abrem para Sernancelhe e Moimenta da Beira quando se pensa em Aquilino Ribeiro e na forte possibilidade de aqui nascer um verdadeiro território literário, que seja exemplo de ímpeto turístico, um espaço onde se cumpra, de forma organizada e com qualidade, o desejo dos visitantes que responderam no inquérito desta dissertação, que gostariam de conhecer a casa onde o escritor nasceu, o colégio onde estudou, as paisagens descritas nas suas obras,

provar a gastronomia aquiliniana, conhecer a casa onde viveu e contactar com as gentes das "Terras do Demo".

Aqui fica, portanto, este estudo, na certeza de que pretende ser apenas um ponto de partida para que, com estas linhas, se olhe para o território das "Terras do Demo" com outros olhos. Possivelmente com olhos mais despertos, mais conscientes do valor que temos e que tendemos a não saber aproveitar.

Espera-se, por isso, que no futuro possa ser desencadeado um estudo alargado sobre as potencialidades da região, apontando para tudo o que a distingue, tendo como propósito inventariar, organizar e divulgar a panóplia de recursos existentes e criar uma oferta concertada de touring cultural que seja geradora de recursos e desenvolvimento económico e social.

Neste momento, e pelo que pudemos constatar, Sernancelhe e Moimenta da Beira convivem com uma realidade que, caso não seja invertida, pode-nos ser madrasta pois, se não soubermos dar a conhecer o que nos define e distingue, poderemos ser acusados, no futuro, de termos sonogado ao País uma parte importante da sua história, da sua cultura, das suas personalidades célebres (como Aquilino Ribeiro), que tinham o legítimo direito de conhecer.

Referências bibliográficas

- ALCANÇAR (2015). Boletim Informativo da Câmara Municipal de Moimenta da Beira, n.º 18. Edição de dezembro de 2015.
- ALDEIAS DE PORTUGAL (2015). *Aldeias de Portugal - Venha conhecer o melhor do genuíno mundo rural*. Disponível em <http://www.aldeiasportugal.pt/>. Acedido em 24 de fevereiro de 2016.
- ALEXANDRE, José (2003). *O planeamento estratégico como instrumento de desenvolvimento de cidades de média dimensão*. Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade de Aveiro. Aveiro. 186 pp.
- ALMEIDA, Henrique (1997). *Itinerário Aquilino*. Edição Sindicato dos Professores da Região Centro e Centro de Estudos Aquilino Ribeiro.
- ANTUNES, Joaquim (2009). *O turismo de saúde e bem-estar como factor de desenvolvimento: estudo da região Dão Lafões (NUTS III)*. Disponível em <http://www.apdr.pt/congresso/2009/pdf/Sess%C3%A3o%2013/46A.pdf>. Acedido em 12 de maio de 2016.
- ANTUNES, José Eiras (2002). *As Cidades também precisam de Marketing*. Marketeer
- ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (2008). *Cerimónia de Homenagem e Trasladação de Aquilino Ribeiro para o Panteão Nacional*. Disponível em https://www.parlamento.pt/ArquivoDocumentacao/Documents/aquilino_p.pdf. Acedido em 21 de janeiro de 2016.
- AZEVEDO, A., MAGALHÃES, L. e PEREIRA, J. (2011). *City marketing: gestão estratégica e marketing de cidades*. 2ª edição. Vida Económica. Porto. 275 pp.
- BAPTISTA, Mário (2003). *Turismo - Gestão Estratégica*. Editorial Verbo.
- BARROS, Cristina I. F. (2011). *Planeamento Estratégico de Marketing Territorial e perspectivas de desenvolvimento na Região Autónoma da Madeira*. Dissertação de Mestrado na área científica de Geografia, especialidade de Ordenamento do Território e Desenvolvimento. FLUC. Coimbra. 150 pp.
- BAUDRILLARD, Jean (2011). *A Sociedade de Consumo*. Edições 70 - Arte e Comunicação.
- BENTO DA GUIA, António (2001). *Os Oito Concelhos de Moimenta da Beira*. Edição Câmara Municipal de Moimenta da Beira.

- BENTO DA GUIA, António (2002). *Foral e Pelourinho de Moimenta da Beira*. Edição Câmara Municipal de Moimenta da Beira.
- BENTO DA GUIA, António (2003). *Moimenta da Beira - Uma Cidade/Estado da Lusitânia*. Edição Câmara Municipal de Moimenta da Beira.
- BENTO DA GUIA, António. (2001). *As Vinte Freguesias de Moimenta da Beira*. Edição Município de Moimenta da Beira.
- CAETANO, J., RASQUILHA, L. (2010). *Gestão de Marketing*. Escolar Editora.
- CAETANO, J., et al (2013). *Marketing e Comunicação - Desafios da Globalização*. Escolar Editora.
- CÂMARA MUNICIPAL DE MOIMENTA DA BEIRA (2015). Plano Diretor Municipal. Disponível em http://cmmoimenta.dev.wiremaze.com/PageGen.aspx?WMCM_PaginaId=30054. Acedido em 5 de abril de 2016)
- CÂMARA MUNICIPAL DE RIBEIRA DE PENA (2005). Roteiro Camilino em Ribeira de Pena. Disponível em http://www.cm-rpena.pt/documentos/Roteiro_Camiliano.pdf. Acedido em 20 de dezembro de 2015.
- CÂMARA MUNICIPAL DE SERNANCELHE (2014). Plano Diretor Municipal. Disponível em http://www.cm-sernancelhe.pt/images/stories/pdm_revisao/pecas_escritas/regulamento.pdf. (Acedido em 11 de abril de 2016)
- CARDOSO, Arnaldo (2007). *Santuário da Lapa - História e Tradição*. Edição Aletheia e Município de Sernancelhe.
- CARVALHO, Abílio (2002). *Da Varanda do Távora - Sernancelhe na Marcha da Torrente*. Edição Câmara Municipal de Sernancelhe.
- CARVALHO, Abílio (2003). *Aquilino na sua Peregrinação a Compostela*. Edição Câmara Municipal de Sernancelhe.
- CARVALHO, Inês (2009). *Turismo literário e redes de negócios: passear em Sintra com os Maias*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Aveiro. Aveiro Obtido de <http://ria.ua.pt/handle/10773/1691>
- CCDR-Norte (22 de janeiro de 2015). *Plano Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro 2007-2013*. Obtido de <http://www.ccr-norte.pt>
- CHERVEV, Alexander (2012). *Strategic Marketing Management*. Seventh Edition.

- CIDRAIS, Álvaro (1998). *O Marketing aplicado às cidades médias portuguesas: os casos de Évora e Portalegre. Tese de Mestrado em Geografia Humana: desenvolvimento regional ou educação ambiental*. Faculdade de Letras – Universidade de Lisboa, Lisboa.
- CLAVAL, Paul (2006). *Comunicação, diferenciação de culturas e organização do espaço*. in João Sarmiento *et al* (coord.). *Ensaio de geografia cultural*. Livraria Editora Figueiras. Porto.
- COOPER, C., Hall, M., 2008, *Contemporary Tourism: An International Approach*, Elsevier, Oxford.
- CORREIA, A., Fernandes, A. (2012). *Viajar com... Os caminhos da Literatura - Aquilino Ribeiro*. Edição Opera Omnia.
- CORREIA, Alberto (2003). *Viajar com...Aquilino Ribeiro*. Edições Caixotim.
- COSTA, António (2007). *Carta Arqueológica de Sernancelhe*. Edição da Câmara Municipal de Sernancelhe.
- COSTA, Jerónimo (2014). *Cadernos Aquilinos, n.22*. Edição Centro de Estudos Aquilino Ribeiro.
- COUTINHO, Virgínia (2014). *The Social Book - Tudo o que Precisa Saber sobre o Facebook*. Edições Actual.
- CRESPÍ, A. et al (2009). *Flora e Avifauna do Concelho de Moimenta da Beira*. Edição Câmara Municipal de Moimenta da Beira.
- CUNHA, Licínio (2001). *Introdução ao Turismo*. Editorial Verbo.
- CUNHA, Licínio (2006). *Economia e Política do Turismo*. Editorial Verbo.
- CUNHA, Licínio (2008). *Avaliação do Potencial Turístico*. Cogitur – Journal of Tourism Studies. Universidade Lusófona Obtido de http://jts.ulusofona.pt/turismo01/pdf01/artigo_liciniocunha.pdf
- CUNHA, Licínio (2013). *Economia e Política do Turismo*. Edições Lidel.
- DIREÇÃO REGIONAL DA CULTURA DO NORTE (2015). *Escritores a Norte - Vidas com Obras em Casas de Escritores*. Disponível em <http://www.escritoresanorte.pt/casas.aspx?id=1>. Acedido em 4 de jan. 2016.
- DIREÇÃO REGIONAL DA CULTURA DO NORTE (2015). *Património Imaterial*. Disponível em <http://www.culturante.pt/pt/areas-de-intervencao/patrimonio-cultural/patrimonio-imaterial/>. Acedido em 2 de dezembro de 2015.
- ECORYS (Research and Consulting) (2009). *Study on the Competitiveness of the EU Tourism Industry – with specific focus on the accommodation and tour operator*

&travel agent industries – Final Report, September (ECORYS SCS Group – FN97613 – FWC Sector Competitiveness – EU Tourism Industry).

- ELIZAGARATE, Victoria (2003). *Marketing de Ciudades*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- FERNANDES, J., CARVALHO, P. (2012). *Património Cultural e Paisagístico - Políticas, Intervenções e Representações*. Edição Imprensa da Universidade de Coimbra.
- FERREIRA, M., GOUVEIA, L. (2004). *Património local e tecnologias de informação - uma relação inevitável*. In Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais. Porto.
- FIGUEIRA, Ana. (2011). *Marketing Territorial – Uma Nova Dimensão do Marketing*. Edição: Mel Editores.
- FONSECA, F. P. (2006). *O planeamento estratégico em busca de potencial o território. o caso de Almeida*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga.
- FORTIN, M.F., CÔTE, J., & FILION, F. (2009). *Fundamentos e etapas do processo de investigação*. Lisboa: Lusociência
- FORTIN, M.F., CÔTE, J., & VISSANDJÉE, B. (2003). *A investigação científica*. In M-F. Fortin, *O processo de investigação da concepção à realização* (Cap. 1, pp. 15-14). Loures: Lusociência.
- FUNDAÇÃO EÇA DE QUEIROZ (2015). *Fundação Eça de Queiroz*. Disponível em <http://www.feq.pt/>. Acedido em 22 de dezembro de 2015.
- GHIGLIONE, R., MATALON, B. (2001, [1977]). *O Inquérito: Teoria e Prática*. 4ª Ed. (Trad. Portuguesa). Oeiras: Celta Editora.
- GIL DOS SANTOS, Maria (2002). *O Ciclo Vivencial do Mosteiro de Nossa Senhora da Assunção de Tabosa*. Edição Câmara Municipal de Sernancelhe.
- GOUVEIA, Jaime (2003). *Embate em Debate - História, Administração e limites no planalto beirão*. Edição do Autor.
- GOUVEIA, Jaime (2004). *Subsídios para a História de Leomil: Apresentação e Representação*. Câmara Municipal de Moimenta da Beira e Casa do Povo de Leomil.
- GOUVEIA, Jaime (2011). *Marte e Minerva nas Terras do Demo*. Edições Esgotadas.
- HENRIQUES, C.(2008), *Património Cultural e Turismo. Uma relação simbiótica. A Análise de dois percursos turístico-culturais: James Joyce e Fernando Pessoa*. Revista Turismo & Desenvolvimento, nº10.

- HOTEL RURAL DO CARMO (2015). *Hotel Rural Convento Nossa Senhora do Carmo - Turismo com História, Freixinho, Sernancelhe*. Disponível em <http://www.hoteldocarmo.com/>. Acedido em 24 de outubro de 2015.
- HOTEL VERDEAL (2015). *Hotel Verdeal - Moimenta da Beira*. Disponível em <http://www.hotel-verdeal.com/>. Acedido em 24 de outubro de 2015.
- IBM (2016). *IBM SPSS Statistics*. Disponível em <http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/products/statistics/>. Acedido em 1 de março de 2016.
- IMPACTUR (2010), (ON Line), <http://www.impactur.pt>, acesso em Outubro de 2010.
- INCOVECA (2016). *Incoveca Granitos S.A.* Disponível em <http://www.incoveca.pt/pt/Apresentacao/>. Acedido em 27 de outubro de 2015.
- INSTITUTO DO PLANEAMENTO E DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO (IPDT), em parceria com a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (ERTPNP) (2015). *Perfil do turista do Porto e Norte de Portugal*. Disponível em <http://www.ipdt.pt/?p=product&uuid=14fe9c8f-10f2-4e54-f649-3dd6b7408403>. (Acedido em 5 de janeiro de 2016).
- INSTITUTO GEOGRÁFICO PORTUGUÊS (2013). *Carta Administrativa Oficial de Portugal*. Disponível em <https://autarquiadigital.com/2013/07/27/carta-administrativa-oficial-de-portugal-caop-2013/>. Acedido em 12 de janeiro de 2016.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2012). *Censos 2011*. Disponível em http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=censos2011_apresentacao&xpid=CENSOS. Acedido em 11 de janeiro de 2016.
- JÚDICE, N. (2009). *João Lúcio e o coração das coisas, Viajantes, Escritores e Poetas: Retratos do Algarve*. Edições Colibri – CELL, Univ. do Algarve, 103-108.
- KETELE, J. M., ROEGIERS, X. (1993). *Metodologia da Recolha de Dados – Fundamentos dos Métodos de Observação, de Questionários, de Entrevistas e de Estudo de Documentos*. Edições Piaget.
- KOTLER, P. et al (1994). *Marketing Público: Como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países*. São Paulo, Makron Books.
- KOTLER, P. et al. (1999). *Marketing Places Europe*. London, Pearson Education.
- KOTLER, P., et al. (2002). *Marketing Asian Places*. Singapore, John Wiley

- KOTLER, P., HAIDER, D. H. e REIN, I. (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. The Free Press, New York.
- KOTLER, Philip (2015). *Marketing 3.0*. Edições Actual.
- KOTLER, Philip. (2000). *Marketing para o Século XXI*. Editorial Presença.
- KOTLER, Philip. (2010). *Marketing 3.0: dos produtos e consumidores ao espírito humano*. Editora Actual.
- KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. 10ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. 764 p.
- LEITÃO, Paulo (2005). *O Lobo Extinto - Aquilino Ribeiro*. Jornalista. Edição do autor.
- LESSARD-HÉBERT, M. (1990). *Investigação Qualitativa – Fundamentos e Práticas*. Edições Piaget.
- LOURENÇO, Eduardo (1985). *Aquilino ou as duas aldeias*. Colóquio/Letras
- LOZANO, Fernando. (2001). *Manual Prático de Relações Públicas*. Edições Livros do Brasil - Lisboa
- LUSA (2015). *Projeto escritores a norte para dinamizar o turismo literário*. Disponível em <http://portocanal.sapo.pt/noticia/65139/>. Acedido em 23 de set. de 2015.
- MACHADO, Aquilino Ribeiro (2009). Em jeito de post scriptu. Voltar a Ler. Universidade de Aveiro.
- MARQUES, Carlos (2009). *Motivações das Viagens Turísticas para Regiões do Interior Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro*. (Dissertação de Doutoramento). Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real. Obtido de <http://repositorio.utad.pt/handle/10348/358>
- MARQUES, H., e MARTINS, L. (1998). *Memória, património e paisagem*. In Cadernos de Geografia, n.º 17. Coimbra: IEG-FLUC. pp.123-129.
- MOREIRA LOPES, Joaquim (1973). *Do Peitoril da Minha Janela*. Edição da Câmara Municipal de Sernancelhe.
- MOREIRA, Vasco (1997). *Terras da Beira - Cernancelhe e Seu Alfoz*. Edição Câmara Municipal de Sernancelhe.
- MUNICÍPIO DE MOIMENTA DA BEIRA (2016). Disponível em <http://www.cm-moimenta.pt/pages/2>. Acedido em 26 de outubro de 2015.
- MUNICÍPIO DE MOIMENTA DA BEIRA (2016). ExpoDemo - O Coração da Maçã. Disponível em <http://www.cm-moimenta.pt/pages/995>. Acedido em 11 março de 2016.


