



CICA – Centro de Interpretação Cultural e Ambiental “Douro & Águas Cálidas”

Sónia Fonseca Pinto



**Politécnico
de Viseu**

Escola Superior
de Tecnologia
e Gestão de Lamego

CICA – Centro de Interpretação Cultural e Ambiental “Douro & Águas Cálidas”

Sónia Fonseca Pinto

Dissertação

Mestrado em Gestão do Património Cultural e Desenvolvimento Local

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professora Doutora Paula Marques Santos

Professora Doutora Isabel Vieira

JUNHO 2025

DEDICATÓRIA

À minha família, que sempre foi o meu alicerce, dedico este trabalho e deixo o mais profundo reconhecimento. Foram e são a fonte de força nos momentos de maior provação, lembrando-me que a formação académica só se completa com os valores da formação pessoal: o respeito, a empatia, o amor e a verdade. Ao meu Pai António, à minha Mãe Fernanda, ao meu irmão Bruno, à minha sobrinha Lolo, à prima Filipa, à afilhada Beatriz, à Maria Inês e ao Afonso, dedico todo o meu amor e gratidão.

Ainda no seio da família, um agradecimento especial ao Mano Rui por acreditar e apoiar incondicionalmente as minhas conquistas, mas sobretudo, por partilhar comigo a convicção de que o tesouro maior reside na aquisição do conhecimento.

Por fim, a uma pessoa muito especial, que não precisa de apresentações, o meu mais profundo e sentido reconhecimento pela sua capacidade de ouvir os meus longos desabafos e os transformar em valiosas lições de vida, mesmo quando o mundo no meu imaginário parece ruir. O meu coração será eternamente teu. Grata por fazeres parte da minha vida!

AGRADECIMENTOS

Consciente de que esta investigação representa a culminação de todo o percurso académico deste ciclo de estudos, importa reconhecer e agradecer a todos os que, em diferentes momentos, contribuíram para a sua concretização.

Em primeiro lugar, expresso o meu profundo agradecimento à Professora Doutora Paula Santos, pela orientação exigente, pelo rigor científico e pelo apoio constante. A sua dedicação, determinação e permanente atualização são, para mim, motivo de grande admiração e inspiração.

À Professora Doutora Isabel Vieira, manifesto também o meu reconhecimento, pela orientação prestada e por me ter transmitido os fundamentos da interpretação patrimonial, essenciais para a construção deste trabalho.

No plano académico, agradeço ainda aos colegas e amigos Natércia, Sílvia, Catarina, Pedro e Silvério, pela entreatajuda e companheirismo ao longo desta jornada, assim como a todos os docentes deste ciclo de estudos, pelo conhecimento partilhado.

Dirijo também um sincero agradecimento a todos os que colaboraram na fase de recolha de dados, nomeadamente ao Senhor Presidente da Câmara Municipal de Resende, Dr. Garcez Trindade, à Senhora Vereadora da Cultura e Património, aos agentes locais Isabel Inácio, Pedro Ferreira, José Canizes, Carla Inácio, Isabel Pinto, e a todos quantos generosamente disponibilizaram o seu tempo neste processo.

O turismo, enquanto fenómeno em expansão a nível global, constitui uma área de estudo multidisciplinar que exige uma abordagem equilibrada entre o desenvolvimento económico e a preservação ambiental e cultural. Esta investigação centra-se no turismo fluvial, com especial enfoque no rio Douro, um território de elevada riqueza natural e patrimonial. Considerando o seu potencial como motor de desenvolvimento regional, propõe-se a criação de um centro de interpretação como instrumento de mediação cultural e valorização do território.

Através de uma abordagem metodológica qualitativa, que inclui revisão bibliográfica, análise documental e análise da perceção dos intervenientes, através da aplicação de entrevistas semiestruturadas, procura-se compreender o impacto do turismo na região e avaliar a eficácia da interpretação patrimonial na promoção de um turismo sustentável, identitário e inclusivo.

Os resultados apontam para a relevância dos centros de interpretação na preservação das tradições locais, na educação dos visitantes e no reforço dos vínculos entre comunidade e território e do próprio desenvolvimento local, por inerência. A investigação culmina na apresentação de um Plano de Ação que visa contribuir para um modelo de turismo que respeite o passado, valorize o presente e assegure um futuro mais equilibrado para as gerações vindouras, com a criação do CICA – Centro de Interpretação Cultural e Ambiental Douro & Águas Cálidas.

Palavras-chave:

Turismo sustentável; Património cultural; Interpretação patrimonial; Centro de Interpretação.

ABSTRACT

Tourism, as a globally expanding phenomenon, constitutes a multidisciplinary field of study that requires a balanced approach between economic development and the preservation of environmental and cultural heritage. This research focuses on river tourism, with special emphasis on the Douro River, a territory rich in natural and cultural assets. Considering its potential as a driver of regional development, the creation of an interpretation center is proposed as a tool for cultural mediation and territorial enhancement.

Through a qualitative methodological approach, which includes a literature review, document analysis, and stakeholder perception gathered through semi-structured interviews, the study aims to understand the impact of tourism in the region and assess the effectiveness of heritage interpretation in promoting sustainable, identity-based, and inclusive tourism.

The results highlight the relevance of interpretation centers in preserving local traditions, educating visitors, and strengthening the ties between community and territory, thus contributing to local development. The research culminates in the presentation of an Action Plan aimed at contributing to a tourism model that respects the past, values the present, and ensures a more balanced future for upcoming generations, through the creation of CICA – Douro & Warm Waters Cultural and Environmental Interpretation Center.

Keywords:

Sustainable tourism; Cultural heritage; Heritage interpretation; Interpretation Center.

ÍNDICE GERAL

Índices específicos.....	vii
Índice de figuras.....	vii
Índice de tabelas.....	ix
Lista de siglas / abreviaturas.....	x
Introdução.....	12
I. Revisão da literatura.....	13
I.1 Turismo sustentável.....	13
I.2 Turismo Fluvial e rio Douro.....	16
I.2.1 Turismo Fluvial.....	16
I.2.2 Turismo Fluvial no rio Douro.....	19
I.3 Sustentabilidade no Turismo.....	22
I.4 Herança Cultural/Património Cultural.....	26
I.4.1 Património - definição.....	26
I.4.2 Herança Cultural – definição.....	26
I.4.3 Património Natural.....	27
I.4.3.1 A água como Património.....	31
I.5 Preservação do Património Cultural Imaterial.....	32
I.5.1 Património Cultural Imaterial (PCI) e os usos e costumes do rio Douro.....	34
I.6. A Interpretação Patrimonial.....	37
I.6.1. Principais meios e técnicas interpretativas.....	40
I.7. Centro Interpretativo e Itinerários.....	44
I.7.1. Definição dos Centros de Interpretação.....	44
I.7.2. Itinerários/Roteiros Turísticos.....	46
II. Metodologia e Métodos.....	49
II.1 Metodologia.....	49
II.2 – Método e instrumento de recolha de dados.....	50

III. Análise e discussão dos resultados	57
III.1. Análise dos resultados – agentes económicos locais	57
III.2. Análise dos Resultados - autarcas	62
III.3. Discussão de resultados	65
IV. Plano de ação.....	69
IV.1 - Diagnóstico.....	69
IV.1.1 Análise PESTAL.....	69
IV.1.2 – Análise transaccional	72
IV.2 – Identificação do problema e das questões-chave.....	74
IV.3 – Proposta de ação	79
IV.3.1 Designação	79
IV.3.2 Objeto.....	80
IV.3.3 Resumo.....	80
IV.3.4 Objetivos	81
IV.3.5 Justificação.....	81
IV.3.6 - Acessibilidade.....	83
IV.3.7 Plano de Ação e Cronograma.....	86
IV.3.8. Indicadores, especificações técnicas e <i>milestones</i>	95
IV.3.9. Equipa	102
IV.3.10. Orçamento e Plano de Negócios	103
Plano de Financiamento	103
Plano de Exploração.....	104
Volume de Negócios	104
Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas.....	105
Fornecimento de Serviços Externos (FSE)	106
Gastos com o Pessoal	106
Outros rendimentos e ganhos	107

Demonstração de Resultados	108
Balanço.....	109
IV.3.11 Divulgação e comunicação	111
Produto e serviços	111
Preço.....	113
Distribuição	113
Comunicação.....	114
IV.3.12 Impacto e sustentabilidade	115
IV.3.13 Avaliação	115
V. Considerações finais	117
Referências bibliográficas	119
Apêndice A – Guião da entrevista construído na plataforma.....	128
Apêndice B – Análise e discussão dos dados/ resultados – agentes económicos	133
Apêndice C – Análise e discussão dos dados / resultados - autarcas	137
Anexo A – Fotos do CIBAR – Mesão Frio	138
Anexo B – Nomenclatura do Barco Rabelo	139

ÍNDICES ESPECÍFICOS

Índice de figuras

Figura 1 - O turismo fluvial: ancoragem territorial e importância para o desenvolvimento local e regional.....	17
Figura 2 - Mapa O Douro português e país adjacente (Barão de Forrester)	19
Figura 3 - Mapa iconográfico de David Eley	19
Figura 4 - Mapa-resumo da Via Navegável do Douro	20
Figura 5 - Capacidade Instalada da frota por tipologia de embarcações	21
Figura 6 - Distribuição e evolução de passageiros na Via Navegável do Douro (VND).....	21
Figura 7 - Metas Para o Turismo em Portugal 2017-2027	24
Figura 8 - Comportamentos mais sustentáveis nas viagens	25
Figura 10 - Exemplos de Tradições, Usos e Costumes ligados ao rio Douro	35
Figura 11 - Os seis princípios da Interpretação Patrimonial de Tilden	39
Figura 12 - Exemplos de estrutura do texto em placas interpretativas para exterior e interior. A) área natural protegida Península Valdés boticário (curitiba, brasil); B) exposição “Estações Natureza” da Fundação do Boticário.	42
Figura 13 - The rights of the visiting public - Interpretação do património como ferramenta para a transformação eco-social.	43
Figura 14 - Síntese dos conceitos de "Centro de Interpretação"	45
Figura 15 - Esquema da metodologia de investigação adotada.....	51
Figura 16 - Etapas do Modelo Científico de Quivy & Campenhoudt.....	53
Figura 17 - Tipo de atividade económica dos inquiridos	57
Figura 18 - Número de anos de atividade.....	57
Figura 19 – Nível de importância da criação do CICA	58
Figura 20 – Potencial impacto no negócio	58
Figura 21 – Tipo de colaboração	59
Figura 22 – Benefícios esperados com a implementação do CICA	59
Figura 23 – Grau de importância atribuído ao CICA	62
Figura 24 – Áreas mais impactadas pelo CICA	63
Figura 25 – Potencial do CICA para gerar benefícios económicos e captar fundos	63
Figura 26 – Capacidade do CICA para atrair diferentes públicos-alvo.....	64
Figura 27 - A análise PESTAL do CICA.	72
Figura 28 - Dormidas nos alojamentos turísticos	72

Figura 29 - Análise SWOT do CICA Fonte: Elaboração própria.....	75
Figura 30 - Matriz Cruzada do CICA	78
Figura 31 - Antiga escola primária de Caldas de Arêgos	79
Figura 32 - Vista traseira da antiga escola de Caldas de Arêgos, onde será construído o miradouro com parque de merendas.....	79
Figura 33 - Vista panorâmica Caldas de Arêgos (rio Douro, balneário termal, casco antigo e hotéis)	80
Figura 34 - Sabonete Arêgos (em cima e à esquerda: produto antigo; à direita: novo projeto e exemplo de produto a ser vendido na loja).....	82
Figura 35 - Paisagem de parte da freguesia (a Sul) sobre o rio Douro.....	83
Figura 36 - Vista da escola sobre o núcleo urbano de Caldas de Arêgos e sobre a Avenida das Tílias (divisão administrativa das 2 freguesias)	84
Figura 37 - Vista satélite Caldas de Arêgos com escola assinalada com círculo azul ..	85
Figura 38 - Principais Indicadores do projeto.	96
Figura 39 - Milestones do Projeto (em meses).....	98
Figura 40 - Extrato do documentário de 1960 sobre os Barcos Rabelos.....	99
Figura 41 - Processo de Análise da Viabilidade Económica e Financeira (cria Start+)	101
Figura 42 - Plano de Investimento.....	103
Figura 43 - Plano de Financiamento.....	104
Figura 44 - Volume de negócios.....	104
Figura 45 - Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas.	105
Figura 46 - Fornecimentos e Serviços Externos.....	106
Figura 47 - Gastos com Pessoal.....	107
Figura 48 - Outros rendimentos e ganhos.....	107
Figura 49 - Demonstração de Resultados.	108
Figura 50 - Balanço.	109
Figura 51 - Avaliação Financeira do Projeto Pós-financiamento – VAL, TIR e Payback.	110
Figura 52 - Logótipo CICA	112
Figura 53 - Apelos utilizados na venda do serviço.....	112
Figura 54 - Estratégia de preço a aplicar	113
Figura 55 - Canais de distribuição.....	114
Figura 56 - Estratégia de comunicação	115
Figura 57 - Modelo de análise e monitorização e avaliação da estratégia	116

Índice de tabelas

Tabela 1 - Documentos e Cartas patrimoniais internacionais – Paisagem	30
Tabela 2 - Categorias e subcategorias da análise dos resultados.....	60
Tabela 3 - Categorias e subcategorias da análise dos resultados.....	64
Tabela 4 - Conclusão Geral da Análise Cruzada.....	68
Tabela 5 - Monitorização e Avaliação (Ações).....	94

LISTA DE SIGLAS / ABREVIATURAS

AIP - Associação para a Interpretação do Património Espanhol

APA *American Psychological Association*

APDL – Administração dos portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo

CCDR-N – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional - Norte

CI – Centros de Interpretação

CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental

DTS - Desenvolvimento Turístico Sustentável

EAT - Empresa de Animação Turística

ET 2027 - Estratégia para o Turismo 2027

EN - Inglaterra

ES - Espanha

FR - França

ICOMOS - Conselho Internacional de Monumentos e Sítios

MAB – *Man and the Biosphere*

OMT – Organização Mundial do Turismo, atualmente *UN Tourism*

ONU – Organização das Nações Unidas

PCI - Património Cultural Imaterial

PESTAL – Análise do meio envolvente, através dos contextos Política, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ambiental e Legal

PT - Portugal

SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* | Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças

TSA - Contas Satélite de Turismo

UNESCO – *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*

UTAD – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

3D – Três Dimensões

INTRODUÇÃO

O turismo, em constante expansão aos níveis regional, nacional e global, revela-se uma área multidisciplinar com forte impacto no equilíbrio entre o desenvolvimento económico e a preservação ambiental e cultural. Esta investigação assenta na valorização de práticas turísticas responsáveis, capazes de gerar benefícios duradouros para as comunidades locais e para o meio ambiente.

No contexto do turismo fluvial, o rio Douro destaca-se como um motor de desenvolvimento regional, integrando elementos naturais e culturais de elevado valor. A sua importância vai além do lazer, pois sustenta a biodiversidade, equilibra o ecossistema e preserva tradições profundamente enraizadas. Neste cenário, o património cultural — material e imaterial — assume um papel central na construção de uma oferta turística autêntica e enriquecedora.

A interpretação patrimonial surge, assim, como ferramenta estratégica para facilitar a compreensão e valorização desses recursos, promovendo o envolvimento dos visitantes e o respeito pelo território. Os Centros de Interpretação, ao aliarem educação, valorização do património e participação comunitária, afirmam-se como instrumentos fundamentais para o desenvolvimento de um turismo sustentável, identitário e inclusivo no Douro.

A metodologia adotada na nossa dissertação, caracteriza-se essencialmente como qualitativa e combina revisão bibliográfica, análise documental (fontes primárias e secundárias) e a análise da perceção dos agentes económicos e autárquicos locais, procurando avaliar o impacto do turismo no Douro e a eficácia de instrumentos interpretativos no desenvolvimento sustentável.

A presente dissertação organiza-se em quatro capítulos: o primeiro apresenta o enquadramento teórico e contextual; o segundo descreve a metodologia; o terceiro analisa os resultados do estudo de caso; e o quarto propõe um Plano de Ação com diagnóstico, problematização e proposta de intervenção.

Esta investigação propõe, assim, a criação de um Centro de Interpretação como agente ativo na preservação das tradições locais e dos recursos naturais, reforçando os vínculos entre visitantes e território.

I. REVISÃO DA LITERATURA

I.1 Turismo sustentável

Da pesquisa efetuada ao longo desta investigação, defrontamo-nos com uma dificuldade inicial em encontrar uma definição clara de turismo, já que esta pode ser muito ambígua e levar a uma grande pluralidade de abordagens e confrontos de ideias, leia-se debate académico. As múltiplas definições resultam da fragmentação do conhecimento entre as diferentes ciências sociais e humanas que procuram analisar a atividade, como a economia, antropologia, direito, política, sociologia, filosofia, entre outras, pelo que se encontrará ligação ao “facto do turismo se encontrar ligado, praticamente, a quase todos os setores da atividade social humana” (Beni, 2001, p. 2), todavia o turismo pode ser entendido como “um fenómeno do mundo externo. A elaboração de conhecimento científico, mais concretamente através das experiências das viagens relacionadas à ciência, “ainda que atendam aos interesses de um segmento comercial da prática turística (segmento de mercado) ou passem a considerar que a ciência é o cerne do processo...” (Conti, 2021, p. 6), constitui-se como a chave para o desenvolvimento sustentável do turismo.

A palavra *turismo* deriva do francês "tourisme", que vem de "tour" (viagem, passeio), e foi inicialmente associada aos movimentos de viajantes pela Europa, especialmente os jovens britânicos de classe média-alta que faziam o chamado "Grand Tour", uma viagem educacional pela Europa, principalmente por Itália e França, como parte de sua formação cultural. O Grand Tour é, assim, apontado como marco para o surgimento da palavra *Turismo* a partir do século XVIII. Aliás, Cunha refere ainda a realização do “Grand Tour”, como uma das condições de formação de *gentlemen* e a sua admissão nas Cortes, mas também a motivação de conhecer um mundo diferente difundida por diversas culturas (Costa, 2005, p. 280).

O jornal americano *The New York Times* descreveu assim a *Grand Tour*: "Há trezentos anos, jovens ingleses ricos começaram a fazer uma jornada pós-Oxbridge pela França e Itália em busca de arte, cultura e as raízes da civilização ocidental. Com fundos quase ilimitados, conexões aristocráticas e meses (ou anos) para viajar, eles encomendaram pinturas, aperfeiçoaram as suas habilidades linguísticas e misturaram-se com a crosta superior do continente. Ninguém sabe quem inventou isto, mas as suas aventuras logo ganharam um nome perfeitamente apropriado: Grand Tour." (Gross, 2008).

A primeira vez que a palavra *tour* foi usada como título de uma obra sobre viagens, foi em 1810, em Londres, na obra de Henry Swinburne, intitulada *Picturesque Tour In Spain* (Fuster, 1974, p. 27). Em Portugal, será com Eça de Queiroz, no romance *Os Maias*, editado em 1888, que fica pública e se generaliza a palavra francesa *touriste*.

Por sua vez, o conceito de turismo sofreu grandes alterações ao longo dos tempos, tendo surgido concretamente pela primeira vez em 1910 com autoria do austríaco Herman Von Schullern Schrattenhoffen, que o define como “o conjunto de todos os fenómenos, em primeiro lugar de ordem económica, que se produzem pela chegada, permanência e partida de viajantes numa comuna, província ou um estado determinado e, por consequência estão diretamente ligadas entre eles” (Cunha, 2010, p. 9).

A primeira definição formal de turismo terá surgido em 1911 da autoria do suíço Eduard Guyer-Freuler: "Turismo é o fenómeno da deslocação e da estada temporária de pessoas fora de seu local de residência habitual, sem a finalidade de exercer uma atividade lucrativa." (O que é o Turismo?, s.d.)

Do ponto de vista concetual, os autores Mathieson e Wall (Alister Mathieson, 1982, p. 43), propuseram uma definição mais esclarecedora considerando o turismo como “o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”¹.

Segundo esta definição, o turismo é considerado como uma vasta e variada atividade que engloba as deslocações das pessoas e de todas as relações que estabelecem nos locais visitados, tal como os serviços desenvolvidos para responder às suas necessidades. É um conceito que abrange em simultâneo a oferta e a procura turística, refletindo a relação entre o que é colocado à disposição dos turistas e os que eles podem usufruir.

Como anteriormente referido, o estudo do turismo tem sido transversal a várias áreas do conhecimento, motivo pelo qual muitas outras definições de turismo poderiam ainda ser aqui reproduzidas, dada a interpretação da atividade turística que vão de encontro à área de formação dos seus autores. Note-se, a título de exemplo, que um economista vai

¹ The temporary movement to destinations outside the normal home and workplace, the activities undertaken during the stay, and the facilities created to cater for the needs of tourists (1982: I).

sempre centrar o seu campo de ação nos benefícios económicos do turismo e por sua vez, um geógrafo explorará a atividade e o movimento entre lugares. Contudo, em todas estas definições seria facilmente demonstrado que a definição de turismo encerra, sistematicamente, o estudo do movimento de pessoas para fora das suas áreas habituais de residência e por períodos superiores a vinte e quatro horas, sendo que esta movimentação acontece tendo por base um conjunto de motivações centrais e que as mais importantes e significativas são as que dizem respeito a fatores sociais, culturais, patrimoniais, ambientais e económicos (Alister Mathieson, 1982, p. 38).

Do ponto de vista técnico, pode ser referenciada a terminologia Organização Mundial do Turismo (OMT), atualmente UN Tourism, que considera o turismo como “o conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros” (UN Tourism, 2008).

Por sua vez o fenómeno do turismo de massas, que surgiu na década de 50 e teve um grande crescimento nas décadas de 1960-1970, foi impulsionado pelo avanço da aviação comercial e do surgimento de operações de charter. Em Portugal, com o incremento do fluxo de massas para o Algarve, com a construção do aeroporto do Algarve em 1965, a região vê-se no grupo dos melhores destinos mundiais.

Ao longo dos tempos o turismo vem emergindo e a consolidar-se como uma atividade social e económica de importância global; no entanto, é nos finais do século XIX e inícios do século XX que começam a surgir as primeiras necessidades de o definir. Encontrando uma definição para que este se possa identificar, caracterizar, compreender, potencia naturalmente a criação de valor junto das comunidades.

Em suma, e de acordo com Costa, os três pilares que consolidaram o surgimento do turismo foram: 1) o Grand Tour no séc. XVIII; 2) A criação dos pacotes turísticos por Thomas Cook e a realização da primeira viagem de comboio, de Leicester a Loughborough, no séc. XX; e 3) o aparecimento e desenvolvimento do Turismo de massas entre a década de 50 e 70, originando a “aviação comercial” e as agências de viagens (Costa, 2005, pp. 280-281).

A Conferência sobre Viagens e Estatísticas de Turismo (Conferência de Otawa) organizada pelas Nações Unidas (ONU), pela Organização Mundial de Turismo (OMT) e pelo Governo do Canadá, em 1991, teve como propósito levar à discussão os sistemas

de estatísticas a fim de adotar uma série de normas internacionais sobre a análise e a apresentação de estatísticas de turismo. O turismo passou a ser avaliado pela real contribuição que este coloca à disposição da economia global. O sistema instituído e utilitário, como as Contas Satélite de Turismo (TSA), passa a ser lugar de reconciliação das diversas estatísticas, mensurando em separado as contas do turismo do país e respectivos impactos económicos e sociais.

Nas últimas décadas, houve significativo avanço académico no que se refere à consolidação do campo teórico e metodológico do Turismo.

“Turismo é uma palavra sedutora que envolve sonhos e fantasias” (Barbosa, 2002, preâmbulo). Esta afirmação capta bem a essência do turismo. O termo "sedutora" sugere que o turismo não é apenas uma atividade, mas uma promessa de experiências transformadoras, novas culturas e aventuras. Os "sonhos e fantasias" refletem o desejo humano de escapar da rotina, explorar o desconhecido e viver momentos inesquecíveis. É uma lembrança de que viajar é mais do que visitar lugares; é sobre criar memórias e se conectar com o mundo de maneiras que muitas vezes superam as expectativas.

I.2 Turismo Fluvial e rio Douro

I.2.1 Turismo Fluvial

A água constitui-se como um recurso natural fundamental para todas as formas de vida, ocupa lugar de destaque no planeta terra por meio de oceanos, rios, ribeiros, lagoas, lagos, sendo a chave mestra para a diversificação das formas de lazer e para o turismo. A existência da água releva muito em termos turísticos, no entanto, é na qualidade da água que se materializa um dos Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável (ODS 6) (objetivos que devem ser implementados por todos os países do mundo até 2030), através do qual se deve garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos. No contexto deste objetivo, entre outras metas identificamos a importância de proteger e de restaurar ecossistemas relacionados com a água, designadamente, rios, lagos e zonas húmidas. Ainda no âmbito da Agenda 2030, até 2030, implementar a gestão integrada dos recursos hídricos, a todos os níveis, inclusive via cooperação transfronteiriça e melhorar a qualidade da água, reduzindo a poluição, eliminando despejo e minimizando a libertação de produtos químicos e materiais perigosos, reduzindo para metade a proporção de águas residuais não-tratadas,

são algumas das metas que deixamos em maior destaque para o tema em estudo (UNWTO, s.d.).

O turismo fluvial focando-se nos recursos hídricos, como águas minerais e naturais, fontes termais, quedas de água, lagos, lagoas, rios, albufeiras, mares, oceanos, nos quais se integram as mais diversificadas atividades ligadas aos planos de água, naturais e artificiais, são diversos e as suas potencialidades em termos de lazer e de turismo amplas. Ancorados na água, podemos identificar algumas atividades que entroncam na matéria em estudo nesta dissertação: termalismo, natação em águas abertas, pesca desportiva, remo, canoagem, percursos de barco, entre outros. (Peixoto, 2016). É crescente o interesse por estas experiências nas chamadas águas interiores, com o apelo pelas atrações turísticas, onde a proximidade aos planos de água é evidente, outrossim pela conjugação com o ambiente terrestre como se percebe pela importância da presença do rio também como paisagem. Deveras e de fácil compreensão e até bastante intuitiva é a relação de satisfação criada entre o ambiente fluvial e o ambiente territorial, através de caminhadas, experiências gastronómicas, culturais, religiosas e um sem fim de atividades ligadas aos usos, costumes e tradições de um povo, que se materializa como um santuário de ligação a este tipo de turismo.

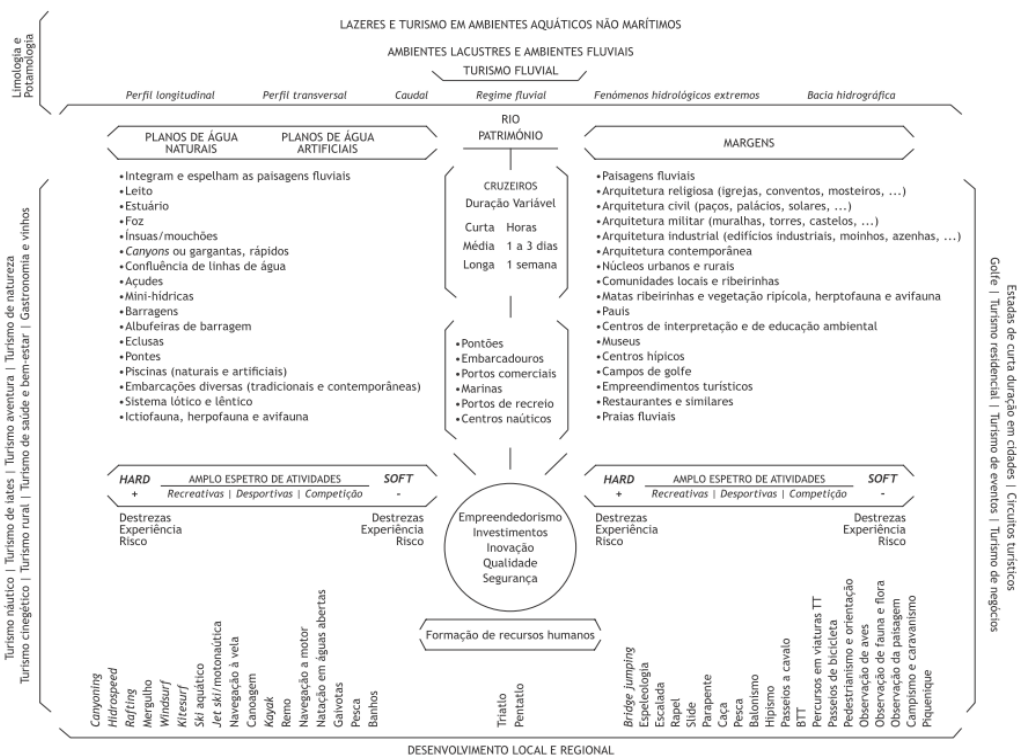


Figura 1 - O turismo fluvial: ancoragem territorial e importância para o desenvolvimento local e regional

Fonte: (Moreira, 2018, p. 57)

Tal como exemplifica a figura, o turismo fluvial desperta crescente interesse oferecendo uma oportunidade de explorar os planos de água e as suas redondezas de forma diversa. Esse turismo abrange tanto planos de água naturais quanto artificiais, como rios e canais, e é nas margens, com as suas paisagens, patrimónios naturais, culturais e comunidades locais, que residem os principais elementos diferenciadores da oferta turística. Para ser sustentável, o turismo fluvial deve manter uma forte conexão com o território, o que o torna essencial para o desenvolvimento local e regional.

De todos os recursos hídricos, os rios tornaram-se como uma das principais referências. Desde sempre as comunidades se foram instalando ao longo dos rios, ou nas suas proximidades, garantindo assim o fornecimento de água para consumo e para irrigar as suas culturas. Note-se que ainda desde tempos imemoriais os rios estão ligados a várias atividades socioeconómicas, atividades que coexistem nos rios no tempo presente, como a pesca, a agricultura, a indústria, o turismo, o transporte do vinho do porto, dado aqui como exemplo para estabelecer a ponte ao tema em estudo.

Após revisão bibliográfica exaustiva, verificamos ser comum ao longo dos anos o interesse crescente no turismo fluvial e nos rios, devido ao seu potencial. Estes autores e as suas publicações identificam uma variedade de abordagens sobre o tema, como Maria Alice Vieira, autora brasileira que tem trabalhado o desenvolvimento sustentável do turismo em regiões ribeirinhas; Carmen Marini, cuja ação apesar de não ser centrada no tema, deixa o seu contributo sobre o impacto do turismo nas zonas ribeirinhas e a sua eficiente gestão; Prideaux e Cooper (2009) dedicam-lhe um livro; García González (2004) realça a importância do turismo fluvial em Espanha, destacando os rios Ebro, Sil, Guadalquivir e Douro. Ao rio Douro, em Portugal, dedicam-lhe capítulos, Fazenda, Silva & Costa (2010); Teles (2012) aborda o Turismo fluvial no rio Douro como caminho de ontem e atração de hoje; por Moreira e Santos (2016) falam da oferta e potencialidades dos territórios de água. Por sua vez, Peixoto (Peixoto, 2016, p. 68) nota “(...) que os rios passaram ou estão a passar de uma dimensão funcional a uma dimensão patrimonial”, que valoriza as paisagens fluviais, constituindo-se os rios como centrais em muitas estratégias de desenvolvimento local. Deveras, Mota reforça este facto ao afirmar que a fruição dos rios “pode contribuir para o desenvolvimento das regiões do interior, criando postos de trabalho e fixando população nesses territórios.” (Mota, 2023). A imagem do turismo fluvial no rio Douro como produto dinamizador e de maior

visibilidade, perpetua no tempo a visão romântica que os seus utilizadores lhe atribuem. (Fernandes & Vieira, 2023).

I.2.2 Turismo Fluvial no rio Douro

No icónico mapa de Forrester, um dos primeiros estudos cartográficos do rio Douro em território português, onde se encontra traçado o curso do rio desde a fronteira espanhola até à Foz, bem como o panorama completo da região vitivinícola, é possível observar as quintas e diferentes tipos de culturas, áreas de plantação, pontes, estradas e caminhos localizados junto ao rio.

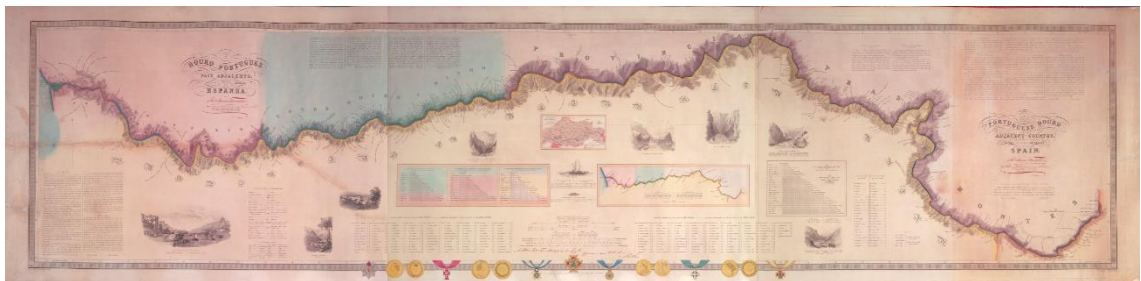


Figura 2 - Mapa O Douro português e país adjacente (Barão de Forrester)

Fonte: (Forrester) Catálogo Coletivo Museus – Governo dos Açores ou (Digital, s.d.)

Inspirando-se na cartografia do Barão de Forrester, David Eley, artista inglês que costuma pintar cenários vitivinícolas, criou um novo mapa iconográfico do Douro que mostra além de icónicas quintas e tudo o que representam, vários elementos do património duriense do passado e do presente, como as antigas estações do caminho-de-ferro e D. Antónia Ferreira (a Ferreirinha), onde o serpenteado do rio Douro e os barcos rabelos marcam aquele belo exemplar de arte.

