



governança, diversidade e sustentabilidade cultural

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural  
ISSN: 1695-7121  
info@pasosonline.org  
Universidad de La Laguna  
España

## “Douro em Movimento, Aldeias com Vida” (Portugal) Carta de Boas Práticas\*

**Gonçalves, Eduardo**

“Douro em Movimento, Aldeias com Vida” (Portugal) Carta de Boas Práticas\*

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 16, núm. 2, 2018

Universidad de La Laguna, España

**Disponível em:** <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165994013>

**DOI:** <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.032>



**Este trabalho está sob uma** Licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-Não Derivada 4.0 Internacional.

## “Douro em Movimento, Aldeias com Vida” (Portugal) Carta de Boas Práticas\*

"Douro in Motion, Villages with Life" (Portugal). Charter of Good Practices"

Eduardo Gonçalves

Instituto Universitário da Maia, Portugal

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.032>Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88165994013>

Recepção: 03 Dezembro 2017

Aprovação: 07 Fevereiro 2018

## RESUMO:

A “Rede das Aldeias Vinhateiras” (Douro, Portugal), formulada a partir da reconstrução e valorização local, teve como propósito a fixação de população e o aprofundar das suas dinâmicas socioeconómicas. Numa espessura territorial onde se cruzam complementarmente as indústrias do vinho com a do turismo, defende-se agora um modelo de gestão territorial que deverá implicar a participação de múltiplos atores, públicos e privados, a que se deve associar uma *framework* e uma entidade de governança que consubstancie a “negociação, discussão e cooperação” entre todos aqueles. Além da *desk research* a coleta de dados passa pelo uso de técnicas abertas, nomeadamente o inquérito, o *focus-group* e a entrevista (*stakeholders . trade local*) e o questionário *delphi*. Pretende-se, pois, interrogar o modelo de desenvolvimento territorialista e as formas de afirmação da visão holística sobre o território, nos seus quadrantes naturais, culturais e etno#antropológicos. A consubstanciar a investigação propõe-se a elaboração de uma *Carta de Boas Práticas* que contribua para o morigerar da tensão entre competitividade do destino e o desenvolvimento sustentável que se pretende associado à revitalização e ao bem#estar das populações residentes.

PALAVRAS-CHAVE: Douro, Aldeias Vinhateiras, Desenvolvimento local, Turismo rural.

## ABSTRACT:

The “Wine Villages Network” (Douro, Portugal), formulated as a result of the local reconstruction and promotion in a group of Douro villages, aimed to encourage people to settle and deepen the area’s socio# economic dynamics. Based in a territory where the wine and tourism industries complement each other, a territorial management model is advocated that involves participation by multiple public and private actors, together with a framework providing “negotiation, discussion and cooperation” among them all. In addition to desk research, data collection also uses open techniques, namely: surveys, focus groups and interviews (with stakeholders and local traders), and the Delphi questionnaire. It is therefore intended to question the territorial development model and ways of asserting the holistic vision of the territory, comprising its natural, cultural and ethno#anthropological elements. In order to strengthen the research, the creation of a Charter of Good Practices is proposed to help reduce the tension between the destination’s competitiveness and sustain# able development which is hoped will be joined by the revitalization and well#being of the resident population.

KEYWORDS: Douro, Wine Villages, Local development, Rural tourism.

## 1. INTRODUÇÃO

O projeto *Aldeias Vinhateiras* nasceu em 2001 e fez parte da Ação Integrada de Base Territorial do Douro (NUT III), Norte de Portugal (NUT II), que foi cofinanciada pelo FEDER, abrangendo uma série de aldeias durienses (Barcos, Favaio, Provesende, Salzedas, Ucanha e Trevões) que se inscrevem nos concelhos de Alijó, Sabrosa, São João da Pesqueira, Tabuaço e Tarouca.