- MUNICÍPIO DE SERNANCELHE (2010). Aquilino - Revista Literária. Disponível em <http://www.cm-sernancelhe.pt/noticias/1-latest-news/217-no-2-da-revista-aquilino-lancado-durante-a-festa-da-castanha>. Acedido em 21 dezembro de 2015.
- MUNICÍPIO DE SERNANCELHE (2010). Roteiro Turístico do Concelho de Sernancelhe. Edição Município de Sernancelhe.
- MUNICÍPIO DE SERNANCELHE (2013). *Centro Interpretativo da Aldeia da Faia*. Disponível em <http://www.cm-sernancelhe.pt/noticias/147-noticias-2013/564-faia-a-primeira-aldeia-portuguesa-submersa-com-a-construcao-de-uma-barragem-tem-centro-interpretativo>. Acedido em 25 de outubro de 2015.
- NETO, Paulo (2009). Aquilino - Revista Literária da Câmara Municipal de Sernancelhe. Edição da Câmara Municipal de Sernancelhe.
- NETO, Paulo (2010). Aquilino - Revista Literária da Câmara Municipal de Sernancelhe. Edição da Câmara Municipal de Sernancelhe.
- NETO, Paulo (2016). Aquilino - Revista Literária da Câmara Municipal de Sernancelhe. Edição da Câmara Municipal de Sernancelhe.
- NO PONTO (2016). No Ponto - Uma viagem aos sabores mais doces de Portugal. Disponível em <http://www.noponto.pt/>. Acedido em 3 de fevereiro de 2016.
- NOVAES COELHO, Nelly (1973). *Aquilino Ribeiro - Jardim das Tormentas*. Editora Quiron.
- NUNES, Elsa (2011). *Factores de sucesso em Marketing Territorial: desafios de desenvolvimento na região Alentejo*. Dissertação de Mestrado em Sociologia das Organizações e do Trabalho, Universidade Técnica de Lisboa.
- OTTO, Miguel Sousa (1996). *O Marketing das Cidades*. *Marketeer*, I (4), 28-31.
- PEIXINHO DE MATOS, Maria (2010). *Um olhar sobre o espaço nos contos canónicos de Aquilino Ribeiro*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Aveiro, Aveiro. Obtido de <http://ria.ua.pt/handle/10773/4244>.
- QUEIROZ, Ana (2009). *A Paisagem de Terras do Demo*. Esfera do Caos.
- QUEIROZ, Ana (2013). *Guia das Aves de Aquilino Ribeiro*. Editora Boca.
- QUIVI, R., CAMPENHOUDT, L (2013). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Edição Gradiva.
- REIS, Jorge (1988). *Aquilino - Páginas do Exílio 1908-1914*. Edição Vega.
- REIS, Jorge (1988). *Aquilino - Páginas do Exílio 1927-1930*. Edição Vega.

- REVISTA MUNICIPAL DE SERNANCELHE (2016). Município de Sernancelhe, n.º 63. Edição de fevereiro de 2016.
- RIBEIRO, Aquilino (1945). *O Livro do Menino Deus*. Editora Bertrand.
- RIBEIRO, Aquilino (1946). *Aldeia, Terra, Gente e Bichos*. Editora Bertrand.
- RIBEIRO, Aquilino (1948). *Cinco Reis de Gente*. Editora Bertrand.
- RIBEIRO, Aquilino (1951). *Geografia Sentimental*. Bertrand Editora.
- RIBEIRO, Aquilino (1956). *Estrada de Santiago*. Editora Bertrand.
- RIBEIRO, Aquilino (1959). *Quando os Lobos Uivam*. Editora Anhambi, S.A.
- RIBEIRO, Aquilino (1960). *A Via Sinuosa*. Editora Bertrand.
- RIBEIRO, Aquilino (1962). *Um Escritor Confessa-se*. Editora Bertrand.
- RIBEIRO, Aquilino (1969). *Uma luz ao longe*. Editora Bertrand.
- RIBEIRO, Aquilino. (1923). *Terras do Demo*. Editora Bertrand.
- ROCHA E SOUSA, Júlio (2001). *Antigas Vilas do Concelho de Sernancelhe*. Edição do Autor.
- ROCHA E SOUSA, Júlio (2003). *Forais da Vila de Sernancelhe*. Edição do Autor.
- RODRIGUES, Urbano (1993). *A Horas e Desoras*. Lisboa: Edições Colibri.
- SANTOS, N., CRAVIDÃO, F. e CUNHA, L. (2010). *Natureza, paisagens culturais e os produtos associados ao território*. 4º Congresso Latino-Americano de Investigação Turística.
- SANTUÁRIO DA LAPA (2016). *Museu do Ex-voto*. Disponível em <http://www.santuariodalapa.pt/index.php/museu>. Acedido em 3 janeiro de 2016.
- SILVA, Brasilina (2001). *A Lapa: a terra, o homem, a cultura*. Edição Beira Alta
- SIMÕES, M. e Outros (2009). *Marketing e Comunicação Política*. Edições Sílabo.
- SOCIEDADE DE CONSULTORES AUGUSTO MATEUS E ASSOCIADOS (2013). *Vale do Douro Sul - Estratégia de Desenvolvimento 2025*. Associação de Municípios do Vale do Douro Sul (AMVDS).
- SOCIEDADE PORTUGUESA DE AUTORES (2016). *Histórico da fundação da Sociedade Portuguesa de Autores*. Disponível em <https://www.spautores.pt/spa/historico-spa>. Acedido em 3 de janeiro de 2016.
- TOCQUER, G., ZINS, M.. (2004). *Marketing do Turismo*. Edições Piaget.
- TORQUATO DO REGO, Francisco (1985). *Marketing Político e Governamental*. Summus Editorial, Ltda.

- TURISMO DE PORTUGAL (2013). *Plano Estratégico Nacional de Turismo - Revisão e Objetivos, 2013-2015*. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202013%20vfinal.pdf>. Acedido em 15 de janeiro de 2016.
- TURISMO DO DOURO (2000). *Douro Rotas Medievais*. Edição ACIL/VDS - Gabinete dos Itinerários Turístico-Culturais do Douro.
- TURISMO DO DOURO SUL (25 de janeiro de 2015). *Alojamentos em Turismo Rural*. Obtido de <http://www.douro-turismo.pt/alojamentos.php>.
- TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL (2016). *Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal - Horizonte 2015-2020*. Disponível em <http://www.portoenorte.pt/client/files/0000000001/3037.pdf>. Acedido em 14 de abril de 2016.
- TURISMO DO PORTO E NORTE. (28 de novembro de 2015). *Perfil do Turista do Porto e Norte*. Obtido da Internet: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202013%20vfinal.pdf>
- VELOSO, Rui (1994). *A Obra de Aquilino Ribeiro para Crianças: Imaginário e escrita*. Porto Editora.
- VIDIGAL, Luís (1986). *O Jovem Aquilino Ribeiro*. Lisboa: Livros Horizonte.
- VIEIRA, João (1997). *A Economia do Turismo em Portugal*. Publicações Dom Quixote.
- VIEIRA, João (2007). *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo - Uma perspetiva estratégica*. Editorial Verbo.
- VIEIRA, João (2015). *Eventos e Turismo - Planeamento e Organização - Da teoria à Prática*. Edições Sílabo.
- VIEIRA, João Martins (2015). *Eventos e Turismo - Planeamento e organização*. Edições Sílabo.
- WICHELS, S. (2014). *Comunicação Turística: desafios e tendências na Contemporaneidade*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra. Obtido de <https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/handle/10316/26209>

Anexos

ANEXO 1 - Inquérito

<h1>QUESTIONÁRIO</h1>  <p>Escola Superior de Educação de Viseu</p> <p>Este questionário é efetuado como parte de um trabalho académico e dos requisitos para obtenção do grau de mestre em Comunicação e Marketing. O objetivo global é o de aferir das potencialidades de promoção do turismo cultural/literário da região que compreende os concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira.</p> <p>O seu contributo é da maior importância para a validade dos dados pois estes dependem do número de respostas válidas obtidas. A confidencialidade dos dados e o seu anonimato são absolutamente garantidos.</p> <p style="text-align: right;">Obrigado pela sua colaboração O Mestrando: Paulo J. P. Pinto</p> <hr/>	
<p>Data:...../...../.....</p>	
<p>Q1. É a primeira vez que visita a região? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não</p> <p>Q2. Com quem viaja? <input type="checkbox"/> Sozinho(a) <input type="checkbox"/> Casal <input type="checkbox"/> Família <input type="checkbox"/> Grupo de amigos</p> <p>Q3. Indique-nos o principal motivo da sua visita (indique apenas um). <input type="checkbox"/> Lazer/férias <input type="checkbox"/> Negócios <input type="checkbox"/> Visita a familiares/amigos <input type="checkbox"/> Outro Qual: _____</p> <p>Q4. Indique-nos, por favor, a duração da sua estadia (em número de noites) _____ noites</p> <p>Q5. A visita à região foi determinada por: <input type="checkbox"/> Iniciativa pessoal <input type="checkbox"/> Visita anterior <input type="checkbox"/> Conselho de amigos <input type="checkbox"/> Operador/agência de viagens <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Sítios <i>online</i> dos municípios <input type="checkbox"/> Revistas/publicações da especialidade <input type="checkbox"/> Outra. Qual: _____</p>	<p>Q6. Com que periodicidade realiza férias? <input type="checkbox"/> 1 vez ao ano <input type="checkbox"/> 2 vezes ao ano <input type="checkbox"/> 3 vezes ao ano <input type="checkbox"/> Mais de 3 vezes</p> <p>Q7. Qual (ou quais) a época do ano que escolhe para fazer férias? <input type="checkbox"/> Primavera <input type="checkbox"/> Verão <input type="checkbox"/> Outono <input type="checkbox"/> Inverno</p> <p>Q8. Que tipo de alojamento mais frequenta? <input type="checkbox"/> Turismo em espaço rural <input type="checkbox"/> Hotéis <input type="checkbox"/> Residenciais <input type="checkbox"/> Casa de amigos/familiares <input type="checkbox"/> Campismo <input type="checkbox"/> Outros</p> <p>Q9. Quais as opções de lazer/fruição que mais gosta? <input type="checkbox"/> Gastronomia/artesanato/tradição <input type="checkbox"/> Eventos culturais <input type="checkbox"/> Desporto/aventura/percursos pedestres <input type="checkbox"/> Paisagens/natureza <input type="checkbox"/> Outra. Qual: _____</p> <p>(continua na página seguinte)</p>
1	

Q10. Que atividades teve oportunidade de realizar na visita à nossa região?

- Visitas a monumentos
- Assistir a eventos culturais
- Assistir a eventos desportivos
- Percursos pedestres
- Paisagem
- Circuitos organizados de autocarro
- Experimentar gastronomia local
- Comprar artesanato
- Passeio de carro
- Outra. Qual: _____

Q11. Nesta visita à região, que atributos turísticos lhe reconhece?

- Património
- Cultura
- História
- Paisagem
- Gastronomia
- Aventura

Q12. Avalie, de 1 a 7, os seguintes indicadores relativamente à visita ao Concelho e à região.

	1-	2	3	4	5	6	7-
	Discordo totalmente						Concordo totalmente
No global estou satisfeito com a visita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pretendo regressar nos próximos dois anos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendarei a visita a familiares e amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q13. Tenciona publicar *online* as suas impressões (fotos, comentários ou outro conteúdo) sobre a visita à região?

- Com certeza que não
- Provavelmente não
- Não sei
- Provavelmente sim
- Com certeza que sim

Q14. Nesta visita à região foi-lhe proposto algum pacote turístico em concreto?

- Sim
- Não

Q15. Estaria interessado em participar em iniciativas culturais organizadas na nossa região?

- Sim
- Não

Q16. Sabe que Aquilino Ribeiro, um dos maiores escritores portugueses do século XX, nasceu e viveu nesta região?

- Sim
- Não

Q17. Consideraria conhecer a rota literária pela vida e obra de Aquilino Ribeiro?

- Sim
- Não
- Talvez

Q18. Assinale o que mais gostaria que constasse da Rota Literária dedicada a Aquilino Ribeiro

(Selecione as opções com X)

- Visitar a Casa onde nasceu, na Freguesia de Carregal
- Conhecer o Colégio da Lapa, onde estudou
- Conhecer a Fundação de Soutosa, onde viveu
- Observar a paisagem descrita nas suas obras
- Conhecer os monumentos descritos nas suas obras
- Experimentar a gastronomia descrita nas suas obras
- Conhecer a identidade e as gentes das Terras do Demo
- Outra opção. Qual: _____

Q19. Na sua opinião, considera que o nome Aquilino Ribeiro, enquanto referência literária, pode potenciar o desenvolvimento turístico desta região do interior do País?

- Sim
- Não
- Não sei

Dados de caracterização sociodemográfica:

Q21. Residência

País _____

Concelho _____

Q22. Género

- Masculino
- Feminino

Q23. Idade

- 15 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 a 64 anos
- 65 a 74 anos
- 75 anos ou mais

Q24. Habilitações literárias

- Nenhum
- 1.º ciclo (atual 4.º ano/antiga 4.ª classe)
- 2.º ciclo (6.º ano/antigo ciclo Preparatório)
- 3.º ciclo (atual 9.º ano/ antiga 5.ª liceal)
- Secundário
- Curso de especialização tecnológica (nível IV)
- Bacharelato
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

Q25. Estado Civil

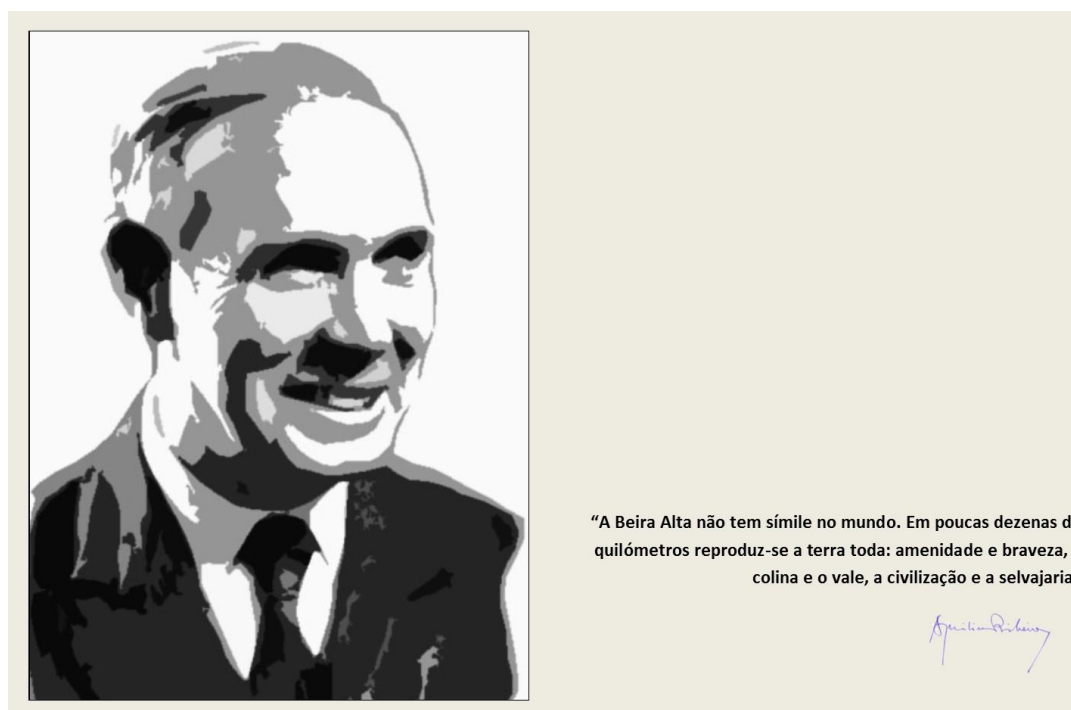
- Casado
- Solteiro
- Divorciado
- Viúvo
- União de facto

Muito obrigado pela sua colaboração.