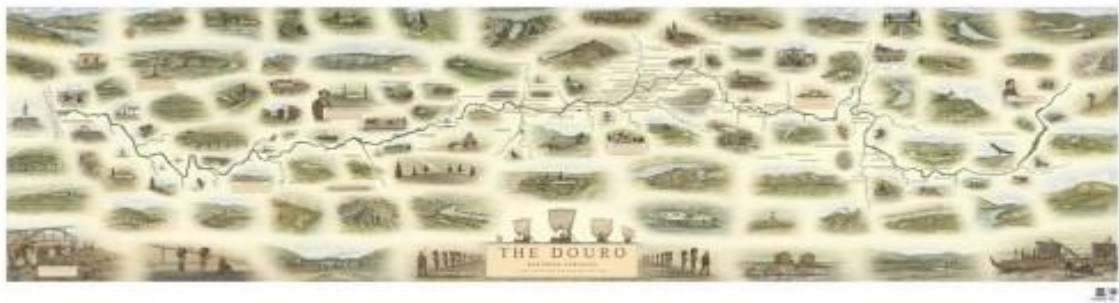


Figura 3 - Mapa iconográfico de David Eley

Fonte: (Marmelo, 2011)

Para o artista “...é a mais espantosa região vinícola do mundo...que faz lembrar o esforço despendido na construção das pirâmides do Egipto” (Marmelo, 2011). Levando esta consideração ao seio do turismo e ao que o Douro encerra nestes campos, refere ainda em entrevista ao jornal Público que este é o seu contributo para divulgar o Douro e os seus vinhos, na medida em que o sucesso de qualquer região vinícola depende do turismo em grande escala.

Este é um dos muitos motes para o ganho de visibilidade que o turismo fluvial encerra no rio douro e em tudo o que ele implica, com um desenvolvimento notável nas últimas décadas, personificado nas embarcações que animam o percurso do rio Douro e as suas margens.

Desde tempos imemoráveis que o rio Douro constitui um importante meio de comunicação e de transporte dos produtos e pessoas da região, tendo sido até finais do século passado a sua única via de acesso (Lopes, 2021).

Sendo o rio Douro um dos rios mais importantes da Península Ibérica, em Portugal apresenta-se como um dos cursos de água em que o turismo fluvial adquire maior expressão, quer em termos de navegação marítimo-turística, quer em termos de navegação de recreio e lazer (APDL). Constitui-se como a maior via navegável de Portugal (desde 1990, integra a Rede Transeuropeia de Transportes) e é a única via navegável nacional, ao longo do seu curso, numa extensão de cerca de 208 km, desde a sua foz até Vega de Terrón, Espanha. Foi possível ser uma via navegável após longos 200 anos até à construção das 5 eclusas, 5 albufeiras e cerca de 49 cais para embarcações turísticas e de recreio.



Figura 4 – Mapa-resumo da Via Navegável do Douro

Fonte: (APDL Douro, 2016)

Ainda de acordo com a Administração dos portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo (APDL Douro, 2016), o tempo de percorrer a sua extensão é de 9h37m.

Na figura apresentada podemos identificar as eclusas do rio, bem como os cais fluviais e a sua localização, que nos permitem obter uma perceção mais estreita do desenvolvimento ao longo do leito e a importância expressiva das atividades marítimo-turísticas, desportivas e de recreio, como podem de resto confirmar as estatísticas que a seguir se apresentam.

Capacidade instalada da frota por tipologia de embarcações marítimo-turística

	2020	2021	2022
Operadores	95	98	110
Embarcações	201	208	222
Capacidade (lotação)	11 707	11 747	11 814

	2022	
	Nº. Embarcações	Capacidade Total
Semi-rígido/fibra/iate/veleiro	1	12
House Boat	0	0
Pequeno Porte	146	1 957
Médio porte	15	1 108
Grande porte	9	2 864
Barco Rabelo	25	2 155
Navio hotel	26	3 718
Total	222	11 814

Figura 5 - Capacidade Instalada da frota por tipologia de embarcações

Fonte: (APDL Douro, 2016)

Distribuição de passageiros na VND - 2022

	2022	
	n.º	Tx.
Passageiros Cruzeiros mesma albufeira+Noturnos	863 544	77%
Passageiros MT Cruzeiro 1 Dia	164 589	15%
Passageiros NH	89 281	8%
Recreio	9 324	1%
Total	1 126 738	100%

Evolução do nº de passageiros na VND (2020 - 2022)

	2020	2021	2022
Passageiros Cruzeiros mesma albufeira+Noturnos	174 940	160 897	863 544
Passageiros MT Cruzeiro 1 Dia	36 174	74 438	164 589
Passageiros BH	5 241	33 307	89 281
Recreio	9 978	10 509	9 324
Total	226 333	279 151	1 126 738
Tx. Crescimento %	-86,24%	23,34%	303,63%

Figura 6 - Distribuição e evolução de passageiros na Via Navegável do Douro (VND)

Fonte: (APDL Douro, 2016)

Com base na análise dos dados apresentados nas Figuras 5 e 6, verifica-se que, em 2022, a via navegável do Douro foi percorrida por 222 embarcações de recreio, transportando um total de 9.324 passageiros. A atividade marítimo-turística, baseada numa frota de 222 embarcações com lotação global entre 12 e 3718 passageiros, movimentou

1.126.738 turistas, registando um incremento anual significativo nos cruzeiros de 1 dia, no barco hotel e nas embarcações de recreio, no entanto, regista um crescimento exponencial nos cruzeiros na mesma albufeira, incluindo os noturnos.

I.3 Sustentabilidade no Turismo

O conceito Sustentabilidade, no seu sentido mais lato, é entendido como um modelo de desenvolvimento económico que procura a melhoria do nível de vida das populações, garantindo em simultâneo a preservação do ambiente e dos recursos naturais, através da sujeição das atividades económicas e industriais a princípios de equilíbrio ecológico, de modo a satisfazer as necessidades das gerações existentes sem comprometer as necessidades das gerações futuras. Este modelo de desenvolvimento sustentável procura com a preservação ambiental equilibrar o desenvolvimento económico. A ideia central é que o crescimento económico deve ocorrer sem comprometer os recursos naturais, garantindo que as gerações futuras também possam atender às suas necessidades. É uma chamada de atenção à responsabilidade social, económica e ambiental, direcionada ao desenvolvimento que beneficie tanto o presente quanto o futuro, com os olhos postos no passado.

O conceito de desenvolvimento sustentável foi definido pela primeira vez no Relatório Brundtland de 1987 «O nosso futuro comum» da Comissão Mundial para o Ambiente e o Desenvolvimento como “desenvolvimento que responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade de resposta das gerações futuras às suas próprias necessidades” (Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991, p. 46). Numa definição mais abrangente, "O desenvolvimento sustentável não é um estado fixo de harmonia, mas sim um processo de mudança no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional são feitas de acordo com as necessidades futuras e presentes." (Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991, p. 49).

Na vertente concetual, um dos conceitos mais conhecidos sobre turismo sustentável foi elaborado pela OMT, em 1995, através da Carta de Lanzarote, que o apresenta como: “aquele ecologicamente suportável em longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente equitativo para as comunidades locais. Exige integração ao meio ambiente natural, cultural e humano, respeitando o frágil equilíbrio que caracteriza

muitos destinos turísticos, em particular pequenas ilhas e áreas ambientalmente sensíveis.” (UNWTO, 1995). A contribuição ativa do turismo ao desenvolvimento sustentável pressupõe necessariamente a solidariedade, o respeito mútuo e a participação de todos os atores, tanto públicos como privados, envolvidos no processo de desenvolvimento.

Nas últimas décadas, o turismo passou por um crescimento constante e uma diversificação cada vez mais ampla, tornando-se um dos setores económicos que mais se expandem globalmente. O turismo contemporâneo está fortemente ligado ao progresso e inclui um número cada vez maior de novos destinos. Essas dinâmicas fizeram do turismo um elemento fundamental para a alavancagem da economia nacional.

Atualmente, o volume de negócios do turismo equivale ou até ultrapassa as exportações de petróleo, alimentos ou veículos (Banco de Portugal, 2023). O turismo estabeleceu-se como um dos principais atores do comércio global, além de ser uma das principais fontes de rendimento para diversos países em desenvolvimento. Este avanço vem acompanhado de uma diversificação cada vez maior da oferta e ainda da competição entre destinos.

A ET 2027 - Estratégia para o Turismo 2027, “Pensar no Futuro, Agir no Presente”, enquanto referencial estratégico de longo prazo (10 anos) para o turismo do nosso país, foi desenvolvida ao longo de um processo participativo, plural, alargado, com a envolvimento de variados stakeholders, agentes públicos e privados, “...no qual o Estado assume a sua responsabilidade e mobiliza os agentes e a sociedade.” (Estratégia Turismo 2027, 2017, p. 9).

A ET 2027 tem declaradamente a sustentabilidade como princípio orientador quando define um dos desafios, ao se propor a “assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência.” (Estratégia Turismo 2027, 2017, p. 38).



Figura 7 - Metas Para o Turismo em Portugal 2017-2027

Fonte: (Turismo de Portugal, 2017, p. 41)

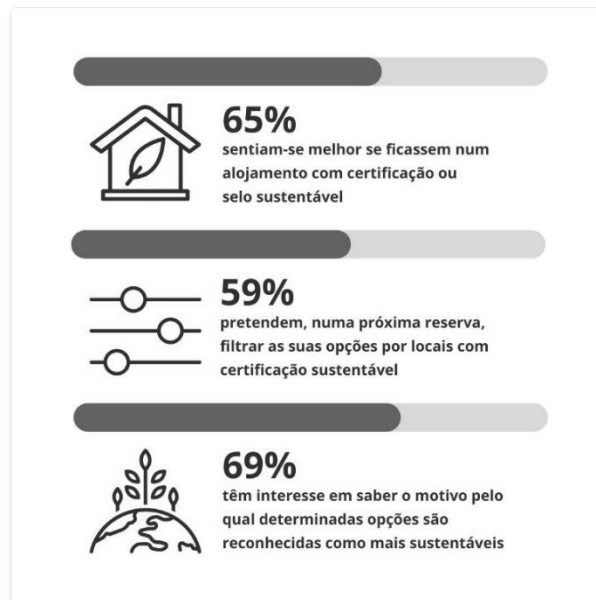
Na figura acima apresentada descrevem-se as metas ambiciosas que se pretende atingir nas três dimensões da sustentabilidade: Económica, Social e Ambiental. Foi, assim, desenhada uma estratégia consistente para tornar Portugal num destino sustentável, cada vez mais competitivo, coeso e inovador, numa atividade em contínuo crescimento, atenta às mudanças internacionais e ao ambiente tecnológico.

Por sua vez, seguindo o objetivo de ajudar a maximizar os benefícios do setor e minimizar os seus potenciais impactos negativos no ambiente, no património cultural e nas sociedades, está o Código Mundial de Ética do Turismo. Ao promover um turismo responsável e sustentável, define-se como um quadro de referência para o turismo mundial. Constituindo-se como um instrumento de aplicação voluntária e juridicamente não vinculativo, é reconhecido pelo Comité de Ética Mundial.

O Código foi aprovado por unanimidade na Assembleia Geral da Organização Mundial de Turismo, em outubro de 1999, e destina-se a orientar o comportamento ético de todos os stakeholders no setor (governos, à indústria de viagens, às comunidades e aos turistas).

O Relatório *Booking* sobre Viagens Sustentáveis, referente a 2023, destaca a crescente procura dos viajantes por experiências eco-friendly. A pesquisa revela que muitos turistas estão dispostos a escolher opções mais ecológicas, desde acomodações até

atividades. Além disso, o relatório aponta que os viajantes procuram informações sobre práticas sustentáveis e esperam que as empresas do setor ofereçam opções transparentes e responsáveis. Essa tendência sugere que a sustentabilidade se está a tornar uma prioridade no planeamento de viagens, moldando o futuro do turismo.



Aceda ao relatório completo: [Booking.com Sustainable Travel Report 2023](#).

Figura 8 - Comportamentos mais sustentáveis nas viagens

Fonte: (Booking, 2023)

“O turismo traz progresso (...)”, cria ciclos sustentáveis e produtivos ao promover o progresso económico, ambiental e cultural, enquanto contribui para a qualidade de vida das comunidades e aproxima o mundo cada vez mais global. “(...) Como um dos maiores setores da economia global, tem grande poder de unir culturas, gerar novas oportunidades e promover o desenvolvimento sustentável.” (Guterres, 2023). Esta retórica transporta-nos, por exemplo, a Marrocos (Marrakech), que ao promover atividades para os visitantes bem ao estilo de vida marroquino, fomenta o diálogo entre culturas africanas, árabes e ocidentais. Outro exemplo vivo apresenta-se no Japão, ao atrair turistas interessados na cultura tradicional japonesa, levando-os a participar nos rituais dos chás ou dos templos antigos, contribuem para o fortalecimento da preservação do património cultural. (Japan National Tourism Organization, s.d.)

A mensagem de 2023 do Secretário-Geral da ONU, a propósito do dia Mundial do Turismo, termina com uma palavra dirigida aos turistas, inspirando-os a serem

embaixadores, respeitando culturas e nações, aceitando a diversidade e viajando de forma responsável.

I.4 Herança Cultural/Património Cultural

I.4.1 Património - definição

A palavra Património deriva do latim *patrimoniu* e, junto dos romanos, referia-se a tudo o que era governado pelo pai de família. Assim, o património constituía-se nesse tempo, como privado, de família e da classe dos nobres. Começa o culto aos santos e igrejas na difusão crescente do cristianismo e da igreja, dando origem ao conceito de património associado às questões religiosas (Cruz, Filho, & Souza, 2016).

Entretanto, foi no período que compreende as duas grandes guerras mundiais, de 1914 a 1945, que o nacionalismo dos países se intensificou, fazendo com que os patrimónios adquirissem um valor material e simbólico maior para as nações. Após a segunda guerra, a maneira de encarar a cultura tornou-se mais ampla e em 1945, foram fundadas a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO). O conceito de património universal começou a ganhar destaque. Além disso, os próprios conceitos sobre meio ambiente e cultura passaram por mudanças significativas (Jubilut, Silva & Ramina, 2016).

Na definição publicada em Diário da República, o património cultural português “é constituído por todos os bens materiais e imateriais que, pelo seu reconhecido valor próprio, devam ser considerados como de interesse relevante para a permanência e identidade da cultura portuguesa através do tempo (Assembleia da República, 1985).

I.4.2 Herança Cultural – definição

A Herança Cultural é um conjunto de valores, tradições, crenças, expressões artísticas e conhecimentos transmitidos de geração em geração numa sociedade ou grupo. Este património é vital na formação da identidade cultural de um povo, pois reflete as suas experiências históricas, sociais e ambientais. O património cultural pode ser tangível, como monumentos, obras de arte e artefactos, ou intangível, incluindo tradições orais, folclore e costumes. A preservação e valorização do património cultural são vitais para garantir que as gerações futuras possam compreender e apreciar as suas raízes.

Em 1960, a UNESCO lançou a convenção para a proteção do Património Cultural Mundial, com a ajuda do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS), na sequência da sua experiência bem-sucedida em ajudar a salvar os templos de Abu Simbel no Egipto, que seriam inundados pela construção de uma barragem.

A ideia de combinar a proteção de sítios culturais com a proteção de sítios naturais vem dos Estados Unidos. Assim, em novembro de 1972 (17 de outubro a 21 de novembro), nasceu a primeira Convenção da UNESCO para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural, através da qual são considerados como património cultural os monumentos, os conjuntos e os locais de interesse (UNESCO, s/d).

Ao nível nacional, surgiu a primeira lei de proteção patrimonial de monumentos antigos, através do alvará régio de D. João V de agosto de 1721, quando este decretou "...Hey por bem que daqui em diante nenhuma pessoa de qualquer estado, qualidade e condição que seja, desfaça ou destrua em todo, nem em parte, qualquer edifício que mostre ser daqueles tempos, ainda que em parte esteja arruinado, e da mesma sorte as estátuas, mármores e cipos". (Decreto Régio de D. João V, 1721). Protege assim o Rei, a história secular da Nação portuguesa, proibindo a destruição de edifícios, medalhas ou estátuas que mostrassem ser antigos, ao mesmo tempo que a preservava as fontes insubstituíveis de vida e de inspiração.

Por sua vez, a Constituição de 1976 determina no seu artigo 78.º que "incumbe ao Estado, em colaboração com todos os agentes culturais promover a salvaguarda e a valorização do património cultural, tornando-o elemento vivificador da identidade cultural comum." (Constituição da República Portuguesa - CRP, 1976).

I.4.3 Património Natural

A Convenção de 1972 define, no seu artigo 2.º, como património natural: "Os monumentos naturais constituídos por formações físicas e biológicas ou por grupos de tais formações com valor universal excecional do ponto de vista estético ou científico; As formações geológicas e fisiográficas e as zonas estritamente delimitadas que constituem habitat de espécies animais e vegetais ameaçadas, com valor universal excecional do ponto de vista da ciência ou da conservação; Os locais de interesse naturais ou zonas naturais estritamente delimitadas, com valor universal excecional do ponto de vista a ciência, conservação ou beleza natural." (UNESCO, 1972).

Se virmos a definição no sentido mais lato, os recursos naturais do planeta são aqueles que foram transmitidos à atual geração. Mais especificamente, o conjunto de elementos da natureza, com valores notáveis de beleza imensurável, sejam físicos, biológicos e geológicos da Terra e os habitats de espécies ameaçadas de animais e plantas, bem como as áreas com valor científico, de conservação ou de paisagem. Exemplos emblemáticos de património natural, como a Floresta Amazônica e a Grande Barreira de Coral, são insubstituíveis em termos de beleza, biodiversidade e importância ecológica e inspiram a humanidade pela sua grandeza e pelo seu contributo ao mundo científico.

Retomando a reflexão em torno do turismo fluvial e da importância dos rios, e articulando-a com a temática do património natural, pode afirmar-se que o rio se configura simultaneamente como património natural e cultural, abrangendo dimensões materiais, imateriais, construídas e singulares. Cada rio constitui, assim, um elemento patrimonial de elevado valor ecológico, social, paisagístico e ambiental, cuja salvaguarda, valorização, interpretação e fruição se revelam essenciais no quadro das estratégias de desenvolvimento sustentável e de promoção do território. A UNESCO, através das suas iniciativas, procura não apenas proteger este património natural, mas também garantir que as futuras gerações possam desfrutar e aprender com esses recursos valiosos. A preservação do património natural é essencial para a biodiversidade global e para o equilíbrio dos ecossistemas.

As Reservas da Biosfera, criadas no decurso do programa intergovernamental MAB – *Man and the Biosphere* da UNESCO, promovem o equilíbrio entre a conservação da biodiversidade, o desenvolvimento das comunidades locais e o uso sustentável dos recursos naturais. O MAB, lançado em 1971, após conferência sobre a Biosfera, é o principal instrumento de cooperação científica internacional que procura compreender os efeitos da ação humana sobre as reservas mais representativas do planeta. (UNESCO, 2003). Importante ainda é o envolvimento das comunidades locais e de todos os stakeholders.

Em Portugal, identificamos numa consulta ao sítio das Reservas da Biosfera de Portugal (Reservas da Biosfera, s.d.), a Reserva da Biosfera Transfronteiriça do Gerês situada na região mais ocidental da Península Ibérica; A Reserva da Biosfera Transfronteiriça Meseta Ibérica localizada ao longo da fronteira norte de Espanha e Portugal; O Tejo Internacional; As Berlengas; Castro Verde; entre outras, com características ecológicas e socioeconómicas devidamente identificadas.

É importante lembrar os documentos e cartas patrimoniais internacionais que abordam a questão da paisagem:

<u>1931</u> Carta de Atenas, Escritório Internacional dos Museus/Sociedade das Nações
<u>1962</u> Recomendação Relativa à Proteção da Beleza e do Carácter da Paisagem e Sítios, UNESCO
<u>1964</u> Carta de Veneza, II Congresso Internacional de Arquitetos e Técnicos de Monumentos Históricos/ICOMOS
<u>1968</u> Recomendação Sobre a Preservação do Património Cultural Ameaçado por Trabalhos Públicos ou Privados, UNESCO
<u>1975</u> Carta Europeia do Património Arquitetónico, Conselho da Europa
<u>1976</u> Recomendação sobre a Salvaguarda dos Conjuntos Históricos e da sua Função na Vida Contemporânea, UNESCO
<u>1981</u> Carta de Florença sobre a Salvaguarda de Jardins Históricos, ICOMOS
<u>1985</u> Convenção para a Salvaguarda do Património Arquitetónico da Europa, Granada, Conselho da Europa
<u>1987</u> Carta Internacional para a Salvaguarda das Cidades Históricas, ICOMOS
<u>1989</u> Recomendação Relativa à Proteção e Valorização do Património Arquitetónico Rural, Conselho da Europa
<u>1990</u> Carta Internacional sobre a Proteção e a Gestão do Património Arqueológico, ICOMOS
<u>1990</u> Recomendação Relativa à Proteção e Conservação do Património Técnico, Industrial e das Obras de Arte na Europa, Conselho da Europa
<u>1991</u> Recomendação nº R (91) 13 sobre a Proteção do Património Arquitetónico do Século XX, Conselho da Europa
<u>1992</u> Convenção Europeia para a Proteção do Património Arqueológico, Conselho da Europa
<u>1994</u> Carta de Villa Vigoni sobre a Proteção dos Bens Culturais da Igreja, Secretariado da Conferência Episcopal Alemã e Comissão Pontifícia para os Bens Culturais da Igreja
<u>1994</u> Declaração de Nara Sobre Autenticidade, ICOMOS
<u>1995</u> Carta de Lisboa sobre a Reabilitação Urbana Integrada, 1º Encontro Luso-Brasileiro de Reabilitação Urbana
<u>1995</u> Recomendação Relativa à Conservação dos Sítios Culturais Integrada nas Políticas de Paisagem, Conselho da Europa

<u>1997</u> Convenção Europeia Para a Proteção do Património Arqueológico
<u>1999</u> Carta de Burra, Para Lugares de Significado Cultural, ICOMOS Austrália
<u>1999</u> Carta Internacional sobre o Turismo Cultural, ICOMOS
<u>1999</u> Carta sobre o Património Construído Vernáculo, ICOMOS
<u>2000</u> Carta de Cracóvia sobre os Princípios para a Conservação e o Restauro do Património Construído, Conferência Internacional sobre Conservação
<u>2000</u> Convenção Europeia da Paisagem, Conselho da Europa
<u>2001</u> Convenção para a Proteção do Património Cultural Subaquático, UNESCO
<u>2002</u> Declaração de Budapeste sobre o Património Mundial, UNESCO
<u>2003</u> Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial, UNESCO
<u>2005</u> Convenção de Faro, Conselho da Europa
<u>2005</u> Declaração de Xi'An Sobre a Conservação do Contexto das Construções, Sítios e Sectores Patrimoniais, ICOMOS
<u>2008</u> Declaração de Québec Sobre a Preservação do Espírito do Lugar, ICOMOS
<u>2009</u> Declaração de Viena
<u>2009</u> Carta de Bruxelas
<u>2010</u> Orientações Técnicas para Aplicação do Património Mundial
<u>2011</u> Princípios de Dublin Para a Conservação de Património Industrial, Estruturas, Áreas Paisagens, ICOMOS
<u>2011</u> Princípios de La Valette Para a Salvaguarda e Gestão de Cidades e Conjuntos Urbanos Históricos, ICOMOS
<u>2012</u> Replicação com a tradução para português da Convenção para a Proteção do Património Cultural Subaquático, UNESCO
<u>2021</u> Carta do Porto Santo

Tabela 1 – Documentos e Cartas patrimoniais internacionais – Paisagem

Fonte: (Património Cultural, I.P., s.d.)

I.4.3.1 A água como Património

Em maio de 1968, o Comité de Ministros do Conselho da Europa proclamou um conjunto de princípios, relacionados com a gestão e proteção dos recursos hídricos, na Carta europeia da água. Entre os 12 princípios, releva para o estudo aquele que proclama “Não há vida sem água. Trata-se de um bem precioso, indispensável a todas as atividades humanas” (Conselho da Europa, 1968).

A água é para a humanidade (humanos, animais e plantas) um elemento de primeira necessidade. Indispensável como bebida e alimento, para a higiene e como fonte de energia, a água representa uma matéria-prima de produção, uma via de transporte e constitui-se como suporte de atividades recreativas. Ela encontra-se, por isso, agora mais do que nunca, no centro das preocupações do desenvolvimento sustentável, como comprova o apelo da Ministra do Ambiente e Energia, à Comissão Europeia, para que a água seja uma prioridade na agenda europeia e se materialize como compromisso para os próximos anos. (Carta da Ministra do Ambiente e Energia à Comissão Europeia sobre a importância da água assinada por 21 Estados-Membros, 2024).

Definir a água como património representa uma mudança fundamental na forma como a sociedade encara este recurso essencial. A ideia de património vai além do simples reconhecimento do valor utilitário da água. Trata-se de um bem comum com valor cultural, ambiental, social, simbólico e até espiritual. A título de exemplo de manifestação da água em contextos diferentes, na arquitetura e urbanismo, os jardins islâmicos representam o paraíso descrito no Alcorão; por sua vez, Deuses ligados à água como a Yemanjá nas religiões afro-brasileiras, mostram a ligação entre o poder divino e a água. Teria lugar aqui, igualmente, a ligação ao rio como elemento sagrado, com práticas espirituais e de meditação que nos conecta com o divino. Na dimensão cultural, festivais como o Ano Novo Tailandês ou ainda a Festividade do Bom Jesus dos Navegantes no Brasil, mostram as tradições populares com a água a ser também ela celebrada. Na dimensão simbólica, merece destaque o ritual do Batismo na tradição cristã, como elemento purificador, fonte de vida e de renascimento espiritual. Na vertente paisagista, interessa ainda referir a contribuição da água para o turismo e atividades recreativas, com as águas termais, praias, rios, etc., não só como recursos naturais, mas também como recursos culturais e de lazer. Nota-se assim a crescente perceção de que a água é não só crucial para a vida, mas também uma herança natural e

cultural que merece proteção, respeito e gestão responsável para as futuras gerações (Peixoto, 2016).

A este respeito, após algumas pesquisas, encontramos “acidentalmente”, um projeto que nos apela aos sentidos, transportando-nos para a magia de interpretar o rio Douro, Património natural, através de um mapa sonoro (Oliveira, 2010).

Virgílio Oliveira, fotógrafo do Porto e artista sonoro, começou a gravar sons do rio Douro desde 2010. Volvidos alguns anos diz que encontrou uma “autêntica orquestra” nas paisagens sonoras do rio. Os sons recolhidos além de terem já merecido um prémio internacional e várias exposições mundiais, encontram-se disponíveis num total de 4 álbuns, lançados pela editora portuguesa *Green Field Recordings* (Oliveira, 2017).

Ao ouvir estes sons, os sons do rio Douro, avivamos a memória que existe no nosso mais profundo imaginário, transportando-nos para a nossa infância, para as nossas vivências e para os nossos antepassados.

I.5 Preservação do Património Cultural Imaterial

A expressão «Património Cultural Imaterial», adotada pela UNESCO na Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial (2003), tornou indiscutível os efeitos que trouxe para o reconhecimento do PCI a nível mundial, motivando um sem número de atividades à volta da sua salvaguarda.

Atente-se que ao longo de décadas a UNESCO efetuou algumas atualizações significativas ao articulado técnico da Convenção que se repercutiram em 1992 no domínio do Imaterial ao passar a ser valorizado o património natural, como disso é exemplo, no domínio espiritual, a paisagem indígena na Austrália (*Uluru-Kata Tjuta National Park*). É assim neste contexto de alargamento do conceito de PCI que a UNESCO vai sustentando o seu trabalho (UNESCO, 2003).

Entre as iniciativas levadas a cabo pela UNESCO para chegar a um instrumento de salvaguarda do PCI, podem-se destacar as mais representativas: a Recomendação para a Salvaguarda da Cultura Tradicional e do Folclore (1989); a criação e disseminação do programa Tesouros Humanos Vivos (1993) e finalmente, a partir de 1998 a implementação da Proclamação das Obras-Primas do Património Oral e Imaterial da Humanidade. Esta última iniciativa, ao distinguir estas Obras, tornou-se muito popular,

vindo a ser o trampolim necessário para se chegar até à Convenção de 2003 (Carvalho, 2011).

A Convenção de 2003 ao promover uma discussão internacional sobre o tema, é reveladora de uma percepção peculiar do património e da cultura como “(...) as práticas, representações, expressões, conhecimentos e aptidões – bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, os grupos e, sendo o caso, os indivíduos reconheçam como fazendo parte integrante do seu património cultural. Esse património cultural imaterial, transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio, da sua interação com a natureza e da sua história, incutindo-lhes um sentimento de identidade e de continuidade, contribuindo, desse modo, para a promoção do respeito pela diversidade cultural e pela criatividade humana.” (UNESCO, 2003, art. 2º).

Ao longo dos tempos foram-se atribuindo novas dimensões ao conceito de património cultural, sendo disso exemplo, o património industrial, natural, a arquitetura vernacular, dando-lhe um novo entendimento e com isso uma outra complexidade. Uma noção cada vez mais alargada foi-se desenvolvendo ao longo de décadas com a valorização das expressões imateriais como o saber-fazer, das tradições orais, dos usos e costumes, a inscrição de monumentos e sítios na lista de classificados da UNESCO, criando relações de interdependência. Assim as políticas culturais estiveram sempre na ordem do dia das convenções internacionais, debates, colóquios, publicações oficiais.

Fruto destes desenvolvimentos, a convenção de 1972 sofreu alterações significativas nas suas orientações técnicas e foi incluída no Comité do Património Mundial, na sua 16ª sessão, realizada nos Estados Unidos, a categoria «Paisagem Cultural» na Lista do Património Mundial da UNESCO de 1992, sendo reconhecida e valorizada a dimensão imaterial associada ao património natural.

A relação entre a Convenção de 1972 sobre a Proteção do Património Mundial Cultural e Natural e a Convenção de 2003 para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial é significativa no contexto da preservação e promoção da diversidade cultural. Por um lado, a Convenção de 1972 da UNESCO foi criada com o objetivo de identificar, proteger e preservar os bens culturais e naturais (materiais) considerados de valor excepcional para a humanidade. Por outro, a Convenção de 2003 foca-se na proteção do

património cultural imaterial, que inclui tradições, expressões orais, artes do espetáculo, práticas sociais e rituais que devem ser preservadas em dinâmicas vivas e não estáticas.

Ambas as convenções enfatizam a importância da diversidade cultural e a necessidade de uma abordagem holística para a preservação do património e possuem uma relação de interdependência entre si, na medida em que o património material está estreitamente ligado com o património imaterial. Por exemplo, um festival de folclore pode ocorrer num lugar patrimonial.

Outro aspeto comum é a participação da comunidade local na preservação do património e sua salvaguarda para as gerações futuras. Participação comunitária e sustentabilidade de mãos dadas, não desvirtuando aquela que é a essência das práticas culturais e a sua sobrevivência ao longo dos tempos. (Brown & Hay-Edie, 2014).

A Lei de Bases da política e do regime de proteção e valorização do património cultural (Lei 107/2001 de 8 de setembro), tem na sua génese a “...proteção e valorização do património cultural, como realidade da maior relevância para compreensão, permanência e construção da identidade nacional e para a democratização da cultura” (Lei n.º 107/2001 de 8 de setembro, 2001, p. 5808).

I.5.1 Património Cultural Imaterial (PCI) e os usos e costumes do rio Douro

O Rio Douro, que atravessa Portugal e Espanha, é um dos grandes símbolos culturais e históricos da Península Ibérica. Ele está intimamente relacionado ao património cultural imaterial através dos usos e costumes que as comunidades ribeirinhas desenvolveram ao longo de séculos. Na figura 10, encontram-se alguns exemplos que demonstram que os costumes refletem a interação humana com o rio e destacam tradições que são elementos vivos do património da região.

T R A D I Ç Õ E S	1. AS VINDIMAS E O CICLO DO VINHO DO PORTO	
	PRÁTICA	REQUISITO IMATERIAL
	A produção do Vinho do Porto é uma das mais emblemáticas tradições associadas ao Douro. As vindimas, realizadas em setembro, são marcadas por práticas culturais como a pisa a pé nos lagares, cantos tradicionais e celebrações que envolvem as comunidades locais.	A transmissão de saberes sobre o cultivo das vinhas e as técnicas de produção, assim como as canções tradicionais entoadas durante a colheita, representam um património vivo que reflete a identidade regional.
	2. BARCOS RABELOS E A NAVEGAÇÃO NO DOURO	
	PRÁTICA	REQUISITO IMATERIAL
	Durante séculos, os Barcos Rabelos foram usados para transportar os barris de vinho do Alto Douro até as caves em Vila Nova de Gaia. Esses barcos e as técnicas de navegação constituem um legado cultural.	Os conhecimentos náuticos, como a construção artesanal dos barcos e os saberes sobre a navegação do rio, são transmitidos oralmente e incorporam elementos de tradição e identidade local.
	3. AS PEIXEIRAS DO RIO DOURO	
	PRÁTICA	REQUISITO IMATERIAL
	As peixeiras do Rio Douro foram figuras centrais na cadeia de subsistência das comunidades ribeirinhas, desempenhando um papel essencial na comercialização do pescado capturado pelos pescadores locais. Elas não apenas transportavam o peixe, mas também atuavam como intermediárias entre o rio e os mercados urbanos e rurais, contribuindo significativamente para a economia familiar e a identidade cultural da região.	As peixeiras eram portadoras de um rico repertório de cantos, ditados populares e expressões únicas que refletiam o quotidiano da vida ribeirinha e a conexão com o Douro. Além disso, a habilidade de avaliar a qualidade do pescado, conservar o peixe fresco e negociar preços, era ensinada de geração em geração, especialmente entre mulheres.
	4. SABERES E ORALIDADE	
	PRÁTICA	REQUISITO IMATERIAL
	O Douro é rico em narrativas, mitos e lendas transmitidos oralmente. Histórias sobre figuras como a moura encantada ou eventos históricos locais fazem parte do repertório cultural das comunidades ribeirinhas.	Essa tradição oral mantém viva a memória coletiva e reforça a identidade cultural ligada ao rio.
	5. ARTESANATO E TÉCNICAS TRADICIONAIS	
	PRÁTICA	REQUISITO IMATERIAL
	Artesanato típico da região, como a cestaria, os bordados e a produção de objetos ligados à viticultura, é diretamente influenciado pelo ciclo de atividades económicas e sociais do Douro.	As técnicas artesanais e os conhecimentos transmitidos refletem a criatividade e os valores culturais das comunidades locais.
	6. ÁGUAS TERMAIS	
PRÁTICA	REQUISITO IMATERIAL	
O uso das águas termais para fins medicinais e terapêuticos é transmitido de geração em geração. Esses saberes incluem as propriedades curativas específicas de cada fonte, como o alívio de doenças de pele, reumatismo ou problemas respiratórios.	O conhecimento sobre os melhores usos das águas e as histórias associadas aos locais é perpetuado por meio da oralidade, especialmente por pessoas mais velhas das comunidades.	