Dentro de uma ação multifacetada, o desiderato do projeto incidiu inicialmente na “requalificação, revitalização, consolidação e coesão territorial e institucional” daquelas aldeias com a designação de Programa “Aldeias Vinhateiras” (Cristóvão, 2011). Pretendia-se, pois, alavancar uma dinâmica de “regeneração e valorização” das Aldeias Vinhateiras conjugando a revitalização socioeconómica com a fixação de população e a promoção do turismo no Douro (Cristóvão, 2011). O programa iniciou com a requalificação urbana e alongou-se à dinamização socioeconómica e à animação turística, tendo implicado a intervenção da Comissão de Coordenação Regional do Norte (CCDRN) juntamente com os cinco concelhos envolvidos,

bem como com a Associação para o Desenvolvimento do Turismo da Região Norte (ADTURN) e o então Instituto Português do Património Arquitectónico (IPPAR), ficando os municípios como “entidades promotoras” (Cristóvão, 2003). Aquelas “ações integradas de base territorial” decorrem de uma nova visão vertida de “políticas e intervenções territorializadas” (Ramos, 2002), atentas a uma leitura do território a ser equacionado como um todo, por forma a efetivar “sinergias entre setores”, abarcando as dimensões social, cultural, económica e ambiental.

Enquadrada igualmente na dinâmica de revitalização das aldeias, ao abrigo do projeto “Douro em Movimento, Aldeias com Vida” (NORTE#02#0752#FEDER#000009), e decorrente do contrato celebrado entre a Douro Generation – Associação de Desenvolvimento e o Instituto Universitário da Maia – ISMAI, leva-se agora a cabo a elaboração de uma “Carta de Boas Práticas”.

## 2. METODOLOGIA

O objeto territorial do presente projeto tem por base características específicas de baixa densidade (Covas, 2007), de ruralidade, de demografia e de geografia, a par de especificidades administrativas em que aquelas se aplicam no que respeita à participação e governança do destino turístico, cuja paisagem foi classificada pela UNESCO de Património da Humanidade (Aguiar, 2002; Andresen, 2003). Pretende-se, pois, aplicar uma *Carta de Boas Práticas* a um destino que possui uma incomensurável diversidade de valores patrimoniais que contribuem sobremaneira para a afirmação da sua rica identidade territorial e paisagística a preservar, valorizar e promover.

A região proporciona um conjunto de produtos que a singularizam, nomeadamente o produto local (Cristóvão, 2008), a cercir pelas comunidades residentes, que deve contribuir para a valorização do território e a melhoria da qualidade de vida daquelas. E o processo de ativação/ desenho do produto deverá atender ao desenvolvimento de etnografias/ investigações específicas, obter acordos entre populações residentes, empresários e operadores turísticos, bem como situar-se em rede e atender à governança do sistema e ao conhecimento do mercado.

A metodologia de boas práticas que se propõe como enquadramento concetual da *Carta* tem como objetivo enfatizar um carácter eminentemente pedagógico em ordem a uma aprendizagem em sentido prospetivo que apele ao uso dos recursos turísticos de forma sustentável/ responsável, cuja competitividade se deverá apresentar sob o signo da qualidade e da inovação (Pina, 2012). Propõe-se ainda o uso da teoria de redes como estruturas organizacionais na análise do destino turístico porquanto ele pode ser interpretado como algo dinâmico, flexível, composto por uma diversidade de elementos inter atuantes que se cruzam além dos limites territoriais do local. Seguindo o enfoque de Trembley (1998), serão contempladas as abordagens das redes horizontais, verticais e locais (Rayn, 2012).

Demais, com a referência do quadro epistemológico das Ciências Sociais, propomos adotar fundamentalmente as metodologias qualitativas/dedutivas. Propõe-se, desde logo, a recolha de informação primária que nos permita construir um panorama holístico da gestão e governança do destino ADV através da recolha de dados em várias fontes de informação, seguindo uma perspectiva exploratória de estudo de caso, por forma a perceber especificidades ou características a que se pretende associar uma abordagem explanatória com a inclusão de outros casos que permita aferir o porquê do *modus operandi*. A coleta de dados passará pelo uso de técnicas abertas, nomeadamente o inquérito, o *focus-group* e a entrevista (*stakeholders . trade local*). Propomos ainda o uso da técnica *Delphi* dirigida aos atores mais influentes da narrativa.