ANEXO 2 - Proposta de Rota de Aquilino pelas Terras do Demo



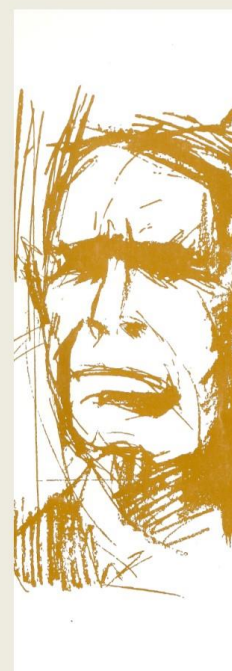
1



NOTA DE ABERTURA

O trabalho que é aqui é apresentado pretende dar a conhecer as "Terras do Demo" aos olhos do Mestre Aquilino, dignificá-las e projetá-las para outros destinos, para outras paragens.

Trata-se, pois, de uma proposta que pretende trazer o visitante a estas terras, "Terras do Demo", assim apelidadas por mestre Aquilino, propondo viagens pelo seu património e, acima de tudo, mostrá-lo através dos locais por ele descritos.



A terra e a sua gente...

A tranquilidade das serras marca a paisagem destas terras que servem de inspiração a compositores, poetas e artistas, que as projetam e dignificam.

A simplicidade das suas gentes marcam o visitante e ajudam-no a refletir sobre as assimetrias e diversidades de um interior que se esforça para atrair investimentos, pessoas, riqueza... Enfim, um interior por vezes esquecido mas nunca resignado.

É este o interior que queremos dar a conhecer através de um roteiro aquilino!

São estas as terras que um dia marcaram o escritor Aquilino Ribeiro!

Foram estas as terras onde ele aprendeu a dar os primeiros passos!

Foi a estas terras que ele dedicou uma vasta obra literária.



O Castanheiro...

"(...) Nas margens das Terras do Demo, esta terra tem, às vezes, ares de paraíso, junto ao Rio Távora com suas águas mansas, hortas, pomares, vinhas que lembram quase os mimosos hortos dos Conventos que lá houve. Na montanha cresce urze, a giesta, o pinhal, rosmarinho e alecrim para alimento das abelhas, ramos de Domingo de Ramos e fogueiras de São João. Nas encostas há castanheiros centenares que vicejam em fim de Junho, dão sombra gloriosa no mês de Agosto e em Outubro enchem rasas de castanhas que são as melhores castanhas do mundo. Os camponeses fazem magustos com elas em Novembro e com vinho novo. Depois são alimento como antigamente. E são moeda forte numa economia que ainda depende dessa Terra—Mãe, dos braços dos seus filhos, da sorte da Natureza (...)", in "Terras do Demo"



O percurso...

O Roteiro que nos propomos levar por diante acontece pelas "Terras do Demo".

Designação forte e algo intimidatória, perdurou ao longo dos tempos e tinha o propósito de caracterizar as terras de Sernancelhe e Moimenta da Beira, e particular. Eram, efetivamente, terras agrestes, frias, quase inóspitas, deixadas ao abandono quer pelos regimes monárquicos quer por republicanos.

Este Roteiro pretende proporcionar, portanto, uma viagem pelo imaginário do Mestre Aquilino Ribeiro.

Através dos sons, das imagens, dos sabores, dos cheiros, da monumentalidade e do contato com as gentes simples e afáveis destas aldeias serranas.

A atividade proposta pretende propiciar aos nossos turistas a descoberta dos recantos de Sernancelhe e Moimenta, recantos que fascinaram também Aquilino Ribeiro e que o Mestre registou, de forma indelével, nas suas obras literárias, legando-os para a eternidade.



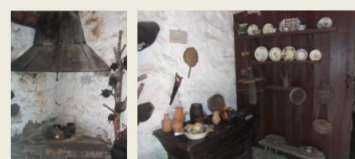
A Aldeia serrana

"(...) Circunscrito, é intuitivo, a indivíduos rudes, teve em mira este trabalho pintar dessas aldeias montesinhas que moram nos picotos da Beira, olham a estrela, o caramulo, a cernelha do douro e a norte lhes parece gamela emborcada o Monte Marão. O vale, que as explora, trata-as despiciamente por Terras do Demo. Sem dúvida nunca Cristo ali rompeu as sandálias, passou el rei a caçar ou os apóstolos da Igualdade em propaganda. Bárbaras e agrestes, mercê apenas do seu individualismo se têm mantido, sem perdas nem lucros, à margem da civilização.(...) A Aldeia Serrana, como aquela em que fui nado e baptizado e me criei são e escoreito, é assim mesmo: bulhenta, valerosa, suja, sensual, ávara, honrada, com todos os sentimentos e instintos que constituíram o empedrado da comuna antiga (...)" in Terras do Demo.



O mundo rural

"Para a Aldeia Serrana a história reduz-se a duas partes como para o mundo de Deus se reduz o Velho e Novo Testamento (...) A sua armação era tudo o que há de mais primitivo: um carvalho deitado sobre o vértice das duas empenas; sobre essa trave vi-nham articular-se os caibros, que por sua vez ofereciam apoio às latas do telhado ou ao escama-peixe. Como pregos, tornos de madeira. O fumo vadiava pelo interior, repulsado pelo caniço, sobrecéu de ripas em que as castanhas secavam e pilavam e o enchido do porco, distribuído em salpicões, moiros, morcelas, se tornava o fumeiro lambe-lhe-os-beiços, de sabor imortal. (...) O Lar ou Lareira constituía a divisão por excelência da Casa Serrana. Sagrou-o o fogo com unção religiosa. Compunha-se de uma grande lancha, tantas vezes a cobertura de um dólmen, e sobre ela assentava num dos extremos o pequeno absidiolo, que é a pilheira, em que se recolhem as cinzas e contra o qual arde o ceppo. (...) Algumas destas lareiras afundiam-se no solo o bastante para o piso que lhe sobrelevava servir de assento (...)" , in Aldeia Terra, Gente e Bichos.



O Itinerário...

1 - Sernancelhe

2- Tabosa do Carregal

3 - Lamosa

4—Lapa

5—Quintela

6—Granjal

7—Freixinho

8—Faia

9—Vila da Ponte



Atividades para o 1.º dia de Visita

Horas	Atividades
9:00 h.	Concentração no Centro Histórico de Sernancelhe. Visita à Biblioteca Abade Vasco Moreira
10:00h	Deslocação para o Pátio dos Sanhudos (Carregal – Terra Natal de Aquilino) e leitura de excerto do livro “Cinco Réis de Gente”
11:30h	Visita ao Convento de Nossa Senhora da Assunção – Tabosa - palco da obra “O Valeroso Milagre”. Prova do doce conventual Fálgaros.
13:00 h	Almoço com ementa aquiliniana (bacalhau à Aquilino) – Colégio da Lapa
14:30 h	Visita ao Santuário e Colégio da Lapa, onde Aquilino fez os estudos primários. Destaque para o quarto número 33, o quarto do escritor. Visita à nascente do rio Vouga e a Quintela da Lapa.
16:15 h	Deslocação a Lamosa—Percurso Pedestre Rede Natura 2000. Aos visitantes será oferecido um farnel (Pão da Lapa, queijo e salpicão) no moinho de vento de Lamosa.
18:00h	Saída de Lamosa em direção a Freixinho. No caminho fazemos uma paragem na capela de Nossa Senhora da Aparecida—Granjal.
19:30 h	Chegada a Freixinho—Hotel Rural Nossa Senhora do Carmo. É aqui que pernoitamos.



Centro Histórico de Sernancelhe

O evento inicia-se no Centro Histórico de Sernancelhe. Aqui, acolhemos os turistas, levando-os a visitar a igreja Matriz de Sernancelhe, o Pelourinho de "gaiola" da Casa da Comenda de Malta, o solar dos Carvalhos, a biblioteca Abade Vasco Moreira e outros monumentos que certamente lhe vão despertar atenção. Entremos na Biblioteca com o nome Abade Vasco Moreira, porém um espaço onde a autarquia para além de homenagear o ilustre Sernancelhense Abade Vasco Moreira, autor da primeira monografia do concelho, quis também homenagear o Mestre Aquilino Ribeiro, através de vários espaços, nomeadamente com uma sala de conferências com o seu nome e também uma sala de leitura infanto juvenil chamada "Arca de Noé", usando o título de uma das suas obras.

A Biblioteca Municipal Abade Vasco Moreira encontra-se instalada na antiga Escola Primária de Sernancelhe, edifício do Plano Centenário, e enquadra-se de forma harmoniosa no valioso Centro Histórico da Vila de Sernancelhe.

Convidamos o visitante a entrar na sala infanto juvenil "Arca de Noé", bem como a ler um trecho da referida obra.

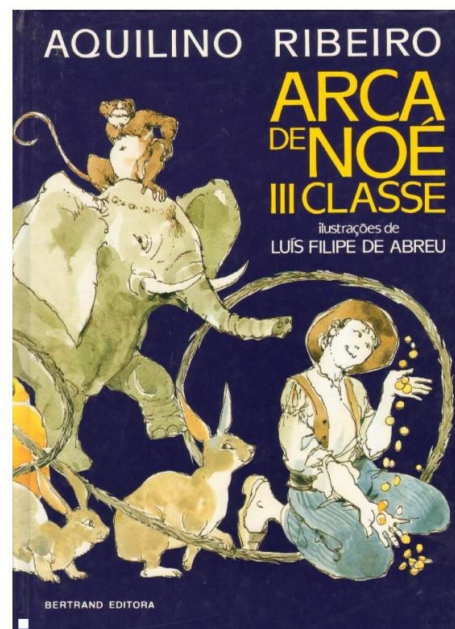


Arca de Noé

"E ordenou mais a Noé o Deus irado: Dos seres vivos que andem de seu pé, caminhem de rastos e voem, recolherás um casal na arca. Porque vai chover a potes, sem descanso, quarenta dias e quarenta noites, e tudo o que fora dela ficar perecerá[...]", in *Arca de Noé*, Aquilino Ribeiro, Primavera de 1936

Desfolhemos o livro *Arca de Noé III classe* e deliciamo-nos com as histórias do Mestre Grilo e a gigante dormia; a história do Macaco Trocista e do Elefante que não era para graças; história do Coelho Pardinho que ficou sem rabo e outras engraçadíssimas contadas pelo Mestre Aquilino.

São horas de partir rumo à freguesia do Carregal.



Freguesia do Carregal

Aqui, convidamos o visitante, como não poderia deixar de ser, a visitar a casa onde Aquilino nasceu, a 13 de setembro de 1885.

Depois de atravessarmos o portentoso Pórtico dos Sanhudos, com brasão de família, assistiremos, sentados nos degraus de granito da humilde casinha de traça rural onde Aquilino Ribeiro nasceu, à leitura de um pequeno excerto do livro "Cinco Réis de Gente", que relata os primeiros anos de vida do escritor naquela localidade.

"Retrocedendo nos limbos do passado até onde a minha memória é como a lanterna dum mineiro perdido no fundo duma galeria, que vejo? Vejo no grande e dismantelado pátio fidalgo a nossa casa, de lojas para animais e habitação, com sua obsequiosa escada de pedra e um esgrouviado sabugueiro a bater atônito nas vidraças, que deitavam para o povo, sempre que o Soño soprasse mais forte. Vejo depois a larga porta de dois batentes escancarada, e na sala do tecto em pirâmide octogonal, obrada de velho castanho, uma coisa rastejada. Meu pai, minha mãe e uma mulherzinha magra e baça, casados nas Arnas, irmã do monge, dobravam-se muit interessados a observar (...)", in Cinco Réis de Gente



Ainda pelo berço de Aquilino...

No sossego inspirador do local, contemplaremos o berço do escritor: a bonita igreja e os frondosos ciprestes que Aquilino Ribeiro descreveu desta forma: *"Estes ciprestes, quando, nos dias de Inverno, ia esmurrar o nariz contra as vidraças em que a chuva ru-fava e desdobrava suas toalhas de água pareciam entesar-se ainda mais na corpulência de bronze. Batidos pelo vento, não gemiam como as demais árvores. Também não es-bracejavam maciços como eram, apenas inclinavam levemente a coruta esguia, percorridos por um brando tremor. Eu olhava para eles, assim mudos, fixos e sobranceiros, e recebia deles uma lição de altitude e de firmeza"*, in *Cinco Réis de Gente*

Edificado no séc. XVI pelos donatários Álvaro da Costa e D. Maria Rebelo, a igreja de Carregal é um templo dedicado ao Divino Espírito Santo. O requinte arquitetónico do exterior, onde sobressai a sua torre sineira e a riqueza dos interiores são reveladores da imponência do edifício e da preponderância da freguesia. A freguesia do escritor. Destaque para os sinos da torre da Igreja, em particular para o Barradas, que foi trazido do Convento de São Francisco, no Concelho de Moimenta da Beira.



Tabosa do Carregal

Seguimos depois viagem para Tabosa do Carregal, uma anexa da freguesia do Carregal. Recebe-nos a impressionante fachada do Convento de Nossa Senhora da Assunção, último mosteiro cisterciense a encerrar em Portugal, inscrito na Carta de Cister europeia. A bonita igreja está sempre aberta e sobejam sinais da ligação próxima que manteve ao longo de quatro séculos com o Convento. Situada a poente do Carregal, esta povoação fora, de início, uma grande quinta de Diogo Ribeiro Homem. Passou depois, em virtude do casamento com D. Maria Pereira, viúva deste, a ser pertença de Paulo Homem Teles, fidalgo da Casa Real e tenente general das Armas da Beira. Vivendo pela segunda vez, D. Maria Pereira entregou-se a obras de caridade e devoção.

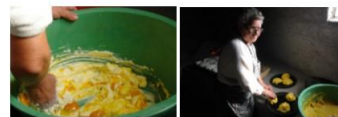
É neste contexto que funda, em 1690, na sua quinta na Tabosa um convento em honra de Nossa Senhora da Assunção ao qual legou todos os seus bens. As suas monjas seguem a regra Beneditina. O convento cai em ruínas em 1834 com a extinção das ordens religiosas. Só no século XX, pertença de particulares é restituída a imagem e imponência de tão grande legado patrimonial das terras sernancelhenses e de Cister.



Tabosa, os fálgaros e o Valeroso Milagre

Para além do deslumbre do convento, degustemos também os famosos Fálgaros, receita conventual legada pelas monjas convento e da qual o mestre Aquilino faz referência na obra "O Valeroso Milagre".