Figura 9 - Exemplos de Tradições, Usos e Costumes ligados ao rio Douro

Fonte: elaboração própria

Ao evocar o património imaterial do rio Douro, traz-nos à memória as gentes que do rio tiravam o seu sustento. Aqui se concentravam as comunidades de construção dos barcos rabelos utilizados para a pesca e transporte. Arrais e Marinheiros, pescadores ou barqueiros, precisavam conhecer com profundidade o meio pelo qual se movimentavam, para fazer face aos invernos rigorosos ou à acalmia desmotivadora das águas estivais que muito dificultavam a navegação (Figueiras, 1989).

O aparecimento da linha férrea e a construção da Barragem de Carrapateiro foi o mote para a interrupção do transporte fluvial e em particular do vinho do Porto, levando com ele os imensos saberes que estas gentes, estes grandes Homens, Marinheiros do Douro, transmitiam de geração em geração. Falar deles implica falar dos roteiros informais criados por eles; das técnicas de navegação; das estratégias de recuperação das pipas em caso de naufrágio; das refeições preparadas a bordo ou da margem onde pernoitariam. “A festa surgia espontânea, com instrumentos tradicionais da região, músicas e danças que lembravam o seu labor quotidiano, como a chula rabela, idiossincrasia estendida também à singular linguagem própria dos mareantes (Ferreira, Vaz, Fernandes & Machado, 2014, p. 12). Outro saber importante que se viria a transformar em atividade económica, sustento em tempos difíceis de muitas famílias instalas ao longo das localidades do rio, foi a pesca ao peixe do rio, como o Sável, a Lampreia, o Lúcio e a Tainha. Voltava-se a exigir aos homens o conhecimento das épocas adequadas para capturar diferentes espécies, as condições climatéricas ideais e a prática do ciclo de vida das espécies mais importantes, saber que se consolidou ao longo de alguns séculos.

A merecer destaque neste estudo, encontram-se ainda as peixeiras de água doce, conhecimento muito apurado da qualidade e características das espécies, para não falar também do Saber de arranjar o peixe de forma tradicional, passado ao longo dos tempos entre gerações. Além disso, na venda do peixe aos seus fregueses acabavam por contar histórias sobre o rio, a pesca e no fundo sobre a vida na região, fazendo muitas vezes o papel de “agentes culturais”, embora esse termo não existisse à época.

As práticas culturais do Douro estão intimamente conectadas com o rio, que é ao mesmo tempo fonte de recursos e inspiração para as tradições locais. A valorização desse património imaterial é essencial para a preservação da identidade das comunidades e da região, especialmente frente aos desafios contemporâneos, como o turismo massivo e as mudanças climáticas. Iniciativas como a classificação do Douro Vinhateiro como Património Mundial pela UNESCO (2001) ajudam a destacar a importância de

salvaguardar os elementos imateriais associados à vida ao longo do rio, ao mesmo tempo que faz com que os conhecimentos da comunidade sejam respeitados num contexto global.

Muitas vezes a própria literatura ou o património literário duriense funciona como fiel depositário das memórias de muitos antepassados, em particular, no caso em estudo, em homenagem ao rio e aos Homens durienses que do rio e da margem dependiam.

As autoras Maria Lage e Carla Sequeira retratam as obras de alguns escritores que viram no douro uma fonte inesgotável de inspiração literária e contribuíram para a comunhão entre a cultura e a natureza. Citando Maria Angelina Brandão e Raul Brandão, na sua obra *Portugal Pequeno*, ao descrever o caminho fluvial dos Barcos Rabelos, acabam também por detalhar ao pormenor, como se a fotografar estivesse todo o percurso, tarefas executadas pelos marinheiros e tripulantes do barco, dificuldades, ações, bem como todos os objetos que via à sua frente e que diziam respeito a esta arte. (Lage & Sequeira, 2023).

“São estes barcos estrambóticos que fazem todo o tráfego do Douro. Carregam pipas, cortiça, casca, madeira, gente; e quando vem o Inverno e “anda o rio grande”, o movimento nunca se interrompe. Os homens intrépidos, de pé sobre a pégada — o nome da gaiola onde vai o arrais —, manobram com decisão a espadela, metendo a charroa na água e imprimindo direcção ao barco. É preciso fazê-lo sem um movimento falso, sem um segundo de hesitação, nos sítios perigosos, descendo os galeiros como quem cai por uma corda abaixo [...]. Ali é que é vê-lo, ao barqueiro em ceroulas a manobrar a charroa na água como se quisesse lavar no campo! Quatro casqueiros, meia dúzia de cavernas, a gaiola em cima e o homem em equilíbrio na quitanda, tendo de descer lá do Alto até ao Porto com aquelas pipas todas, agarrado à espadela, olho na água, olho nas pedras agudas como dentes [...]. O barco oscila, põe-se de pé — e ele lá vem, já desce. Como se aguenta? Arriscando a vida.” (Brandão & Brandão, cit por (Lage & Sequeira, 2023, p. 141).

Neste extrato de literatura se eterniza a dureza do trabalho no rio Douro e alguns dos saberes, usos e costumes, ligados à navegação com os Barcos Rabelos e que refletem a memória coletiva passada de geração em geração. Assim, "O rio leva consigo as histórias de gerações", ligando o passado ao presente.

I.6. A Interpretação Patrimonial

Nas últimas décadas, o conceito de “Interpretação” tem-se afirmado progressivamente como uma área de crescente interesse e aplicação, daí tratar-se de uma disciplina que não tem o seu campo de visão fechado, estando em constante mutação, existindo tantas definições quantos teóricos ou académicos a estudam.

A origem da Interpretação do Património (IP), atribui-se à segunda metade do século XX, com a criação dos primeiros parques nacionais, nos Estados Unidos da América, e através da qual se procurava demonstrar a importância de preservação destes recursos naturais. Contudo, os grandes pilares teóricos da disciplina resultaram da obra “*Interpreting Our Heritage*”, de Freeman Tilden (1957), um dos mentores da interpretação, pois segundo Izquierdo, Tresserras, & Matamala (2005), Tilden foi o primeiro académico a definir o que é um centro interpretativo. Com um olhar voltado aos parques naturais americanos, o autor constrói uma abordagem de um espaço de educação baseado na preservação da cultura patrimonial nacional: “uma atividade educacional que objetiva revelar significados e inter-relações mediante a utilização de objetos originais, de experiências de primeira mão e por meios ilustrativos, ao invés de simplesmente comunicar informações fatuais (Tilden, 2006, p. 35) ². Na mesma obra, na sua página 22, a citação mais famosa de Freeman Tilden pode ser encontrada: “Através da interpretação, compreensão; através da compreensão, apreciação; por meio de apreciação, proteção” (Tilden, 1957, p. 22).

Sam Ham refere que “A interpretação eficaz é um processo criativo de comunicação estratégica, que produz conexões intelectuais e emocionais entre o visitante e o recurso que é interpretado, fazendo com que ele gere seus próprios significados sobre esse recurso, para que o aprecie e aproveite.” (Ham, 2024, p. 6)

Carrier (1998) sugere a existência de diferentes graus de interpretação associados a uma série de trinómios:

- SENSACÃO-PERCEÇÃO-INTERPRETAÇÃO;
- INTERPRETAÇÃO-REFLEXO-REAÇÃO;
- REFLETIR-RECONHECER;
- IMAGINAR-INTERPRETAR-AGIR.

Segundo o autor, há um encadeamento desses conceitos de tal forma que se consegue uma interpretação de primeiro e segundo grau: sensação, percepção e emoção provocam uma interpretação de primeiro grau, enquanto a reação, seguida de reflexão e interpretação, dá lugar a uma interpretação possivelmente mais profunda, na qual o visitante procura um sentido, que o autor chama de segundo grau. No caso de Espanha,

² A tradução dos excertos citados foram feitas pelos autores deste trabalho.

Sánchez de las Heras (2002), define esta disciplina como um sistema para oferecer leituras e opções para um uso ativo do património, utilizando todos os tipos de recursos de apresentação e animação (Heras, 2002).

Definição mais contemporânea surge através da Associação para a Interpretação do Património Espanhol como a 'arte' de revelar *in situ* o significado do legado natural e cultural para o público que visita esses lugares em seu tempo livre (AIP, s.d.).

A Interpretação Patrimonial tem sofrido uma importante evolução ao nível dos seus princípios e técnicas de trabalho, envolvendo uma diversidade de profissionais e setores relacionados com a gestão do património devido à sua transversalidade. Mas a ação de interpretação do património, segundo Tilden (1957), partia de seis princípios como se apresentam na figura seguinte:

PRINCÍPIO	OBJETIVO
1 - RELAÇÃO	Qualquer interpretação que não relacione, de alguma forma o que é exibido ou descrito, com a personalidade ou experiência do visitante, será estéril. A mensagem tem de chegar a ego do visitante, com o uso do “você/tu” e incluir analogias com a vida quotidiana destes.
2 - REVELAÇÃO	Informação, como tal, não é Interpretação. Interpretação é revelação baseada na informação. Mas são coisas completamente diferentes. A informação deve ser codificada e revelada durante a interpretação.
3 - INTEGRAÇÃO	Interpretação é uma arte que combina outras artes, sejam os materiais apresentados científicos, históricos ou arquitetónicos. Qualquer arte é, de certa forma, ensinável.
4 - PROVOCAÇÃO	O principal objetivo da Interpretação não é instrução, mas provocação. Estimular a busca por mais conhecimento.
5 - INCLUSÃO	A interpretação deve ter como objetivo apresentar um todo e não uma parte, e deve dirigir-se ao ser humano como um todo.
6 - ADAPTAÇÃO	A interpretação direcionada para crianças (digamos, até a idade de doze anos) não deve ser uma diluição da apresentação para adultos, mas deve seguir uma abordagem fundamentalmente diferente. Para estar no seu melhor, será necessário um programa educativo separado.

Figura 10 - os seis princípios da Interpretação Patrimonial de Tilden

Fonte: adaptado da obra de Tilden *Interpreting our heritage* (1957)

Deste modo, podemos considerar a IP como uma estratégia de apresentação do Património, ferramenta que serve para aproximar o visitante do património, com recurso a uma amplitude de técnicas de comunicação e, como Tilden afirmara, com o objetivo

primordial de “provocar” o visitante e, conseqüentemente levá-lo a experimentar novas sensações (Princípio 4).

Na seqüência da declaração deste estímulo de interesse sobre o bem patrimonial, Tilden, Delgado e Pazos (2013), afirmam a intenção de que a IP promova a consciencialização sobre a salvaguarda do dito bem, sendo assim “(...) desenhada para que as pessoas conheçam de maneira significativa seu patrimônio e se convertam em seus protetores e defensores” (Delgado & Pazos, 2013, p. 302).

Após a intervenção de Tilden no cenário interpretativo, o processo de Interpretação apresentou forte ênfase na relação recurso interpretativo - visitante, e posteriormente, no processo de planificação da própria ação. É, contudo, na década de 1980 que o conceito de Interpretação se estende, desde o contexto ambiental/natural, até ao histórico e ao cultural.

I.6.1. Principais meios e técnicas interpretativas

Enquadrados e delimitados os principais conceitos inerentes à atividade de IP, importa ao momento presente, que a investigação identifique os principais meios e técnicas de utilizados nesse processo.

Assim, através da revisão da literatura acedemos às perspectivas de categorização destas práticas que se dividem em dois grupos: meios e técnicas interpretativas guiadas e autoguiadas. As primeiras referem-se a atividades orientadas, nas quais o visitante interage com um dado interlocutor/orientador, como por exemplo, palestras interpretativas, caminhadas e passeios orientados, trilhos interpretativos, interpretação espontânea, demonstrações e história viva, entre outras; já no que concerne às técnicas autoguiadas, a autora refere-se àquelas que se socorrem de equipamentos de transmissão de informações aos visitantes, como publicações impressas, placas, audioguias, roteiros temáticos, painéis e letreiros, exposições, vitrinas, módulos multimédia, etc. (Delgado & Pazos, 2013, p. 309).

Para Delgado & Pazos (2013), os três principais meios interpretativos são:

- 1) Trilhos ou itinerários interpretativos (que podem dividir-se em guiadas ou autoguiadas) e que podem ser considerados de: a) de relato ou lugar; b) didáticas; c) turísticas ou recreativas; d) cognitivas.

2) Placas, sinais, painéis e letreiros interpretativos.

Proporcionam, de forma atrativa e sem interferir nos cenários naturais, informação referida a alguma característica essencial do recurso turístico visitado, relevante para o visitante pelo seu significado. Este meio resulta interessante em lugares muito frequentados, nos que não há serviço personalizado, ou bem onde o impacto dos visitantes é baixo. Podem empregar-se tanto no exterior (de apoio às trilhas autoguiadas) como no interior (em exposições e centros de visitantes). O processo comunicativo baseia-se na mensagem escrita, que deve ser reforçada por ilustrações, fotografias, planos ou esquemas. O texto das placas estrutura-se em 6 níveis que deveriam diferenciar-se visualmente pelo tamanho da letra, podendo enfatizar a diferença utilizando cores distintas e jogando com a distribuição do texto (Miranda, 1998):

- Nível I ou Título-tema – apresenta o tema ou um elemento do tema, por meio de uma frase com sujeito, verbo e predicado;
- Nível II ou parágrafo de atração – aprofunda, com pouco detalhe, algum aspeto do título despertando interesse;
- Nível III ou parágrafo principal – aprofunda o tema, mas não deve ultrapassar as 50 palavras;
- Nível IV ou parágrafo de encerramento – através dele convida-se a desenvolver uma ação;
- Nível V ou parágrafos auxiliares – utilizada para facilitar outra informação mais exhaustiva;
- Nível VI ou créditos – destinado a incluir o nome do trilho, os logotipos das instituições e a imagem corporativa do trilho.

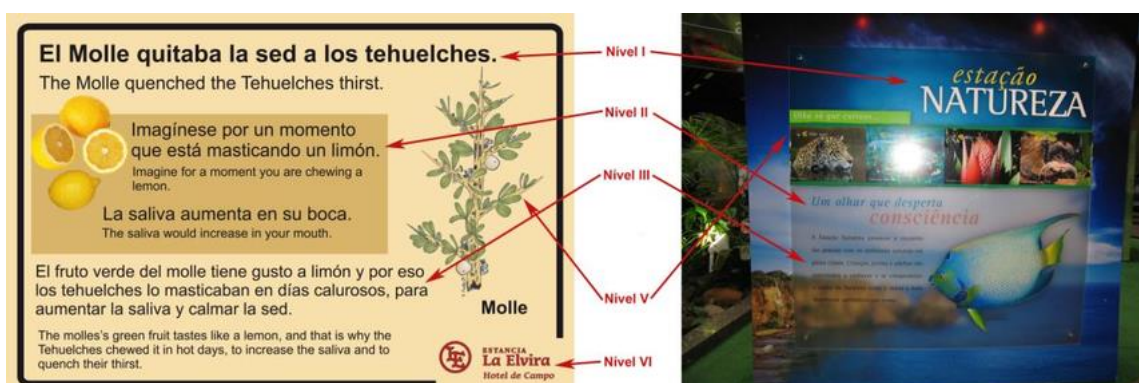


Figura 11 - Exemplos de estrutura do texto em placas interpretativas para exterior e interior. A) área natural protegida Península Valdés boticário (curitiba, brasil); B) exposição “Estações Natureza” da Fundação do Boticário.

Fonte: (Delgado & Pazos, 2013).

No momento da composição da placa, o alinhamento do texto a esquerda é a melhor opção para a sua leitura. Os títulos poderão estar centrados porque isso oferece equilíbrio e elegância. Para destacar diferentes subtemas utilizam-se parágrafos, não sendo recomendável o uso de recuo na primeira linha. O uso de parágrafos deixa o texto mais legível. Nos parágrafos auxiliares recomenda-se apresentar o texto compacto e em caixas, com um parágrafo para cada texto auxiliar (Ham, 1992). Ham recomenda ainda um tamanho para os titulares e parágrafo de atenção entre 96 e 72 pontos, e para os textos auxiliares de 18 a 24. Finalmente, Veverka aponta que as pessoas lembram em média 10% do que escutam, 50% do que veem e 90% do que fazem (Veverka, 1995). Por isso, o desenho de placas interpretativas ajuda a compreensão da mensagem, por meio de ações ou elementos tridimensionais, interativos ou que se possam manipular. Nesse sentido, a formulação de perguntas pode ser também uma boa alternativa de interagir com os visitantes.

- 3) Centros de Visitantes, que para estes autores se reporta aos locais, *in situ*, que revelam aos visitantes o significado das áreas de atuação.

Em síntese, os mesmos autores concluem que a experiência interpretativa “(...) exige um bom conhecimento do meio ambiente e da história do lugar. É ela que dá à destinação a sua personalidade, seu caráter único, diferenciando o destino turístico e o excluindo de lugares comuns” (Delgado & Pazos, 2013, p. 318). Neste sentido, Delgado & Pazos (2013), destacam o papel dos atores locais nesta experiência, referindo que: “(...) a integração das comunidades no planeamento interpretativo resulta essencial, já que como anfitriões, são as que melhor podem transmitir o “espírito” desse destino turístico, por meio dos valores e recursos próprios do território, ajudando assim a entender a “alma” que esse lugar possui.” (Delgado & Pazos, 2013, p. 318).

À luz da revisão da literatura realizada até ao momento, destaca-se a centralidade da autenticidade enquanto dimensão essencial na valorização e revelação do património, bem como para a criação de produtos e atrativos turísticos e culturais, cujo *genius loci*, apresente um valor diferenciador, dos e para os territórios.



Figura 12 - The rights of the visiting public³ - Interpretación do património como ferramenta para a transformação eco-social.

Fonte: (TEHIC, 2022) Seminario de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural (SEMIP), CENEAM, 2014.

A interpretação do património é uma ferramenta intimamente ligada à procura de conexões com o ser humano (ver exemplo fig. 13)., tanto do ponto de vista conceptual quanto emocional.

É verdade que o que se chama de interpretação do património nem sempre é, de fato, interpretação do património, e isso causou e continua a causar prejuízos ao desenvolvimento da disciplina. Muitas vezes, em nome da interpretação do património,

³ 1 - Receber uma atenção amigável e prestativa; 2 - Aproveitar o tempo que você passa no programa ou atividade; 3 - Receber uma quantidade razoável e equilibrada de informações; 4 - Compreender o significado das explicações oferecidas a si; 5 - Sentir que suas opiniões são levadas em conta no processo de comunicação; 6 - Sentir emoções e surpreender-se com o conteúdo e a forma como ele é apresentado; 7 - Vivenciar estímulos que fazem você pensar e refletir até chegar às suas próprias conclusões; 8 - Levar memórias do significado e da essência deste lugar; 9 - Perguntar aos funcionários sobre algo que você não entendeu e receber uma resposta, mesmo que seja fornecida posteriormente ou por outros meios de comunicação; 10 - Comunicar qualquer aspecto que você não tenha gostado aos funcionários, à instituição ou ao centro responsável pela atividade ou pelo local.

os visitantes recebem uma grande quantidade de dados e informações, sem que haja um processo metodológico criativo prévio.

I.7. Centro Interpretativo e Itinerários

I.7.1. Definição dos Centros de Interpretação

A par do sucedido nos capítulos anteriores, nos quais as definições quer de Turismo, quer de Património apresentavam alguma complexidade na determinação das mesmas, igual problemática nos é apresentada no conceito de “Centros de Interpretação” (CI). Desde logo a própria terminologia utilizada é recente e, como afirma Garrido e Sánchez, citando Martín Piñol (2011), “não existem regulamentos gerais que definam ou classifiquem este tipo de centros” (Garrido & Sánchez, 2015, p. 145), o que consideramos ser uma desvantagem clara na sua concetualização.

Os museus e centros de interpretação são, muitas vezes, os únicos locais onde os turistas conseguem estabelecer algum contacto com a localidade e não menos frequentemente o único local visitado numa cidade. Este momento pode ser determinante para a criação de uma imagem do lugar.

Manuel Sarmiento Pizarro refere que

“As definições de centros de interpretação são múltiplas: uns consideram tratar-se de instituições para a disseminação do conhecimento do património cultural ou natural; um espaço onde confluem linhas argumentais de um discurso interpretativo pensado num território determinado, onde se dá uma ideia de conjunto, apresentando propostas culturais, educativas e turísticas; outros defendem tratar-se de espaços sem coleção criados com o objetivo de valorizar e difundir o património e destinados a um público vasto, e outros afirmam tratar-se de um tipo específico de novo museu, muitas vezes associados com centros de visitantes ou ecomuseus e localizados próximos a sítios culturais, históricos ou naturais, recorrendo a diferentes meios de comunicação de modo a facilitar a compreensão de um determinado património” (Ministério da Cultura - DRCN, 2019).

Ao contrário dos museus, cuja definição se encontra francamente estabelecida, nomeadamente do ponto de vista legislativo, no caso dos CI essa referenciação legal é inexistente. Desta forma, e após revisão da literatura verificou-se que esta lacuna proporcionou aos diversos autores, a construção em forma de proposta, do conceito de CI, conforme exemplos de definição na figura seguinte.

Autor	Definição	Ano
Morales Miranda	Os centros devem ser: inspiradores e comover o espírito dos indivíduos; estimuladores do uso dos sentidos; Motivador e	1998

	provocativo; sugestivo e persuasivo; Geradores de participação ativa e senso crítico; facilitadores de uma mensagem clara e não densa; revelando significados e inter-relações; incitadores da consciência cidadã.	
Federación Española de Municipios y Provincias.	Equipamento destinado a promover e divulgar um território específico a partir de um discurso interpretativo específico que o torna único. Esta leitura baseia-se nos elementos autóctones que compõem o património cultural e natural da zona. As suas áreas básicas são: área de entrada, gestão e administração, área de exposição, área de divulgação, centro de documentação e armazém.	2003
Izquierdo, P.; Juan, J.; Matamala, J.	Os centros de interpretação são instalações que normalmente carecem de coleções originais ou de bens culturais e naturais móveis e não têm como finalidade a conservação ou a investigação, mas sim a apresentação ao visitante dos recursos e da singularidade do património de um local.	2005
Consejería Economía e Innovación Tecn. (C. de Madrid)	Centros que pretendem ir além de meros escritórios, ajudando os visitantes a interpretar o que poderão ver no próprio destino: património cultural, recursos naturais, história, costumes e tradições, gastronomia..., tentando oferecer o potencial do destino num único espaço e de forma atrativa.	2006
Castaño Blanco	Os centros de interpretação, em termos gerais, são definidos como entidades que têm como principal finalidade a divulgação de determinados valores culturais, históricos e naturais, geralmente localizados em zonas rurais, que se destacam pela sua própria identidade e que utilizam a interpretação do património como estratégia de comunicação.	2007
Martín Piñol	Entendemos por centro de interpretação uma instalação localizada num edifício fechado ou ao ar livre que normalmente não possui objetos originais e que visa revelar o significado óbvio ou oculto do que se pretende interpretar.	2011
Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada	Um centro que transmite cultura, integrado na cidade, que garante a continuidade e a criação de novos hábitos culturais. Um centro que gera comunicação e intensifica a vida social, que busca a participação cidadã e mobiliza uma parte considerável da população.	2011

Figura 13 - Síntese dos conceitos de "Centro de Interpretação"

Fonte: Adaptado de Garrido & Sánchez (2015)

De acordo com a figura, considera-se que uma das características comumente aceite é de que os CI devem apresentar-se enquanto mediadores entre um património em concreto, e o visitante, utilizando e adequando as devidas técnicas de IP, transpondo o bem patrimonial para o recetor, de forma singular (a interpretação sugere envolvimento da emoção).

Esta lacuna na concretização de uma definição clara para estes centros, concebe uma problemática que, segundo Xerardo Pereiro Pérez, parte desde logo da própria

denominação «Centro de Interpretação», que considera poder entender-se como uma corrente de moda, que tende a ser replicada com total acrisia, sobretudo porque:

“(…) na Península Ibérica estão na moda e abusa-se do seu conceito. Seria mais correto, em muitos casos, denominar-se centros de visitantes ou centros de receção e acolhimento de visitantes. Do mesmo modo, estes centros de interpretação têm servido, nalguns casos, para competir com os museus e também para vulgarizar conteúdos sem qualquer rigor e promovendo as “fast visits”. Noutros casos privilegia-se a rentabilidade e o número de visitantes, muitas vezes reduzidas a estudantes, sobre o papel interpretativo, educativo e comunitário” (Pérez, 2009, p. 237).

Retomando a dimensão geográfica da proliferação dos CI, destacamos que na escassa bibliografia encontrada sobre este tema, a grande maioria dos autores que o abordam, apresentam origem espanhola, confirmando assim a relevância dos CI nos territórios da Península Ibérica.

I.7.2. Itinerários/Roteiros Turísticos

O termo “Itinerário” deriva do latim “itinerariu” e pode definir-se como um caminho que se segue para orientar a chegar de um ponto a outro.

O itinerário identifica paragens, pontos de interesse, horários, etc., assegurando que o percurso seja seguido de forma eficiente e com organização. Ele ajuda ainda a otimizar o tempo, permitindo aos viajantes desfrutar de cada momento, visitando os locais planeados e desempenhando os objetivos da viagem (Sousa, 2024).

Por sua vez, no contexto do Turismo, o itinerário é o percurso planeado para uma viagem/visita com objetivo de explorar destinos turísticos. Este itinerário pode incluir uma série de atrações turísticas, pontos de interesse, atividades culturais, naturais ou históricas, e está geralmente estruturado para oferecer aos turistas uma experiência completa e organizada. Ajuda a determinar as horas das visitas, a sua hierarquização, prevenindo assim a perda de tempo ao mesmo tempo que garante uma experiência enriquecedora.

Pode ser um plano para um passeio de um dia ou uma viagem mais longa, dependendo do contexto, e pode ser individual ou guiado por uma agência de viagens.

O Itinerário pode também ser definido como um Roteiro de viagem, tratando-se de “...um plano minucioso para quem pretende viajar. Ele traz todas as atividades e pontos turísticos que serão visitados. O mesmo servirá como um guia, ajudando o viajante na

organização do tempo, otimização dos recursos e assegurando que haverá a visita em todas as atrações desejadas.” (Sousa, 2024, p. n.d).

O território é o espaço físico de um itinerário, sendo fundamental para a vida humana e para o turismo. Com a capacidade do território em fornecer recursos reais e potenciais, a criação de rotas não é fixa, mas sim em constante mudança. O turismo e as rotas turísticas modificam o território, transformando-o em locais de acolhimento. O espaço geográfico é a base de qualquer trajeto (Reis & Lavaredas, 2024).

O turismo evoluiu significativamente ao longo dos anos, à medida que mais áreas territoriais foram expandidas, incluindo algumas sem património histórico ou cultural significativo, onde foram criadas atrações artificiais para aliciar turistas e com isso promover o turismo. A título de exemplo, Orlando, nos Estados Unidos, com a construção dos parques temáticos da Disney ou da Universal, criou atrações que levaram o território a ser um dos destinos mais visitados do mundo. Em Portugal, um grande exemplo de dinamização e atração turística é o do parque aquático Zoomarine. Apesar da existência de um vasto património cultural, a crescente procura turística de produtos diferenciados motivou o investimento moderno neste tipo de atrações.

Como já referido no ponto do turismo, o Grande Tour teve como espaço de atuação o mediterrâneo, em concreto os países da Europa do Sul, constituindo-se a origem do turismo no mundo. “Hoje, quase todo o planeta e até a Lua estão turistificados.” (Varela & Ferreira, 2010, p. 169).

O Capítulo agora concluído, procurou contribuir com a revisão do estado de arte desta investigação, para a compreensão do Turismo no seu todo, e em particular do segmento cultural.

O turismo sustentável no rio Douro, especialmente no contexto do turismo fluvial, conecta práticas de lazer conscientes, à valorização da herança cultural e à preservação do património natural e imaterial da região. A ONU, através dos seus Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), e a UNESCO, com a proteção de patrimónios mundiais, desempenham papéis centrais na promoção de diretrizes que assegurem a sustentabilidade dessas práticas.

A interpretação patrimonial aporta um papel crucial, fornecendo meios e técnicas que ajudam os visitantes a compreender e apreciar a importância cultural e natural do território. Neste cenário, os centros de interpretação tornam-se espaços essenciais,

funcionando como pontos de convergência entre conhecimento, educação e sensibilização para a proteção dos recursos locais. Eles não promovem apenas a preservação da identidade do Douro, mas também incentivam práticas turísticas responsáveis e envolventes. Dessa forma, o turismo na região do rio Douro pode unir lazer e aprendizagem, garantindo a perpetuação do seu legado cultural e natural para as gerações futuras.

II. METODOLOGIA E MÉTODOS

II.1 Metodologia

A investigação que aqui se apresenta, ancorada nas ciências sociais aplicadas ao Turismo — entendido como um subsetor económico em constante transformação —, reconhece a natureza multidisciplinar deste campo de estudo. Essa diversidade de abordagens torna o Turismo uma área particularmente atrativa para a investigação académica, integrando contributos provenientes de diversas disciplinas que, em conjunto, enriquecem o corpo de conhecimento existente.

Com o objetivo de contribuir para essa produção de conhecimento, esta dissertação assenta numa metodologia qualitativa (Marconi & Lakatos, 2003) e parte da identificação de um problema de investigação relacionado com a sustentabilidade e a valorização das tradições locais. Assim, formulou-se a seguinte questão de partida:

- Como podem os Centros de Interpretação promover a sustentabilidade e preservar as tradições locais?

A esta questão principal, associam-se ainda outras interrogações complementares que ajudam a enquadrar e aprofundar o objeto de estudo:

- Que produto turístico pode ser desenvolvido para promover simultaneamente a sustentabilidade e a preservação das tradições locais?
- Existe, atualmente, alguma oferta cultural no território em análise que cumpra esse duplo objetivo?

Nesta visão, impõe-se aos gestores culturais/decisores uma questão que poderá constituir-se como impulso para a execução viável do projeto: “como maximizar o investimento e contribuir para a sustentabilidade deste território?”. É neste espírito de gestão cultural que, por sua vez, se poderá colocar a especificidade contida na temática deste estudo.

A escolha do tema CICA – Centro de Interpretação Cultural e Ambiental Douro & Águas Cálidas, está estreitamente ligada à paixão intrínseca que existe pela terra onde a autora nasceu e cresceu, enquanto mulher, profissional e autarca, defensora do desenvolvimento desse território, culturalmente apagado. Efetivamente, foram tidos em conta fatores internos, pois não há dúvida que o assunto se encontra relacionado com as nossas inclinações e aptidões, mas outrossim o objeto de estudo merece ter papel de

destaque na investigação científica corporizando a sua visão inédita no Lugar. (Marconi & Lakatos, 2003).

A presente investigação inscreve-se no paradigma qualitativo, permitindo a compreensão aprofundada dos significados atribuídos pelos atores sociais à sua realidade, numa lógica de interpretação e não de medição. Tal como afirmam Canastra, Haanstra e Vilanculos, “(...) não se pretende ‘medir’ a realidade estudada, mas ‘compreender’, a partir dos actores em contexto, os significados produzidos em torno da actividade desenvolvida por estes.” (Canastra, Haanstra, & Vilanculos, 2015, p. 11).

II.2 – Método e instrumento de recolha de dados

A partir destas interrogações iniciais, estruturou-se a presente investigação assente em duas estratégias metodológicas, cruzadas entre si: aferição do “estado da arte” através de uma delimitação concetual relativamente ao Turismo, ao Património Cultural e sua preservação, e aos Centros de Interpretação; e, posteriormente, à implementação do processo de recolha e análise de dados para conseguirmos delinear uma proposta de ação.

A leitura e a correspondente análise do texto como fator decisivo do estudo, é o mote para o início do processo de aquisição e consolidação de conhecimentos. “Ler significa conhecer, interpretar, decifrar, distinguir os elementos mais importantes dos secundários.” (Marconi & Lakatos, 2003, p. 19).

Para a implementação da estratégia de recolha e análise de dados, adotámos três técnicas de pesquisa: a documental, a bibliográfica (documentação indireta) e a perceção dos intervenientes, através das entrevistas aos *stakeholders* internos e externos ao território envolvente do CICA (observação direta intensiva). O principal objetivo das entrevistas, traduziu-se na recolha de apreciações concretas dos principais agentes locais a atuar no terreno. (Marconi & Lakatos, 2003).

A revisão da literatura permitiu compreender como, numa visão diacrónica, este tipo de equipamentos culturais foi sendo integrado na componente do Turismo, do Património, do lazer e da hospitalidade. Assim, para a construção do “estado da arte” no âmbito em que esta dissertação se insere, procedeu-se à revisão da literatura dos principais autores da especialidade, bem como à consulta de fontes e documentos institucionais, como forma de enquadramento real do objeto de estudo. Desta lógica demonstrativa, resultará

o primeiro capítulo desta dissertação “I. Revisão da literatura”, a saber em detalhe: (I.1) “Turismo Sustentável”; (I.2) “Turismo Fluvial e rio Douro”; (I.3) “Sustentabilidade no Turismo”; (I.4) “Herança Cultural”; (I.5) “Preservação do PCI”; (I.6) “A Interpretação Patrimonial”; (I.7) “Centro Interpretativo e Itinerários”.

Foi ainda convocado o método histórico como procedimento auxiliar de interpretação. De acordo com Marconi e Lakatos (2003), “(...) partindo do princípio de que as atuais formas de vida social, as instituições e os costumes têm origem no passado, é importante pesquisar suas raízes, para compreender sua natureza e função.” (p. 106). Esta perspetiva permitiu contextualizar a evolução das práticas culturais e compreender a sua relevância na atualidade, especialmente no que se refere à sua valorização no âmbito do turismo sustentável.

A metodologia de natureza documental foi enriquecida com a visita a outros centros de interpretação, como é o caso do CIBAR - Centro Interpretativo do Barco Rabelo, no Concelho de Mesão Frio (Anexo A).

Para uma melhor esquematização e perceção sobre esta abordagem metodológica veja-se a Figura seguinte.

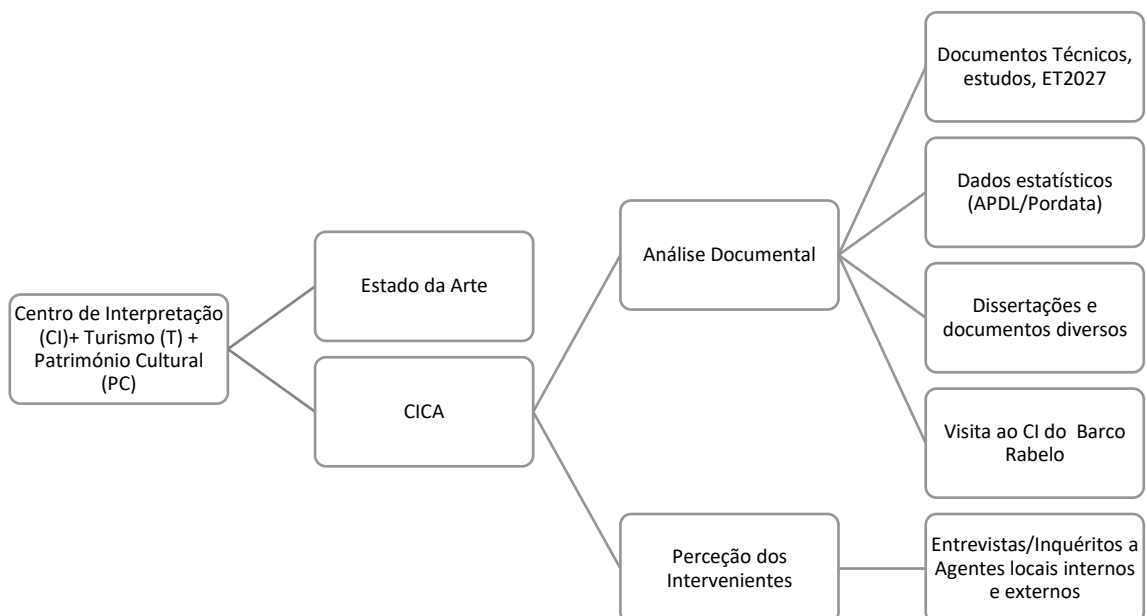


Figura 14 - Esquema da metodologia de investigação adotada.

Fonte: elaboração própria

Como se observa, o trinómio Centro de Interpretação (CI), Turismo (T) e Património Cultural (PC) ordena-se numa sequência a duas e a seis dimensões, que estruturam a metodologia seguida e apresenta-se como uma proposta de síntese que, caso seja replicada, pode ser vantajosa para investigações similares.

Com base nos pressupostos anteriormente explanados, e para complementar e discriminar com maior detalhe os passos adotados na conceção deste estudo, consideramos a adoção do processo científico de Quivy e Campenhoudt (2008), através das sete etapas propostas por estes autores, e que se refletiram na seguinte figura:

<p>ETAPA 1. A PERGUNTA DE PARTIDA:</p>	<p>“Que produto turístico criar para promover a sustentabilidade e preservar as tradições locais”; ou: “Como podem os Centros de Interpretação promover a sustentabilidade e preservar tradições locais?”; ou ainda: “existe alguma oferta cultural no local que promova a sustentabilidade da região ao mesmo tempo que preserva as tradições locais?” Esta questão identifica um problema concreto que envolve duas dimensões principais: sustentabilidade e preservação cultural.</p>	<p>Identificação do problema; Clareza; Pertinência; Exequibilidade</p>
<p>ETAPA 2. A EXPLORAÇÃO:</p>	<p>Neste estágio da investigação foi efetuada a revisão bibliográfica, foram encetados contactos com intervenientes na área dos Centros de Interpretação, foram constituídas e implementadas as ferramentas de obtenção de dados, nomeadamente as entrevistas e os inquéritos, como estratégia de resposta à pergunta de partida anteriormente definida</p>	<p>Revisão da literatura e “estado da arte”.</p>
<p>ETAPA 3. A PROBLEMÁTICA:</p>	<p>Aqui Delimitou-se o conceito de "sustentabilidade" no contexto dos Centros de Interpretação e especificou-se o que se entende por "preservação do Património Cultural Imaterial". De seguida, levantaram-se hipóteses, como: "A adoção de práticas sustentáveis nos Centros de Interpretação aumenta a valorização das tradições locais pelos visitantes e residentes."</p>	<p>Formulação de pressupostos</p>
<p>ETAPA 4. A CONSTRUÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE:</p>	<p>Esta etapa é composta por conceitos e hipóteses interligados entre si para formar um quadro de análise lógico. Pretende-se estruturar um modelo que relacione as práticas dos Centros de Interpretação com impactos em três dimensões: ambiental, cultural e</p>	<p>Seleção da hipótese mais viável, com enfoque no</p>

	social. Identificam-se a título exemplificativo, variáveis mensuráveis como: atividades sustentáveis realizadas; número de eventos culturais organizados e percepção de visitantes sobre o impacto cultural.	equipamento cultural CICA
ETAPA 5. A OBSERVAÇÃO:	Confrontação do modelo de análise com os dados observáveis. Observar o quê? Dados esses que são reunidos através dos indicadores úteis para a verificação das hipóteses. Observar em quem? – Analisar no espaço geográfico, social e temporal através do estudo de uma população ou uma amostra representativa dessa população. Observar como? – Consiste na recolha de dados com base em 3 operações: Instrumento capaz de fornecer as informações necessárias para testar as hipóteses através de uma entrevista ou questionário; testar o instrumento; aplicar sistematicamente e proceder às recolhas dos respetivos dados.	Trabalho de campo segundo a linha teórica defendida
ETAPA 6. A ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES:	Interpretação dos dados qualitativos obtidos e os pressupostos teóricos explanados	Tratamento da informação obtida
ETAPA 7. AS CONCLUSÕES:	Esta última etapa traduz-se na conceção da resposta à pergunta de partida, através dos resultados finais desta investigação, e sua respetiva apresentação pública	Dados e potencialidades interpretativas e resposta à pergunta de partida.

Figura 15 - Etapas do Modelo Científico de Quivy & Campenhoudt

Fonte: elaboração própria construída a partir do manual de (Quivy & Campenhoudt, 2017)

Através deste processo científico estruturamos a investigação de maneira sistemática, garantindo que a pergunta de partida seja analisada de forma aprofundada e que os resultados sejam consistentes e aplicáveis.

Como se pode perceber, adotou-se uma abordagem baseada na metodologia de investigação etnográfica, interpretativa e de investigação-ação (Canastra, Haanstra, & Vilanculos, 2015, p. 11), procurando identificar métodos, técnicas e instrumentos adequados ao objeto de estudo do CICA. Essa abordagem, aplicada no contexto da Interpretação Patrimonial voltada à atividade turística, visa contribuir para agregar valor

a esses equipamentos, gerando impactos positivos nas economias locais e regionais, além de promover melhorias na qualidade de vida dos residentes e, naturalmente, na experiência dos visitantes.

Neste enquadramento, a entrevista semiestruturada constitui-se como o instrumento principal de recolha de dados. A construção do guião de entrevista teve por base uma revisão prévia da literatura, que permitiu identificar conceitos-chave, dimensões relevantes e questões teóricas orientadoras. As entrevistas foram aplicadas a agentes locais, com o objetivo de recolher perspetivas e experiências sobre a promoção da sustentabilidade e a preservação das tradições locais no contexto turístico.

A escolha deste instrumento justifica-se pelo seu reconhecido valor na investigação qualitativa. Como referem Marconi e Lakatos (2003), a entrevista é considerada “(...) o instrumento por excelência da investigação social” (p. 196), permitindo obter “(...) respostas válidas e informações pertinentes”, sendo, por isso, “uma verdadeira arte (...)” (p. 199).

Ainda que a entrevista seja o eixo central da metodologia, esta investigação inscreve-se num método de estudo etnográfico, o qual valoriza a inserção do investigador no contexto sociocultural do objeto de estudo. Como reforçam Canastra, Haanstra e Vilanculos (2015), “(...) a base empírica que sustenta a análise do investigador é o contexto cultural e simbólico das pessoas e das comunidades.” (p. 12). Complementarmente, recorreu-se a técnicas de observação naturalista, no sentido de captar dinâmicas locais, discursos implícitos e práticas quotidianas relevantes.

Para a recolha de dados, como já referimos, optámos pela realização de uma entrevista semiestruturada, destinada aos autarcas do município de Resende, com responsabilidade na área do turismo e desenvolvimento local, bem como aos agentes económicos locais, também eles, força motriz do desenvolvimento do lugar. Assim, estão identificados os *stakeholders*, cuja visão sobre o território sobre o qual interagem, nos permitirá efetuar uma investigação social para chegar a conclusões sobre o tema aqui objeto de estudo.

A entrevista (Apêndice A), dirigida aos 2 autarcas sob os quais está a jurisdição do espaço, enquanto ferramenta de recolha de dados, é composta por 12 questões, das quais 3 são abertas e 9 fechadas; A entrevista dirigida a 10 agentes locais, é composta, por sua vez, por 7 questões, das quais 3 são abertas e 4 fechadas, com a respetiva escala de análise (com várias opções de resposta) Com este instrumento, pretendemos aferir a

importância dada pelos autarcas e agentes locais à criação do CICA, quer ao nível do desenvolvimento local, quer ao nível da sustentabilidade e preservação das tradições locais.

O nosso instrumento foi validado, durante o período entre 15 e 21 de janeiro de 2025, tendo sido clarificado, melhorado e aprofundado após o contributo de 4 académicos e 3 autarcas.

Reconhecendo que, nas circunscrições desta técnica de recolha de dados, um dos principais constrangimentos associados é a sua limitação relativamente à abrangência da amostra (Luís Pardal, 2011), foi considerada mais viável a utilização de comunicação eletrónica (e-mail e WhatsApp) como veículo de aplicação da técnica, apenas para os agentes locais. Os autarcas foram entrevistados de forma presencial.

Partindo desta premissa, e a fim de contextualização da técnica de recolha de dados selecionada, foi facultado a todos os entrevistados, um guião de entrevista (Apêndice A) que enquadra a presente investigação, nomeadamente quanto às suas questões-problemas, aos seus objetivos e à sua metodologia de ação. O guião da entrevista foi construído na plataforma EUSurvey e o link de acesso às questões foi enviado a todos os agentes locais, desde hotel, bares, EAT, clube, restaurante, imobiliária, junta de freguesia e cooperativa de desenvolvimento local.

A construção do guião de entrevista, teve como objetivo dar resposta às questões de investigação previamente identificadas, dividindo-se por três dimensões principais (categorias em análise), escolhidos a partir da revisão da literatura ligada ao DTS e à abordagem de gestão baseada na teoria dos *stakeholders*: 1) Planeamento turístico; 2) Desenvolvimento turístico sustentável; e 3) Acessibilidades e meios de interpretação. Estas dimensões/categorias constituem núcleos de interesse da investigação com ligação direta à abordagem conceptual adotada, bem como com as questões advindas do problema a estudar e da própria realidade sob investigação.

As dimensões (e os seus indicadores) foram baseadas em estudos anteriores relacionados com perceções e atitudes dos *stakeholders* no processo de DTS e no planeamento turístico de cidades históricas (Garrod, Fyall, Leask, & Reid, 2012).

No guião de entrevista, a secção 1 pretende obter informações acerca de aspetos estratégicos ligados ao turismo e à gestão do local enquanto destino turístico-patrimonial. Assim, foram abordadas questões relacionadas com dificuldades sentidas,

atores envolvidos, objetivos e estratégias a definir em termos do futuro do desenvolvimento turístico do local, a médio/longo prazo.

A segunda secção é composta por um conjunto de questões associadas diretamente com o tema central de investigação. Nesta parte, o propósito reside na tentativa de perceber o grau de familiaridade/conhecimento dos entrevistados sobre as questões da sustentabilidade (DTS, princípios de sustentabilidade). Para além disso, foram colocadas questões para aferir o grau de consciência do valor patrimonial existente, e a utilização de estratégias para melhorar o envolvimento dos *stakeholders* no desenvolvimento turístico.

A terceira secção relaciona-se com aspetos mais práticos e operacionais, ao nível das amenidades disponíveis no património em análise, nomeadamente as acessibilidades e meios de interpretação existentes.

III. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

III.1. Análise dos resultados – agentes económicos locais

Foram solicitadas 10 entrevistas aos agentes económicos locais, no entanto, apesar da nossa insistência, obtivemos resposta apenas de 9. Todos os inquiridos responderam através de formulário eletrónico concebido na plataforma EUSurvey.



Figura 16 - Tipo de atividade económica dos inquiridos

Fonte: elaboração própria

Das respostas analisadas, a maioria dos inquiridos tem a sua atividade em funcionamento há mais de 10 anos.

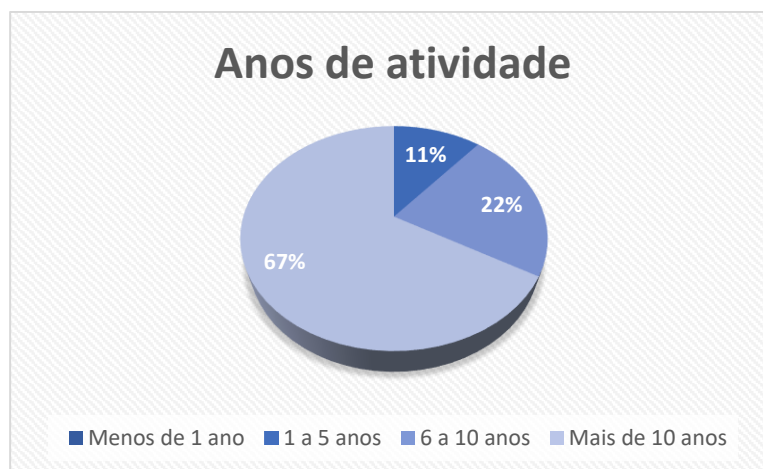


Figura 17 - Número de anos de atividade

Fonte: elaboração própria

Relativamente ao nível de atribuição da importância que os agentes locais dão à criação do CICA, 8 deles consideram um nível totalmente e muito importante.

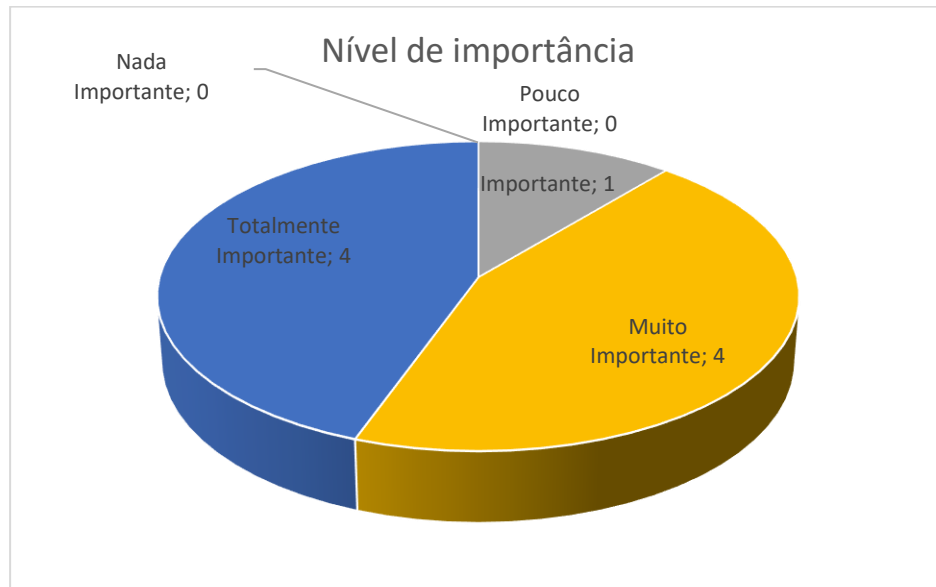


Figura 18 – Nível de importância da criação do CICA

Fonte: elaboração própria

Quanto ao potencial impacto do CICA no negócio destes agentes, a grande maioria deles considera que terá um impacto muito positivo.

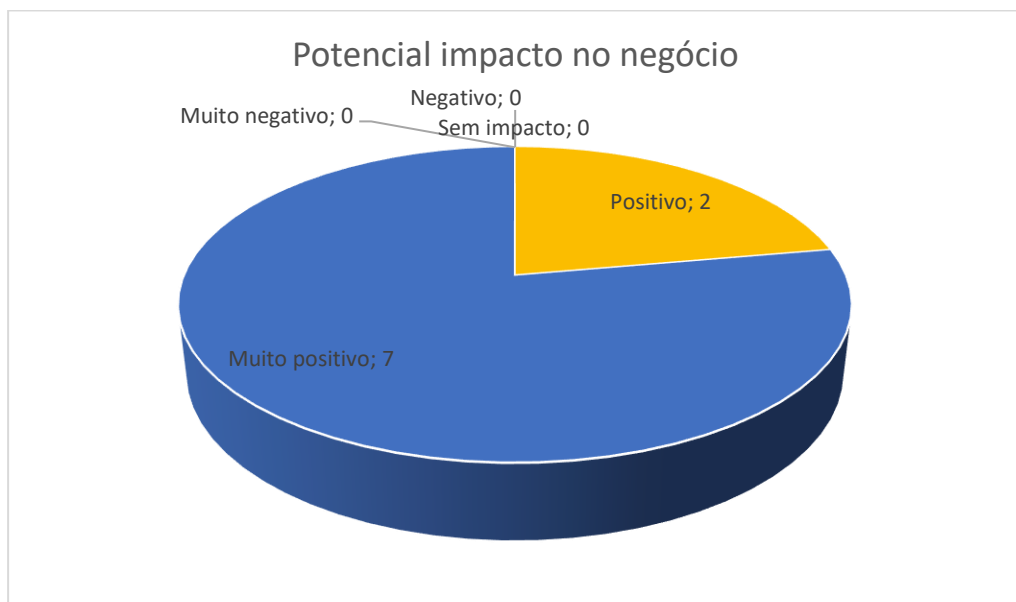


Figura 19 – Potencial impacto no negócio

Fonte: elaboração própria

Em resposta ao tipo de colaboração que pretendiam dispor, das 9 respostas, 6 estão dispostos a desenvolver uma promoção conjunta, 4 os pacotes turísticos, 3 os descontos para visitantes e 1 a venda de produtos e a adaptação do horário de funcionamento.

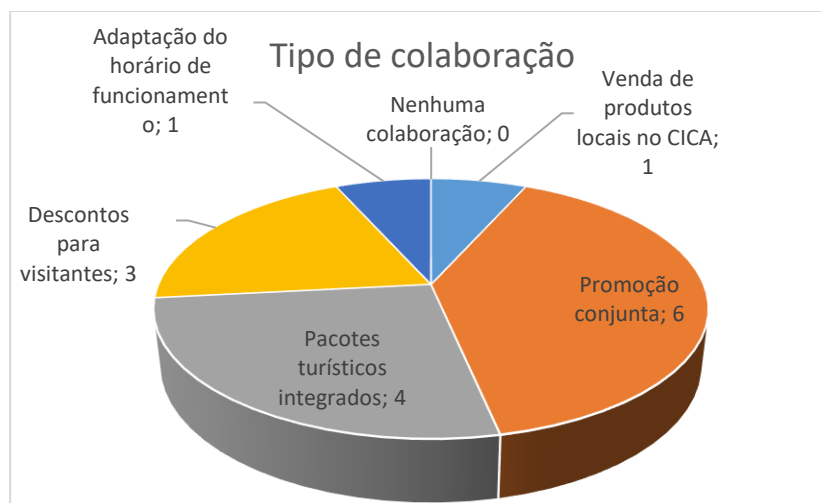


Figura 20 – Tipo de colaboração

Fonte: elaboração própria

Acerca dos benefícios que estes agentes esperam obter com a criação do CICA, a captação de novos clientes, foi o benefício que obteve maior percentagem de resposta com 30%, seguido da valorização do património local com 22 %, 19% as oportunidades de parceria, 18% a perspectiva de aumento das vendas e 11% a maior visibilidade do negócio.

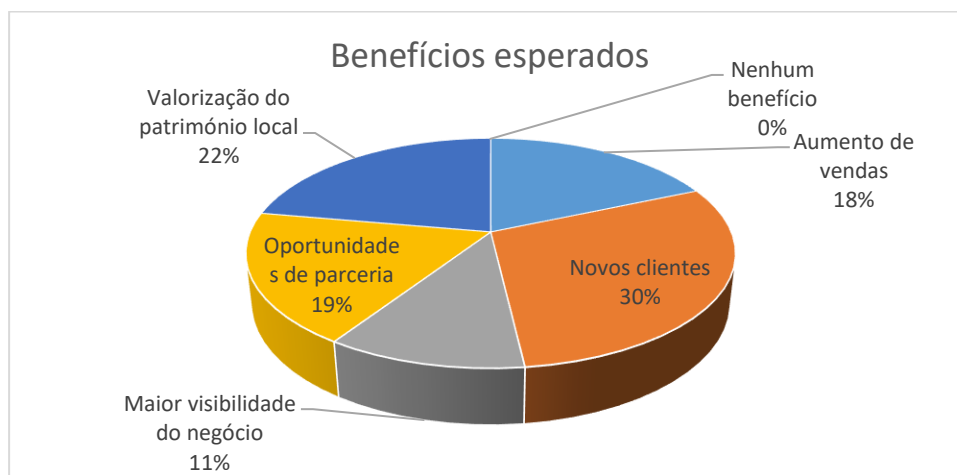


Figura 21 – Benefícios esperados com a implementação do CICA

Fonte: elaboração própria

Além das questões fechadas já analisadas, onde tentámos perceber a adesão dos agentes económicos locais à futura criação do CICA, procurámos enriquecer a nossa recolha de dados, solicitando-lhes que respondessem a 3 questões abertas para analisarmos: 1) o conceito que existia acerca do papel e importância de um centro interpretativo; 2) as funções e serviços que seriam centrais nesse equipamento; e também 3) as principais preocupações que tinham em relação à implementação do mesmo equipamento.

Estas 3 categorias de análise foram subdivididas em subcategorias para melhorar a nossa compreensão e refletir essa informação na proposta de ação de criação do CICA (ver tabela *infra*).

CATEGORIAS	Conceito e importância de um centro interpretativo	Funções / serviços mais importantes no centro interpretativo	Preocupações c/ implementação do CICA
SUBCATEGORIAS	Aumento / atração de turismo	Promoção / venda produtos / serviços endógenos	Clareza de objetivos / fins / utilidade
	Apoio aos agentes locais	Exposições permanentes / temporárias	Sustentabilidade a longo prazo
		Serviços informativos / divulgação para visitantes	Qualidade dos RH (composição, atendimento, formação contínua, ...)
	Preservação da cultura e tradições locais	Serviços educativos p/ residentes	
		Arquivo físico / virtual de espólio	
	Informação/disseminação sobre região / património	Oferta de rotas e itinerários turísticos (pedestres, náuticos, desportivos)	Outros (acessibilidades / inclusão)
		Serviços de <i>storytelling</i> e recriações históricas (oficinas, ...)	
		Atividades de animação envolvendo parceiros (termas, agentes, ...)	Nenhuma
		Promoção turismo sustentável e ecologicamente responsável	
	Outros serviços		

Tabela 2 – Categorias e subcategorias da análise dos resultados

Fonte: elaboração própria

Na categoria “conceito e importância” percebemos que, para os agentes económicos locais, o centro de interpretação consiste essencialmente num espaço de informação e disseminação da região e do seu património (8 ocorrências), seja ele natural, seja ele cultural (material e/ou imaterial). Das respostas obtidas esta foi a subcategoria mais referida, embora existam 3 ocorrências relativamente à subcategoria “aumento / atração do turismo” (havendo sempre uma ligação desta categoria com as ideias de turismo acessível ou ecologicamente sustentável); e ainda 3 ocorrências na subcategoria “preservação da cultura / tradições locais”, realçando-se a ideia da preservação da memória. Todavia, queremos ainda sublinhar que não verificámos nenhuma ocorrência em relação à subcategoria “apoio aos agentes económicos locais”, embora posteriormente (categoria de “funções e serviços mais importantes”) tenhamos registado propostas de interação direta com alguns dos agentes económicos existentes (por exemplo, com as Termas de Caldas de Arêgos).

No que concerne a categoria “funções e serviços mais importantes”, subdividimos a mesma em 10 subcategorias, conforme indicado na tabela *supra*, e tendo em conta a análise dos serviços prestados por centros interpretativos similares, existentes no território nacional. De todas as subcategorias, os agentes económicos consideram vital a oferta de: 1) serviços informativos / divulgação para visitantes (8 ocorrências); 2) promoção / venda de produtos endógenos (6 ocorrências); 3) oferta de rotas e itinerários turísticos (5 ocorrências); e 4) realização de atividades de animação turística, em parceria com os agentes económicos existentes (5 ocorrências), tais como provas gastronómicas e eventos desportivos. Dos resultados obtidos, realçamos ainda o facto de considerarem importante o papel dos centros de interpretação para o envolvimento da comunidade local na preservação da cultura e tradições, através da disponibilização de serviços educativos para residentes (oficinas, atividades lúdico-pedagógicas, etc.).

Finalmente, no referente à categoria “preocupações com a implementação do CICA”, a maioria dos registos obtidos realçam as subcategorias de “clareza de objetivos, fins e utilidade” (4 ocorrências) e “qualidade dos recursos humanos” (3 ocorrências). De facto, os entrevistados consideram que o escopo de ação do CICA terá de estar devidamente delineado e planificado “com lógicas e dinâmicas que promovam a localidade” (entrevista #7) e a equipa de recursos humanos deve garantir a um serviço diferenciado e que justifique os custos associados e garanta a sua durabilidade, realçando a importância da “qualidade do atendimento”, a “formação contínua”. É ainda uma outra

preocupação a sustentabilidade a longo prazo do CICA, como verificamos na entrevista #9: “Tenho receio que seja mais um centro que abra para fechar passados uns tempos”.

III.2. Análise dos Resultados - autarcas

Foram ainda solicitadas 2 entrevistas aos autarcas sob os quais se encontra a jurisdição do Centro, tendo sido concretizadas em pleno através de entrevista presencial e carregada posteriormente na plataforma EUSurvey.

Para a estratégia local de Turismo, ao serem questionados da importância que atribuem à criação do CICA, 1 respondeu *totalmente importante* e outro *muito importante*.

Os mesmos graus de importância deram ao facto de o CICA ter como objetivo constituir-se como uma oferta cultural que promova a sustentabilidade da região ao mesmo tempo que preserva as tradições locais e ainda à importância da Administração Pública no Turismo.

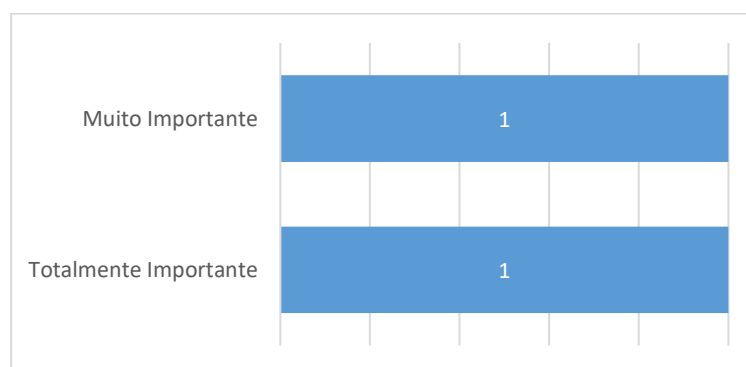


Figura 22 – Grau de importância atribuído ao CICA

Fonte: elaboração própria

As áreas que serão mais impactadas pela criação do CICA, são na perspectiva dos autarcas: Turismo Sustentável; Preservação do Património natural e cultural; Envolvimento da Comunidade local; Promoção cultural. Um deles respondeu ainda a criação de emprego como uma área que poderá usufruir da instalação deste equipamento.

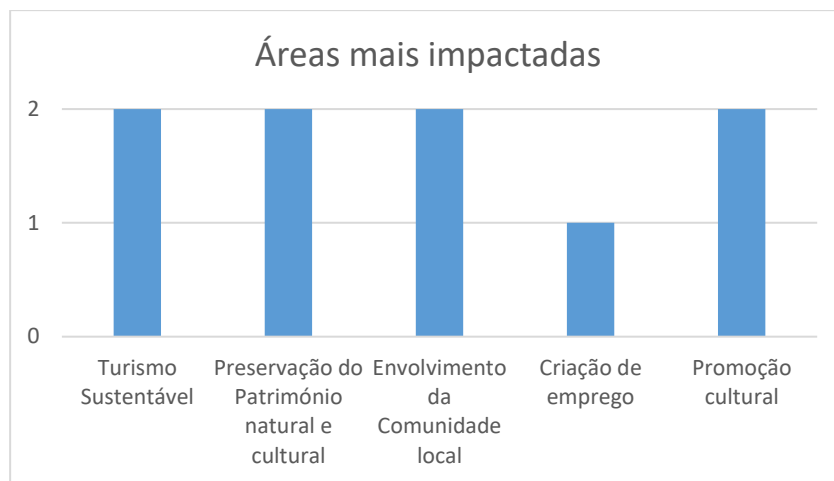


Figura 23 – Áreas mais impactadas pelo CICA

Fonte: elaboração própria

Entre o nível alto e o nível médio, os 2 autarcas avaliaram o potencial do CICA para gerar benefícios económicos diretos para a comunidade local e para captar fundos comunitários.

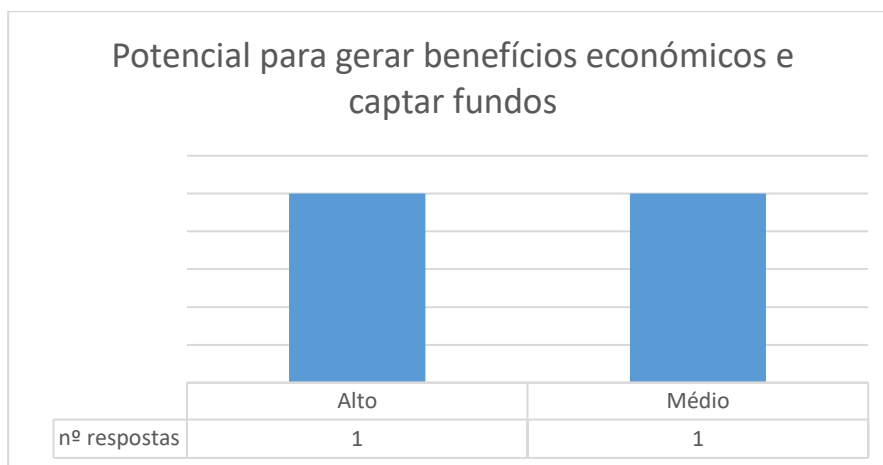


Figura 24 – Potencial do CICA para gerar benefícios económicos e captar fundos

Fonte: elaboração própria

Já no que respeita à capacidade de o CICA atrair diferentes públicos-alvo (turistas, população local, investigadores, etc.), os 2 autarcas foram unânimes nas suas respostas e atribuíram-lhe uma importância alta.

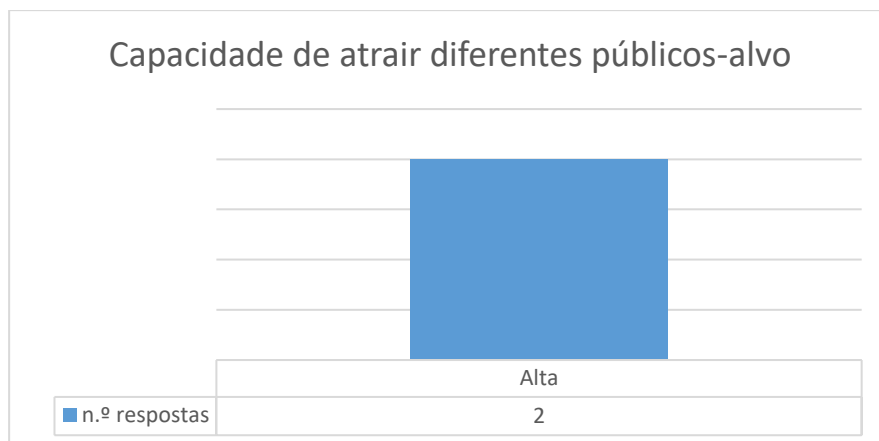


Figura 25 – Capacidade do CICA para atrair diferentes públicos-alvo

Fonte: elaboração própria

Ao nível da análise de conteúdo das entrevistas realizadas aos autarcas com competências e responsabilidades diretas neste setor, no concelho de Resende, definimos as seguintes categorias de análise:

CATEGORIAS	Conceito e importância de um centro interpretativo	Sustentabilidade/parcerias
SUBCATEGORIAS	Aumento/atração de turismo	Entidades públicas locais (autárquicas, associações, ...)
	Apoio aos agentes locais	Agentes económicos locais
		Agentes económicos nacionais/internacionais
	Preservação da cultura e tradições locais	Comunidade residente
		Outras entidades similares na região
	Informação/disseminação sobre região/património	Outros serviços turísticos existentes
		Entidades de desenvolvimento regionais/nacionais

Tabela 3 – Categorias e subcategorias da análise dos resultados

Fonte: elaboração própria

Assim, podemos retirar as seguintes conclusões:

- Os centros de interpretação são encarados como equipamentos que servem para potenciar o turismo no território, através da informação e interpretação disponibilizada no mesmo;
- Este tipo de centro de interpretação deve servir como um complemento (informativo) à oferta turística existente no território;
- E, embora existam algumas referências a outras tipologias de *stakeholders* (por exemplo, “agentes de viagens”), consideram que os principais parceiros estratégicos para a sustentabilidade do CICA deverão ser as entidades públicas locais, desde as entidades autárquicas às associações de desenvolvimento.