Para além dos Fálgaros, Aquilino relata o papel que o Convento desempenhou aquando das Invasões Francesas. Aqui fica um pequeno excerto: *"Também os caminhos que desciam da serra da Lapa e da Nave, os moradores de Águas Boas, Lamosa, Ariz, Peravelha, Lapa e Quintela vinham tresmalhados e em pequenos ranchos trazidos no mesmo fito: o Convento da Tabosa".* *Perante a séria ameaça de sofrerem os terrores da invasão dos franceses, Frei José teve a brilhante ideia de trazer para o mirante todos os santos existentes na igreja e no convento. Rodeou-os de velas a arder, o que à distância fazia realçar o resplendor, igualando-os a figuras humanas. Os franceses, apercebendo-se do número e da suposta força do inimigo, retiraram e encaminharam-se para Almeida, tendo deixado sossegado o Convento de Tabosa do Carregal. Para Trás, e por onde passaram, deixaram um rasto de destruição e pilhagens. Aqui, neste Convento, gritava-se Milagre, Milagre. "Os franceses tinham dado às trancas, deixando boa maquia! (dois cavalos selados) Louvado fosse Deus, todos os seus anjos e santos e mais Frei José, o bom mezinheiro do prodígio", in "O Valeroso Milagre".*



Fálgaros

Ingredientes

1kg de farinha
12 ovos
1 queijo fresco
0,5l de leite
Pó Royal /ou Fermento

Lapa

Aguarda-nos a Lapa, lugar de peregrinação e culto. Deslocamo-nos para o santuário Mariano, fundado há mais de cinco séculos pelos Jesuítas. É um lugar mágico. Situado a cerca de mil metros de altitude, fez da fé e da crença na Nossa Senhora da Lapa fator de dinamização e atratividade, sendo hoje uma porta de entrada de milhares de peregrinos que acorrem às romarias de 10 de junho, 15 de agosto e primeiro domingo de setembro. Vila até 1885, a Lapa foi território de vivência para Aquilino Ribeiro, que ali estudou e completou os estudos primários. A escola funcionava no Colégio, hoje albergaria, onde a reitoria do Santuário quis manter intacto o quarto número 33 que pertenceu ao Mestre. O desprendimento, a simplicidade e a sobriedade dos utensílios é reveladora da educação religiosa que lhe moldou o carácter. A Paisagem, essa, marcou-o sobremaneira. Haveria de ser a Lapa a inspirar dezenas de relatos fantásticos, nomeadamente aquando das romarias, quase sempre geradoras de feroz lutas e disputas.

É, pois, neste contexto paisagístico e monumental que vamos desfrutar do excelso "bacalhau à Aquilino", uma iguaria retirada dos seus livros, de confeção muito simples e cujo paladar é fantástico!



Bacalhau à Aquilino

Batatas cozidas

Bacalhau grelhado e desfiado

Colorau

Alho



O Colégio, a Romaria e as iguarias

" (...) Agora vai para o colégio da Lapa. O senhor Garrafão Saraiva faz o obséquo de velar por ele, não é assim? Coitado vai estranho... inseguro... nunca saiu da toca. Ampareme o homem! (...) O rapazinho havia de ser por formação o que ditassem o clima social e a sua índole. Era saudável e abundante a alimentação? Eram bons os ares? O P.e Sigismundo garantiu que se vinha de lá com estômago de avestruz e que, em matéria de ares, a Lapa era uma autêntica Suíça. Arranjavam-se lá pulmões à prova de bala, quanto mais de bacilo! ", in Cinco réis de Gente

De seguida, visitaremos o museu do santuário (único no país graças à rara coleção de ex-votos pintados pelo sernancelhense Carlos Massa), admiraremos o pelourinho e a elegante fonte dos Clérigos. Se o almoço e os pecados não pesarem, teremos obrigatoriamente de cumprir a promessa de quem vem à Lapa: é preciso passar pelo penedo.

A Lapa é famosa também pela sua gastronomia, nomeadamente o pão e o queijo. A Lapa, porque a sua água é excelente, não tem outra indústria além da do pão cozido.



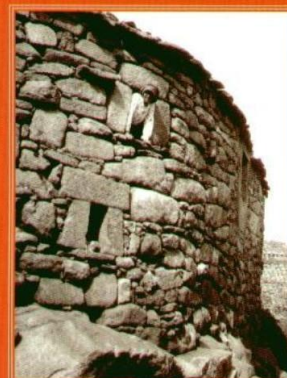
O Vouga, um rio de trutas

Seguiremos à nascente do Rio Vouga.

"É o Vouga. Havemos de ir lá às trutas. As azenhas pelos rios e riachos moem a farinha do trigo criado nos agros da região. Tinha-se a impressão, quando os bolos saíam do forno, de mastigar um manjar real. Estio abrasido, ao pão tão celebrado falta o condimento particular, a água própria. Na Lapa tem sua nascente, se os compêndios de instrução primária falam verdade, o mais lusitano dos rios, o Vouga (...), in Aldeia, Terra Gente e Bichos.



AQUILINO RIBEIRO



ALDEIA: TERRA,
GENTE E BICHOS

B

BERTRAND EDITORA

Quintela

Depois da Lapa, visitaremos a Freguesia de Quintela. Localizada na encosta que desce da Lapa para a nascente do Rio Vouga, por entre pinheiros e pastos verdejantes, encontra-se o casario do povoado de Quintela. Os jesuítas foram determinantes para a evolução de Quintela. A esta freguesia pertencem as localidades da Quinta de Almarigo, Cando e Moinhos do Vouga. Se tivermos tempo visitaremos os Moinhos do Vouga. Sítio paradisíaco repleto de tranquilidade e inspiração.

Quintela é uma freguesia muito exposta à erosão e às agruras dos temporais, a freguesia não tem solos ricos para a agricultura, mas, em compensação, detém pastos abundantes que ajudam no desenvolvimento da pecuária. O queijo é, de resto, uma importante fonte de receitas das famílias locais. Terra de gente trabalhadora e hospitaleira, não esconde a humildade das suas gentes.

A pecuária é ainda uma forma de subsistência, a que está associado o fabrico dos pequenos queijos de vaca misturados com cabra, que correm mundo. De sabor e aspetos inigualáveis, são o manjar dos Deuses, que casam na perfeição com o trigo da Lapa, amassado com água da nascente do Vouga.

Aquilino retrata esta gente e estas Terras no seu livro "Terras do Demo", quando se refere à personagem "Quinzinho" da qual destacamos um excerto.



Quinzinho e a vaca Ramalha

(...) "Quinzinho, tendo nascido com sérias enfermidades, logo os pais pediram ao Santo Antão que por ele velasse e o restituísse das suas plenas faculdades. O desejo de ver o seu filho livre de constantes maleitas, fez com que os pais prometessem o peso da vaca Ramalha em cera se Santo Antão atendesse ao pedido. Quando completou 16 anos de idade, Quinzinho rachava um carro de lenha com uma destreza admirável. Doença curada, promessa para pagar! Eis quando os pais decidiram ir vender a vaca Ramalha à feira de Lamas. Mas Quinzinho, esperto, disse à mãe que levasse também um galo para a feira. Chegados a Lamas, Quinzinho licitou a vaca por uma libra. Espantados e desconfiados, os compradores acharam "vaca gorda por tão pouco dinheiro". Ainda assim, um chegou-se à frente e mandou uma libra pela Ramalha. Quinzinho disse então que a palavra ainda não estava dada e que quem levasse a vaca tinha também, de comprar o galo. Só que pelo galo pediu vinte libras. Dado o preço exagerado, foi preciso regatar preço. No final, a vaca e o galo foram vendidos por 19, 5 libras, tendo o custado a vaca meia libra e o galo 19. Quinzinho disse então à mãe "Vá comprar uma vela de meia libra" para pagar a promessa, "acenda-a aos pés de Santo Antão no dia seguinte da festa para que se digne alumiar-lhe o entendimento. E, olhe, não se esqueça: com cera sobeja, arrisca arder a igreja"(...).

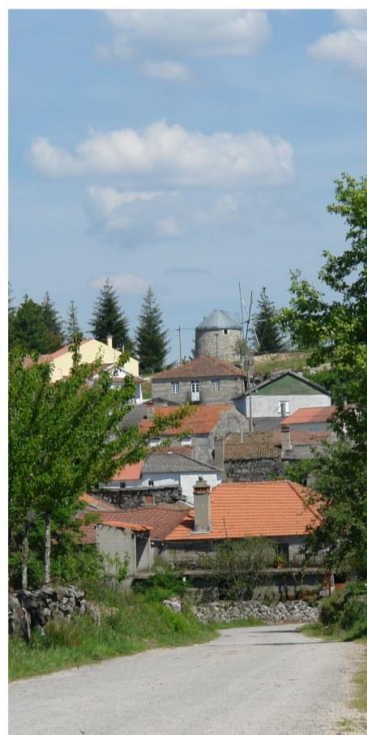


Lamosa

Subimos depois à fregueia de Lamosa, posicionada no planalto. Coração das "Terras do Demo" e o único território do Concelho de Sernancelhe inserido na Rede Natura 2000. Convidamos o visitante a trilhar estas terras.

Lamosa situa-se entre as serras da Lapa e Nave, rasga horizontes por entre os planaltos e conduz o nosso olhar para o Marão e para a Estrela. O seu nome deriva da palavra "lamas", abundantes em redor do pequeno regato que banha o seu termo e de onde saem as saborosas trutas para colocar em calda de escabeche.

O curso de água, que se encaminha para o rio Paiva, é determinante para puxar as mós da família dos Moleiros. Dos há ainda um moinho de vento, requalificado para Centro Interpretativo da Biodiversidade da Rede Natura de Lamosa, cujos objetivos passam pela promoção na área de intervenção, conservação e divulgação da natureza e da biodiversidade dos espaços classificados no âmbito da rede natura, bem como a sua valorização articulada com o património arquitetónico, arqueológico e cultural. Pretende-se conservar os valores naturais, sensibilizando e envolvendo os cidadãos para a sua proteção, aplicando adequadas medidas de conservação, implementando, requalificação e gestão de habitats/espécies prioritárias e realizando atividades de divulgação e sensibilização.



O misterioso Moinho de Vento

Para além da Rede Natura 2000, Lamosa tem como ponto de grande interesse o moinho de vento que nunca funcionou porque ali se cruzam os ventos implacáveis do Marão e da Estrela. Ali nasce também o Rio Paiva e ainda se pescam as saborosas trutas que Aquilino descreve nos seus livros. Lamosa é, ainda, terra de eleição do Mestre, que a descreve no livro "Terras do Demo", elevando a figura central "O sangrador de Lamosa", do qual destacamos o excerto.

Já na "Geografia Sentimental" Aquilino dedica espaço à análise do moinho de vento, hoje Centro de Interpretação da Rede Natura de Lamosa, e espaço de recreação das tradições, usos e costumes da aldeia.

"Esta aldeia, à excepção das demais aldeias beiroas, ostentava um moinho de vento no seu tesó cimeiro. Mas eu via sempre as suas velas estáticas, e perguntava-me se não achava ali aquela construção exótica apenas para dar sainete decorativo ao fundo de serguilha da paisagem, depois da manta de negro e de verdete, que eram os telhados do povo", in Geografia Sentimental



Lamosa

Mandem chamar o barbeiro—ordenou o Rola velho.

"Ao redor do meio-dia, apareceu o barbeiro da Lamosa, com um pifão, o desalmado, que ate lhe caía a baba a falar. Carapuça a alentejana na cabeça, fato de cotim velho com os cotovelos reforçados de burel, uns socos de mulher, sem testeiras, saquinho de chita com a arte e os utensílios do ofício, era o mesmo de há vinte anos àquela banda por lugarejos e romarias. De beíçola arregoada dos frios, o carão sobre oblongo, cheia de cavas e de gorovinhas profundas, com nariz muito descido e os olhos pequenos, lembrava aqueles semblantes de arraianos que andam pela porta bufariando veniaga castelhana. Tinha, além disso, uma voz agreste de falsete, com rompantes de borracho e loas de doutor das dúzias, que entrava pelas casas como granzito. Dentro ou fora de seus cinco sentidos, um empurrão de menino daria com ele em terra. Vagabundeando quási sempre sem outro sustento além do vinho e a côdea, que na hora lhe davam para puxavante, com as calças a cair do ventre esfalfado, a bater o chão com um pau de marmeleiro, era a figura mesmo da Fome. Os cães arremetiam para ele da boqueira das portas, e o rapazio jugava-lhe rabo-leva isso surriadas. Não lhe sabiam o nome; era o barbeiro da Lamosa no geral, o mestre á cabeceira dos doentes. O barbeiro veio ante o Rola, escoltou-lhe a língua e as fontes da cabeça, ouviu-lhe o roncadouro e tartamudo, zambro de todo disse que o doente estava de mal parecer e era mister aliviar-lhe já os zomores com uma sangria", in Terras do Demo.



Granjal

Exaustos mas, certamente mais ricos culturalmente, levamos o visitante a descer até à freguesia do Granjal. Antiga freguesia de Nossa Senhora do Hospital, no lugar do Granjal, foi um curato anexo à reitoria e comenda de Sernancelhe, da Ordem de Malta e da apresentação do comendador. Passou, depois, a freguesia independente no sec XIV. No Granjal as tradições agrícolas ainda resistem ao tempo.

O visitante é convidado a apreciar toda a paisagem que se avista do monte onde se encontra a capela dedicada a Nossa Senhora da Aparecida. No horizonte revela-se toda a beleza patrimonial e paisagística existente na aldeia, que fora em tempos terra de gente nobre. A comprová-lo estão os seus solares e brasões de família. Casas de estrutura tradicional com dois pisos e onde o rés do chão pertencia aos animais que aqueciam o primeiro piso nas noites gélidas de inverno, realidade destas "Terras do Demo".

Levamos o visitante a conhecer a Igreja Matriz e o cruzeiro que fora eleito uma das 7 maravilhas do concelho pela sua unicidade e requinte arquitetónico, despontando a sua base, a cruz floreteada e o globo.



"Olha, é o Faustino" do Granjal

O Granjal é uma aldeia que resgatou ao mestre muitas e belas descrições, que surgem em diversas obras.

Aquilino retrata a Terra do Faustino (Meneses), que se diz ter sido aluno do colégio da Lapa, e conhecido por liderar as zaragatas durante as procissões a caminho da romaria da Lapa.

A mais interessante porém, surge no livro "Estrada de Santiago", capítulo Valeroso Milagre, em que o Faustino é o cabecilha de uma espécie de guerrilha que defende os povos das invasões francesas.

"Chegando ao convento da Tabosa do Carregal, e em pleno momento de aflição, o povo gritou de alegria: "Olha, é o Faustino!". Aquilino descreveu assim: "O Faustino, filhote do Granjal, ganhara fama de teso em arraiais e romarias daquela festeira corda de terras. Capitaneava uma malta de caceiteiros, e quem lhes fizesse uma desfeita ou pretendesse competir com eles em primores de valentia tinha guerra".

As suas ações de luta durante as procissões colaram aos granjalenses o epíteto de "pau da cruz", já que, em certa procissão, não tendo armas para derrubar os adversários, socorreram-se do guião da cruz (em madeira) para arriar nos "inimigos". Em homenagem a tal epíteto, foi erguida uma escultura em granito à entrada da aldeia onde ficou plasmada a força das mãos ao agarrar no pau.

Precisamos de descanso, faz-se tarde!



Freixinho

Descendo à beira do Távora, Aquilino Ribeiro leva-nos a Freixinho. Aqui pernoitamos numa linda estância outrora Recolhimento dedicado a Nossa Senhora do Carmo, hoje um espaço dedicado ao turismo rural.

Deixemo-nos deslumbrar com o local, com este ar puro e contemplemos a paisagem e todo o edifício de janelas estreitas, longos corredores e muitas dependências, existindo ao centro um claustro quadrado rodeado por varandas, apoiadas em colunas. Administrado e gerido por religiosas sem clausura nem votos, escapou à sanha devastadora de 1834. Com a Implantação da República, o imóvel foi confiscado, tendo sido expulsas as religiosas e os seus dotes igualmente confiscados com todos os bens do Convento. Com o seu desaparecimento, as classes humildes perderam um importante auxílio para a sua vida educativa, religiosa e social.