III.3. Discussão de resultados

A análise qualitativa das respostas, demonstra que o CICA tem grande aceitação e potencial de impacto positivo na região. O sucesso do projeto dependerá da sua capacidade de integração com outras iniciativas turísticas, do envolvimento de *stakeholders* e da implementação de ações alinhadas às expectativas da comunidade.

Sugere-se aprofundar as discussões sobre os serviços oferecidos e encontrar um modelo de gestão que equilibre impacto económico, sustentabilidade e valor cultural.

Os agentes económicos locais demonstram uma compreensão clara do papel informativo e patrimonial do CICA, com destaque para a divulgação do território e a valorização do seu património natural e cultural.

As ideias de turismo sustentável e acessível surgem associadas ao objetivo de atração turística, o que reflete uma visão alinhada com as boas práticas atuais no setor.

A ausência de referência ao apoio direto aos agentes económicos locais revela uma lacuna na perceção de utilidade imediata do CICA para o tecido empresarial. Curiosamente, esta dimensão surge mais tarde quando são abordados os serviços — o que pode indicar uma dissociação entre o conceito teórico e a expectativa prática.

A preservação da memória e das tradições aparece como um valor presente, mas não dominante — há espaço para reforçar esta dimensão como eixo estruturante da identidade regional.

No que concerne às funções e serviços mais importantes do CICA, há uma valorização muito clara da função informativa e promocional do Centro.

Grande destaque à comercialização de produtos locais, bem como à criação de roteiros turísticos e atividades com os agentes económicos — o que revela um interesse em formas de cooperação prática e benefícios tangíveis. Um dos agentes locais vai mais longe e afirma que devemos “criar um espaço dinâmico e com "vida", onde sugere a criação de um centro de confeção de produtos com água termal (Rosquilhos de Arêgos). Estudar este doce típico implicaria uma nova investigação e dará com certeza um bom tema para epílogos futuros, no entanto, vemos materializada nesta entrevista a preocupação da conservação do património imaterial que se vai perdendo com o passar das gerações.

A inclusão de serviços educativos para residentes aponta para uma visão que vai além do turista e reconhece o potencial do CICA para educar e envolver a comunidade, o que é altamente positivo do ponto de vista da coesão territorial e sustentabilidade cultural.

A variedade de subcategorias pode gerar pressão sobre o modelo de gestão do CICA, exigindo recursos humanos multidisciplinares e um planeamento operacional robusto.

Embora se fale em parcerias, há pouca menção à articulação institucional mais ampla (ex. universidades, centros de investigação, redes de centros interpretativos).

As preocupações com a implementação do Centro demonstram maturidade e realismo por parte dos agentes locais: exigem clareza de objetivos e qualidade dos serviços prestados. A menção à formação contínua dos recursos humanos é um sinal positivo de exigência e de vontade em garantir que o projeto seja profissional, duradouro e eficiente.

O receio de que o CICA seja “mais um centro que abre e fecha” reflete um histórico de desconfiança face a projetos semelhantes, talvez devido a más experiências anteriores ou falta de continuidade institucional.

A preocupação com a sustentabilidade a longo prazo reforça a necessidade de um modelo de negócio realista, com fonte de financiamento diversificada e plano estratégico claro.

Sintetizando o relacionamento entre categorias, nota-se uma coerência geral entre as ideias expressas nas três categorias: há clareza quanto ao que se espera do CICA (valorização cultural, promoção turística, envolvimento local), mas também exigência

quanto à forma como isso deve ser operacionalizado (serviços de qualidade, impacto real, continuidade). Contudo, existe uma dissonância pontual: o papel económico do CICA é pouco valorizado no plano conceptual (categoria 1), mas muito mais destacado nas funções esperadas (categoria 2). Isso revela uma perceção teórica algo desligada da utilidade prática desejada.

As preocupações reveladas (categoria 3) funcionam como um alerta claro: sem boa gestão e sem envolvimento genuíno da comunidade, o projeto corre o risco de não cumprir o seu potencial.

Fazendo uma análise crítica focada nas respostas abertas n.º 1, n.º 3 e n.º 11, relacionando-as com as respostas fechadas, verificamos que quanto ao conceito de centro de interpretação (P1), ambas as respostas dos autarcas mostram um entendimento real do mesmo. O autarca 1 alinha o Centro com o desenvolvimento territorial, destacando a função sustentável e educativa. Já o autarca 2, com uma ligação explícita menor ao território, destaca a memória histórica e cultural, no entanto, ao omitir a perspetiva de desenvolvimento sustentável poderá refletir uma visão limitada ao impacto do CICA. Ambos classificam o CICA como “Totalmente Importante” na estratégia de turismo (P2) e na promoção da sustentabilidade (P4), pelo que, há coerência entre o que compreendem como Centro e a importância que lhe atribuem, mesmo com diferenças de profundidade. Na integração do CICA (P3), ambos veem o CICA como parte de uma rede turística integrada. O autarca 1 propõe ligação Intercentros, sugerindo potencial criação de roteiros temáticos. O autarca 2 reconhece que o CICA preenche uma lacuna na oferta atual.

Foram identificadas limitações quanto à falta de exemplos práticos de articulação com outros equipamentos (ex.: centros já existentes, rotas do Douro, termalismo). Denota-se assim uma lacuna na visão operacional ou institucional desta integração.

Ambos consideram que o CICA terá alta capacidade de atrair públicos diversos (P9) e impacto positivo nas áreas de turismo sustentável, património e cultura (P6). Isto reforça a coerência entre a proposta de integração e o impacto esperado, embora sem plano concreto.

Nos serviços a desenvolver pelo CICA (P11), ambos propõem serviços ancorados na identidade local. O autarca 1 foca-se mais em valorização económica e comercial (termalismo, produtos regionais), já o autarca 2 destaca uma dimensão narrativa e

educativa (histórias, palestras). Ambos valorizam a preservação das tradições locais (P5) e reconhecem o potencial do CICA em gerar benefícios económicos (P7) e captar fundos comunitários (P8). Verifica-se, porém, que nenhum deles aborda a questão da acessibilidade ou inclusão, da inovação tecnológica e da sustentabilidade financeira dos serviços.

No nosso entendimento uma limitação que se destaca nas respostas dos autarcas, é a visão estreita, diríamos até, limitada, de circunscrever as parcerias às entidades públicas, deixando de fora todos os agentes a atuar no território.

Elemento	Coerência	Observação
Compreensão do CICA (P1)	✓	Ambos compreendem bem, mas com foco diferente (educativo vs. patrimonial).
Integração Territorial (P3)	✓ Parcial	Intenção clara, mas com propostas pouco concretas.
Serviços Propostos (P11)	✓	Fortes na identidade local; fracos na inovação e operacionalização.
Respostas Fechadas	Consistentes com as abertas	Mostram alinhamento geral, mas carecem de execução estratégica e inovação.

Tabela 4 - Conclusão Geral da Análise Cruzada

Fonte: elaboração própria

Em suma, as respostas das entrevistas refletem uma visão positiva e estratégica dos autarcas e dos agentes locais, mas também um conjunto de preocupações legítimas e críticas construtivas. Assim, o sucesso do CICA dependerá da sua capacidade de: combinar valorização patrimonial com utilidade económica; garantir qualidade, continuidade e envolvimento local; e apresentar-se como uma estrutura funcional e integrada no tecido regional, e não apenas como um projeto isolado.

IV. PLANO DE AÇÃO

No presente capítulo pretende-se aplicar, do ponto de vista operacional, os passos dados durante a investigação, recorrendo assim à estrutura do Plano de Ação sugerida por (Santos, Santos, Silva, & Lopes, 2024), da qual resulta a decomposição que a seguir se apresenta, bem como a concretização dos objetivos de investigação propostos no início do estudo.

IV.1 - Diagnóstico

IV.1.1 Análise PESTAL

Para enquadrar a nossa proposta, elaborámos, em primeiro lugar uma análise geral do meio envolvente, através da análise PESTAL. Assim, ao nível do contexto político, o concelho de Resende caracteriza-se por estabilidade governativa e pela existência de diversos incentivos, como os de base territorial, a saber Portugal2030, os benefícios fiscais ao Investimento, programas de apoio à contratação de pessoal no interior (Emprego Interior MAIS), entre outros que procuram atrair investimento para a região e melhorar a qualidade de vida da população residente.

- **Turismo e Hospitalidade:** O turismo é uma parte importante da economia da região do Douro, gerando empregos e receita para empresas locais, incluindo hotéis, restaurantes e empresas de turismo. Os proveitos totais dos estabelecimentos de alojamento turístico no Norte cresceram 64,8% entre 2019 e 2024, atingindo 1,1 mil milhões de euros. Segundo o estudo publicado pela CCDR sobre o Turismo do Norte, para o período compreendido entre 2019-2024, “O maior crescimento percentual dos proveitos totais do turismo no espaço rural e de habitação refletiu um aumento da procura desta tipologia após a crise pandémica de 2020, uma tendência que poderá perdurar num cenário de alteração gradual das preferências dos turistas na busca de áreas mais rurais e ligadas à natureza.” (CCDR-N, 2025).
- **Produção de Vinho:** A produção vitícola é uma parte fundamental da economia do Douro e da região de Resende, oferecendo oportunidades para parcerias com empresas locais e promoção de vinhos regionais no CICA. Em 2021 o setor do vinho gerou, de forma direta, cerca de 3 mil milhões de euros de atividade económica e criou 43 mil postos de trabalho. Quando analisados todos os

impactos diretos e indiretos, esse valor sobe para 10 294 milhões de euros, e um total de 168 832 empregos. Estes números representam aproximadamente 2,68% do PIB português e cerca de 3,4% do total do emprego em Portugal. (Duarte, Brinca, & Gonçalves, 2022).

- Produção de Cereja e de Doçaria tradicional: A produção de Cereja e de doçaria tradicional, como as Cavacas e os Rosquilhos de Arêgos, são parte fundamental da economia da região de Resende, oferecendo oportunidades para parcerias com os produtores locais, tendo em vista a sua promoção no CICA. Segundo a UTAD, através do projeto “Grupo Operacional para a valorização económica e comercialização da Cereja de Resende”, cerca de 30% da produção de cereja da Região Norte de Portugal provém do Concelho de Resende. (UTAD, 2018).

No referente ao contexto sociocultural, o Douro possui uma rica herança cultural, incluindo tradições vinícolas, arquitetura histórica e festivais culturais. A região de Resende, e em particular Caldas de Arêgos, é rica em tradições, das quais destacamos as mais emblemáticas: A Festa das Cavacas, O Festival da Cereja, a confeção do Anho Assado no forno a Lenha, águas termais que curam “maleitas”, tradições fluviais ligadas ao transporte de pessoas e bens, festa religiosa em honra de Santa Luzia e Maria Madalena.

A região recebe uma variedade de visitantes, incluindo turistas nacionais e estrangeiros, famílias, grupos turísticos e viajantes individuais, cada um com diferentes interesses e necessidades. Em termos de turismo fluvial, segundo a APDL, em 2024 foram registados 1.377.858 passageiros, o que representa um aumento de 10,64% em relação a 2023, quando o total foi de 1.245.314 passageiros (APDL, 2025).

Quanto ao contexto tecnológico, o concelho de Resende, situado no interior de Portugal, caracteriza-se por refletir os desafios e oportunidades típicos de territórios de baixa densidade populacional. Como muitas regiões do interior, enfrenta dificuldades relacionadas com a conectividade digital, a modernização das infraestruturas e a atração de investimentos tecnológicos. Ainda assim, mobilizam-se esforços para colmatar estas barreiras através de iniciativas de digitalização, incentivos ao empreendedorismo e investimentos em redes de comunicação.

No referente ao contexto ambiental, este território é delimitado pelo rio Douro, conhecido pela sua beleza natural e paisagem única, o que atrai visitantes interessados em ecoturismo e atividades ao ar livre. Sobre a proteção ambiental existe um conjunto de diretivas e regulamentos europeus que garantem o equilíbrio ecológico e a sustentabilidade dos recursos naturais, como, entre outros, o Pacto Tecnológico Europeu, o Regulamento REACH, a Rede Natura 2000, o Acordo de Paris, a Convenção do Património Mundial da UNESCO. Já a nível Nacional, Portugal tem um conjunto de leis que visam também elas a proteção do património ambiental e natural, como a Lei de Bases do Ambiente (Lei 19/2014), o Regime Jurídico da Conservação da Natureza e Biodiversidade (Decreto-Lei n.º 142/2008), entre outros, que se fazem cumprir através da tutela de organismos como a APA, o ICNF e a GNR/SEPNA.

Finalmente, ao nível do contexto legal os regulamentos governamentais e a legislação relacionada com o turismo, património e a preservação ambiental podem afetar as operações e o desenvolvimento do CICA, especialmente considerando a necessidade de preservação e conservação da paisagem natural do Douro. A título de exemplo, como principais normativos referentes a esta temática, instituído pelo Decreto Regulamentar n.º 8/98, de 11 de maio, surge o Parque Natural do Douro Internacional; recentemente, a zona especial de proteção (ZEP) do Douro Património Mundial foi alterada pela Portaria n.º 122/2024, de 16 de janeiro, criando duas zonas; a Reserva Natural Local do Estuário do Douro, regulamentada através do Decreto-Lei n.º 142/2008, de 24 de julho. Existem programas governamentais ou incentivos, como o Norte2030 ou o Portugal2030, disponíveis para apoiar projetos de turismo cultural e ambiental na região do Douro. Assim, políticas públicas favoráveis podem ajudar no financiamento ou na obtenção de recursos para o projeto.

Na figura seguinte é apresentada a síntese da análise PESTAL, que fornece uma visão abrangente dos fatores externos que podem influenciar o CICA, permitindo uma melhor compreensão do ambiente em que o projeto está inserido e orientando as estratégias de desenvolvimento e operacionais.

<u>CONTEXTO</u>	<u>TENDÊNCIAS</u>
POLÍTICO	Apoios Governamentais
ECONÓMICO	Turismo e Hospitalidade Produção de Vinho Produção de Cereja Produção de Cavacas e Rosquilhos
SOCIOCULTURAL	Cultura e Tradições Locais Demografia Turística Património Cultural
TECNOLÓGICO	Tecnologia e Interatividade
AMBIENTAL	Património Natural Sustentabilidade e Conservação
LEGAL	Regulamentação do Turismo e do Património Programas de financiamento

Figura 26 - A análise PESTAL do CICA.

Fonte: Elaboração Própria

IV.1.2 – Análise transaccional

No âmbito da análise do meio ambiente transaccional, o mercado do turismo do Douro apresenta um forte potencial de crescimento, impulsionado pela sua riqueza cultural, beleza natural e reputação como uma região vinícola de renome mundial.

A nível mais territorial este crescimento é evidenciado pelo aumento do número de pernoitas na região, no período de 2020 a 2024, como ilustra a figura seguinte.

Ano	2020		2021		2022		2023		2024		
	Concelho	Nº Dormidas	Varição vs 2019	Nº Dormidas	Varição vs 2019	Nº Dormidas	Varição vs 2019	Nº Dormidas	Varição vs 2019	Nº Dormidas	Varição vs 2019
Resende		11.445	-36,1%	15.103	-15,7%	19.320	7,8%	21.517	20,1%	20.626	20,0%
Total		11.445	-36,1%	15.103	-15,7%	19.320	7,8%	21.517	20,1%	20.626	20,0%

Figura 27 - Dormidas nos alojamentos turísticos⁴

Fonte: TravelBI

A diversidade de diferentes atrações chama diferentes segmentos de mercado, desde amantes de vinho até turistas culturais e viajantes de aventura.

⁴ “Relatório interativo com a evolução mensal das dormidas no alojamento turístico por município. Valores com base no Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e outros Alojamentos, operação estatística da responsabilidade do INE.” TravelBI

Resende, Caldas de Arêgos e a região, contam com infraestruturas de alojamento em constante desenvolvimento, incluindo hotéis, quintas renovadas, turismos rurais e até mesmo opções de hospedagem de luxo. A procura pode superar a oferta em períodos de alta temporada, destacando a necessidade contínua de investimento neste setor.

Apesar dos esforços para melhorar as infraestruturas de transporte, incluindo estradas e ligações ferroviárias, a acessibilidade ao Douro ainda pode ser um desafio para alguns viajantes. Já está vertida no plano de investimentos para Resende, uma obra que melhorará as acessibilidades e facilitará a chegada de turistas à região, contribuindo desta feita, direta e indiretamente para a sustentabilidade do CICA.

Estratégias de marketing e desenvolvimento de produtos turísticos podem ser implementadas para promover o turismo fora de temporada e distribuir melhor o fluxo de visitantes ao longo do ano, tentando assim minimizar os efeitos da sazonalidade.

A dimensão do mercado para um centro de interpretação cultural e ambiental na região do rio Douro é significativa e apresenta diversas oportunidades de crescimento. Para isso contribuem vários fatores como os que a seguir se apresentam:

- **Turismo Crescente:** O Douro é uma das regiões mais procuradas de Portugal, tanto por turistas nacionais quanto internacionais. O interesse turístico na região tem crescido nos últimos anos, impulsionado pela sua beleza natural, património histórico e cultural, e pela reputação da região como produtora de vinho de alta qualidade.
- **Património Cultural e Natural:** A região do Rio Douro é reconhecida pela UNESCO como Património Mundial da Humanidade devido à sua paisagem cultural única, que combina vinhedos em socalcos com montanhas íngremes e o próprio rio. Isso atrai uma grande quantidade de visitantes interessados na história, na cultura e na natureza da região.
- **Interesse em Educação e Sensibilização Ambiental:** Com a crescente preocupação com questões ambientais, há uma procura crescente por espaços que ofereçam interpretação e sensibilização ambiental. Um centro de interpretação cultural e ambiental na região do rio Douro pode aproveitar esse interesse, fornecendo informações sobre a flora, fauna, geologia e conservação da natureza.

- **Economia Local e Produtos Endógenos:** A região do Rio Douro, mais concretamente a região de Resende, também é conhecida pela produção de produtos endógenos de alta qualidade, como vinhos, azeites, cerejas, doces típicos, águas termais e produtos artesanais. Um centro de interpretação cultural e ambiental pode atuar como uma plataforma para promover e vender esses produtos, beneficiando a economia local e proporcionando uma experiência mais completa aos visitantes.
- **Diversidade de Público-Alvo:** O mercado potencial para um centro de interpretação cultural e ambiental na região do rio Douro é diversificado, incluindo turistas individuais, famílias, grupos escolares, turistas interessados em gastronomia, enologia e saúde e bem-estar, além de turistas à procura de experiências culturais e ambientais autênticas.
- **Competição e Colaboração:** O Douro enfrenta concorrência de outros destinos turísticos dentro e fora de Portugal. Para se manter competitivo, é essencial colaborar com outros *stakeholders*, como autoridades locais, empresas de turismo e comunidades locais, para desenvolver estratégias de marketing, criar pacotes turísticos integrados e promover a região como um destino único e diversificado.

IV.2 – Identificação do problema e das questões-chave

A análise SWOT a seguir apresentada fornece uma visão abrangente dos pontos fortes e fracos do CICA, bem como das oportunidades e ameaças que podem afetar a sua operação e o seu desenvolvimento futuro. Com base nestas informações, novas estratégias podem ser desenvolvidas para capitalizar os pontos fortes, mitigar as fraquezas, aproveitar as oportunidades e enfrentar as ameaças.

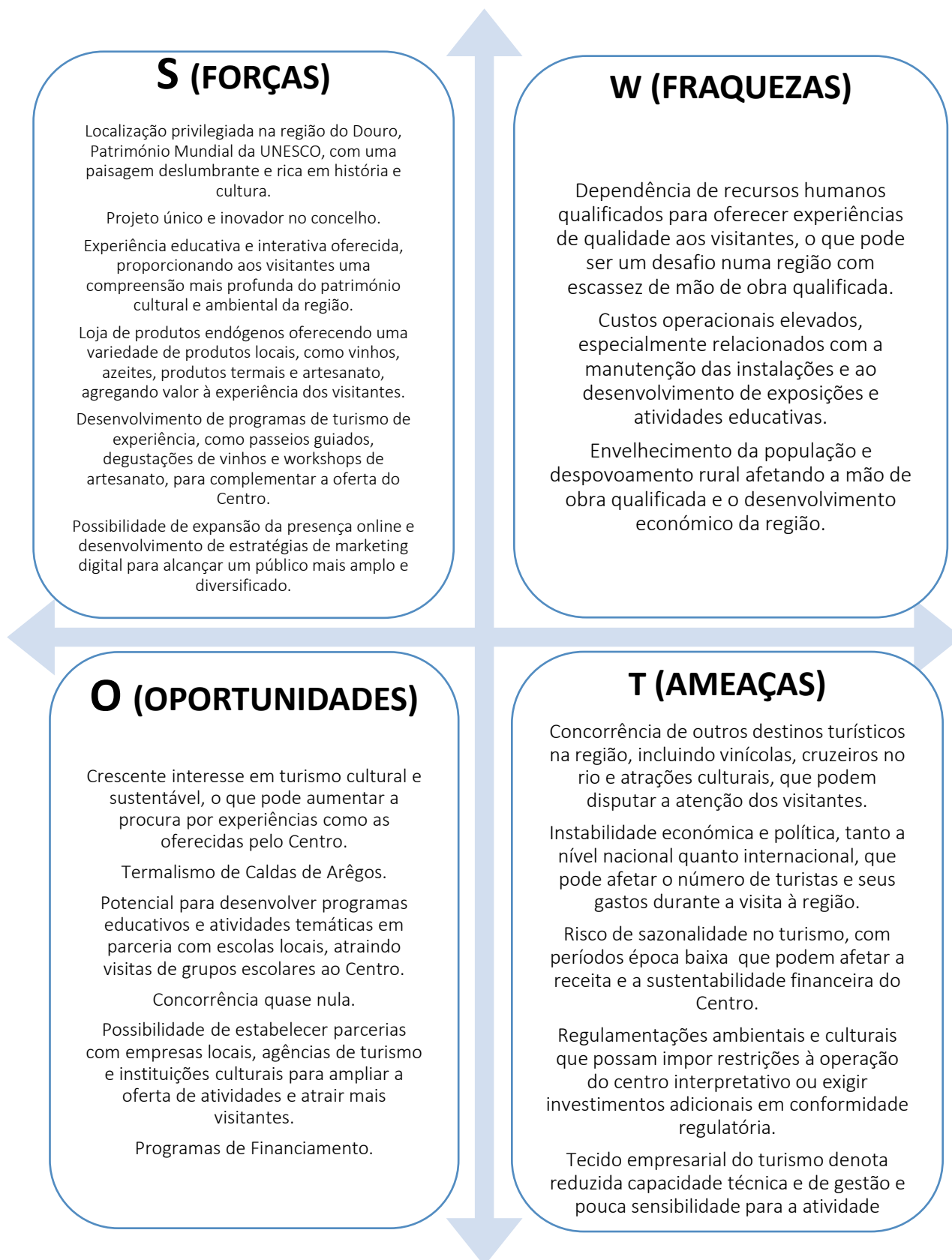


Figura 28 - Análise SWOT do CICA Fonte: Elaboração própria

Fonte: elaboração própria

Fatores Internos/Externos	Oportunidades (O)	Ameaças (T)
<p>Forças (S)</p>	<p>S + O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver campanhas promocionais destacando o valor cultural e natural da região em redes sociais e plataformas de turismo. - Criar pacotes educativos para escolas, combinando visitas guiadas com oficinas sobre património e ambiente. - Promover feiras sazonais e campanhas digitais para valorizar produtos locais, envolvendo produtores e artesãos. - Criar parcerias com quintas locais, termas e artesãos para integrar atividades regulares no calendário do Centro. - Lançar website interativo e redes sociais com conteúdos regulares, visitas virtuais e reservas online. - Reforçar o posicionamento do Centro como destino de “turismo com propósito” em brochuras e campanhas promocionais. - Desenvolver um programa pedagógico curricular com visitas trimestrais integradas nas atividades escolares. 	<p>S + T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diferenciar-se dos concorrentes (vinícolas, cruzeiros) através de uma proposta de valor educativa, familiar e sensorial. - Criar itinerários integrados com operadores locais para posicionar o Centro como ponto complementar e essencial do roteiro Douro. - Valorizar a autenticidade regional com storytelling dos produtos e envolvimento direto de produtores e artesãos locais. - Oferecer atividades em época baixa (ex: workshops de inverno, experiências termais sazonais) para combater a sazonalidade. - Intensificar campanhas promocionais fora de época, com pacotes promocionais para públicos-alvo específicos (seniores, escolas, turismo interno). - Desenvolver experiências exclusivas e parcerias estratégicas com operadores locais para evitar competição direta e promover sinergias. - Oferecer condições especiais para quem reside no concelho, incentivando a visita frequente e o consumo de produtos locais.

		<ul style="list-style-type: none"> - Criar itinerários combinados "Termas e Património", como a <i>Rota das Águas Cálidas</i>. - Posicionar o Centro como referência regional através da certificação de qualidade e candidaturas a prémios culturais. - Desenvolver pacotes turísticos integrados com transporte, alojamento e experiências culturais. - Candidatar-se a fundos do Turismo de Portugal, PRR ou LEADER, para expansão e qualificação da oferta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apostar em públicos de proximidade (turismo nacional e ibérico), com promoções adaptadas à conjuntura económica. - Criar um calendário anual de eventos e exposições temporárias, aproveitando feriados e épocas escolares. - Garantir certificações e boas práticas ambientais e culturais, tornando-se referência em turismo sustentável na região. - Atuar como agente dinamizador, promovendo workshops e encontros para qualificação e sensibilização de empresários locais. 	
	W	+	O	
Fraquezas (W)	<ul style="list-style-type: none"> - Criar programas de formação profissional local em parceria com IEFP e escolas técnicas, incentivando jovens a trabalhar no setor turístico e cultural. - Estabelecer parcerias com universidades e institutos politécnicos (ex.: UTAD) para estágios curriculares e programas de voluntariado. - Candidatar-se a programas de financiamento nacional e europeu (ex.: PRR, Turismo de Portugal, EEA Grants) para apoio à sustentabilidade operacional. - Desenvolver o Centro como polo de dinamização local, oferecendo oficinas e eventos regulares que atraiam residentes e fixem jovens empreendedores. 		<ul style="list-style-type: none"> - Implementar contratos sazonais flexíveis e formar uma bolsa de colaboradores locais para épocas de maior afluência. - Apostar em formações modulares para capacitar pessoal local com foco em hospitalidade e interpretação cultural diferenciada. - Otimizar os custos com tecnologia interativa e soluções autoexplicativas (QR codes, painéis digitais, visitas autoguiadas). - Estimular empreendedorismo jovem com incentivos a microprojetos ligados ao Centro (guias locais, produtores, atividades temáticas). 	T

-
- Criar um modelo de recrutamento por prestação de serviços temporários ou rotativos (guia local, animador cultural, formador externo).
 - Incluir professores e alunos em projetos de criação de conteúdos para exposições e visitas temáticas, reforçando o envolvimento da comunidade.
 - Usar programas de Financiamento disponíveis para investir em tecnologia interativa, reduzindo a necessidade constante de pessoal para visitas guiadas tradicionais.
 - Apostar em experiências autoguiadas digitais, como apps de visita com realidade aumentada ou audioguias em várias línguas.
 - Criar uma rede de cooperação local para partilha de recursos (guias, espaços, transporte), reduzindo custos operacionais e aumentando o impacto coletivo.
- Priorizar investimentos com apoios comunitários (PRR, LEADER, EEA Grants) e candidaturas a fundos para projetos sustentáveis.
 - Cooperar com outras entidades da região para estruturar uma rede de turismo colaborativo, melhorando a competitividade coletiva
-

Figura 29 - Matriz Cruzada do CICA

Fonte: elaboração própria

IV.3 – Proposta de ação

IV.3.1 Designação

O projeto proposto terá a designação de Centro de Interpretação Cultural e Ambiental Douro & Águas Cálidas, abreviadamente designado por CICA e será implementado numa antiga escola primária, na localidade de Caldas de Arêgos, Concelho de Resende.



Figura 30 – Antiga escola primária de Caldas de Arêgos

Fonte: elaboração própria



Figura 31 – Vista traseira da antiga escola de Caldas de Arêgos, onde será construído o miradouro com parque de merendas

Fonte: elaboração própria

IV.3.2 Objeto

O CICA vem colmatar a falta de dinamização turística de Caldas de Arêgos, uma localidade com uma estância termal que nas primeiras décadas do século XX representou progresso e esperança para o futuro. O principal objetivo do Centro passa por valorizar o património histórico e os saberes tradicionais, ao mesmo tempo que oferece uma experiência única ao combinar a riqueza cultural e natural da região do rio Douro, com as propriedades terapêuticas das águas cálidas de Caldas de Arêgos.



Figura 32 – Vista panorâmica Caldas de Arêgos (rio Douro, balneário termal, casco antigo e hotéis)

Fonte: retirada do site <https://www.termas-caldasdearegos.com/>

IV.3.3 Resumo

O rio Douro é conhecido pela sua beleza natural e paisagem únicas, o que atrai inúmeros visitantes interessados em ecoturismo e atividades ao ar livre. O mercado de turismo no Douro apresenta um forte potencial de crescimento, impulsionado pela sua riqueza cultural, beleza natural e reputação como uma região de renome mundial.

O Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas", demonstrará um compromisso com a sustentabilidade ambiental e a conservação do património natural do Douro, promovendo práticas ecológicas nas suas operações.

Localizado na confluência de dois elementos distintos, o rio Douro e as águas termais, o Centro terá um miradouro para apreciação da paisagem deslumbrante da região e oferecerá interpretação ambiental, cultural e turismo sustentável, além de uma loja de produtos endógenos para promover a cultura local e o desenvolvimento económico da região.

IV.3.4 Objetivos

O CICA "Douro & Águas Cálidas" constitui-se como um espaço multifuncional, e foi projetado para promover um crescimento sustentável e uma experiência rica aos visitantes. No seu plano de desenvolvimento estratégico definiram-se os seguintes objetivos SMART que orientam o CICA na concretização da sua Missão:

OBJETIVO 1 - Aumentar o número de visitantes anuais ao Centro até dezembro de 2027, através da implementação de 3 novas exposições interativas e 5 programas educativos temáticos focados na cultura e património do Douro e das águas termais.

OBJETIVO 2 - Valorizar e promover os produtos locais, aumentando gradualmente em 30% as vendas na loja do Centro até final de 2028, através da introdução de degustações mensais e parcerias com pelo menos 10 produtores e restaurantes locais.

OBJETIVO 3 - Realizar 30 atividades educativas até julho de 2027, incluindo workshops, passeios guiados e palestras, com o objetivo de envolver mais de 1000 participantes de escolas e grupos turísticos na promoção do turismo ambiental e cultural sustentável.

IV.3.5 Justificação

A escolha deste negócio incide sobre uma lacuna ao nível da oferta turística e cultural da região e por existir um equipamento físico obsoleto, implantado num território com inúmeras potencialidades, sendo testemunha de uma paisagem única sobre aquele que é um recurso natural muito valioso desde tempos imemoriais.

O CICA terá à disposição dos turistas e da comunidade local aquela que será uma inovação na região, através da implementação da “Rota das Águas Cálidas”, um serviço que funcionará em rede/parceria com o Município de Resende e a EAT de Caldas de Arêgos. Esta rota consiste num percurso guiado que tem o seu ponto de partida junto ao rio Douro, com a observação do ecossistema do rio e da sua lindíssima paisagem que entronca na história a ele associado, passando pelo curso das águas termais, onde os visitantes serão desafiados a usar dos sentidos com a exibição das propriedades das águas sulfurosas. Dando continuidade à rota, percorrerão uma avenida emblemática de Arêgos, onde a imponência de árvores seculares e as suas grandiosas sombras os levarão a descansar nos bancos de jardim aí existentes, ao mesmo tempo que são levados pelo guia a mergulhar na história intemporal que a calçada da denominada Avenida das Tílias

conta. Continuando o percurso traçado, é altura de subirem ao ponto mais alto da localidade, percorrendo as ruas do casco antigo de Caldas de Arêgos até ao local onde está implantado o CICA. Aí, ao mesmo tempo que degustam os produtos endógenos daquela região, usufruirão, através do miradouro, de uma paisagem única e desafogada sobre aquele que é um recurso natural de beleza indescritível que serpenteia toda a paisagem por ele banhada, o rio Douro. A seguir entrarão naquela que é uma infraestrutura de forte atratividade, local polivalente, com oferta diversificada no âmbito do património cultural e natural, que contempla ações de natureza pedagógica e interpretativa, de forma a perpetuar no tempo as suas memórias e a atrair mais visitantes. No final do circuito é tempo de passar pela loja de produtos endógenos, onde poderão encontrar produtos da região, tendo como objetivo promover a cultura local e o desenvolvimento económico da região.



Figura 33 - Sabonete Arêgos (em cima e à esquerda: produto antigo; à direita: novo projeto e exemplo de produto a ser vendido na loja)

Fonte: propagandashistoricas.com.br

IV.3.6 - Acessibilidade

O Promotor do projeto ora apresentado é a Junta de Freguesia de Anreade e S. Romão de Arêgos, uma freguesia do Concelho de Resende, Distrito de Viseu. Sendo uma das freguesias mais belas e progressivas da região, Anreade acompanha o Douro nas suas águas serenas, frescas e sombreadas. Quem atravessa a freguesia pela estrada nacional 222, não resiste silencioso e indiferente a essa beleza do Douro que encanta, que comove e que seduz. Voltada em grande parte a noroeste, sobe apressadamente desde as funduras do rio e, repousando um pouco de vez em quando, volta a subir novamente pelas encostas, até se alcandorar nas alturas da Alagunta (Duarte J. C., 1994).

“Em cada cabeço, uma novidade contagiante. Em cada encosta, um novo fôlego de coragem. Em cada plano, um novo alívio de frescura e de paz.” (Duarte J. C., 1994).



Figura 34 - Paisagem de parte da freguesia (a Sul) sobre o rio Douro

Fonte: elaboração própria

Esta freguesia partilha o território de Caldas de Arêgos com uma outra freguesia que lhe é contígua, a freguesia de Miomães e Freigil, uma característica que pode trazer ganhos de escala ao projeto, uma vez que as linhas orientadoras de uma Junta de Freguesia passam precisamente por promover uma gestão e política sustentáveis dos seus territórios e recursos, ao mesmo tempo que promovem a dinamização da economia local.

Pretendemos dotar o espaço de condições físicas inclusivas, tornando-o acessível a todos os públicos, incluindo pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida. A acessibilidade arquitetónica será assim uma das prioridades, concretizada através de pisos táteis, antiderrapantes e sem degraus e WC adaptados. Nas áreas de uso comum, será instalada uma sinalização adequada através de audioguias multilingues (português, inglês, francês e espanhol); Recursos interativos e mobiliário inclusivos para permitir o alargamento dos serviços a pessoas com necessidades especiais (limitações físicas, visuais, auditivas e intelectuais); no percurso exterior até ao miradouro, serão ainda instalados pisos firmes e nivelados, sem obstáculos.



Figura 35 - Vista da escola sobre o núcleo urbano de Caldas de Arêgos e sobre a Avenida das Tílias (divisão administrativa das 2 freguesias)

Fonte: elaboração própria

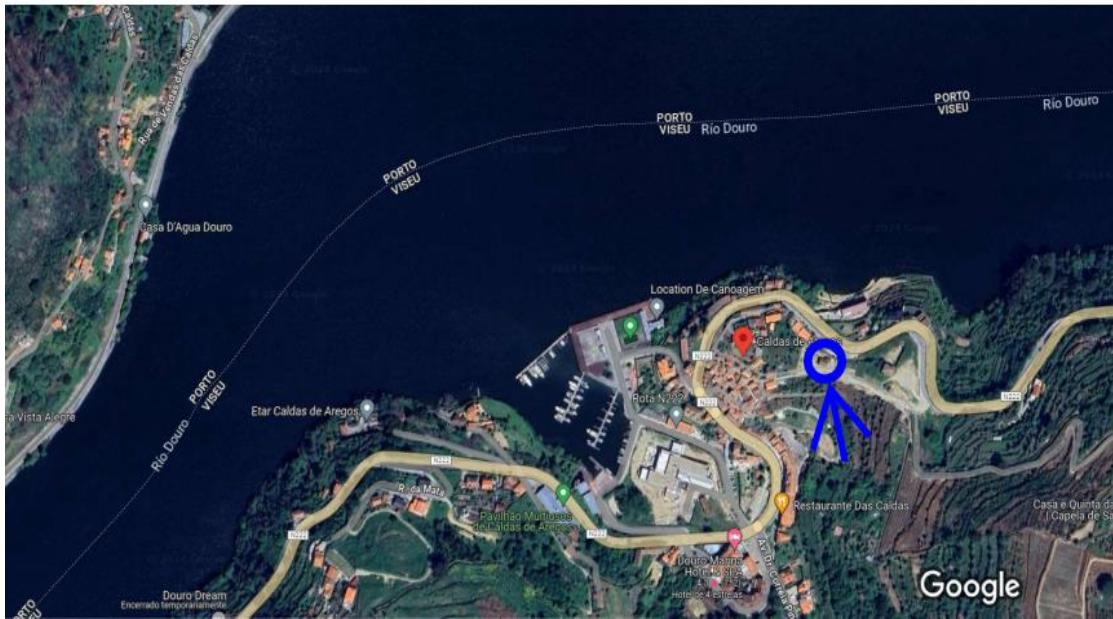


Figura 36 – Vista satélite Caldas de Arêgos com escola assinalada com círculo azul

Fonte: Google Maps

IV.3.7 Plano de Ação e Cronograma

Este projeto integra ações de promoção e comunicação do destino no período 2025-2027 que permitirão colocar e promover a oferta turística da região, nos mercados com maior predisposição para o consumo do destino.

PROGRAMA	AÇÃO	2025						2026												2027					
		n.º meses						n.º meses												n.º meses					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
P0 PLANEAMENTO + INVESTIMENTO	Requalificação do edifício e zona envolvente e montagem do equipamento																								
P1	Comunicação e disseminação																								
INOVAÇÃO DOS SERVIÇOS PARA QUALIFICAÇÃO DO DESTINO	Serviços educativos																								
	Parcerias																								
	Serviços para visitantes																								
P2	Implementar programa de marketing digital																								
PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO DESTINO	Desenvolver conteúdos e material promocional																								
	Realizar campanhas de marketing offline																								
	Criação de portal oficial do CICA																								

PROGRAMA	AÇÃO	2025 n.º meses						2026 n.º meses												2027 n.º meses					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
P3 MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO	Monitorização do perfil e da satisfação do Visitante																								
	Monitorização da satisfação dos residentes																								
	Medir a eficácia das ações de comunicação																								
	Monitorização das vendas na loja																								
	Reuniões de avaliação trimestrais																								

Figura– Calendarização das atividades

Fonte: elaboração própria

P0 – PLANEAMENTO E INVESTIMENTO

- PLANEAMENTO: Programa onde será estudada a viabilidade do projeto e estruturado o plano estratégico. Ainda neste programa será efetuada a captação de recursos, para garantir os fundos necessários para a construção e operação inicial.
 - Tempo necessário: 6 meses
- INVESTIMENTO: Programa que avança com a obra de requalificação do edificado e construção dos novos elementos existentes no projeto, assim como a instalação de todo o equipamento móvel.
 - Tempo necessário: 12 meses

P1 – INOVAÇÃO DOS SERVIÇOS PARA DIFERENCIAÇÃO DO DESTINO

Programa focado nas várias dimensões que conduzem à melhoria da oferta turística. A qualidade do serviço prestado, a participação dos locais na atividade turística, o reforço da cooperação entre instituições e a acessibilidade são algumas dimensões visadas.

Este programa será iniciado um mês após o programa anterior e será executado ao longo de 9 meses.

AÇÕES:

1. Campanhas promocionais nas redes sociais e plataformas de turismo

Quantidade: 9 campanhas (1 por mês)

Exemplos:

Janeiro: “Inverno no Douro e Águas Cálidas” – promoções em visitas e termas.

Março: “Dia Mundial da Água” – vídeos curtos sobre as nascentes termais da região.

Julho: “Verão com História” – *posts* diários com curiosidades do património.

Criação do Cartão “Amigo do Centro” para residentes: acesso gratuito às exposições e 20% de desconto em eventos, oficinas e produtos.

2. Pacotes educativos para escolas

Quantidade: 3 ciclos escolares (1 por trimestre), com 2 pacotes cada

Total: 6 pacotes educativos

Exemplos:

“História Viva” – visita ao Centro + oficina de arqueologia experimental.

“Ambiente em Ação” – trilho ecológico + workshop sobre biodiversidade local.

“Exploradores do Douro” – um kit educativo para crianças com mapa, missões e carimbos ao longo da visita.

3. Feiras sazonais e internacionais e campanhas digitais para produtos locais

Quantidade: 3 feiras sazonais + 2 feiras internacionais + 3 campanhas digitais associadas

Exemplos:

Abril (Primavera): Feira do Mel, da Cereja e Infusões Locais.

Agosto (Verão): Mostra de Artesanato com oficinas ao vivo.

Dezembro (Natal): Feira de Sabores e Presentes Regionais.

Feiras Internacionais: integrado no Stand Porto e Norte de Portugal

4. Parcerias com quintas, termas e artesãos

Quantidade: 6 parcerias ativas

Exemplos:

Quinta produtora de vinhos com visitas e provas comentadas.

Termas locais com programas conjuntos “Termalismo e Cultura”.

Artesão local para oficinas mensais abertas ao público.

Programa “Fim de semana do bem-estar” – pacote com termas + jantar com produtores locais + visita guiada noturna ao Centro.

Parceria com operadores de cruzeiros fluviais: integrar uma visita ao Centro + oficina sensorial + prova gastronómica após o cruzeiro.

5. Website interativo e redes sociais

Quantidade:

Lançamento em 1 mês

Publicações regulares: 3 por semana (total 108 publicações em 9 meses)

Funcionalidades:

Visitas virtuais em 360°

Sistema de reservas online

Calendário interativo de atividades

6. Campanhas de turismo com propósito

Quantidade: 3 campanhas integradas

Exemplos:

“Viajar com Sentido” – turismo sustentável e imersivo.

“Redescobrir a Terra” – ligações entre identidade e território.

“Memória e Água” – histórias da população ligadas às águas termais.

7. Programa pedagógico curricular com visitas trimestrais

Quantidade: 3 visitas por escola/parceria em 9 meses (1 por trimestre)

Exemplos:

Atividade curricular com ligação à disciplina de História.

Visita guiada com exploração de fontes históricas locais.

Oficina de interpretação ambiental com recolha de dados.

8. Itinerários combinados “Termas e Património”

Quantidade: 2 rotas criadas

Exemplos:

Rota das Águas Cálidas: visita a termas + património natural.

Rota do Património Imaterial: experiências com artesãos e comunidades.

9. Certificação e prémios culturais

Quantidade: 2 candidaturas a prémios + 1 certificação de qualidade

Exemplos:

Candidatura aos Prémios APOM (Associação Portuguesa de Museologia).

Candidatura ao Prémio Turismo Sustentável do Turismo de Portugal.

Certificação como “Centro de Interpretação de Qualidade Turística”.

10. Pacotes turísticos integrados

Quantidade: 3 pacotes em colaboração com operadores turísticos

Exemplos:

“Fim de semana com história e águas cálidas” (alojamento + visita + termas).

“Experiência Sensorial do Douro” (gastronomia + artesanato + música).

“Férias Pedagógicas em Família” (para famílias com crianças).

P2 – PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO DESTINO

Conjunto de ações com o objetivo de alavancar a notoriedade do CICA junto dos potenciais visitantes.

Este programa inicia 4 meses após o programa anterior e será executado ao longo de 9 meses.

AÇÕES:

1. Implementar programa de marketing digital

Esta ação visa aumentar a visibilidade online do CICA através de uma presença ativa nas redes sociais, anúncios direcionados (Google Ads, Facebook Ads), e-mail marketing e parcerias com influenciadores ou bloggers de turismo e cultura. O objetivo é atrair novos públicos, especialmente jovens e turistas internacionais, promovendo as experiências do Centro de forma dinâmica e atual.

- Publicações regulares (3-4 por semana) no Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn.

Exemplo:

Série “Segredos das Águas Cálidas” com *reels* sobre história local e curiosidades.

- Google Ads e Meta Ads com segmentação por interesses (natureza, termas, património).

Exemplo:

Campanha “Descubra o Coração Termal do Douro” para turistas franceses e espanhóis.

- Parceria com 6 influenciadores regionais e nacionais em turismo, *lifestyle* e família.

Exemplo:

“Um dia no CICA” com @ViajarComMiúdos ou @DescobrirPortugal.

- Criação de mailing list e envio mensal de newsletter institucional.

Exemplo:

Conteúdo: eventos futuros, histórias do património, descontos para residentes.

- Publicação quinzenal de artigos otimizados: “As termas do Douro”, “Património invisível de...”

2. Desenvolver conteúdos e material promocional

Produção de vídeos institucionais, brochuras, catálogos, fotografias profissionais e *storytelling* digital sobre o património natural, cultural e termal do Douro. Este material pode ser utilizado tanto online como offline (em feiras, escolas, agências de turismo), reforçando a imagem de marca do CICA e valorizando a identidade local.

Vídeo de apresentação do CICA: termas, história, experiências, depoimentos de visitantes.

Exemplo: “CICA – Onde o Douro se Descobre” com legendas em PT, EN, ES, FR.

- Realizar campanhas de marketing offline

Estratégia de promoção através de rádio local/regional, imprensa, *mupis*, cartazes e eventos presenciais em locais estratégicos (estações ferroviárias, termas, postos de turismo). Estas campanhas são importantes para chegar a públicos menos digitais, como residentes locais, turistas seniores e visitantes ocasionais.

Exemplo:

Criação de material físico para distribuição em hotéis, agências e centros de turismo.
Flyer “5 razões para visitar o CICA”

Participação em feiras municipais, eventos escolares, festivais locais - 4 vezes ao ano.

Exemplo:

Stand do CICA com jogos interativos e experiências sensoriais.

3. Criação de portal oficial do CICA

Desenvolvimento de um website interativo, informativo e multilingue, onde os visitantes podem conhecer o Centro, consultar a programação, reservar visitas, adquirir

produtos e aceder a conteúdos educativos e turísticos. O portal será a plataforma central de comunicação, integrando funcionalidades de blog, galeria multimédia e loja online.

Exemplos:

Homepage interativa - Apresentação com vídeo em destaque, destaques de eventos e menu intuitivo.

Agenda e reservas - Calendário de visitas, oficinas e eventos com sistema de marcação e pagamento.

Experiências e Roteiros - Página com sugestões de programas e itinerários integrados no Douro.

P3 – MONITORIZAÇÃO

Programa que cumpre o objetivo de obter informação detalhada e atualizada sobre os atores e dinâmicas do turismo afetas a Resende, através da realização de estudos aos visitantes, aos residentes e outros agentes relevantes. Este programa será implementado após abertura do CICA e será executado nos 4 últimos meses do projeto.

AÇÕES:

1. Inquéritos de satisfação aos visitantes e residentes

Distribuição de questionários físicos e digitais após a visita, para recolher feedback sobre a qualidade das exposições, atendimento, atividades e loja. Os resultados ajudam a identificar pontos fortes e áreas a melhorar.

2. Análise de dados de visitantes

Controlo mensal do número de visitantes, perfis (idade, nacionalidade, origem), sazonalidade e duração da visita. Estes dados permitem avaliar a eficácia das campanhas e ajustar a programação.

3. Monitorização das vendas na loja

Acompanhamento regular dos produtos mais vendidos, volume de vendas e épocas de maior procura. Isto ajuda na gestão de stocks e no reforço da oferta mais procurada.

4. Avaliação do desempenho digital

Utilização de ferramentas como *Google Analytics* e redes sociais para medir tráfego no website, alcance de publicações, taxa de cliques, reservas online, etc. Permite avaliar o impacto do marketing digital.

- Reuniões de avaliação trimestrais

Encontros com a equipa para rever objetivos, analisar dados recolhidos, discutir desafios e propor melhorias, garantindo um ciclo contínuo de melhoria.

Ação	Nº de Intervenções	Ferramentas/Meios
Inquéritos	2500 (2000 visitantes + 500 residentes)	QR Code, Tablets, Impressos
Análises de dados de visitantes	4 mensais	Google Sheets, Power BI
Relatórios de vendas	4 mensais (com monitorização quinzenal)	POS, Excel
Relatórios digitais	4 relatórios mensais	<i>Google Analytics, Meta Suite</i>
Reuniões de avaliação	2 reuniões com toda a equipa nos últimos 4 meses	Relatório de indicadores, plano de ações corretivas atas

Tabela 5 - Monitorização e Avaliação (Ações)

Fonte: elaboração própria

IV.3.8. Indicadores, especificações técnicas e *milestones*

A implementação e o desenvolvimento do CICA serão acompanhados por *milestones* estratégicos e indicadores de desempenho que garantirão a evolução contínua do projeto e sua relevância para a comunidade e o meio ambiente.

Envolvimento do Público e Visitas:

- Meta: Alcançar 10.000 visitantes anuais.
- Ações: Promoção contínua, eventos temáticos e campanhas educativas para atrair diferentes públicos.

Parcerias Estratégicas:

- Estabelecimento de 20 parcerias com agentes económicos locais, promovendo o desenvolvimento sustentável da região.
- Envolvimento de 10 escolas em atividades educativas e programas interativos, fomentando a educação ambiental entre os jovens.

Desenvolvimento Económico e Sustentabilidade:

- Vendas na loja de produtos locais: Gerar uma faturação de 25.000 € no primeiro ano, com crescimento gradual nos anos seguintes, apoiando produtores e artesãos locais.

Crescimento da Presença Digital:

- Presença online: Crescimento anual de 25% no número de seguidores nas redes sociais.
- Tráfego no website: Alcance de 5.000 visitantes únicos mensais a partir do segundo ano, consolidando o CICA como uma referência informativa.

Sustentabilidade e Impacto Ambiental:

- Implementação de fontes renováveis, garantindo 50% do consumo de energia proveniente de fontes sustentáveis até o segundo ano.

- Redução da geração de resíduos operacionais em 30% até o terceiro ano, promovendo boas práticas ambientais no funcionamento do centro.

Estes indicadores, tal como se esquematizam na figura seguinte, servirão como referência para medir o impacto e a evolução do CICA, garantindo o seu crescimento sustentável e a sua relevância como um espaço de aprendizagem, interação e conservação ambiental.



Figura 37 - Principais Indicadores do projeto.

Fonte: elaboração própria

Ao nível das infraestruturas, apresentamos as seguintes características gerais:

- Espaço físico: Edifício com 100 m², incluindo áreas para exposições, auditório e loja.
- Materiais sustentáveis: Uso de madeira certificada e eficiência energética (isolamento térmico).
- Tecnologia e interatividade: O uso de tecnologia moderna, como sistemas de interpretação interativos, aplicações móveis e realidade virtual, pode melhorar a experiência dos visitantes e atrair um público mais jovem e tecnologicamente orientado; instalação de painéis solares para geração de energia no local, rentabilizando ao máximo a excelente exposição solar do lugar.
- Conteúdo: Exposições educativas e interativas sobre o património cultural do Douro e as propriedades das águas termais - Espaço dedicado à história do Barco Rabelo e seu papel no desenvolvimento da região.
- Acessibilidade: Sem degraus para ir ao encontro dos visitantes com mobilidade reduzida; audioguias multilingues (português, inglês, francês e espanhol); Recursos interativos inclusivos para permitir o alargamento dos serviços a pessoas com necessidades especiais (limitações físicas, visuais, auditivas e intelectuais)
- Serviços: Loja com produtos locais (vinhos, azeites, artesanato, doçaria e produtos termais); pequeno bar com máquina automática de venda de vinho da região ao copo; venda de pacotes turísticos locais com parceiros.

A definição dos *milestones* do projeto desempenha um papel crucial para garantir o sucesso e a eficácia das operações. Seguidamente apresentaremos os resultados esperados de cada fase, que contribuirão para o progresso do projeto e consequente alcance dos correspondentes objetivos estratégicos.



Figura 38 - Milestones do Projeto (em meses)

Fonte: elaboração própria

A proposta vai ao encontro da (re)construção do edifício existente, com as necessárias adaptações ao fim a que se destina. Assim, prevê-se a criação de instalações modernas e sustentáveis, incluindo receção, áreas de exposição, miradouro, loja e áreas de apoio.

O edifício pretende ser a ponte entre as transformações do passado, a realidade do presente, e a incerteza do futuro. Por isso, é um espaço que pretende dignificar a história da região pelas suas características tanto construtivas como do projeto, e sobretudo na sua fundamentação teórica. Por isso, tem uma resposta espacialmente funcional e ajustada, respondendo assim às necessidades contemporâneas do projeto, e com uma qualidade espacial que lhe confere sustentabilidade e versatilidade, podendo moldar-se às necessidades do futuro.

Perante a grande quantidade de informação e a exiguidade do espaço, optou-se por recorrer a suportes multimédia interativos, por forma a concentrar a investigação e a destacar a informação mais relevante. A sala terá um espaço dedicado à estimulação sensorial, com o mote “Sons, Cultura e Identidade”, através dos marcos sonoros que o rio aportava em tempos imemoriais, com os arrais e os marinheiros a navegar o barco rabelo, os bois a sirgar os barcos, os bailes noturnos quando atracavam à margem para pernoitar, os pregões das peixeiras e tantos outros que serão reproduzidos através do recurso a ferramentas multimédia. Os sons possuem relação direta com a memória e permitem uma viagem ao passado através das imagens mentais que podem fornecer. Os

sons da paisagem⁵ ao refletir a identidade do lugar e dos seus habitantes podem definir-se como culturais. Haverá lugar ainda ao apelo dos restantes sentidos, com a possibilidade de sentir a calidez das águas termais e o seu aroma sulfuroso. Pessoas com necessidade especiais terão ao seu dispor um conjunto de ferramentas que permitirão experienciar o espaço sem qualquer tipo de barreira. Isso significa, ver, ouvir, cheirar ou tocar, com recursos especiais, participando ativamente na construção dos sentidos.

Haverá lugar a exposições interativas com recurso a ferramentas 3D, através das quais poderão, entre outras, testar a navegação no rio Douro a bordo de um Barco Rabelo. Neste simulador virtual poderão experienciar o içar da vela, puxar a corda, movimentar uma espadela e levar um barco à sirga, entre outros saberes, usos e costumes.

No espaço multimédia já referido, recorreremos ao arquivo da RTP para projetar um documentário de 1960 sobre os Barcos Rabelos que transportavam as pipas do vinho do Porto, do Alto Douro até Vila Nova de Gaia.



Figura 39 – Extrato do documentário de 1960 sobre os Barcos Rabelos

Fonte: A autoria: Vasco Hogan Teves; locução: Gomes Ferreira; sonorização: Albano da Mata Diniz; realização: Adriano Nazareth. RTP, 1960

Raul Brandão, jornalista e escritor Português, servirá de inspiração para a criação de materiais interpretativos, através da representação dos seus cronótopos, como segue. Um dos cronótopos a criar é o do caminho ou a via fluvial percorrida pelos barcos rabelos, etnograficamente por si descritos:

⁵ «“o termo “paisagem sonora” surgiu nos países de língua latina como tradução do neologismo “soundscape” criado por Murray Schafer, a partir das palavras inglesas *sound* e *landscape*.» (Torres, 2018)

«São estes barcos estrambóticos que fazem todo o tráfego do Douro. Carregam pipas, cortiça, casca, madeira, gente; e quando vem o Inverno e «anda o rio grande», o movimento nunca se interrompe. Os homens intrépidos, de pé sobre a pégada — o nome da gaiola onde vai o arrais — manobram com decisão a espadela, metendo a charroa na água e imprimindo direcção ao barco. É preciso fazê-lo sem um movimento falso, sem um segundo de hesitação, nos sítios perigosos, descendo os galeiros como quem cai por uma corda abaixo [...]. Ali é que é vê-lo, ao barqueiro em ceroulas a manobrar a charroa na água como se quisesse lavar no campo! Quatro casqueiros, meia dúzia de cavernas, a gaiola em cima e o homem em equilíbrio na quitanda, tendo de descer lá do Alto até ao Porto com aquelas pipas todas, agarrado à espadela, olho na água, olho nas pedras agudas como dentes... O barco oscila, põe-se de pé — e ele lá vem, já desce. Como se aguenta? Arriscando a vida.» (Lage M. O., 2019), citando Raul Brandão.

O cronótopo que faz a ponte entre o Douro rural servido pela via férrea e o Porto urbano, comercial e industrial, exportador do vinho fino, define-se no movimento intenso e sonoro da faina fluvial duriense:

«À medida que o rabelo desce — agora com serenidade e ao fio de água — melhor se avalia o trabalho das mulheres, do rapazio nu, dos pescadores que lançam a rede à tainha ou a físga à enguia (o sável e a lampreia sobem no seu tempo até à Barca de Alva), ou secam as redes nos varais; dos homens que carregam, atirando para os barcos o carvão, a chamiça, ou as maroixas de lenha rachada e amontoada nas margens. Tudo trabalha, e é para o Porto que sustenta o lavrador e o homem do rio. Arrastam-se os pesados carvoeiros em flotilha, todos negros como pretos da Guiné. Serra-se a madeira, vomitam fumo as chaminés das fábricas, e lado a lado o homem e a mulher esbelta remam no mesmo barco. Tudo consiste em aproveitar a maré e o vento favorável [...].» (Lage M. O., 2019), citando Raul Brandão.

Todos os conteúdos criados serão selecionados com o apoio de especialistas na área da história e do estudo do Património Imaterial, de forma a garantir a qualidade científica do projeto.

Relativamente à utilização do Miradouro, a forma como este se implanta no terreno, permite que as pessoas possam usufruir confortavelmente desse espaço, com a possibilidade de se sentarem a descansar, ler um livro, ver o pôr do sol, lanchar, ou contemplar simplesmente a paisagem que os rodeia.

Assim, a localização do miradouro ocupa o local com melhor visibilidade sobre a paisagem e a localidade. Além disso, consegue-se acompanhar os limites da freguesia pela margem do rio, e na outra margem, a Norte, a estação de comboios de Arêgos no concelho de Baião, onde Eça de Queirós chegava das suas estadas em Paris. Os campos agrícolas, as montanhas, o vale e o curso das águas termais até ao balneário termal, são elementos naturais que se podem observar sem grande esforço. Aceder a este ponto de observação faz-se a partir de uma cota alta e segura em relação às águas do rio, que oferece uma vista desimpedida de 360°. Todo este percurso foi idealizado com a acessibilidade em mente, pois tem um desnível confortável e apropriado para a

deslocação de pessoas com mobilidade reduzida, o que faz com que seja uma experiência acessível para todos.

As projeções financeiras estão diretamente relacionadas com o sucesso de uma empresa ou projeto e é fundamental que estas sejam consideradas para tomar decisões com vista a atingir os objetivos definidos. A principal vantagem da projeção financeira é a capacidade de previsão, que permite uma avaliação da quantidade de capital disponível e a projeção das despesas do negócio expectáveis. Através desta ferramenta, é possível antever as situações a que a empresa estará sujeita a nível económico e fazer uma previsão dos possíveis cenários. Atualmente, com o mercado altamente competitivo, as projeções financeiras são encaradas como um instrumento estratégico, que auxiliam no processo de gestão, planeamento, execução e controlo do processo de tomada de decisão.

Foi assim elaborada uma previsão geral dos principais gastos que decorrem do planeamento e execução do projeto, bem como as receitas a nível direto, considerando aqui a venda de pacotes turísticos e a venda de produtos endógenos.

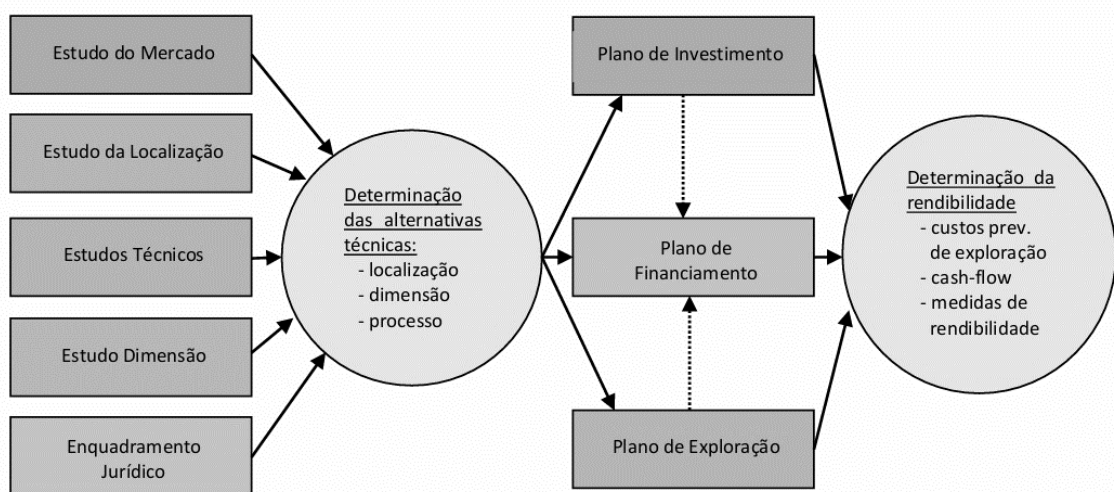


Figura 40 - Processo de Análise da Viabilidade Económica e Financeira (cria Start+)

Fonte: Adaptado de (Abecassis & Cabral, 1991, p. 21)

Foram definidos os seguintes pressupostos:

- Projeto a ser executado em 6 anos.

- Investimento Inicial: Avaliação dos custos de construção (requalificação do edificado e zona envolvente), aquisição de equipamentos e contratação de pessoal.
- Receitas: Fontes de receita incluirão vendas na loja, eventos especiais e parcerias com empresas locais.
- Projeções Financeiras: Elaboração de projeções de fluxos de caixa, balanço patrimonial e demonstração de resultados para os primeiros anos da operação.

IV.3.9. Equipa

Atendendo a que se pretende disponibilizar um serviço de excelência e qualidade para que se cumpra o planeamento efetuado ao longo do projeto, far-se-á a contratação de pessoal qualificado para operar a loja e administrar as atividades do CICA.

Assim, será contratado um técnico superior da área do turismo, cujo conteúdo funcional se descreve como: participar na definição das políticas do CICA e da freguesia para a área do turismo; integrar ações de promoção turística junto dos órgãos regionais e nacionais de turismo; desenvolver iniciativas conjuntas com os agentes económicos, com vista à sustentabilidade do setor; participação na análise e organização de candidaturas diversas; promover os recursos turísticos do CICA, da Freguesia e do Concelho; participar em ações de promoção direta, com atendimento ao público; promover eventos e iniciativas com valor turístico; recolher, tratar e divulgar informação turística; planear, organizar e controlar ações de promoção turística; coordenar e superintender outros técnicos/equipas, sempre que necessário e se para tal for incumbido.

A remuneração base a suportar será de 1.232,04 euros, correspondente ao nível 12 da tabela remuneratória da função pública, acrescido de subsídio de alimentação de 6 euros por dia útil de trabalho, bem como 300 euros de coordenação.

O Centro terá ainda o apoio do pessoal da Junta de Freguesia, constituído por um assistente operacional e por um assistente administrativo.

IV.3.10. Orçamento e Plano de Negócios

No sentido económico, técnico e financeiro: “é investimento não apenas a criação ou aquisição de ativos fixos por uma empresa, mas toda a operação que tenha por objetivo adquirir ou criar meios a serem utilizados permanentemente pela empresa durante um período mais ou menos longo” (Abecassis & Cabral, 1991, p. 14).

A proposta a apresentar materializa-se na requalificação do edificado e zona envolvente (reconstrução da escola e construção de parque de merendas/lazer com miradouro); aquisição de mobiliário diverso para apetrechar o CICA (estantes, secretárias, cadeiras, expositores para a informação turística e para as exposições temporárias); aquisição de uma viatura de transporte de 9 lugares para as visitas guiadas e de apoio ao CICA; aquisição de equipamentos ligeiros diversos; aquisição de computador, software e fotocopiadora; aquisição de sistemas de realidade virtual, audioguias e afins; aquisição do projeto de arquitetura e especialidades (outros Ativos Intangíveis).

Investimento em capital fixo (CAPEX)				2026	2027	2028
Investimento em Capital fixo (CAPEX)				271 300	11 000	2 000
Ativo fixo tangíveis	IVA aplicável	Anos Amort.	Valor Amort. Mensal	260 600	11 000	2 000
Terrenos e Recursos Naturais	0,00%	0	0	-	-	-
Edifícios e outras construções	0,00%	50	300	180 000	-	-
Equipamento básico	23,00%	5	850	40 000	10 000	1 000
Equipamento ligeiro	23,00%	4	146	5 000	1 000	1 000
Equipamento de transporte	23,00%	4	729	35 000	-	-
Equipamento administrativo	23,00%	4	13	600	-	-
Outros Ativos Fixos Tangíveis	23,00%	4	-	-	-	-
Ativos intangíveis				10 700	-	-
Projetos de desenvolvimento	23,00%	3	-	-	-	-
Programas de Computador	23,00%	3	19	700	-	-
Propriedade Industrial	23,00%	3	-	-	-	-
Outros Ativos Intangíveis	23,00%	3	278	10 000	-	-

Figura 41 - Plano de Investimento.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Plano de Financiamento

As necessidades de financiamento correspondem à soma do investimento a realizar em capital fixo com o investimento em fundo de maneo necessário, sendo possível considerar uma margem de segurança para fazer face a variações imprevistas do volume de investimento.

Necessidades Totais de Financiamento	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Total Investimento FM e CAPEX	265 273	7 496	657	(1 794)	(2 252)	(2 974)
Investimento em Fundo de Maneio	(6 027)	(3 504)	(1 343)	(1 794)	(2 252)	(2 974)
Investimento em Capital fixo (CAPEX)	271 300	11 000	2 000	-	-	-

Fontes de Financiamento		2026	2027	2028	2029	2030	2031
Estrutura de Capital no momento de constituição							
Capital Próprio	CP:Dívida (%)						
Capital Alheios	100,0%						
	0,0%						
Necessidades capital próprio (mínimo)		265 273	7 496	657			
Incentivos Não Reembolsáveis ao Investimento							
Incentivos não reembolsáveis		50 000	50 000	50 000	150 000	50 000	50 000
Ajustamento sobre incentivo (IRC)		10 500	10 500	10 500	31 500	10 500	10 500
Imputação anual	5	10 000	10 000	10 000	30 000	10 000	10 000
Imputação anual acumulada		10 000	20 000	30 000	60 000	70 000	70 000
Ajustamento sobre a imputação anual (IRC)		2 100	4 200	6 300	12 600	14 700	14 700

Figura 42 - Plano de Financiamento.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Plano de Exploração

O princípio da prudência será aplicado nesta projeção que tem por base o estudo técnico e de mercado.