Aquilino fala-nos do Recolhimento Nossa Senhora do Carmo no seu livro "Cinco Réis de Gente".

"(...)Sossegue, Senhor Filipe, sossegue—disse-lhe a abadessa—que desta feita não há-de vir mal ao mundo nem à sua filha. No nosso recolhimento educam-se meninas para a vida de sociedade não se toma véu. Quem quiser professor passa a outras casas. De modo que não vimos mal nenhum que o senhor Pedrinho de Fafe e Lérda goste de Custódia e ela dele(...).



Cabrito assado com castanha

- Batatas pequenas: 3 kg
- Azeite: q.b.
- Sal: q.b.
- folha de louro: 1
- Pimenta: q.b.
- alho: 12 dentes
- Vinho branco: q.b.
- cebolas grandes: 10
- cabrito com cerca de 5 kg: 1
- Arroz: 1 kg
- cerveja: 1
- Colorau: q.b.



As Cavacas de Freixinho

Percorremos todo o espaço e degustemos um "Aquilinus" a acompanhar as famosas cavacas de Freixinho. O vinho branco chega dos vinhedos do Vale do Távora e é engarrafado na Cooperativa do Távora. Percorre o País e tem arrecadado importantes prémios ao longo dos anos. Dizem que não há outro capaz de acompanhar tão bem com as cavacas como o néctar bafejado pelos ares do Rio Távora.

As cavacas inventadas pelas recolhidas do Convento de Nossa Senhora do Carmo, transformadas em "presente de abades e doutores", como Aquilino descreve em "Geografia Sentimental", são feitas com farinha, ovos, azeite e calda de açúcar, sendo um produto de referência no Concelho e na região, cotando-se como importante fonte de receitas para várias empresas familiares de Freixinho. O forno comunitário de Freixinho assiste à cozedura do pão e das cavacas com regularidade assinalável.

É hora de nos sentarmos numa das salas, outrora capela e sacristia, ao som de uma música conventual, e degustemos um "cabrito assado com castanhas à Aquilino".

Antes da hora do sono, desloquemo-nos para o claustro.

É no claustro que iremos assistir à peça de teatro "Malhadinhas", representada pelos alunos da Escola Profissional de Sernancelhe.



Trigo tremês, o trigo que as pessoas já não semelam como antes por ser um trigo caro. O trigo vai para o moinho para ser moído, é peneirado e tira-se o alinho de farinha, vai para moçar juntamente com os ovos, azeite. As cavacas são cozidas no forno de lenha. Depois de serem cozidas são escovadas para lhes ser tirado a farinha, ao fim de estarem frias passa-se o açúcar.

A beleza da aldeia ribeirinha

Os visitantes assumirão também importantes papéis na encenação, já que as adaptações dos livros de Aquilino não dispensam o calor humano, a alegria e a folia. Os trajes, os utensílios, a romagem à feira de Barreiras (hoje Vila Nova de Paiva), o bairrismo extremado e os despiques eram apreciados por Aquilino com se estivesse munido de uma implacável máquina de filmar.

O resultado são os seus livros, que a Escola Profissional de Sernancelhe inclui nos programas escolares de português. Incentivados pelos professores, os alunos tem vindo a adaptar excertos para teatro e o resultado é admirável!

Chegou a hora do merecido repouso. Desloquemo-nos para os aposentos. Admiremos toda a decoração do espaço! Repousemos, tendo na mente a paleta de cores que forma esta deslumbrante paisagem que envolve Freixinho. Terra de monumentos, é a escolha perfeita para retemperarmos forças para um novo dia, que se espera tão entusiasmante como o primeiro, que agora termina.



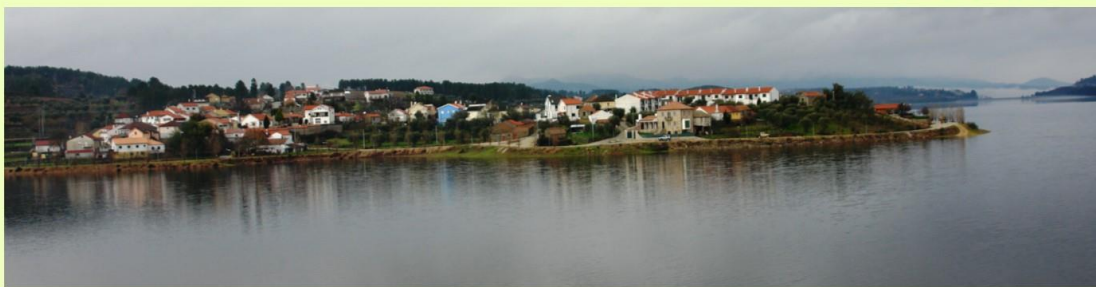
Atividades para o 2.º dia de Visita

Horas	Atividades
9:00 h.	Pequeno Almoço no Convento de Nossa Senhora do Carmo
10:00h	Partida para a freguesia da Faia— Visita ao Centro de Interpretação, Igreja de São Martinho e sepulturas rupestre.
11:30h	Partida para a freguesia da Vila da Ponte, visita ao Santuário de Nossa Senhora das Necessidades e centro histórico.
13:00 h	Almoço no Restaurante "Pica—Peixe"
14:30 h	Partida para Soutosa. Visita à Fundação Aquilino Ribeiro e Biblioteca pessoal.
17:00h	Banquete aquilino servido no exterior da Fundação Aquilino Ribeiro.



Faia

A Faia pertence do grupo das aldeias ribeirinhas do Távora. Na década de 60, a sua gente teve de fugir das margens e deslocar-se para a parte mais elevada da aldeia. Debaixo de água ficaram os solos mais produtivos e o conjunto de sepulturas escavadas na rocha, que denunciam a sua antiguidade. A Igreja de São Martinho também não passou ao lado da construção da Barragem e teve de ser erguida no alto, fazendo-se rodear de pequenas habitações em granito que serviram de albergue aos funcionários da EDP que aí trabalharam. Passado o sobressalto, a população procurou novas parcelas para cultivar e construiu mais longe do leito do rio. Recente, mas também sinal do aproveitamento dos recursos naturais, é a Zona de Lazer e Recreio, bem enquadrada paisagisticamente. Hoje, podemos encontrar na aldeia um espaço de interpretação, construído no edifício da antiga escola primária, que explica a história da aldeia antes e depois da construção da barragem, há 48 anos. Convidamo-lo a entrar.



Vila da Ponte

Vila da ponte é a freguesia conhecida como a Pérola do Távora, devendo o seu nome a uma antiga ponte de cantaria que ali existiu.

Ocupada pelos romanos, paróquia cristã durante a Idade Média, Vila da Ponte ganhou o estatuto de Vila em 1661, tendo-lhe sido atribuída Câmara, Casa da Cadeia e Pelourinho. O facto levou ao aparecimento da fidalguia. Gouveias, FONSECAS, REBELLOS, ALMEIDAS, LEITÕES, CARDOSOS e LUCENAS ergueram aqui as suas casas, das quais ainda se apreciam construções espaçosas e elegantes, ostentando nas fachadas os seus brasões.

Vila da Ponte foi concelho até 1855, sendo então integrada no concelho de Sernancelhe. É uma aldeia conhecida pelo bonito Santuário da Senhora das Necessidades, palco de interessantes relatos de Aquilino, a propósito de um certo clérigo...



O Capelão Frei Tomé

"(...) Frei Tomé, ainda na flor da idade, fugiu aos muros do Convento da Fraga e passou a Capelão do Santuário de Nossa Senhora das Necessidades, de Vila da Ponte (...)"

Frei Tomé era um ramboeiro, *"expulso mil vezes da ordem"* e chegou a estar a pão e água na cárcere do convento; ficou conhecido pelas suas investidas junto das noviças, o que obrigava a esquemas apertados para o controlar; fama que continuou aqui pela Vila da Ponte, a que juntava os seus dotes oratórios.

Em termos de gastronomia, a Vila da Ponte é conhecida pelo petiscos à base de peixinhos do rio. É num desses restaurantes que vamos almoçar os famosos "Peixinhos do Rio" no restaurante "Pica-Peixe". Vamos até lá.



Casa Museu Aquilino Ribeiro

Depois do Almoço um pouco demorado, partamos para Soutosa, uma freguesia do concelho de Moimenta da Beira e segundo berço do escritor. Lugar de regresso e centro do mundo para Aquilino. Sítio de repouso, bem estar onde o escritor buscava forças todos os verões. Assim o disse um dia.

"(...) Quando me instalo na aldeia—e nunca será para menos do que os três meses de Verão—hei-de levantar-me infalivelmente com a alba. À sua luz indecisa bailavam os turdetanos, nossos avós, saio eu com a minha indócil pachorrada. Ainda no adro da capela não estreloçou o primeiro tamanca de zagala a tanger o rebanho da serra; ainda os pardais, que elegeram domicílio nas glicínias e na vinha virgem que revestem a casa, não deram sinal de presença, e todavia são tão matutinos que o primeiro raio de sol (...)", in Geografia Sentimental

Visitemos aquele que foi durante décadas o seu repouso e inspiração, onde se destaca a biblioteca pessoal.



Os sinais de Aquilino

Esta casa, atualmente Fundação Aquilino Ribeiro, fora herdada pelo seu pai Joaquim Francisco Ribeiro. É aqui que estão guardadas as suas memórias.

A casa-museu possui uma capela privativa, um pátio interior e anexos de lavoura. Aqui poderá encontrar expostas centenas de objetos pessoais do escritor, do seu pai, postais, fotografias e uma biblioteca. Em Soutosa Aquilino escreveu boa parte da sua imensa obra literária, cotando-se como um dos mais destacados biógrafos da Beira.

O Visitante é levado a percorrer todos os aposentos onde se podem encontrar várias salas recheadas com estantes de primeiras edições dos livros de Aquilino Ribeiro e vitrinas onde estão expostos, através de postais e fotografias, "pedaços" da vida do escritor, com destaque para o período partilhado com Grete Tiedemann.



Uma viagem pela memória

É neste espaço repleto de memória que finalizamos a nossa visita por Terras de Aquilino.

Estamos certamente mais enriquecidos!

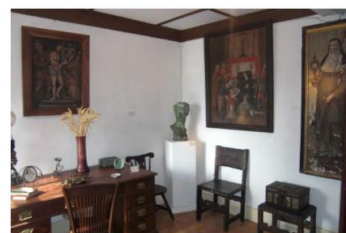
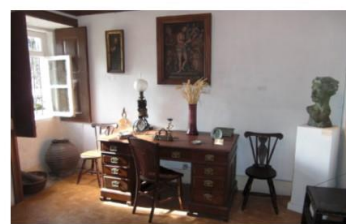
Hoje, conhecemos a mundividência do escritor e a sua obra.

Percorremos os seus trilhos, saboreamos a sua gastronomia, bebemos o vinho destas que foram em tempos as suas terras, contactamos com as suas gentes, usos, costumes e tradições.

Esperamos que voltem para desfrutarem daquilo que um dia o escritor e o Homem souberam valorizar e eternizar.

Para finalizar será servido aos nossos visitantes um banquete aquilino.

Bem Hajam!



Os sabores aquilinos

Neste banquete não podem faltar as trutas, o farnel, um cesto farto que, entre outras coisas, inclui pão, morcela assada, salpicão cru, linguíça assada e pataniscas de bacalhau. "*Pitéusinhos que nos fazem esquecer das misérias humanas*", resume Aquilino. Sem esquecer os "infalíveis bolinhos de bacalhau, que na ficção *"estavam de morrer por mais"*.

Falta ainda a feijoada com "*muita molhanga e pimentinha*" e "*as rijas pançadas de broa rural, rilhadas a paroquiar Corno de Bico*".

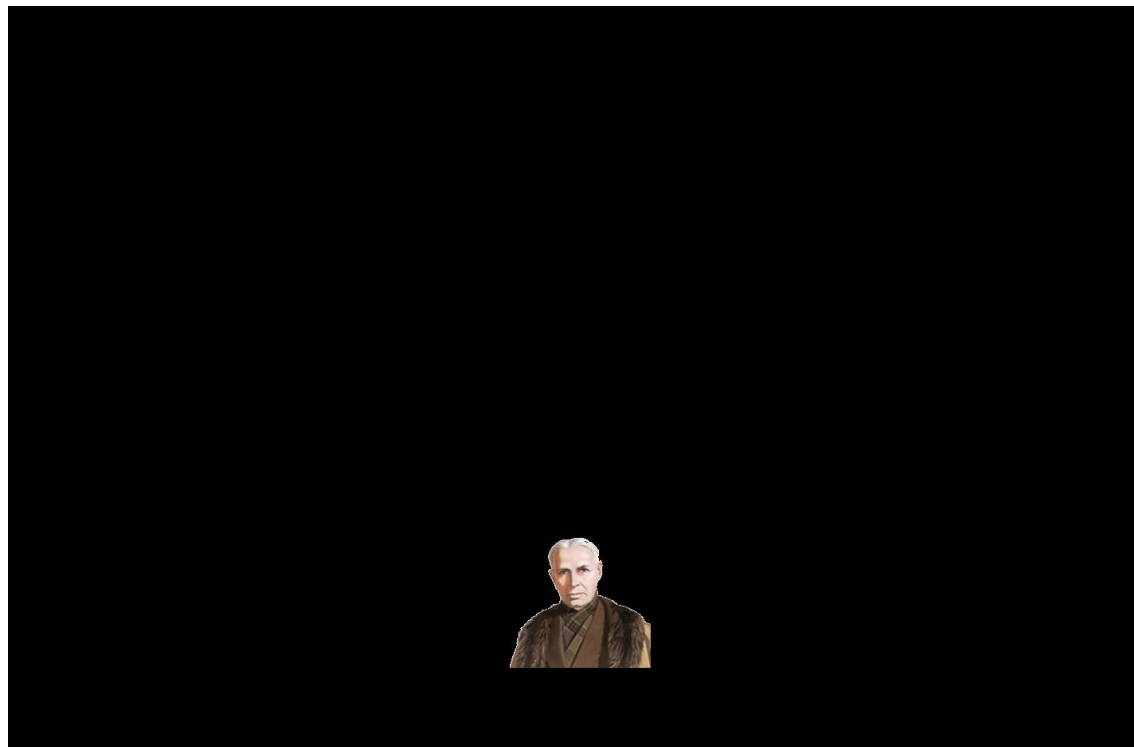
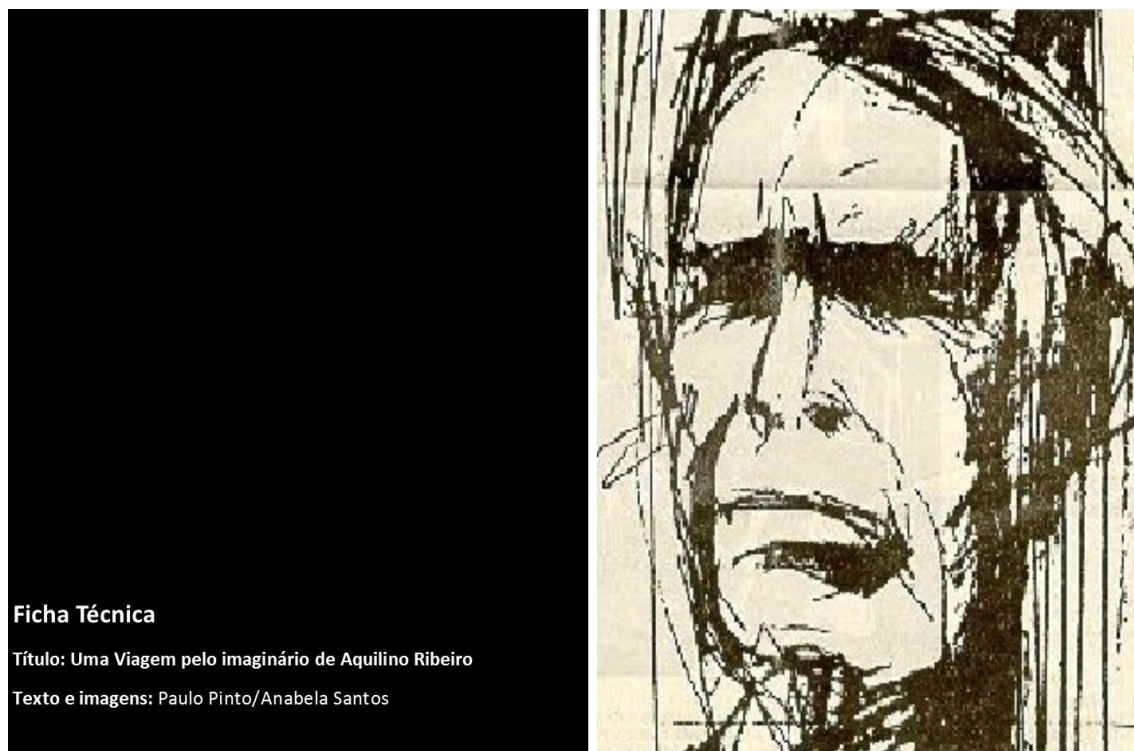
No final, um arroz doce "*com polvilhamentos de canela sobre brancuras de jaspe*", seguido de um café com biscoitos, uma maçã dos pomares de Moimenta da Beira, natural como é colhida da árvore, uma castanhas de Sernancelhe se for tempo delas, ou numa bela tarte polvilhada a canela.



"(...) Quando se passa à vista dessas serranias, perfiladas no horizonte, que têm o seu quê das monticulações dos formigueiros, cheias de povos, de passaredo, de bicheza humana e montesinha, torna-nos, da projecção de nossa pequenez sobre a imensidade e o mistério da distância, um sentimento que tanto pode ser de exaltar como de deprimir. Mas os montes, que ao longe parecem irredutíveis em sua braveza, vistos ao pé, convencem-nos que mediante umas tantas jornas de enxada ou jeiras de arado se lhes poderia imprimir outro fâcies. Eles já o tiveram abundante e luxurioso, feito do belo roble da Lusitânia, do castanheiro, do freixo, da faia, no tempo das orcas e ainda das citânias. Depois disso as guerras, com os inevitáveis incêndios ateados pelas invasões e as lutas da reconquista, devastações forçadas umas e espontâneas outras, ceifaram o arvoredo que fizera a riqueza e formosura da terra (...)".

In Geografia Sentimental





Apêndices

Apêndice A:

Terras do Demo: dois concelhos, a mesma identidade aquiliniana

Incontornáveis na geografia sentimental e literária de Aquilino Ribeiro, as "Terras do Demo" que o escritor batizou e imortalizou estão situadas na área territorial dos Concelhos de Sernancelhe e Moimenta da Beira, partilhando ambos da ligação fronteiriça e da identidade aquiliniana que os caracteriza (Roteiro Turístico de Sernancelhe, 2010).

São territórios considerados retalhos aquilínianos no Centro Norte de Portugal, *"povoados por gentes afáveis e hospitaleiras que desbravaram as Terras do Demo e moldam a sua identidade"*, como descreve o desdobrável turístico de Moimenta da Beira, disponível no Posto de Turismo.

Para Almeida (1997, p.7) esta região é *"depositária de um museu vivo plasmado nas páginas do escritor, cuja verdadeira dimensão está ainda por apurar"*, fortalecida pela razão de condensar *"vivência ética, saber antropológico e etnográfico, consciência social e comunitária, inserção histórica e dimensão ideológica"*, que explicam a personalidade culta e cosmopolita de Aquilino Ribeiro.

Chegar às "Terras do Demo" já não é tão difícil como nos tempos de Aquilino Ribeiro²³, quando a viagem por *"lanços perigosos e ziguezagues mortais"* mais parecia *"o caminho marítimo para a Índia"*. Na altura, *"largava-se de Viseu pela tardinha"* e ia-se *"para o cabo do mundo"*, mas agora pouco mais meia hora basta para chegarmos da capital de distrito às "Terras do Demo", uma das portas deste território *"por onde "nem Cristo" nem "el-Rei" passaram.*

O epíteto dado a estes territórios, que concentram hoje cerca de 20 mil habitantes, advinha das características físicas, humanas, sociais e culturais que perscrutava nestas terras e nestas gentes (Instituto Nacional de Estatística, 2012).

²³ "Geografia Sentimental" (1951), obra de Aquilino Ribeiro que dá a conhecer, pormenorizadamente os lugares marcantes da sua vida.

Em comum, estes concelhos têm o facto de serem fronteiriços²⁴, partilharem da mesma paisagem, de ritos e rituais, de um sentido de isolamento que há muito lhes tolhe os horizontes do desenvolvimento e de perfilharem de uma ruralidade ainda bem viva.

Há também uma ligação de valor imaterial muito forte entre os dois concelhos, potenciada precisamente por Aquilino Ribeiro, pelas suas obras, pelas descrições que legou, pelo levantamento biográfico que efetuou (que contempla a cultura, a gastronomia, a caça e a pesca, a natureza, a geologia, a etnografia, entre outros) e que, só por si, parecem reunir premissas essenciais para que sejam elaborados roteiros de visita, atrair públicos infantis e em idade escolar, investigadores ou simples curiosos da mística vivência associada aos escritores do século XX português.

Por outro lado, os dois concelhos são guardiões de um património material de reconhecido valor. Em Moimenta da Beira, na freguesia de Soutosa, está ainda a casa onde viveu, hoje Fundação Aquilino Ribeiro; em Sernancelhe, na freguesia de Carregal, está preservada a Casa onde nasceu, o Colégio e Santuário da Lapa onde completou o ensino primário, o Convento de Cister de Nossa Senhora da Assunção (onde decorreu a ação da obra "Valeroso Milagre"), o Convento de Freixinho, onde a sua tia esteve recolhida, entre tantos outros lugares imortalizados em muitas das páginas que nos deixou.

São os elementos patrimoniais comuns aos dois concelhos, explicativos da identidade aquiliana deste território, que nos propomos apresentar de seguida. Como forma de demonstrar a sua valia histórica e cultural, socorremo-nos da obra do próprio escritor e, de certa forma, é ele quem descreve os locais, quem dá pistas e orienta a visita aos mesmos, quem desvenda o potencial de cada um. Mais importante, entendemos ser esta a melhor forma de demonstrar a ligação entre o escritor e o seu território, entre a obra e os elementos que poderão constar de rotas e roteiros e que, mais do que musealização, desvendam aptidão para despertar emoções e proporcionar experiências se o turismo cultural for encarado como estratégico para a região.

²⁴ Instituto Geográfico Português (2013), Carta Administrativa Oficial de Portugal (CAOP), versão 2013. Direção-Geral do Território. Consultado em 02/05/2016

A Casa de Soutosa

Em Soutosa, Moimenta da Beira, situa-se um dos pontos marcantes do escritor, a Fundação Aquilino Ribeiro²⁵ – casa-museu e biblioteca.

Ilustração 2 - Soutosa, atual Fundação Aquilino Ribeiro, em Moimenta da Beira



Fonte: Elaboração própria

Foi nesta aldeia que o autor criou muitas das suas obras. De acordo com Correia (2003, p. 14)²⁶, autor do roteiro "Viajar com...Aquilino Ribeiro"²⁷, *"Soutosa é, na Beira, o lugar paradigmático de criação. Soutosa torna-se um segundo lar. E Aquilino quando pode volta. Voltará todos os anos depois. Sempre por três meses, no verão. Então os dias ficam mais cheios (...) entretém-se com os camponeses que lhe contam as últimas histórias (...) A mesa longa que hoje repousa na velha casa feita Casa-museu é símbolo dessa jeira vastíssima lavrada, da epopeia construída para celebrar a terra que ele ajudou a criar e os homens que ali cavaram juntamente, de*

²⁵ A Fundação Aquilino Ribeiro foi instituída por escritura pública, publicada no Diário da República, III Série, n.º 185, de 11.08.1988

²⁶ Alberto Correia, natural da freguesia de Sarzeda, Concelho de Sernancelhe, é um dos maiores divulgadores da vida e obra de Aquilino Ribeiro, autor de vários trabalhos temáticos sobre Aquilino, tendo sido Diretor do Museu Grão Vasco, de Viseu.

²⁷ Edição do Ministério da Cultura, Delegação Regional da Cultura do Norte, integrado no projeto "Viajar com...Os Caminhos da Literatura" (2003), patrocinado pelos Municípios de Sernancelhe, Moimenta da Beira e Paredes de Coura.

outro modo, para que se tornasse habitável pelos seus filhos essa pátria que se chamou Terras do Demo".

A Casa Museu é a nobre casa de Aquilino Ribeiro, datada do séc. XIX, e que deu lugar à Fundação Aquilino Ribeiro, instituição de utilidade pública sem fins lucrativos. A casa senhorial, como também é conhecida, tem como objetivo promover a vida e obras literárias de Aquilino Gomes Ribeiro e preservar as memórias do escritor, valorizando os bens culturais e promoção da sua obra com objetivos científicos, educativos e lúdicos (Município de Moimenta da Beira, 2016).

A Casa-Museu disponibiliza centenas de objetos pessoais do escritor, como livros, postais e fotografias. Sem esquecer o extenso jardim, o pátio interior da Casa, os anexos de lavoura e a Casa do Aldeão, que é conhecida por ser uma casa doméstica dos finais do século XIX, princípios do século XX, onde possui utensílios usados pelos nossos antepassados.

A Fundação Aquilino Ribeiro viu os estatutos serem alterados em 2011, depois da morte da última herdeira do espaço, e a gestão confiada aos municípios de Sernancelhe, Moimenta da Beira e Vila Nova de Paiva. Até ao momento, apenas ainda foi gerida por Moimenta da Beira, estando atualmente sob a responsabilidade do Município de Sernancelhe.

Recebe visitas de grupos, sendo que a dinamização do espaço depende, na sua totalidade, da ação dos municípios, que incluem nas propostas definidas para os visitantes, uma visita ao espaço. Com efeito, a visita resume-se à vertente museológica, sendo possível perceber, pelos compartimentos da casa e pelos objetos decorativos, como seria o dia a dia do escritor e a sua relação com o espaço circundante.

O Pátio do Carregal, o berço

Aquilino Ribeiro nasceu no Carregal, concelho de Sernancelhe. Da casa natal recordou o *"grande e desmantelado pátio fidalgo"*²⁸ e os ciprestes vizinhos *"batidos pelo vento que não gemiam como as demais gentes"* (...) *"Eu olhava para eles, assim mudos, fixos e sobranceiros, e recebia deles uma lição de altitude e firmeza"*, escreveu em Cinco Réis de Gente.

Ilustração 3 - Casa onde nasceu Aquilino Ribeiro, no Carregal, Sernancelhe



Fonte: Elaboração própria

Os ciprestes referidos por Aquilino Ribeiro e o pátio ainda permanecem, assim como o mosteiro cisterciense de Tabosa, localidade pertencente à freguesia de Carregal, onde decorreu a ação do livro *"Valeroso Milagre"*²⁹.

Casa de traça rural, tem à entrada o Pórtico dos Sanhudos, com brasão, que abre portas a um enorme pátio, onde se adivinha o patim da habitação onde nasceu o escritor (Roteiro Turístico de Sernancelhe, 2010).

²⁸ "Cinco Réis de Gente" (1948), obra dedicada à sua terra natal e que retrata os primeiros anos da sua infância.

²⁹ "Valeroso Milagre", inserido na obra "Estrada de Santiago" (1922).

Impressiona o imponente pórtico granítico, ameado, com pedra de armas, que dá acesso a um pátio de mansão senhorial. A casa de Aquilino não é, contudo, um palacete. Muito pelo contrário, é marcadamente simples, plena de sinais que advertem para o uso agrícola, com as lojas fundas para animais.

A lápide do centenário do nascimento do escritor está pregada à cornija e, quando se entra no "mundo das origens" do escritor, o livro de granito aberto, numa qualquer página por si escrita, à entrada, convida a procurar e gravar todos os sinais do Mestre Aquilino (Almeida, 1997).

Requalificado pelo Município de Sernancelhe na década de 90, o Pátio situa-se ao lado da Igreja e a aldeia de Carregal *"fica sempre espaço maternal deste cinco réis de gente que se solta para a vida montando cavalos de pau de brincadeira, caçando pássaros ou perseguindo libelinhas no ribeiro, jogando, inocente, ao amor"* (Correia, 2003).

Neste momento, a casa onde o escritor nasceu é propriedade de particulares, que, ainda que preservem a memória do espaço interior, a mantêm fechada à curiosidade dos visitantes, sendo que conhecer as origens de Aquilino resume-se, neste momento, a entrar pelo Pórtico dos Sanhudos, percorrer o pátio e admirar a fachada e o patim da casa.

Lapa, a Escola

Os estudos primários foram feitos no colégio da Lapa com *“pulmões lavados pelos mil metros de altitude, carne de cabra de manhã, ao meio-dia e à noite e palmatoadas pela medida grande, louvado seja Deus, a qualquer hora”*³⁰.

Ilustração 4 - Santuário da Lapa em dia de Romaria



Fonte: Elaboração própria

Já nessa altura, o Santuário da Lapa era palco de peregrinações de meio Portugal, atraído pela história da santa que apareceu a uma menina pastora e cuja imagem passou a ter abrigo entre os enormes rochedos de uma gruta³¹. Dos muitos ex-votos³² mais antigos (sendo que a maioria consta agora do Museu), sobressai um crocodilo embalsamado (que pode ser visitado na Igreja), supostamente trazido da Índia por um devoto que escapou à morte depois de uma luta com o animal (Cardoso, 2007).

³⁰ "Uma Luz ao Longe" (1948)

³¹ "O Livro do Menino Deus" (1945)

³² A Lapa criou o Museu do Ex-voto, que reúne quadros pintados como testemunhos de milagres operados pela Senhora da Lapa, pinturas assinadas maioritariamente por Carlos Massa, pintor de milagres da Sarzeda, Sernancelhe. Musealização foi da autoria de Alberto Correia e a gestão daquele espaço, que funciona na antiga Casa da Câmara e Cadeia, é da responsabilidade do Santuário da Lapa.

O Santuário da Lapa, cujas origens remontam a 1493, construído sob a orientação dos Jesuítas, tem na Igreja o seu maior símbolo, já que esta guarda na capela-mor o rochedo milagroso com a imagem da Senhora da Lapa. Integra também o Colégio, cuja construção começou no séc. XVI, onde Aquilino estudou.

As origens da Lapa explicam-se por uma lenda, a lenda da Pastorinha Joana, que Aquilino Ribeiro explica de forma irrepreensível na sua obra *Aldeia, Terra, Gente e Bichos*³³: *"Botava-se ao santuário gente de meio Portugal. Das bandas de Lamego, Penude, Magueja, além de cumprirem a novena nos quartéis edificadas adrede, munidos como vinham de suas sete pedras de sal, seu toucinho, seu pão de roda, no dia de Nossa Senhora entravam na avenida com grande espavento de bandeiras e guiões, todos os que punham opa enfeitados com rosários até os joelhos. Os anjos de asas de pato, os penitentes de mortalha branca que traziam à Senhora joia de preço ou a sua trança, se pesavam a centeio e, há quem diga, a prata, as charangas com forte pancadaria, tornavam a cerimónia pitoresca ao último grau e com ressaibo medieval. A adusta Lapa (lápiz, pedra) convertia-se com a afluência de povo num imenso presépio, mais garrido e animado do que alguma vez o amassou e pintou barrista ou entalhador. Por toda a parte se viam ranchos a bailar e a dar conta de suas petisqueiras, que sempre foi esta uma das funções das romarias.»* (Ribeiro, 1946).