Volume de Negócios

2. Vendas e Serviços prestados							
Adicionar Rendimentos		Nota: Este botão permite que se adicione o nº de rendimentos necessários para além do existente: Mercadorias, Produtos ou Serviços.					
Apagar Rendimentos		Nota: Este botão permite que se elimine o último nº de rendimento.					
Total de Vendas e Serviços prestados		455 000	493 312	564 894	682 227	853 415	934 177
Total IVA Vendas e Serviços prestados		104 650	113 462	129 926	156 912	196 285	214 861
Vendas de Mercadorias		-	-	-	-	-	-
IVA Vendas de Mercadorias		-	-	-	-	-	-
Vendas de Produtos		80 000	90 112	110 730	147 403	196 223	261 212
IVA Vendas de Produtos		18 400	20 726	25 468	33 903	45 131	60 079
Serviços Prestados		375 000	403 200	454 164	534 824	657 192	672 964
IVA Serviços Prestados		86 250	92 736	104 458	123 010	151 154	154 782
Vendas de Mercadorias		IVA aplicável	% Exportação	<Nome>			
IVA Vendas de Mercadorias		23,00%	0,00%	-	-	-	-
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna 0)		-	-	-	-	-	-
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)		-	-	-	-	-	-
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna 0)		-	-	-	-	-	-
Vendas de Produtos		IVA aplicável	% Exportação	<Nome>			
IVA Vendas de Produtos		23,00%	0,00%	80 000	90 112	110 730	147 403
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna 0)		2 000	2 200	2 640	3 432	4 462	5 800
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)		40	41	42	43	44	45
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna 0)			10,00%	20,00%	30,00%	30,00%	30,00%
Serviços Prestados		IVA aplicável	% Exportação	<Nome>			
IVA Serviços Prestados		23,00%	0,00%	375 000	403 200	454 164	534 824
Quantidade vendida (se quantidade desconhecida verificar a nota na Coluna 0)		2 500	2 625	2 888	3 321	3 985	3 985
PVP (por defeito com crescimento anual à taxa de inflação)		150	154	157	161	165	169
Taxa crescimento Vendas (se quantidade desconhecida a verificar nota na Coluna 0)		0,00%	5,00%	10,00%	15,00%	20,00%	

Figura 43 – Volume de negócios.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

No primeiro ano estimamos vender 2.000 unidades de produtos endógenos adquiridos aos produtores locais, empresas e artesãos, com uma taxa de crescimento das vendas de 10% no segundo ano e 30% nos anos seguintes.

Estimamos ainda, no primeiro ano, prestar serviços diversos de animação turística a 2.500 visitantes a um preço médio de 150 €, aumentando gradualmente ao longo dos

anos tendo em conta a taxa de inflação esperada, e de 5% até 20% a taxa de crescimento dos serviços prestados.

Serviços a vender:

- Visitas e provas comentadas, em parceria com quinta produtora de vinhos.
- Programas conjuntos “Termalismo e Cultura” – Termas de Caldas de Arêgos.
- Oficinas mensais com artesanato local.
- Programa “Fim de semana do bem-estar” (pacote com termas + rota + jantar com produtores locais + visita guiada noturna ao Centro).
- Visita ao Centro + oficina sensorial + prova gastronómica após o cruzeiro fluvial.
- Programa “Fim de semana com história e águas cálidas” (alojamento + visita + termas).
- Programa “Experiência Sensorial do Douro” (gastronomia + artesanato + música).
- Programa “Férias Pedagógicas em Família” (para famílias com crianças).

Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas

Os Produtos terão um custo de 60% das vendas, tendo em conta todos os pressupostos acima identificados.

Gastos Operacionais								
Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas (CMVMC)		2026	2027	2028	2029	2030	2031	
Total CMVMC		48 000	54 067	66 438	88 442	117 734	156 727	
Total Compras		48 921	54 184	66 675	88 864	118 296	157 475	
Total IVA Compras		11 252	12 462	15 335	20 439	27 208	36 219	
Total Inventários finais		921	1 037	1 274	1 696	2 258	3 006	
Produtos		2026	2027	2028	2029	2030	2031	
Custo Matérias Consumidas (CMC)		60,00%	48 000	54 067	66 438	88 442	117 734	156 727
IVA Compras		23,00%	11 252	12 462	15 335	20 439	27 208	36 219
Compras			48 921	54 184	66 675	88 864	118 296	157 475
Inventários iniciais Matérias primas			0	921	1 037	1 696	2 258	
Inventários finais Matérias primas			921	1 037	1 274	1 696	2 258	3 006

Figura 44 – Custo das Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Fornecimento de Serviços Externos (FSE)

Pretendemos subcontratar os serviços de animação turística para dinamizar a atividade turística do CICA, no valor mensal de 1.000 €. Destaca-se na estrutura de gastos, na figura abaixo identificada, a aposta na divulgação dos serviços que o CICA oferece, bem como a segurança das instalações, como forma de preservar o património existente.

3.2 Fornecimentos e Serviços Externos				66 355	67 948	69 578	71 248	72 958	74 709
Total FSE				14 006	14 342	14 686	15 039	15 400	15 769
IVA dos FSE				0	0	0	0	0	0
Subcontratos									
Subcontratos	IWA aplicável	% C. Fixo	Valor Mensal	0	0	0	0	0	0
	23,00%	0,00%	0	0	0	0	0	0	0
Serviços Especializados									
Serviços Especializados	IWA aplicável	% C. Fixo	Valor Mensal	32 563	33 345	34 145	34 964	35 804	36 663
Trabalhos Especializados	23,00%	0,00%	150	1 843	1 887	1 933	1 979	2 027	2 075
Publicidade e Propaganda	23,00%	100,00%	800	9 830	10 066	10 308	10 555	10 809	11 068
Vigilância e Segurança	23,00%	0,00%	300	3 686	3 775	3 865	3 958	4 053	4 151
Honorários	23,00%	100,00%	1000	12 288	12 583	12 885	13 194	13 511	13 835
Comissões	23,00%	0,00%	0	0	0	0	0	0	0
Conservação e Reparação	23,00%	100,00%	400	4 915	5 033	5 154	5 278	5 404	5 534
Materiais									
Materiais	IWA aplicável	% C. Fixo	Valor Mensal	12 902	13 212	13 529	13 854	14 186	14 527
Ferramentas e Utensílios de Desgaste Rápido	23,00%	0,00%	200	2 458	2 517	2 577	2 639	2 702	2 767
Livros e Documentação Técnica	23,00%	100,00%	50	614	629	644	660	676	692
Material de Escritório	23,00%	100,00%	300	3 686	3 775	3 865	3 958	4 053	4 151
Artigos para Oferta	23,00%	100,00%	500	6 144	6 291	6 442	6 597	6 755	6 918
Energia e Fluidos									
Energia e Fluidos	IWA aplicável	% C. Fixo	Valor Mensal	7 373	7 550	7 731	7 916	8 106	8 301
Electricidade	23,00%	100,00%	90	1 106	1 132	1 160	1 187	1 216	1 245
Combustíveis	23,00%	0,00%	450	5 530	5 662	5 798	5 937	6 080	6 226
Água	6,00%	0,00%	60	737	755	773	792	811	830
Deslocações, Estadas e Transportes									
Deslocações, Estadas e Transportes	IWA aplicável	% C. Fixo	Valor Mensal	1 229	1 258	1 288	1 319	1 351	1 384
Deslocações e Estadas	23,00%	100,00%	100	1 229	1 258	1 288	1 319	1 351	1 384
Transportes de Pessoal	23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0
Transportes de Mercadorias	23,00%	0,00%	0	0	0	0	0	0	0
Serviços Diversos									
Serviços Diversos	IWA aplicável	% C. Fixo	Valor Mensal	12 288	12 583	12 885	13 194	13 511	13 835
Rendas e Alugueres	23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0
Comunicação	23,00%	100,00%	300	3 686	3 775	3 865	3 958	4 053	4 151
Seguros	0,00%	100,00%	400	4 915	5 033	5 154	5 278	5 404	5 534
Royalties	23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0
Contencioso e Notariado	23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0
Despesas de Representação	23,00%	100,00%	0	0	0	0	0	0	0
Limpeza, Higiene e Conforto	23,00%	100,00%	300	3 686	3 775	3 865	3 958	4 053	4 151

Figura 45 – Fornecimentos e Serviços Externos.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Gastos com o Pessoal

Os gastos com pessoal foram determinados com base no quadro de recursos humanos definido para a entidade, atendendo às condições salariais, e outros benefícios, praticadas no setor.

Recursos Humanos: Contratação de pessoal qualificado para guiar as visitas, operar a loja e administrar as atividades do CICA, tal como previamente detalhado no Plano de organização e RH.

3.3 Gastos com Pessoal											
Gastos com o Pessoal				28 955	28 955	28 955	28 955	28 955	28 955		
Nº Trabalhadores				1	1	1	1	1	1		
Gerência				0	0	0	0	0	0		
Administrativo				0	0	0	0	0	0		
Comerciais				0	0	0	0	0	0		
Operacionais				0	0	0	0	0	0		
Outros				1	1	1	1	1	1		
Remuneração Base Total (Inclui IHT, diuturnidades)				% C. Fixo	Valor Mensal	17 249	17 249	17 249	17 249	17 249	17 249
Gerência				0	-	-	-	-	-	-	
Administrativo				0	-	-	-	-	-	-	
Comerciais				0	-	-	-	-	-	-	
Operacionais				0	-	-	-	-	-	-	
Outros				1232,04	17 249	17 249	17 249	17 249	17 249	17 249	
Subsídio de Alimentação Total				% C. Fixo	Valor Diário	1 386	1 386	1 386	1 386	1 386	1 386
Subsídio de Alimentação				6	1 386	1 386	1 386	1 386	1 386	1 386	
Outras Remunerações (Opcional)				% C. Fixo	Valor Mensal	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600
Gerência				-	-	-	-	-	-	-	
Administrativo				-	-	-	-	-	-	-	
Comerciais				-	-	-	-	-	-	-	
Operacionais				-	-	-	-	-	-	-	
Outros				300	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600	
Segurança Social				% C. Fixo	Valor Mensal	7 245	7 245	7 245	7 245	7 245	7 245
TSU Empresa					4 952	4 952	4 952	4 952	4 952	4 952	
TSU Colaboradores					2 293	2 293	2 293	2 293	2 293	2 293	
IRS					Valor Mensal	2 085	2 085	2 085	2 085	2 085	2 085
IRS					2 085	2 085	2 085	2 085	2 085	2 085	
Fundos de Compensação					Valor Mensal	-	-	-	-	-	-
Fundos de Compensação					-	-	-	-	-	-	
Seguros de Acidente de Trabalho					Valor Mensal	208	208	208	208	208	208
Seguros de Acidente de Trabalho					208	208	208	208	208	208	
Outros Gastos com Pessoal (Formação, HST, EPI, outros)				IVA	IVA Aplicável	Valor Mensal	1 560	1 560	1 560	1 560	1 560
Formação		23%			50	600	600	600	600	600	
Higiene Segurança no Trabalho (HST)		13%			50	600	600	600	600	600	
Equipamento Especializado Individual (EPI)		23%			30	360	360	360	360	360	
Outros		0%			-	-	-	-	-	-	

Figura 46 – Gastos com Pessoal

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Outros rendimentos e ganhos

Em Parceria com o Município de Resende, será firmado um protocolo tendo como fim a atribuição de um subsídio à exploração da atividade, a distribuir ao longo dos anos do projeto e no valor de 50.000 €.

A entidade será promotora de uma candidatura a apresentar ao Turismo de Portugal, no 4º ano de exploração, num montante correspondente a 100.000 €.

Outros Rendimentos e ganhos	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Subsídios à Exploração	50 000	50 000	50 000	150 000	50 000	50 000

Figura 47 – Outros rendimentos e ganhos.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Demonstração de Resultados

1. P&L (Demonstração de Resultados)						
CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental Douro e Águas Cálidas	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Vendas e Serviços prestados	455 000	493 312	564 894	682 227	853 415	934 177
Subsídios à Exploração	50 000	50 000	50 000	150 000	50 000	50 000
Variação nos Inventários da Produção	-	-	-	-	-	-
CMVMC	(48 000)	(54 067)	(66 438)	(88 442)	(117 734)	(156 727)
FSE	(66 355)	(67 948)	(69 578)	(71 248)	(72 958)	(74 709)
Gastos com o Pessoal	(28 955)	(28 955)	(28 955)	(28 955)	(28 955)	(28 955)
Imparidade de Inventários (Perdas/Reversões)	-	-	-	-	-	-
Imparidade de Dívidas a Receber (Perdas/Reversões)	-	-	-	-	-	-
Outros Rendimentos	10 000	20 000	30 000	60 000	70 000	70 000
Outros Gastos	-	-	-	-	-	-
EBITDA (Resultado antes de Depreciações, Gastos de Financiamento e Impostos)	371 690	412 342	479 923	703 582	753 768	793 786
Gastos/Reversões de Depreciação e Amortização	(25 317)	(27 567)	(28 017)	(24 450)	(14 300)	(6 050)
EBIT (Resultado Operacional)	346 374	384 776	451 907	679 132	739 468	787 736
Juros e Gastos Similares Suportados	-	-	-	-	-	-
EBT (Resultado Antes de Impostos)	346 374	384 776	451 907	679 132	739 468	787 736
Imposto	(77 934)	(86 575)	(101 679)	(152 805)	(166 380)	(177 240)
<i>IRC</i>	(72 738)	(80 803)	(94 900)	(142 618)	(155 288)	(165 424)
<i>Derrama Municipal</i>	(5 196)	(5 772)	(6 779)	(10 187)	(11 092)	(11 816)
Resultado Líquido	268 440	298 201	350 228	526 328	573 088	610 495

Figura 48 – Demonstração de Resultados.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Pode-se verificar pela análise da Demonstração de Resultados apresentada, que o negócio é sustentável ao longo dos anos de execução do projeto, conseguindo alcançar um resultado líquido positivo em gradual crescimento. Estamos perante um excelente desempenho económico do CICA através da rentabilidade operacional positiva das vendas e serviços prestados.

Balanço

2. Balanço							
CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental Douro e Águas Cálidas							
	2026	2027	2028	2029	2030	2031	
Ativo							
Ativo não corrente	245 983	229 417	203 400	178 950	164 650	158 600	
Ativos fixos tangíveis	238 850	225 850	203 400	178 950	164 650	158 600	
Ativos intangíveis	7 133	3 567	-	-	-	-	
Outros investimentos financeiros	-	-	-	-	-	-	
Ativo corrente	341 175	700 923	1 111 145	1 767 997	2 353 905	2 966 117	
Inventários	921	1 037	1 274	1 696	2 258	3 006	
Clientes	45 999	49 872	57 108	68 970	86 277	94 441	
EOEP	-	-	-	-	-	-	
Caixa e depósitos bancários	294 256	650 014	1 052 762	1 697 331	2 265 370	2 868 670	
Total do Ativo	587 159	930 340	1 314 545	1 946 947	2 518 555	3 124 717	
Capital Próprio							
Capital Social	10 000	20 000	30 000	40 000	50 000	60 000	
Prestações suplementares	246 000	246 000	246 000	246 000	246 000	246 000	
Resultados Transitados	-	268 440	566 641	916 868	1 443 196	2 016 284	
Reservas legais	-	-	-	-	-	-	
Resultado Líquido	268 440	298 201	350 228	526 328	573 088	610 495	
Outras variações Capital Próprio	31 600	55 300	71 100	142 200	126 400	110 600	
Passivo							
Passivo não corrente	-	-	-	-	-	-	
Financiamentos obtidos (MLP)	-	-	-	-	-	-	
Passivo corrente	31 119	42 398	50 576	75 551	79 870	81 338	
Fornecedores	11 703	12 394	13 819	16 229	19 374	23 509	
EOEP	11 015	15 304	17 857	21 522	26 896	28 428	
Financiamentos obtidos (CP)	-	-	-	-	-	-	
Outras dívidas a pagar	8 400	14 700	18 900	37 800	33 600	29 400	
Total Passivo	31 119	42 398	50 576	75 551	79 870	81 338	
Total Capital Próprio + Passivo	587 159	930 340	1 314 545	1 946 947	2 518 555	3 124 717	

Figura 49 – Balanço.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Através da análise do Balanço, é possível avaliar a situação patrimonial do Centro, observando que, quanto maior for o capital próprio ao longo do tempo, menor será a dependência de recursos alheios em relação aos ativos e mais sólido será o seu equilíbrio financeiro. O CICA apresenta um passivo de curto prazo muito reduzido, o que lhe permite alcançar os objetivos estabelecidos com maior segurança.

	2026	2027	2028	2029	2030	2031
<p>1. Projeto/Investimento Pós-financiamento Cash Flows (FCFF) atualizados pelo Custo Médio Ponderado do Capital (WACC)</p> <p>O método dos FCFF (Free Cash Flows to the Firm), na ótica do capital (Investimento pós-financiamento) incorpora os efeitos do capital alheio refletidos na taxa de atualização. Taxa de atualização = wacc (custo médio ponderado do capital) = $R_{cp} \cdot CP / (CP+CA) + R_{ca} \cdot (1-t_i) \cdot CA / (CP+CA)$. com $R_{cp} = r_e = R_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$ e $R_{ca} =$ Taxa de remuneração (juro efetiva) do capital alheio. A taxa de atualização no ano 0 é considerada constante para todos o períodos.</p>						
+ EBIT	346 374	384 776	451 907	679 132	739 468	787 736
- Imposto	(77 934)	(86 575)	(101 679)	(152 805)	(166 380)	(177 240)
+ Depreciações e Amortizações	25 317	27 567	28 017	24 450	14 300	6 050
- Variação Fundo de Maneio	(24 200)	990	(3 496)	(6 209)	(9 349)	(3 245)
- CAPEX	(271 300)	(11 000)	(2 000)	-	-	-
Cash Flow Operacional	-1744	315758	372748	544568	578039	613300
Valor residual						204 109
FCFF com VR	-1744	315758	372748	544568	578039	817409
Perpetuidade						2 389 529
FCFF com perpetuidade	-1744	315758	372748	544568	578039	3002829
Factor de atualização - WACC	1,00	0,72	0,52	0,38	0,27	0,20
FCFF descontado VR	-1744	228425	195071	206167	158312	161951
FCFF descontado acumulado VR	-1744	226681	421752	627919	786231	948182
FCFF descontado perpetuidade	-1744	228425	195071	206167	158312	594943
FCFF descontado acumulado perpetuidade	-1744	226681	421752	627919	786231	1381174
ANÁLISE DE VIABILIDADE						
	C/ Valor Residual		C/ Perpetuidade			
VAL	948 182		1 381 174			
TIR	18121%		18121%			
Payback	1,01		1,01 anos			
Valor Residual	204 109		Nota: CAPEX +FM no último ano de investimento			
Valor da perpetuidade	2 389 529					

Figura 50 – Avaliação Financeira do Projeto Pós-financiamento – VAL, TIR e Payback.

Fonte: elaboração própria adaptado de IAPMEI (IAPMEI, 2024)

Na figura anterior destacamos as seguintes conclusões:

- O VAL significativamente positivo confirma que o projeto é economicamente viável, pois o valor criado excede amplamente o custo de capital considerado na análise;
- Apesar da TIR extremamente elevada indicar um retorno excepcional, é importante considerar que valores tão altos podem resultar de fluxos de caixa muito concentrados no curto prazo, o que pode distorcer a interpretação da rentabilidade real. A análise conjunta com o VAL é, por isso, essencial;
- O projeto gera valor desde o primeiro ano, como demonstrado pelos fluxos de caixa positivos logo no início do primeiro ano de execução, o que reforça a atratividade do investimento.

IV.3.11 Divulgação e comunicação

O presente subcapítulo apresenta a estratégia de marketing para o CICA, ao nível do produto, do preço de referência da experiência no destino, dos canais de distribuição e dos meios de comunicação mais adequados à estratégia definida.

Produto e serviços

O Centro de Interpretação oferece aos visitantes uma experiência que combina educação, sensibilização ambiental e valorização cultural. Isso inclui exposições interativas, workshops, passeios guiados, apresentações audiovisuais, entre outros. Pode também integrar a venda de produtos locais que refletem a identidade e a tradição da região, enriquecendo a experiência turística.

No primeiro ano estimamos vender 2.000 unidades de produtos endógenos, a um preço médio de 40 €/unidade, com uma taxa de crescimento das vendas de 10% no segundo ano e 30% nos anos seguintes.

- Loja com produtos locais (vinhos, azeites, cerejas, artesanato, doces típicos e produtos termais);
- Pequeno bar com máquina automática de venda de vinho da região ao copo;

Estimamos ainda, no primeiro ano, prestar serviços diversos de animação turística a 2.500 visitantes, a um preço médio de 150 €, aumentando gradualmente ao longo dos anos tendo em conta a taxa de inflação esperada, e de 5% até 25% a taxa de crescimento dos serviços prestados.

- Serviços a vender:
 - Visitas e provas comentadas, em parceria com quinta produtora de vinhos;
 - Programas conjuntos “Termalismo e Cultura” – Termas de Caldas de Arêgos;
 - Oficinas mensais com artesanato local;
 - Programa “Fim de semana do bem-estar” (pacote com termas + rota + jantar com produtores locais + visita guiada noturna ao Centro);
 - Visita ao Centro + oficina sensorial + prova gastronómica após o cruzeiro fluvial;
 - Programa “Fim de semana com história e águas cálidas” (alojamento + visita + termas);

- Programa “Experiência Sensorial do Douro” (gastronomia + artesanato + música);
- Programa “Férias Pedagógicas em Família” (para famílias com crianças).

A marca criada para o Centro de Interpretação teve como inspiração o rio e a sua cor translúcida; a fluvina de Caldas de Arêgos em formato de concha; as águas sulfurosas das termas e a cor da paisagem verdejante que apela à natureza e à sua tranquilidade.



Figura 51 - Logótipo CICA

Fonte: elaboração própria

Vejamos:

Além do segmento e mercado mais predisposto ao consumo do respetivo produto, abordam-se os apelos a utilizar na venda do serviço considerados na oferta turística do CICA, conforme segue:

PRODUTO	SEGMENTO	MERCADO	APELO
Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas"	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas individuais • Famílias • Grupos escolares, • Turistas interessados em gastronomia, enologia e saúde e bem-estar, • Turistas à procura de experiências culturais e ambientais autênticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Portugal e estrangeiro 	<ul style="list-style-type: none"> • Propriedades terapêuticas das Águas Termais • História das Termas • Património cultural da região • Rio Douro • Legado histórico/etnografia: Barco Rabelo, usos e costumes • Produtos endógenos de qualidade (Cavacas, Rosquilhos, Cerejas, vinhos, artesanato) • Festivais/Festas da região

Figura 52 – Apelos utilizados na venda do serviço

Fonte: elaboração própria

Preço

A ideia principal é mostrar aos visitantes as potencialidades do Douro e das águas termais, dando a conhecer o património natural, cultural e as atividades económicas ligadas ao rio Douro, quando em tempos longínquos os habitantes delas viviam. Ao mesmo tempo cumprimos o propósito de dinamizar a economia local. Assim, as entradas no CICA são gratuitas, sendo apenas vendidos os pacotes turísticos e produtos endógenos, cujas parcerias se encontram estabelecidas com EAT, empresas e produtores locais.

Num primeiro momento, este destino deve adotar uma estratégia que incorpore algumas práticas utilizadas pela concorrência, ainda que de forma limitada. Paralelamente, é fundamental continuar a investir na consolidação do seu novo posicionamento no mercado.

ESTRATÉGIA	DESCRIÇÃO	ARGUMENTAÇÃO	DECISÃO
CONCORRÊNCIA	Preços estabelecidos com base na prática dos concorrentes	No curto prazo, o CICA deve adotar uma estratégia de preços alinhada com as práticas dos seus concorrentes. Enquanto a sua diferenciação, sustentada pelo novo posicionamento, não estiver totalmente consolidada, deve definir os preços tendo em conta as tarifas aplicadas por destinos concorrentes, garantindo assim maior competitividade.	Sim, no curto-prazo

Figura 53 - Estratégia de preço a aplicar

Fonte: adaptado da Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal

Distribuição

A distribuição, tal como já explicitado no Plano de Ação (P2 – Promoção e comunicação do destino), enquanto elemento estratégico do marketing, representa a forma como o destino é disponibilizado ao mercado, sendo crucial para o sucesso do setor turístico. No que diz respeito à comunicação, são tidos em conta os canais — diretos ou indiretos — que possibilitam a interação com o mercado, ajustando-se às características do produto e ao seu potencial de crescimento. Enquanto que a primeira forma implica que a cadeia de valor se dirige diretamente ao consumidor final (visitante), a distribuição indireta pressupõe a participação de intermediários (operadores turísticos e agentes de viagem) no processo de venda do produto.

O público tem acesso ao CICA através da inclusão da sua localização física, acessibilidades para diferentes tipos de transporte, presença online através do site, redes sociais e plataformas de reserva.

PRODUTO	DISTRIBUIÇÃO DIRETA	DISTRIBUIÇÃO INDIRETA
Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas"	Internet	Agências de Viagens e Operadores Turísticos
	Flyer	Agências de Viagens e Operadores Turísticos online
		Parceiros locais

Figura 54 – Canais de distribuição

Fonte: elaboração própria

Comunicação

A promoção envolve todas as estratégias de comunicação para atrair visitantes e aumentar a conscientização sobre o CICA. Isto pode incluir publicidade em Mídias tradicionais, como rádio, jornais e televisão, bem como marketing digital, como anúncios online, marketing de conteúdo, redes sociais e parcerias com influenciadores digitais. Também pode envolver a participação em feiras de turismo, eventos culturais e turísticos, além da criação de programas de fidelidade e descontos para incentivar o retorno dos visitantes.

As parcerias locais ajudarão a promover o CICA e atrair visitantes, como por exemplo, a colaboração com hotéis, agências de viagens e empresas e produtores locais.

OBJETIVO	ESTRATÉGIA	MEIO DE COMUNICAÇÃO
Dar a conhecer ao mercado os atributos racionais e benefícios emocionais associados à visita a Caldas de Arêgos (destino associado às águas termais do Douro e que permite a imersão na história e tradições locais)	<ul style="list-style-type: none"> Promover os atrativos culturais e históricos do destino de uma forma clara. Comunicar os benefícios da visita ao Centro e à região. 	<ul style="list-style-type: none"> Campanhas de Marketing Famtrips Materiais Promocionais Online (Website, redes sociais) Presstrips Publicidade Reuniões de apresentação do destino

<p>Persuadir os visitantes a voltar ao destino</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar um calendário anual de eventos diversos. • Apresentar a diversidade da experiência turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Campanhas de Marketing • Eventos • Materiais Promocionais • Online
---	--	---

Figura 55 – Estratégia de comunicação

Fonte: elaboração própria. adaptado da Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal

IV.3.12 Impacto e sustentabilidade

A adoção de práticas sustentáveis é fundamental para proteger o meio ambiente e o património cultural da região. Isso inclui a implementação de medidas de conservação, minimização do impacto ambiental, promoção da economia local e respeito pelas tradições e valores culturais da comunidade.

Identificamos como considerações de sustentabilidade a ter em conta:

- A utilização de práticas ecológicas na construção e operação do CICA.
- A promoção de produtos locais e agricultura sustentável, na loja.
- A educação ambiental para os visitantes sobre a importância da preservação do rio Douro e do seu ecossistema.

A longo prazo o Centro será tão sustentável economicamente, quanto mais fontes de financiamento conseguirmos captar para o investimento. O modelo de gestão a implementar, garantindo receitas estruturadas com a sua exploração, torna-se eficiente e promove o equilíbrio entre o impacto ambiental e os benefícios económicos. Por seu turno, o apoio da comunidade local e de todos os *stakeholders*, assegura o envolvimento local e a continuidade do projeto.

IV.3.13 Avaliação

A monitorização da atividade turística deste Centro é uma das principais ações a desenvolver no âmbito da estratégia e políticas definidas neste projeto, na medida em que permite a adaptação a novos paradigmas que vão emergindo ao longo do seu desenvolvimento, permitindo acautelar dificuldades e desafios e a aproveitar e explorar oportunidades e potencialidades.

A seguir apresenta-se um esquema dos indicadores de avaliação global que poderão ser utilizados para monitorizar e avaliar a estratégia definida, com as devidas adaptações ao nosso destino turístico.



Figura 56 - Modelo de análise e monitorização e avaliação da estratégia

Fonte: Estratégia de marketing turístico do Porto e Norte de Portugal

V. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta investigação teve como objetivo principal compreender de que forma os centros de interpretação podem promover a sustentabilidade e preservar as tradições locais, com enfoque no contexto do turismo fluvial na região do Douro. Os resultados obtidos demonstram que estes centros, quando planeados com base numa lógica territorial, participativa e educativa/pedagógica, constituem ferramentas eficientes na valorização do património cultural e natural.

Verificou-se que os centros de interpretação não apenas oferecem informação aos visitantes, mas possibilitam uma mediação significativa entre o indivíduo e o território, contribuindo para o reforço da identidade local, a salvaguarda de práticas tradicionais e a promoção de um turismo sustentável e consciente. A presença de conteúdos interpretativos bem fundamentados pode fomentar comportamentos mais responsáveis e consolidar o envolvimento das comunidades locais no processo turístico.

Neste contexto, a investigação cumpriu os seus objetivos específicos:

- (a) caracterizou a relação entre turismo, património, herança cultural, preservação do Património Cultural Imaterial e sustentabilidade;
- (b) analisou o potencial do turismo fluvial como promotor de desenvolvimento territorial;
- (c) propôs uma estrutura interpretativa ajustada à realidade do Douro;
- (d) demonstrou, teoricamente, como a interpretação patrimonial pode fortalecer a ligação entre visitantes e território.

Como referem muitas tradições orais transmitidas ao longo de gerações, “quem não sabe de onde vem, dificilmente saberá para onde vai”. Este provérbio, representativo da sabedoria popular portuguesa, sintetiza o valor da interpretação patrimonial como prática educativa, crítica e identitária. A sua utilização nesta dissertação serve como ilustração do pensamento coletivo que valoriza o conhecimento da história e das raízes como condição para a construção de futuros sustentáveis.

Apesar dos contributos teóricos apresentados, a investigação apresentou limitações, nomeadamente a parca recolha de dados empíricos através de entrevistas, o que teria enriquecido a análise das perceções dos diferentes intervenientes/*stakeholders*. Além

disso, o modelo proposto (proposta de ação) carece ainda de validação prática e da integração efetiva com planos de gestão territorial e políticas públicas.

Tendo em conta estas limitações, propõem-se linhas de investigação futura, como: a aplicação empírica do modelo proposto através de projetos-piloto com envolvimento comunitário; estudos comparativos entre centros de interpretação já implementados em contextos similares; investigação sobre o papel das tecnologias digitais na mediação patrimonial; e a análise de impacto dos centros de interpretação na dinamização económica e social das comunidades anfitriãs.