Este Santuário, com mais de cinco séculos, é hoje um centro de peregrinação de referência a nível nacional como Santuário Mariano, tendo em tempos sido considerado um dos mais importantes da Península Ibérica, a par de Santiago de Compostela, em Espanha, com o qual se relaciona diretamente uma vez que este também é um ponto de passagem na peregrinação a Santiago de Compostela (Cardoso, 2007).

A Lapa integra a rota das Aldeias de Portugal³⁴, que tem como objetivo organizar e promover o turismo num conjunto de aldeias consideradas como tendo excecional valor patrimonial, quer material quer cultural. De acordo com dados do Santuário, publicados na sua página *online*, em 2009 foram registados 190 mil visitantes, a par de um conjunto de grupos organizados, bem como iniciativas de âmbito religioso que trouxeram muitos peregrinos ao Planalto da Lapa.

³³ "Aldeia, Terra, Gente e Bichos" (1946)

³⁴ Projeto Aldeias de Portugal realça o património e a história excecionais das comunidades rurais do nosso País, pugnando pela preservação das marcas identitárias de cada território.

No ano de 1855 a Lapa chegou mesmo a ser concelho, incluindo no seu termo as freguesias de Caria e da Rua (hoje integradas no concelho de Moimenta da Beira), tendo sido extinto em 1885. Aquilino Ribeiro esteve na Lapa no momento em que aquele local conhecia a sua maior projeção administrativa, tendo registado as marcas distintivas desse período nas suas obras (Rocha e Sousa, 2005).

Em toda a extensa obra literária de Aquilino Ribeiro, a Lapa surge associada a muitas descrições e sempre como espaço fulcral para a formação da sua personalidade. Alberto Correia recorda isso mesmo quando refere, no roteiro "Viajar com... Aquilino Ribeiro": *"Aquilino encontrou tudo igual, o santuário como abrigo de uma gruta feita de gigantescos rochedos, a pequenina imagem da Senhora, o ingénuo presépio de barro colorido, o impressionante altar da Crucificação com o Salonguinho a ferir o lado de Cristo, o lagarto preso por cambalheiras de ferro no alto da nave e as paredes do templo carregadas de ex-votos"*.

Convento da Tabosa, cenário do "Valeroso Milagre"

Sernancelhe ganhou o epíteto de "Terra dos Mosteiros" por possuir um importante legado patrimonial ligado à reclusão e culto, nomeadamente o Santuário da Lapa e o anexo colégio dos Jesuítas, o Convento de Nossa Senhora da Assunção, localizado na Tabosa do Carregal, o Convento de Nossa Senhora do Carmo em Freixinho e o Convento da Ribeira localizado na aldeia do Mosteiro (Carvalho, 2002).

Ilustração 5 - Mosteiro de N^{ra} Sr^a da Assunção, na Tabosa do Carregal



Fonte: Elaboração própria

A forte ligação do concelho à agricultura, durante séculos, deixou muitas e profundas marcas. O povo dedicava-se a esta atividade como forma de sobreviver. Muitos trabalhavam para os senhorios, donos das casas que hoje sobressaem justamente por entre o casario rural, mas as populações mantinham com os mosteiros uma ligação muito forte e de grande dependência. O Convento de Nossa Senhora da Assunção, da Tabosa do Carregal, instituído no século XVII, é um desses casos, tornando-se uma obra de referência no património religioso no norte do País, fazendo parte da Rota de Cister³⁵, juntamente com os mosteiros de Salzedas e São João de Tarouca, no Concelho de Tarouca.

³⁵ Cister é uma Ordem religiosa de carácter monástico cujas origens remontam a 1098 com a fundação da abadia de Cister em Borgonha por uma comunidade de monges beneditinos, adeptos da pureza inicial do evangelho e da literalidade da Regra de S. Bento, escrita no século VI (Gil dos Santos, 2002: 21).

Na Tabosa do Carregal recebe-nos a impressionante fachada do Convento de Nossa Senhora da Assunção, último mosteiro cisterciense a encerrar em Portugal, inscrito na Carta de Cister Europeia.

A bonita igreja, hoje pertença do povo, está sempre aberta e sobejam sinais da ligação próxima que manteve ao longo de quatro séculos com o Convento. Situada a poente do Carregal, esta povoação fora, de início, uma grande quinta de Diogo Ribeiro Homem. Passou depois, em virtude do casamento com D. Maria Pereira, viúva deste, a ser pertença de Paulo Homem Teles, fidalgo da Casa Real e tenente general das Armas da Beira. Viuvando pela segunda vez D. Maria Pereira entregou-se a obras de caridade e devoção (Gil dos Santos, 2002). É neste contexto que funda em 1690, na sua quinta na Tabosa, um convento em honra de Nossa Senhora da Assunção ao qual legou todos os seus bens. As suas monjas seguem a regra Beneditina. O convento cai em ruínas em 1834 com a extinção das ordens religiosas. Só no século XX, pertença de particulares, é restituída a imagem e imponência de tão grande legado patrimonial das terras sernancelhenses e de Cister, ficando também conhecido por aqui ter nascido a receita conventual Fálgaros³⁶.

Aquilino viria a imortalizar este espaço na obra "Estrada de Santiago"³⁷, com o episódio descrito como o "Valeroso Milagre", em que assinala o papel do Convento aquando das Invasões Francesas: *"Também os caminhos que desciam da serra da Lapa e da Nave, os moradores de Águas Boas, Lamosa, Ariz, Peravelha, Lapa e Quintela vinham tresmalhados e em pequenos ranchos trazidos no mesmo fito: o Convento da Tabosa. Perante a séria ameaça de sofrerem os terrores da invasão dos franceses, Frei José teve a brilhante ideia de trazer para o mirante todos os santos existentes na igreja e no convento. Rodeou-os de velas a arder, o que à distância fazia realçar o resplendor, igualando-os a figuras humanas. Os franceses, apercebendo-se do número e da suposta força do inimigo, retiraram e encaminharam-se para Almeida, tendo deixado sossegado o Convento de Tabosa do Carregal. Para trás, e por onde passaram, deixaram um rasto de destruição e pilhagens. Aqui, neste Convento, gritava-se Milagre, Milagre. Os franceses tinham dado às trancas, deixando boa maquia! (dois cavalos selados). Louvado fosse Deus, todos os seus anjos e santos e mais Frei José, o bom mezinheiro do prodígio"*.

³⁶ Fálgaros é um doce criado pelas monjas da Tabosa como forma de utilizar o cereal e os ovos recebidos dos populares. A receita ainda existe na povoação e o doce é recriado no forno comunitário na Páscoa e por alturas da Festa de S. Brás. Consta, em 2016, do Roteiro da Doçaria Portuguesa "No Ponto", da autoria de Cristina Castro.

³⁷ "Estrada de Santiago" (1922)

O Convento de S. Francisco retratado em "A Via Sinuosa"

Na Vila da Rua, no Concelho de Moimenta da Beira, sobressai uma fonte e um tanque que o escritor evocou no livro a Via Sinuosa³⁸: *“De bordo em curvas e segmentos, alternantes, de rectas, o tanque era, de par com o lineamento da escaleira que poucos passos dali conduzia à capela, duma ordenança mais harmoniosa que as rendas por minha mãe tecidas”*.

Ilustração 6 - Convento de S. Francisco, em Moimenta da Beira



Fonte: <http://7maravilhasmoimenta.blogspot.pt/>

A curta distância deste ponto ficam as ruínas do Convento de São Francisco, monumento que ocupou posição central na narrativa de Aquilino: *“Ninguém passava que a torre não chamasse com seus olhos vazados, obessos, e não admirasse depois a albergaria, cujas frestas e balcão de balaústres alevantavam ali uma aragem de nobreza antiga”*³⁹.

Aquilino Ribeiro fala do Convento de São Francisco recordando momentos da infância, em particular, segundo escreve Alberto Correia, *“o bucolismo do lugar”*, no mesmo sítio onde hoje decorre a famosa feira de São Francisco, mantendo os rituais

³⁸ "A Via Sinuosa" (1918)

³⁹ Ibidem

de antigamente, sendo obrigatório comer a marrã, ou carne entremeada assada nas brasas, uma tradição que percorreu gerações e que é um dos eventos mais genuínos do Concelho de Moimenta da Beira.

Bento da Guia (2001, p. 216-218), na obra "As vinte freguesias de Moimenta da Beira", descreve a história deste templo, referindo que *"no dia de Santo Agostinho, em 28 de agosto de 1445, foi celebrada a primeira missa no Convento de S. Francisco. A última, não sei quando foi... O Pe. Andrade, em 1926, escreve com amargura na Descrição e História do Concelho de Moimenta da Beira, pág. 108: "Encarmos aquelas ruínas, contrista-nos muito!"*.

Este clérigo recentra naturalmente o Convento de S. Francisco em Aquilino Ribeiro, dizendo que *"só não se calaram os sinos que foram levados para terras vizinhas; Aquilino Ribeiro, no livro "Aldeia, Terra, Gente e Bichos", lembra-nos o vozeirão do Barradas, que ele ouvia no Carregal"*, descrevendo o episódio: *"O Barradas, um sino que viera do Convento de Caria, logo que uma lei precipitada encerrou o claustro franciscano e meteu dentro uma quadrilha de ladroses que se ficou a chamar Confraria da Ordem Terceira - escreve o insuspeito homem das letras que naquele convento viveu parte da sua Juventude"*.

O Convento de São Francisco, hoje em ruínas, está enquadrado numa quinta de grande preponderância agrícola, sendo, do conjunto dos elementos patrimoniais ligados à vida e obra de Aquilino Ribeiro o único em risco sério de se perder.

Convento de Freixinho, o recolhimento da Tia Custódia

No Convento de Nossa Senhora do Carmo⁴⁰, em Freixinho, Sernancelhe, foi educada a tia de Aquilino Ribeiro, Custódia, *"numa espécie de mosteiro onde as mulheres entravam sem votos e onde as suas educandas não tinham que ser freiras"* (Correia, 2003). Descendo à beira do Távora, Aquilino Ribeiro leva-nos pela obra "Cinco Réis de Gente" a Freixinho. O Convento de Nossa Senhora do Carmo é um edifício de janelas estreitas, longos corredores e muitas dependências, existindo ao centro um claustro quadrado rodeado por varandas, apoiadas em colunas.

Ilustração 7 - Recolhimento de Freixinho, hoje unidade de Turismo Rural



Fonte: Elaboração própria

Administrado e gerido por religiosas sem clausura, nem votos, nem mesmo assim escapou à sanha devastadora de 1834. Com a Implantação da República, o imóvel foi confiscado, tendo sido expulsas as religiosas e os seus dotes igualmente confiscados com todos os bens do Convento. Com o seu desaparecimento, as classes humildes perderam um importante auxílio para a sua vida educativa, religiosa e social (Roteiro Turístico de Sernancelhe, 2010).

Aquilino fala-nos do Recolhimento de Nossa Senhora do Carmo no seu livro

⁴⁰ Convento de Nossa Senhora do Carmo foi convertido para unidade hoteleira, sendo hoje uma referência turística do Concelho de Sernancelhe e da região, tendo apostado numa vertente de alojamento aliada à gastronomia aquilina, destacando menus e sobremesas que as suas obras perpetuaram. O Restaurante do hotel é na antiga capela, um espaço sem dúvida admirado pela preservação do património que caracterizou toda a intervenção efetuada, por privados, com a supervisão das entidades nacionais do património arquitetónico e arqueológico.

“Cinco Réis de Gente”, terra que muito prezava por ser também chão natal do seu amigo Dr. Gomes Mota⁴¹: “(...) *Sossegue, Senhor Filipe, sossegue - disse-lhe a abadessa - que desta feita não há-de vir mal ao mundo nem à sua filha. No nosso recolhimento educam-se meninas para a vida de sociedade e não se toma véu. Quem quiser professar passa a outras casas. De modo que não vimos mal nenhum que o senhor Pedrinho de Fafe e Lérída goste de Custódia e ela dele(...)*”.

Nas paredes deste Convento nasceria um dos doces mais famosos do Concelho de Sernancelhe: as Cavacas de Freixinho⁴². As cavacas, inventadas pelas recolhidas do Convento de Nossa Senhora do Carmo, transformaram-se em “*Presente de abades e doutores*”, como Aquilino as descreve em “Geografia Sentimental”, feitas com farinha, ovos, azeite e calda de açúcar, são produto de referência no Concelho e na região, cotando-se como importante fonte de receita para várias empresas familiares de Freixinho e Vila da Ponte. O forno comunitário de Freixinho assiste ainda à cozedura do pão e das cavacas, principalmente por altura das festas religiosas (Correia, 2003).

O Convento é hoje Hotel Rural Nossa Senhora do Carmo, uma unidade de quatro estrelas que conservou a essência do espaço original.

⁴¹ António Gomes Mota, médico, participou com Aquilino Ribeiro no Movimento Revolucionário Português, tendo sido detidos em Contenças, Mangualde, em 20 de julho de 1928. Este movimento é explicado no 7º Volume da “História de Portugal”, de José Mattoso, Ed. do Circulo de Leitores, páginas 164 a 171.

⁴² Cavacas de Freixinho são confeccionadas com trigo tremês, o trigo que as pessoas já não semeiam como antes por ser um trigo caro. O trigo é moído, peneirado e tira-se o olhinho de farinha, vai para maçar juntamente com os ovos e azeite. As cavacas são cozidas no forno de lenha. Depois de serem cozidas são escovadas para lhes ser tirada a farinha, ao fim de estarem frias passa-se o açúcar - receita da D. Alcina Dias, de Freixinho.

Os sabores da gastronomia de Aquilino

A gastronomia destes dois concelhos é muito rica e diversa. Sernancelhense é conhecido por várias iguarias, tais como o salpicão, a chouriça, o presunto, a bola de carne ou a sopa de castanha. Aliás a castanha é base da economia local, tendo o concelho ganho o epíteto de "Terra da Castanha".

Ilustração 8 - Carne de porco e castanhas, gastronomia das Terras do Demo



Fonte: Elaboração própria

Segundo afirma Gouveia (2011, p. 47)⁴³, em artigo publicado no número um da Revista Literária "Aquilino"⁴⁴, editada pelo Município de Sernancelhe, Aquilino Ribeiro permite a elaboração de "*retratos paisagístico-gastronómicos*", explicando que "*à imensidão das características que impregna a paisagem soma-se, entre outras, a gastronomia, a qual aparece amiudadamente na sua obra*".

Outrora utilizada essencialmente como complemento alimentar e acompanhamento de pratos antes da introdução da batata, a castanha é hoje muito apreciada nas suas múltiplas formas de preparação, cozidas, assadas, em pudim ou

⁴³ Jaime Ricardo T. Gouveia, natural de Leomil, Moimenta da Beira, é professor no Instituto Universitário Europeu, e autor de várias obras referenciais sobre o seu Concelho.

⁴⁴ O Município de Sernancelhe edita desde 2009 o projeto Revista Literária "Aquilino", reunindo artigos dos mais reputados pensadores do nosso País sobre a vida e obra do Mestre Aquilino. Em 2016 será editado o terceiro número, uma fotobiografia de Aquilino, 56 anos depois da última, da autoria de Fernando Namora.

compota, sendo incluídas na confeção de muitos pratos, doces e salgados, servidos nos restaurantes da região.