Conclui-se, assim, que os centros de interpretação, ao integrarem dimensões educativas, patrimoniais e comunitárias, possuem elevado potencial enquanto catalisadores de turismo sustentável e de valorização territorial. Ao respeitarem e promoverem a cultura local, tornam-se agentes ativos na preservação do passado e na construção de um futuro mais informado, equilibrado e participado — onde, como também se diz, “o saber não ocupa lugar, mas dá sentido ao lugar”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abecassis, F., & Cabral, N. (1991). *Análise Económica e Financeira de Projectos*. (F. C. Gulbenkian, Ed.) Fundação Calouste Gulbenkian. Obtido em 20 de 01 de 2025, de <https://www.dgsi.pt/bpjl.nsf/83cbe9acef94db5a8025730800549412/3e6763577df7568d802569e600384d13?OpenDocument>
- AIP. (s.d.). *AIP*. Obtido em 23 de novembro de 2024, de Interpretacion del Patrimonio: <https://interpretaciondelpatrimonio.com/interpretacion/>
- Alister Mathieson, G. W. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Londres, Nova York: Longman.
- APDL. (janeiro de 2025). Mais um ano positivo na via navegável do Douro. Obtido em 26 de março de 2025, de <https://www.apdl.pt/comunicacao/noticia-2024-mais-um-ano-positivo-na-via-navegavel-do-douro>
- APDL Douro. (2016). *APDL Douro*. Obtido de Douro APDL: <https://douro.apdl.pt/via-navegavel-douro/promocao/>
- Assembleia da República. (6 de julho de 1985). Lei n.º 13/85, de 6 de julho. *Património Cultural Português*.
- Banco de Portugal. (2023). *Eurosistema estatísticas*. Obtido de BPstat: <https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/publicacoes/1312>
- Barbosa, I. (2002). *Histórias das viagens e do turismo*. Aleph.
- Beni, M. C. (2001). *Análise Estrutural do Turismo*. Senac.
- Booking. (2023). *Sustainable Travel Report 2023*. Travel report, Booking. Obtido em 10 de 2024, de <https://news.booking.com/download/31767dc7-3d6a-4108-9900-ab5d11e0a808/booking.com-sustainable-travel-report2023.pdf>
- Canastra, F., Haanstra, F., & Vilanculos, M. (01 de 2015). Manual de Investigação Científica da Universidade Católica de Moçambique. (U. C. Moçambique, Ed.) Obtido em 22 de 12 de 24, de https://reid.ucm.ac.mz/manual/Manual-de-Investigacao-da-UCM_Janeiro-de-2015.pdf

- Carrier. (1998). Dossiers temáticos del patrimonio histórico. n.º 25. *Teoría y prácticas de la interpretación*. Obtido em 20 de 11 de 24, de <https://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/issue/view/25>
- Carvalho, A. (2011). *Os Museus e o Património Cultural Imaterial*. Évora: Edições Colibri. doi:10.4000/books.cidehus.2476
- CCDR-N. (Inverno de 2025). Turismo do Norte (2019-2024). (CCDR_N, Ed.) *Da crise à recuperação acima dos níveis pré-pandemia*. Obtido em 26 de março de 2025, de https://www.ccdr-n.pt/storage/app/media/uploaded-files/Norte%20Estrutura_Inverno_Final.pdf
- Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. (1991). *Nosso Futuro Comum*. RJ - Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. Obtido em 08 de 12 de 2024, de https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4245128/mod_resource/content/3/Nosso%20Futuro%20Comum.pdf
- Conselho da Europa. (1968). *Carta Europeia da Água*. Obtido de Council of Europe: <https://www.coe.int/en/web/portal/the-council-of-europe-at-a-glance>
- Conti, B. R. (15 de março de 2021). Revisão sistemática da literatura sobre Turismo Científico. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 15. doi:<https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1981>
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social*, vol XL (175), pp. 279-295. Obtido de <https://www.jstor.org/stable/41012142>
- Cruz, M. D., Filho, U. O., & Souza, A. R. (2016). Herança cultural e preservação do património histórico de Vitória da Conquista - BA. (E. E. História, Ed.) Obtido de https://www.encontro2016.bahia.anpuh.org/resources/anais/49/1475272604_A RQUIVO_ArtigoFinal.pdf
- Cunha, L. (1 de janeiro de 2010). Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios. *Fluxos e Riscos : Revista de Estudos Sociais*, pp. 127-149. Obtido de <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/fluxoseriscos/issue/view/196>

- Cunha, L. (2017). *Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspetivas*. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Delgado, A. B., & Pazos, A. S. (abril de 2013). Turismo & Sociedade. Curitiba, v. 6, n. 2. *Interpretação do património, turismo e gestão de áreas protegidas: algumas aproximações*, pp. 300-323.
- Digital, B. N. (s.d.). *Biblioteca Nacional Digital*. Obtido de bndigital: bndigital.bnportugal.gov.pt
- Duarte, J. B., Brinca, P., & Gonçalves, M. J. (dezembro de 2022). Setor do vinho. Avaliação de impacto socioeconómico em Portugal. *Relatório final. Dezembro de 2022*, p. 85. Obtido em 26 de março de 2025, de https://www.acibev.pt/multimedia/1/documentos/3187/Setor%20do%20Vinho_Relatorio%20Final_V3.pdf?title=download&idioma=pt
- Duarte, J. C. (1994). *Resende e a sua história. Volume 2: As Freguesias*. Resende: Câmara Municipal de Resende.
- e, M. (s.d.). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*.
- Fernandes, D., & Vieira, I. (2023). O imaginário romântico do rio Douro: dos viajantes na primeira metade do século XIX aos nossos dias. *LIT&TOUR*(1), pp. 6-199. Obtido em 02 de abril de 2025
- Ferreira, D. d., Vaz, F. C., Fernandes, I., & Machado, J. N. (2014). *Rio, Património Imaterial do Tâmega e Sousa*. (C. d. Território, Ed.) Tâmega e Sousa: Rota do Românico. Obtido em 09 de 10 de 24
- Forrester, B. d. (s.d.). *CCM*. Obtido de Catálogo Coletivo de Museus: <https://ccmuseus.azores.gov.pt/index.php/Detail/entities/5272>
- Fuster, L. F. (1974). *Teoria e Técnica del Turismo* (6ª ed. ed., Vol. Tomo I). Editora Nacional.
- Garrido, M. A., & Sánchez, J. A. (2015). Los centros de interpretación como motor de desarrollo turístico local; Un modelo fracasado? *El caso de la provincia de Cádiz*, pp. 143-165. Obtido em 11 de 11 de 24, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5035571>

- Garrod, Fyall, Leask, & Reid. (2012). Engaging Residents as Stakeholders os the Visitor Attraction, *Tourism Management*, 33(5), pp. 1159-1173. Obtido em 18 de abril de 2025, de https://www.academia.edu/20053125/Garrod_B_Fyall_A_Leask_A_and_Reid_E_2012_Engaging_Residents_as_Stakeholders_of_the_Visitor_Attraction_To_urism_Management_Vol_33_5_pp_1159_1173
- Gross, M. (05 de setembro de 2008). Lessons From the Frugal Grand Tour. *The New York Times*.
- Guterres, A. (27 de 09 de 2023). Dia Mundial do Turismo incentiva nova estratégia de investimento sustentável. *UN News*. Obtido em 08 de 10 de 2024, de <https://news.un.org/pt/story/2023/09/1820957>
- Ham, S. (1992). *Environmental Interpretation: A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets*. Obtido em 23 de 11 de 2024, de https://books.google.pt/books/about/Environmental_Interpretation.html?id=42eLaIy-NooC&redir_esc=y
- Ham, S. (2024). Uno de mis dispositivos interpretativos favoritos es... ¡el ser humano! *Boletín de Interpretación* 50. Obtido em 15 de 11 de 24, de <https://boletin.interpretaciondelpatrimonio.com/index.php/boletin/article/view/460>
- Heras, C. S. (2002). Planejamento interpretativo e projeto do centro: primeiros modelos /[coordenada por Carlos Sánchez de las Heras]. *Planificación interpretativa y diseño de centros*. Obtido em 24 de 11 de 24, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=8017>
- IAPMEI. (27 de 05 de 2024). *Ferramenta de avaliação de projetos*. Obtido de <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Assistencia-Tecnica-e-Formacao/Ferramentas/Ferramenta-de-Avaliacao-de-Projetos-de-Investment.aspx>
- Japan National Tourism Organization. (s.d.). *Guide tea ceremony*. Obtido em 02 de abril de 2025, de Japan Travel: <https://www.japan.travel/pt/guide/tea-ceremony/>
- Jubilut, L. L., Silva, J. C., & Ramina, L. (2016). *A ONU aos 70 : contribuições, desafios e perspectivas*. Boa Vista, Boa Vista: Editora UFRR. Obtido em 19 de 12 de 24,

de <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Brasil/ppgsof/20200719112416/La-ONU-aos-70.pdf>

Lage, M. O. (2019). O Douro e o Pico em Raul Brandão: aproximação dialógica. pp. 165-183. Obtido em 25 de 02 de 2025, de <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/17851.pdf>

Lage, M. o., & Sequeira, C. (2023). Paisagens Culturais da Vinha: Identidades, Desafios e Oportunidades. *Marca de Água do Douro Património Mundial: Testemunhos históricos e evocações literárias em Maria asngelina/Raul Brandão e Manuel Mendes*, p. 158. Obtido em 10 de 11 de 24, de <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/152540>

Lopes, F. M. (02 de 03 de 2021). *PIANC Portugal*. Obtido em 08 de 12 de 2024, de World Association for Waterborne Transport Infrastructure: https://pianc.pt/wp-content/uploads/2021/03/2as-jornadas/7.5_vianavegaveldouro.pdf

Luís Pardal, E. S. (2011). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Areal Editores. Obtido em 18 de 03 de 2025, de <https://www.arealeditores.pt/produtos/ficha/metodos-e-tecnicas-de-investigacao-social/11462741>

Marconi, M. d., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: EDITORA ATLAS S.A. doi:ISBN 85-224-3397-6

Marmelo, J. (02 de 03 de 2011). Douro volta a ter um mapa iconográfico 163 anos depois da obra de Forrester. *Público*. Obtido em 12 de 11 de 2024, de <https://www.publico.pt/2011/03/02/jornal/douro-volta-a-ter-um-mapa-iconografico--163-anos-depois-da-obra-de-forrester-21455697>

Ministério da Cultura - DRCN. (2019). *Centros Interpretativos: Técnicas, espaços, Conceitos e Discursos* (Vol. 3). (D. R.–M. Cultura, Ed.) Porto.

Miranda, J. M. (1998). Guía práctica para la interpretación del patrimonio. *El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*.

Moreira, C. O. (12 de 2018). Turismo fluvial, lazeres em águas interiores e desenvolvimento local e regional. *Cadernos de Geografia*, pp. 55-67. doi:10.14195/0871-1623_38_4

- Mota, C. V. (2023). A importância do turismo fluvial. Estudo de caso: cruzeiros no rio Douro. pp. 85-96. doi:[https://doi.org/10.57883/thij21\(1\)2023.32928](https://doi.org/10.57883/thij21(1)2023.32928)
- O que é o Turismo?* (s.d.). Obtido em 28 de 10 de 24, de Puro Turismo: <https://puro-turismo.wixsite.com/puroturismo/o-que-e-turismo>
- Oliveira, V. (2010). Douro Mapa Sonoro: SOUND MAP. Em *Mapa Sonoro do Rio Douro*. Douro. Obtido em 15 de 11 de 24, de <https://douro-mapasonoro.blogspot.com/>
- Oliveira, V. (28 de 07 de 2017). Virgílio começou a gravar o Douro em 2010. E descobriu uma orquestra. (R. R.-I. Rocha, Entrevistador) Obtido em 31 de 10 de 2024, de https://rr.sapo.pt/video/145139/virgilio_comecou_a_gravar_o_douro_em_2010_e_descobriu_uma_orquestra
- Património Cultural, I.P. (s.d.). *Património Cultural - Cartas e Convenções*. Obtido em 09 de 11 de 24, de patrimoniocultural.gov.pt: <https://www.patrimoniocultural.gov.pt/patrimonio-cultural/cartas-e-convencoes/>
- Peixoto, P. (16 de 11 de 2016). A Água como Património - Os usos sociais dos rios. *Imprensa da Universidade de Coimbra*, pp. 59-70. doi:http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-1025-2_3
- Pereira, G. M., Lage, M. O., & Sequeira, C. (2023). *Paisagens culturais da Vinha: Identidades, Desafios e Oportunidades. XX Aniversário da Classificação do Alto Douro Vinhateiro como Património Mundial*. Porto: CITECEM. doi:<https://doi.org/10.21747/978-989-8970-51-0/pai>
- Pérez, X. P. (2009). Turismo Cultural. Uma visão antropológica. pp. 301-318. Obtido em 02 de 12 de 24, de <https://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEedita2.pdf>
- Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. *Free Press. Harvard*. Obtido em 23 de fevereiro de 2025, de https://hollis.harvard.edu/primo-explore/fulldisplay?docid=01HVD_ALMA211756120100003941&context=L&vid=HVD2&lang=en_US&search_scope=everything&adaptor=Local%20Se

arch%20Engine&isFrbr=true&tab=everything&query=lsr01,contains,000473683&mode=basic&offset=0

- Portugal - Chancelaria-mor da Corte e Reino. (1721). Decreto Régio de D. João V. *Alvará de lei foi publicado na Chancelaria-mor da Corte e Reino, em 28 de Agosto de 1721, em Lisboa*. Lisboa. doi:o alvará de lei foi publicado na Chancelaria-mor da Corte e Reino, em 28 de Agosto de 1721, em Lisboa.
- Portugal. (1976). Constituição da República Portuguesa - CRP. *Diário da República*. Obtido em 08 de 11 de 2024, de <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-aprovacao-constituicao/1976-34520775-49502575>
- Portugal. (08 de 09 de 2001). Lei n.º 107/2001 de 8 de setembro. *Diário da República*, 5808 - 5829. Obtido em 17 de 10 de 2024, de <https://files.dre.pt/1s/2001/09/209a00/58085829.pdf>
- Portugal. (17 de 07 de 2024). *Carta da Ministra do Ambiente e Energia à Comissão Europeia sobre a importância da água assinada por 21 Estados-Membros*. Obtido em 18 de 11 de 2024, de portugal.gov.pt: <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc24/comunicacao/comunicado?i=carta-da-ministra-do-ambiente-e-energia-a-comissao-europeia-sobre-a-importancia-da-agua-assinada-por-21-estados-membros>
- Portugal. (s.d.). *Reservas da Biosfera*. Obtido em 18 de 11 de 24, de Reservas da Biosfera Portugal: <https://www.reservasdabiosfera.pt/patrimonio-natural-e-cultural/>
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2017). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (Departamento de Sociologia da Universidade Nova de Lisboa ed.). (J. M. Marques, M. A. Mendes, & M. Carvalho, Trads.) Oeiras: Gradiva. Obtido de <https://sites.ufpe.br/moinhojuridico/wp-content/uploads/sites/49/2020/03/pesqdir-quivy2.pdf>
- Santos, P. M., Santos, D., Silva, M., & Lopes, M. (2024). The sustainability of regions as a challenge for higher education - The problem-solving methodology in teaching cultural management. *Edulearn'24* (pp. 1319-1326). Palma: EDULEARN24 Proceedin. doi:10.21125/edulearn.2024.0438

- Sousa, P. (26 de junho de 2024). *Itinerário - O que é, tipos, conceito e definição*. Obtido em 24 de 11 de 24, de Conceito.de: https://conceito.de/itinerario#google_vignette
- TEHIC. (2022). *Heritage Interpretation: a look from Europe*. Handbook. Obtido em 12 de 12 de 24
- Tilden, F. (1957). *Interpreting Our Heritage*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 224. Obtido em 02 de 11 de 2024, de <https://www.book2look.com/book/cBGciWurks>
- Tilden, F. (2006). *La interpretación de nuestro patrimonio*. (t. d. Rojas, Ed.) Sevilla.
- Torres, M. A. (2018). Os sons da paisagem: entre conceitos, contextos e composições. *Geograficidade*. Obtido em 15 de 02 de 2025, de <https://periodicos.uff.br/geograficidade/article/view/13165/pdf>
- Tribe, J. (1997). *The indiscipline of tourism*. Buckinghamshire College.
- Tugas, P. I., Tresserras, J. J., & Matamala, M. C. (2005). *Centros de Interpretación del Patrimonio – Manual Hicira*. Barcelona: Deputació de Barcelona. Obtido em 02 de 11 de 2024
- Turismo de Portugal. (09 de 2017). *Estratégia Turismo 2027*. (I. Turismo de Portugal, Ed.) *Liderar o Turismo do Futuro*. Obtido em 16 de 10 de 2024, de <https://travelbi.turismodeportugal.pt/politicas-e-estrategia/estrategia-turismo-2027/>
- UN Tourism. (2008). *Un Tourism*. Obtido de Organização Mundial do Turismo: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- UNESCO. (1972). *Convenção para a proteção do Património mundial, cultural e natural*. Obtido em 18 de 10 de 2024, de World Heritage Convention: <https://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>
- UNESCO. (2003). *Convenção para a Salvaguarda do património cultural imaterial*. Obtido em 18 de 11 de 2024, de [https://www.unesco.org/en](https://www.unesco.org/en:https://www.unesco.org/en)
- UNWTO. (1995). Conferência Mundial de Turismo Sostenible. *Carta del Turismo Sostenible*, (pp. 1-12). Lanzarote, Ilhas Canarias, Espanha. Obtido em 20 de 10

- de 2024, de <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/unwtodeclarations.1995.05.04?role=tab>
- UNWTO. (s.d.). *Tourism for SGDS*. Obtido de Tourism for SGDS: <https://tourism4sdgs.org/>
- UTAD. (10 de 01 de 2018). Grupo Operacional para a valorização económica e comercialização da Cereja de Resende. *Grupo Operacional para a valorização económica e comercialização da Cereja de Resende*. Vila Real, Resende. Obtido em 19 de março de 2025, de <https://www.utad.pt/gpfe/grupo-operacional-para-a-valorizacao-economica-e-comercializacao-da-cereja-de-resende/>
- Varela, S., & Ferreira, L. (2010). A prática e o Sucesso dos itinerários turísticos culturais nas diversas dimensões territoriais. *Revista ISCET Percursos & ideias*, 2(2), pp. 168-176. Obtido em 25 de 11 de 24, de <https://www.iscet.pt/uploads/Revista%20Cient%C3%ADfica%20Percursos%20e%20Ideias/Revista2010T.pdf>
- Veverka, J. (1995). *Language of Live Interpretation*. Obtido em 22 de 11 de 24, de <http://www.heritageinterp.com/language.htm>

APÊNDICE A – GUIÃO DA ENTREVISTA CONSTRUÍDO NA PLATAFORMA

A recolha de dados que se pretende com a aplicação desta entrevista, enquadra-se no âmbito da realização da dissertação "CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas", no mestrado em Gestão do Património Cultural e Desenvolvimento Local, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego, procurando perceber o entendimento dos agentes socioeconómicos da região acerca da importância da nossa proposta e futura implementação.

Ao responder a esta entrevista, aceita que os dados recolhidos sejam utilizados para fins académicos e suportem a respetiva fundamentação da proposta de ação que pretendemos apresentar.

Garantimos a total confidencialidade de todos os dados fornecidos, de acordo com a legislação em vigor.

O CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas" constitui-se como uma iniciativa inovadora que visa consolidar-se como uma oferta cultural de referência e, oferecer uma experiência única que combina a riqueza cultural e natural da região do Rio Douro, com as propriedades terapêuticas das águas cálidas de Caldas de Arêgos. Localizado na confluência desses dois elementos distintos, o Centro terá um miradouro para apreciação da paisagem deslumbrante da região e oferecerá interpretação cultural, ambiental e turismo sustentável, além de uma loja de produtos endógenos para promover a cultura local e o desenvolvimento económico da região.

ENTREVISTA AOS AUTARCAS, SOB OS QUAIS ESTÁ A JURISDIÇÃO DO ESPAÇO A INTERVENCIÓNAR_CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas"

Os campos assinalados com um asterisco (*) são de preenchimento obrigatório. ✕

Declaração de exonerção de responsabilidade ✕

A Comissão Europeia não é responsável pelo conteúdo dos questionários criados com ajuda do serviço EUSurvey, que são da exclusiva responsabilidade dos respetivos autores e gestores. A utilização do serviço EUSurvey não pressupõe qualquer recomendação ou aprovação dos pontos de vista expressos nesses questionários por parte da Comissão Europeia.

* Nome/Cargo ocupado na CMR

* email

A recolha de dados que se pretende com a aplicação desta entrevista, enquadra-se no âmbito da realização da dissertação "CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas"", no mestrado em Gestão do Património Cultural e Desenvolvimento Local, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego, procurando perceber o entendimento dos agentes socioeconómicos da região acerca da importância da nossa proposta e futura implementação.

Ao responder a esta entrevista, aceita que os dados recolhidos sejam utilizados para fins académicos e suportem a respetiva fundamentação da proposta de ação que pretendemos apresentar.

Garantimos a total confidencialidade de todos os dados fornecidos, de acordo com a legislação em vigor.

O CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas" constitui-se como uma iniciativa inovadora que visa consolidar-se como uma oferta cultural de referência e, oferecer uma experiência única que combina a riqueza cultural e natural da região do Rio Douro, com as propriedades terapêuticas das águas cálidas de Caidas de Arêgos. Localizado na confluência desses dois elementos distintos, o Centro terá um miradouro para apreciação da paisagem deslumbrante da região e oferecerá interpretação cultural, ambiental e turismo sustentável, além de uma loja de produtos endógenos para promover a cultura local e o desenvolvimento económico da região.



* 1 - O que entende por Centro de Interpretação?

* 2 - Para a estratégia local de Turismo, qual a importância que atribui à criação do CICA Douro & Águas Cálidas?

- Nada importante
 Pouco importante
 Importante
 Muito importante
 Totalmente importante

* 3 - Como perspetiva a integração do CICA com outros pontos turísticos e culturais já existentes na região?

* 4 - O CICA tem como objetivo principal constituir-se como uma oferta cultural que promova a sustentabilidade da região ao mesmo tempo que preserva as tradições locais. Qual o grau de importância que atribui a este objetivo?

- Nada importante
 Pouco importante
 Importante
 Muito importante
 Totalmente importante

* 5 - Como aprecia o contributo que o CICA pode dar à preservação das tradições locais?

- Nada importante
 Pouco importante
 Importante
 Muito importante
 Totalmente importante

* 6 - Quais as áreas que julga que serão mais impactadas pela instalação do Centro? (Escolha todas as opções que considere pertinentes)

- Turismo Sustentável
- Preservação do Património natural e cultural
- Envolvimento da Comunidade local
- Criação de emprego
- Promoção cultural
- Não acredito que terá impacto significativo

* 7 - Como avalia o potencial do CICA para gerar benefícios económicos diretos para a comunidade local?

- Muito Baixo
- Baixo
- Médio
- Alto
- Muito Alto

* 8 - Como avalia o potencial do CICA para captar fundos comunitários?"

- Muito Baixo
- Baixo
- Médio
- Alto
- Muito Alto

* 9 - "Como avalia a capacidade do CICA atrair diferentes públicos-alvo (turistas, população local, investigadores, etc.)?"

- Muito Baixa
- Baixa
- Média
- Alta
- Muito Alta

* 10 - "Como valoriza a importância da Administração Pública no Turismo?"

- Nada importante
- Pouco importante
- importante
- Muito importante
- Totalmente importante

* 11 - Quais os serviços que considera que seriam importantes ser desenvolvidos no CICA?

* 12 - Que entidades deveriam ser parceiras estratégicas para a implementação e funcionamento do CICA?

Agradecemos a sua colaboração!

Sónia Pinto

Guardar uma cópia de segurança no seu computador (desative esta opção se estiver a utilizar um computador público/partilhado)

Entrevista dirigida aos comerciantes e empresários locais

Os campos assinalados com um asterisco (*) são de preenchimento obrigatório.

Declaração de exoneração de responsabilidade

A Comissão Europeia não é responsável pelo conteúdo dos questionários criados com ajuda do serviço EUSurvey, que são da exclusiva responsabilidade dos respetivos autores e gestores. A utilização do serviço EUSurvey não pressupõe qualquer recomendação ou aprovação dos pontos de vista expressos nesses questionários por parte da Comissão Europeia.

* Nome e empresa/entidade

A recolha de dados que se pretende com a aplicação desta entrevista, enquadra-se no âmbito da realização da dissertação "CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas", no mestrado em Gestão do Património Cultural e Desenvolvimento Local, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego, procurando perceber o entendimento dos agentes socioeconómicos da região acerca da importância da nossa proposta e futura implementação.

Ao responder a esta entrevista, aceita que os dados recolhidos sejam utilizados para fins académicos e suportem a respetiva fundamentação da proposta de ação que pretendemos apresentar.

Garantimos a total confidencialidade de todos os dados fornecidos, de acordo com a legislação em vigor.

O CICA - Centro de Interpretação Cultural e Ambiental "Douro & Águas Cálidas" constitui-se como uma iniciativa inovadora que visa consolidar-se como uma oferta cultural de referência e, oferecer uma experiência única que combina a riqueza cultural e natural da região do Rio Douro, com as propriedades terapêuticas das águas cálidas de Caldas de Arêgos. Localizado na confluência desses dois elementos distintos, o Centro terá um miradouro para apreciação da paisagem deslumbrante da região e oferecerá interpretação cultural, ambiental e turismo sustentável, além de uma loja de produtos endógenos para promover a cultura local e o desenvolvimento económico da região.

email

* Tipo de atividade

- Restauração
- Alojamento
- Comércio tradicional
- Artesanato
- Animação turística
- Outra

* Anos de atividade

- Menos de 1 ano
- 1 - 5 anos
- 6 - 10 anos
- Mais de 10 anos



* 1 - O que entende por Centro de Interpretação?

* 2 - Para o seu negócio/ramo de atividade qual a importância que atribui à criação do CICA Douro & Águas Calidas?

- Nada importante
- Pouco importante
- Importante
- Muito importante
- Totalmente importante

* 3 - Como avalia o potencial impacto do CICA no seu negócio/atividade?

- Muito Negativo
- Negativo
- Sem impacto
- Positivo
- Muito Positivo

* 4 - Que tipo de colaboração estaria disposto a desenvolver?

- Venda de produtos locais no CICA
- Promoção conjunta
- Pacotes turísticos integrados
- Descontos para visitantes
- Adaptação do horário de funcionamento
- Nenhuma colaboração

* 5 - Que serviços considera prioritários serem desenvolvidos no CICA?

* 6 - Que benefícios espera obter com a implementação do CICA?

- Aumento de vendas
- Novos clientes
- Maior visibilidade do negócio
- Oportunidades de parceria
- Valorização do património local
- Nenhum benefício

* 7 - Que preocupações tem em relação à implementação do CICA?

Agradecemos a sua colaboração!

APÊNDICE B – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS/ RESULTADOS
– AGENTES ECONÓMICOS

Conceito e importância de um centro interpretativo		Funções e serviços mais importantes no centro interpretativo		Preocupações	
Aumento / atração de turismo	3	Promoção / venda produtos / serviços endógenos	6	Clareza de objetivos / fins / utilidade	4
Apoio aos agentes económicos locais		Exposições permanentes / temporárias	2	Sustentabilidade a longo prazo	2
Preservação da cultura e tradições locais	3	Serviços informativos / divulgação para visitantes	8	Qualidade dos RH (composição, atendimento, formação contínua, ...)	3
Informação/disseminação sobre região / património	8	Serviços educativos p/ residentes	4	Ligação com comunidade e agentes económicos locais	1
		Arquivo de espólio	2	Outros (acessibilidades / inclusão)	1
		Oferta de rotas e itinerários turísticos (pedestres, náuticos, desportivos)	5	Nenhuma	3
		Serviços de storytelling e recreações históricas (oficinas, ...)	3		
		Atividades de animação envolvendo parceiros (termas, agentes, ...)	5		

	Promoção turismo sustentável e ecologicamente responsável	3	
	Outros serviços	3	

O que entende por Centro de Interpretação?

Um Centro de Interpretação é um espaço criado para informar o público sobre determinado tema, como cultura, patrimónios locais, história, natureza, etc. com o objetivo de dar a conhecer de forma mais acessível e envolvente , através de painéis explicativos, exposições interativas, maquetes, vídeos e outros recursos multimédia. Desta forma, é possível promover uma experiência imersiva e educativa que ajude o visitante a compreender melhor o significado e a importância do tema abordado.
É uma instituição cuja sua finalidade, visa divulgar e expandir o património local e cultural
Dar a conhecer o património cultural de uma determinada região
Tem como função dar a conhecer o conhecimento patrimonial cultural de determinada região
Uma instituição focada na disseminação do conhecimento do património cultural ou natural da sua região.
É um espaço onde podem ser expostos itens locais e regionais de maneira a que quem o visite tenha um conhecimento maior à cerca da localidade e região .
Entendo o Centro de Interpretação como um espaço físico, onde se pretende expor/divulgar de forma apelativa, um conjunto de informação resultante do estudo patrimonial aprofundado sobre determinado elemento cultural ou natural. Um espaço de divulgação do conhecimento e de preservação de memórias .
Um Centro de Interpretação é um local que é preparado para receber pessoas e que utiliza diferentes formas de comunicação , com o objetivo de mostrar o património local aos visitantes. Proporciona uma ligação emocional e intelectual ao visitante, tornando a experiência mais amigável e envolvente .
Local onde se procura transmitir as tradições locais à comunidade e ao nosso futuro .

Que serviços considera prioritários serem desenvolvidos no CICA?

- Exposições permanentes e temporárias;
- Serviços Educativos (Oficinas de saberes tradicionais, visitas guiadas para grupos e escolas, promovendo a sensibilização ambiental e cultural).
- Provas Gastronómicas e de Vinhos;
- Apoio ao Turismo Sustentável;
- Atividades Lúdico-pedagógicas;
- Centro de Informação e Documentação;
Rotas pedestres

Atendimento	turístico
Divulgação e promoção das águas termais, quais as suas vantagens.	
Ajudar a valorizar a avenida das tílias, ex-livros de Arêgos	
Implementar uma zona de caravanismo.	
Divulgar o rio, implementar a educação do desporto náutico.	
Criar rotas turísticas e circuitos integrados , onde se possa ver, degustar e valorizar o património.	
Criar “ uma casa de lavrador” permanente, onde qualquer pessoa , possa expor o seu produto.	
Recriar um pouco da nossa história, ouvindo histórias dos mais antigos e com isso valorizando o que é nosso .	
Divulgação	
Promoção	
Desenvolvimento	
Serviço de apoio e informação histórica, cultural e turística;	
Serviço de apoio à realização de rotas e itinerários de visita ao território;	
Serviço de informação sobre o património;	
Divulgação de produtos regionais, história e cultura da região.	
- disponibilização de programas interativos;	
- exposições permanentes e temporárias;	
- disponibilização de documentação física e digital;	
- promoção dos recursos culturais e naturais;	
- divulgação e venda de produtos endógenos;	
- organização de visitas guiadas ao território;	
- estabelecer parcerias com parceiros turísticos e outros, com divulgação do potencial turístico local;	
- contribuir para o desenvolvimento da consciência ecológica dos visitantes, sensibilizando para a educação ambiental;	
- promover e desenvolver o potencial participativo da comunidade escolar;	
- ...	
<p>A infraestrutura e o local podem permitir várias valências e serviços, mas estão sempre dependentes da dotação financeira para a intervenção no espaço. Olhando para o modelo (centros interpretativos) existente no concelho de Resende, entendo que tem que se criar um espaço dinâmico e com "vida". Juntar um serviço de diário - Lounge bar/Cafetaria a um espaço de cultura, diferenciador de outros locais similares, que possa perpetuar memórias e vivências de épocas em que as Caldas de Aregos assumiram um papel fundamental na afirmação de uma região como a nossa. - Ser o ponto de chegada (partida) de um percurso pedestre (urbano ou PR), com a possibilidade de venda de produtos locais/regionais. Centro de confeção de produtos com água termal (Rosquilhos de Aregos).</p> <p>"A documentação histórica certifica o emprego da água termal para outros fins que não os de tratamento, nomeadamente na culinária. Frei Teodoro de Melo, em 1733, referia que “de tal sorte ferventes, que aos moradores daquele lugar evita o gastar lenha em tudo o que não é cozinhar”.</p>	

O Padre Luís Cardoso, no Dicionário Geográfico (1747), sublinhava que “os moradores das Caldas empregam-na no uso da cozinha, amassando igualmente com elas o pão, e nem este nem as iguarias cozidas nelas dão o mais remoto indício do seu sabor e cheiro”.

Retomar este velho hábito, nomeadamente na confeção de “rosquilhos”, doce típico, e quase em extinção, da localidade constituiria uma iniciativa interessante que valorizaria os produtos tradicionais do concelho de Resende.

Animação cultural para Caldas de Arêgos

Que preocupações tem em relação à implementação do CICA?

-	Sustentabilidade	Financeira;
-	Envolvimento	da comunidade;
-	Clareza	de objetivos;
-	Conteúdos	e narrativa;
-	Formação	da equipa
-	Atualização	continua;
- Acessibilidade e inclusão.		
Que demore a ser implementado		
Nenhuma		
Nenhuma		
Qualidade no atendimento.		
Nenhuma especial.		
Nenhuma preocupação, antes uma excelente iniciativa e oportunidade de perpetuar no tempo o conhecimento da nossa cultura, das nossas gentes, dos nossos valiosos recursos naturais, dos produtos endógenos, e do valor cultural e natural que a região oferece.		
Que seja uma simples obra de restauro, sem um plano de funcionamento, com lógicas e dinâmicas que promovam a localidade.		
Tenho receio que seja mais um centro que abra para fechar passados uns tempos.		

APÊNDICE C – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS / RESULTADOS - AUTARCAS

Conceito e importância de um centro interpretativo		Sustentabilidade / parcerias	
Aumento / atração de turismo	2	Outras entidades similares na região	1
Apoio aos agentes locais		Outros serviços turísticos existentes	1
Preservação da cultura e tradições locais		Entidades públicas locais (autárquicas, associações, ...)	5
Informação/disseminação sobre região / património	1	Agentes económicos locais	2
		Agentes económicos nacionais / internacionais	1
Outros	1	Comunidade residente	1
		Entidades de desenvolvimento regionais / nacionais	

O que entende por Centro de Interpretação?

Pretende dar a conhecer ao visitante a história do lugar, com o objetivo de contribuir para a sustentabilidade do território.
Espaço dedicado à interpretação de uma atividade ou acontecimento passado ou presente que têm ou teve relevância local, regional ou nacional.

Como perspetiva a integração do CICA com outros pontos turísticos e culturais já existentes na região?

Através da ligação aos outros Centros, com a integração dos serviços e rotas que estes oferecem.
Este equipamento vem completar a oferta turística já existente no concelho no que diz respeito aos centros interpretativos.

Que entidades deveriam ser parceiras estratégicas para a implementação e funcionamento do CICA?

- CMR
- Juntas de Freguesia
- Agentes locais das mais variadas áreas
- Agentes de viagens
- Comunidade local
Município de Resende
Junta de Freguesia
Associação Local ligada ao Desenvolvimento

ANEXO A – FOTOS DO CIBAR – MESÃO FRIO



ANEXO B – NOMENCLATURA DO BARCO RABELO

Adriça – corda que passa por uma roldana presa ao mastro e com que içã a vela

Apegadas – castelo de comando; ponte do arrais

Arrais – proprietário do barco

Bambinelas – cortinas que se prendem na parte posterior da apegada

Batedouro – pá de madeira, de uma só peça, usada para tirar a água do fundo do barco

Bicheiro – pau terminado por um gancho de ferro para ajudar à manobra de atracar

Bordados – tábuas que rematam as amuradas do barco

Cabaço – baldes

Cabrestos – cordas que se prendem aos tornos da espadela

Cabritos – pedra nas margens, por onde costumam passar as sirgas e os cabos de arame, em sulcos e ranhuras especiais

Casco – pipa

Childeira da ré – depósito de víveres aberto sob o fundo do barco e ao qual se desce, por vezes, por um alçapão

Chumaceira – pedaço de madeira na qual se prende o parafuso onde gira a espadela

Coqueiro – é o espaço abrigado situado à pôpa do barco

Espadela – leme

Estamão – banco atravessado pelo mastro

Feitor da espadela – o mestre

Feitor da proa – cargo imediato ao do mestre

Ouçãs – paus onde se apoiam as pás para remar

Parafuso – eixo no qual gira a espadela

Pás – remos

Ponteador – marinheiro que vai às pás

Pote – nome da panela de ferro de 3 pés

Rabelo – nome do barco derivado de ser um barco de rabo ou cauda

Sagre – fundo do barco

Tábua do pão – prateleira dentro do coqueiro onde se guarda o pão

Traste – tábua onde se firma o mastro

Verdugos – paus que resguardam a borda e onde assentam os bordados

Verga – vara que sustenta a Vela

Volta da estameira – nó usado para dentro do barco

Fonte: [Tudo sobre o Barco Rabelo - Porto - História & Curiosidades](#)