Ilustração 9 - Fumeiro



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 10 - Bola de carne

A carne de porco tempera muitos dos sabores da gastronomia local, sendo os torresmos, a carne entremeada, as fêveras assadas na brasa e o fígado com batata cozida pratos de eleição, aos quais se juntam os enchidos como as morcelas, farinheiras, moiras, chouriças e salpicões secos ao lume brando das lareiras, ao calor da lenha de giestas e pinheiro das serras. Da salgadeira vêm também as pás, os pés e o presunto do porco da última matança, que ainda se continua a fazer segundo a tradição.



Fonte: Elaboração própria

A ligação à natureza era muito privilegiada na obra de Aquilino Ribeiro, tendo sido mantida a relação muito estreita com os rios e, em especial as trutas e os peixes do rio. Então com o Vouga, que nasce na Lapa, o chamariz eram as trutas. "Havemos de ir lá às trutas", dizia no livro "Aldeia, Terra, Gente e Bichos", condimentando a

descrição: "As azenhas pelos rios e riachos moíam a farinha do trigo criado nos agros da região. Tinha-se a impressão, quando os bolos saíam do forno, de mastigar um manjar real. Estio abrasido, ao pão tao celebrado falta o condimento particular, a água própria. Na Lapa tem sua nascente, se os compêndios de instrução primária falam verdade, o mais lusitano dos rios, o Vouga".

Ilustração 11 - Peixinhos do rio em molho de escabeche



Fonte: Elaboração própria

A serra e o rio refletem-se nas mesas do concelho com especialidades como os peixinhos do rio e trutas em molho de escabeche, ou o pão de trigo com queijo fresco de cabra produzido nas encostas da serra da Lapa, ou o cabrito assado na brasa ou no forno acompanhado com batatas e castanhas também assadas. O cabrito é aliás a carne de eleição para as festividades, sendo criado localmente, é tradição local servi-lo nas datas mais importantes do ano.

O pão é também um produto com grande importância na gastronomia local, sendo várias as padarias existentes no concelho, das quais se destacam as da Lapa e da Ponte do Abade, mantendo-se ainda a tradição de o cozer no forno a lenha, quer seja de trigo, centeio, milho ou de mistura.

Ilustração 12 - Pão da Lapa



Ilustração 13 - Queijo da Lapa

Moimenta da Beira é igualmente arrojado na preservação da sua herança gastronómica, herança variada, marcada por produtos de elevado valor calórico, essenciais na árdua labuta a que o cultivo das terras obriga. À mesa com os enchidos



Ilustração 14 - Maçã de Moimenta



Ilustração 14- Tarte de maçã

e queijos artesanais, um prato de caça ou um prato da quinta, as sobremesas chegam também com bolos de maçã ou de frutos secos, símbolos regionais (Município de Moimenta da Beira, 2016)

Humildes e desartificiosas, autóctones e criativas, são as características das iguarias que compõem o cardápio deste território, que assume várias facetas conforme as épocas festivas, os usos e os costumes e as colheitas, qual deles o mais opulento em sabedoria popular.

As técnicas artesanais da feitura do pão, enchidos e queijos, alegam os olhos curiosos daqueles que procuram a genuinidade; o cabrito assado ou uma truta recheada acompanhada do néctar "Terras do Demo", e finalizar com um arroz doce na cesta ou uma maçã assada é motivo para se resignar à arte de bem comer.

Ilustração 15 - Vinhos e espumantes Terras do Demo



Fonte: <http://garrafeira5estrelas.blogspot.pt/2013/08/prova-de-vinhos-espumantes-terras-do.html>

Os vinhos da Cooperativa Agrícola do Távora⁴⁵ são uma referência nacional, destacando-se o Espumante Terras do Demo Malvasia fina, conseguido através de um inovador método de produção. De aspeto límpido e com bolha fina e persistente, a vinificação deste produto ocorre em sistema de "bica aberta" com decantação e fermentação a baixas temperaturas controladas. A maturação e envelhecimento deste espumante ocorre segundo uma evolução lenta, com arredondamento dos picos do frutado a partir dos 12 meses. Os aromas complexos acontecem na fase posterior de envelhecimento. O Espumante Terras do Demo Malvasia Fina é ideal para acompanhamento de mariscos, ostras, peixes, aves e carnes brancas.

A gastronomia reflete também o sentido rural das gentes de Sernancelhe e Moimenta da Beira, fosse nas malhadas, nas vindimas, por altura das festas religiosas ou em qualquer altura do ano, onde a mingua era substituída pela hospitalidade das terras da Lapa e da Nave.

Correia (2003, p. 39-42) diz que *"era assim no tempo esperançoso das malhas, mal passado o S. João. Era assim no tempo das lavras, da ceifa, das colheitas ao longo do outono. Era assim em dias de festa do calendário, Natal, Entrudo, Páscoa,*

⁴⁵ Cooperativa Agrícola do Távora, situada em Moimenta da Beira, recebe produção de uvas e maçã dos produtores também do Concelho de Sernancelhe. Informação sobre produtos disponível em: <http://www.cooptavora.pt>

cada uma com os seus mimos. Na Páscoa tinham mais fama os jantares dos senhores padres".

Ilustração 16 - Fálgaros da Tabosa - confeção em forno comunitário



Fonte: Elaboração própria

Na obra *"Terras do Demo"*, Aquilino descreve algumas das iguarias locais, ainda hoje bem presentes nas mesas e nos espaços de restauração de ambos os concelhos: *"Comeram-lhe à tripa forra carniça refogada, cozida assada, de porco, de vaca, de chibato, carniça para todos os paladares. O arroz estava de se lhe trocar por um prato dele a imortalidade, o cabrito, rechinado no espeto e picadinho do sal, até fazia cócegas no céu da boca. Quem bem come bem bebe, acabaram a janta enfrascados e lerdos como patos na engorda".*

Ilustração 17- Cavacas de Freixinho, uma iguaria de referência



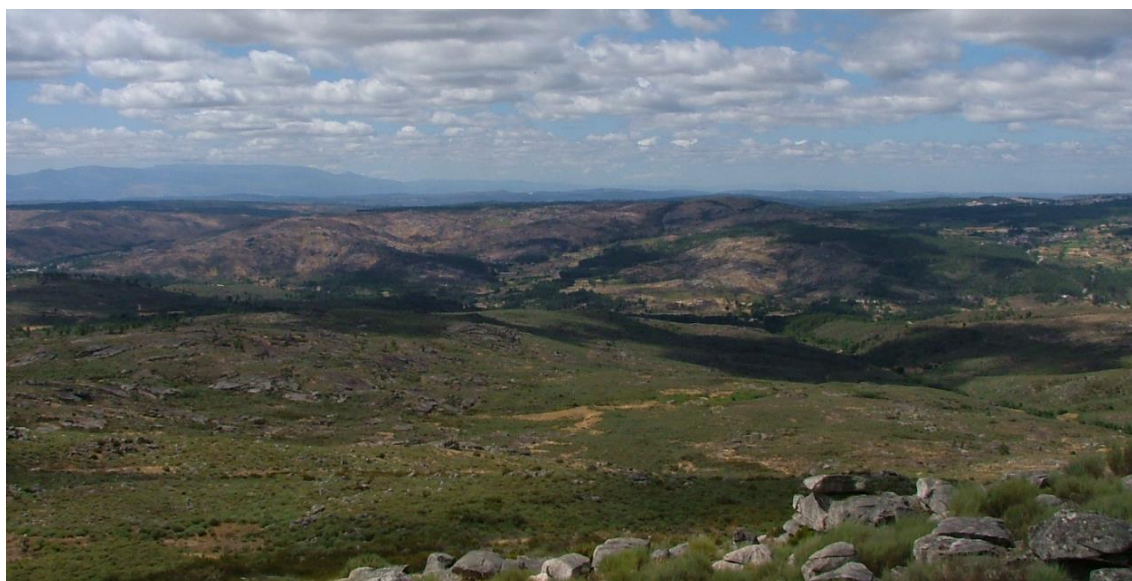
Fonte: Elaboração própria

Havia, como complemento aos manjares descritos por Aquilino, o arroz doce, as filhós no Natal, a sopa doce no Entrudo, os Fálgaros saborosos sabendo a queijo e as Cavacas de Freixo (Correia, 2003).

O património natural das Serras da Lapa e da Nave

O itinerário pelas Terras do Demo é longo, sempre pela mão de Aquilino Ribeiro, na certeza de que *“A Beira Alta não tem símile no Mundo. Em poucas dezenas de quilómetros reproduz-se a terra toda: amenidade e bravura, a colina e o vale, a civilização e a selvajaria”*.

Ilustração 18 - Serra da Lapa



Fonte: Elaboração própria

As serras da Lapa, no Concelho de Sernancelhe, e da Nave, em Moimenta da Beira, marcaram indelevelmente a obra de Aquilino Ribeiro. Na obra *Geografia Sentimental*, o escritor condensa todo o seu conhecimento e paixão por estes dois lugares, os de maior altitude dos respetivos concelhos e, ainda hoje, espaços de excecional fauna e flora. *“A serra, nesta altura do ano, é de um encanto insuperável. O verde inunda os montes e vales como um grande mar bonançoso. E a vista a cada passo se rebalsa em largas marchas de amaranto, que tomam à sua conta, por vezes, a chapada inteira de uma colina e realizam estupendos quadros à Von Dongen, pintor privilegiado do amarelo. Mas a paleta campestre, se tem esta tinta em filé particular, também usa o roxo, um roxo encarnado a fugir para ao azul, que é de um colorido desconcertador e raro. E não se fala no escarlata, nem no branco que cai das giestas, certa espécie de giestas esguedelhadas, que mais parecem asas que se despegavam das borboletas das hortas, e que se ciranda das fruteiras em flocos de neve vaporosa.*

Mas não é só na Nave. Por essa Beira fora, a essa altura do ano, tudo na natureza é matiz e sinfonia".

Ilustração 19 - Serra da Nave



Fonte: Ricardo Bondoso Ferreira: <http://moimentanenetfotos.blogspot.pt/2009/12/serra-da-nave.html>

Segundo Queiroz (2009, p. 29), Aquilino Ribeiro é mesmo apontado como tendo criado o conceito de escrita-natureza, pois as suas obras retratam *"epopeias dos soutos, das cerdeiras, das espécies cinegéticas, as quais como certamente Aquilino deteta, se adaptam com o tempo, ao próprio habitat humano, aproximando-se do aro das aldeias numa complicada dialética de rapinagem e razia recíproca"*.

No livro "Terras do Demo", importa atentar na descrição do castanheiro e da flora que o autor perscruta: *"(...) Nas margens das terras do Demo, esta terra tem, às vezes, ares de paraíso, junto ao Rio Távora com suas águas mansas, hortas, pomares, vinhas que lembram quase os mimosos hortos dos Conventos que lá houve. Na montanha cresce urze, a giesta, o pinhal, rosmaninho e alecrim para alimento das abelhas, ramos de Domingo de Ramos e fogueiras de São João. Nas encostas há castanheiros centenares que vicejam em fim de Junho, dão sombra gloriosa no mês de Agosto e em Outubro enchem rasas de castanhas que são as melhores castanhas do mundo. Os camponeses fazem magustos com elas em Novembro e com vinho novo. Depois são alimento como antigamente. E são moeda forte numa economia que ainda depende dessa Terra-Mãe, dos braços dos seus filhos, da sorte da Natureza*

(...)” Por isso, Queiroz (2009, p. 30) vai ainda mais longe ao referir na sua obra "A Paisagem de Terras do Demo", que a "obra de Aquilino contém a nossa mais convincente bucólica de sete séculos, e não é muito provável que esta primazia lhe possa vir a ser arrebatada".

Ilustração 20 - Paisagem outonal de castanheiros



Fonte: Elaboração própria

Ainda sobre as paisagens na obra de Aquilino, Rodrigues (1993, p. 51), escreve que *"não há talvez em toda a literatura portuguesa quem, como Aquilino Ribeiro, sinta e exprima o campo em todas as suas dimensões (...) Familiar dos animais e das plantas, das amplas carvalhas, das flores subtis, dos próprios alcantis quedos e rudes. Deslumbrado não só perante os quadros que a natureza a todo o passo compõe, para os que sabem vê-los, mas sobretudo perante o milagre da vida a suceder-se, a nascer, a vibrar em alta tensão ou em suave murmúrio, a britar da própria morte"*.

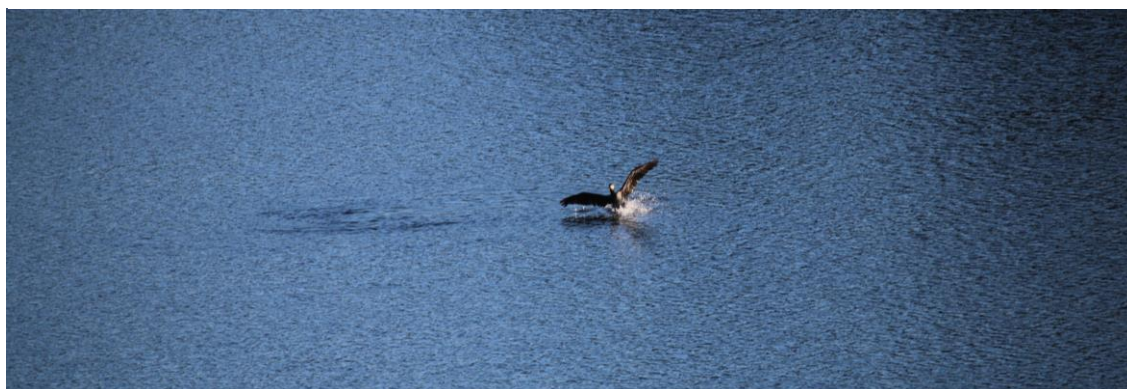
Com este olhar minucioso, Aquilino legou a estes dois concelhos milhares de palavras que descrevem, com extraordinário rigor e sentido geográfico, as serras da Lapa e da Nave, conferindo-lhes uma realidade e uma vida que as torna parte das

Terras do Demo, não como um apêndice, mas como parte integrante e indissociável da sua existência. Uma existência que permanece e que os concelhos que as albergam exibem com orgulho, abrindo-lhes grandes perspectivas de desenvolvimento no campo turístico, nomeadamente no turismo de natureza, de aventura, cinegético ou de simples contemplação.

O naturalismo é uma marca da sua obra, motivo por exemplo de um completo guia sobre aves na sua obra, como sucedeu em 2012, pela mão de Ana Isabel Queiroz, que criou o "Guia das Aves de Aquilino Ribeiro", com voz de Fernando Alves, o protagonista dos "Sons", da Rádio TSF, em que agrega sons das aves das Terras do Demo a descrições do escritor, num trabalho que é um excelente roteiro pela natureza e um importante contributo para a observação e contemplação das espécies que dominam na região.

Moimenta da Beira disponibiliza, desde 2009, o guia da "Flora e Avifauna do Concelho de Moimenta da Beira", elaborado pelo núcleo de docentes do Jardim Botânico da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, de Vila Real, em que catalogaram e inventariaram as espécies observadas no Concelho, com especial incidência para o Planalto da Nave (Crespi et al, 2009).

Ilustração 21 - Aves no Rio Távora



Fonte: Elaboração própria

De resto, a própria obra "*Geografia Sentimental*" confirma isso mesmo, quando refere: "*A Nave, com efeito, ergue-se no planalto a modo de púlpito. A serra da Lapa, a sudeste, é como uma macieira emborcada e, para as bandas de Lamego, Santa Helena parece nem mais nem menos um pedestal construído de propósito para ermidinha branca que lhe coroa o picoto*".