De modo sistemático pretende-se: i) Identificar quais as linhas políticas e institucionais que influenciam a oferta turística do Douro (ex. PENT; Estratégia para o Turismo 2027); ii) Questionar sistematicamente as visões funcionalistas, produtivistas, territoriais e holísticas das políticas de turismo; iii) Analisar as formas de planificação do turismo na região; iv) Fazer um balanço da situação presente do turismo no Douro num exercício prospetivo sobre como ultrapassar alguns constrangimentos que afetam o turismo (visão



(2011#2021) uma quebra populacional sistemática, dando continuidade às perdas que marcaram a década anterior, sendo uma das regiões que mais perdeu população à escala nacional, acompanhada por um índice expressivo de envelhecimento de 207,5 em 2016. Mesmo assim, tal como no cômputo nacional, a escolarização e a qualificação registam taxas de crescimento na região. A formação superior no Douro apresenta o indicador de 28%, ligeiramente inferior à média da região Norte e nacional, respetivamente 30% e 34%.

Todas estas aldeias têm na vitivinicultura a sua principal atividade económica ressaltando#se, porém, a aldeia de Favaio que apresenta uma maior incidência no comércio e serviços acompanhados pela divulgação turística, mormente pela existência do Museu do Pão e do Vinho (Xerardo Pereira, 2015). No computo global, no que concerne ainda á atividade económica, o índice de poder de compra para os anos de 2013 e 2015 dos concelhos onde se inscrevem as Aldeias Vinhateiras é inferior aos 78 e 77,2 do conjunto da NUT III Douro. Com efeito, os indicadores para Alijó são de 65,7 e 66, para Sabrosa regista#se 63,9 e 63,8, para São João da Pesqueira 64,7 e 65, para Tabuaço 56,6 e 65,9 e para Tarouca 70 e 62,7. Segundo os censos de 2011 (INE), as taxas de atividade de três dos concelhos situam#se abaixo dos 47,6% verificados para o global da região duriense, ou seja, Alijó 42,7%, Sabrosa 43,9%, São João da Pesqueira 46,3%, Tabuaço 41,7% e, acima da referência do território, 48,2% em Tarouca. Por sua vez, verifica#se de modo expressivo a conjugação da inatividade com um certo “desalento” face ao mercado de trabalho, componentes que carecem de reorientação de “políticas de emprego e inclusão”.

Numa análise em torno da distribuição da população ativa por setor (dados dos censos 2011), a NUT III Douro regista no computo global 14,2% no setor primário. Nos concelhos em estudo, este setor denota uma incidência de população ativa no setor substancialmente superior, registando#se 27,4% no concelho de Alijó, 40,8% em São João da Pesqueira, 22,1% em Sabrosa, 17,4% em Tabuaço e, contrariando esta tendência, 8,8% em Tarouca. O setor secundário significa 19,6% no global da região, sendo que em Alijó este setor tem o peso de 18,3%, em Sabrosa 20,6%, em São João da Pesqueira 19,6%, em Tabuaço 24,7% e em Tarouca 24,9%. No setor terciário o total da NUT III Douro representa 66,3% da população ativa. Nos concelhos da rede das AVD o setor terciário tem o peso de 54,3% em Alijó, 57,3% em Sabrosa, 43,1% em São João da Pesqueira, 57,9% em Tabuaço 57,9% e 66,3% em Tarouca.

Numa análise mais fina fica ainda sublinhando um significativo peso da população ativa no setor agrícola, bem como a dimensão territorial usada pelas explorações agrícolas onde predominam a vinha e o olival. Além da importância das indústrias extrativas e alimentar no setor secundário, direcionado, em boa medida, para o mercado internacional, realce para o setor dos serviços com um progressivo aumento do emprego, pese embora a característica seja a da micro empresa que, com menos de 10 trabalhadores, em dados globais da NUT III Douro representa 97,2% em 2009 e 98,4% em 2015. Para este último ano, o concelho de Alijó regista 98,9% das suas empresas com menos de 10 trabalhadores, Sabrosa com 98,6%, São João da Pesqueira 98,9%, Tabuaço 99% e Tarouca 97,4%.

#### 4. TURISMO E VITIVINICULTURA NO DOURO

O espaço rural sempre foi marcado pela atividade agrícola, pese embora o processo de industrialização e terciarização ter progressivamente relegado este espaço para mudanças socioeconómicas profundas, mormente pela desvitalização populacional provocada pela migração do campo para a cidade. Por conseguinte, se nos anos de 1930 cerca de 80% da população estava adstrita ao espaço rural, nos anos de 1950 o setor primário já ocupava apenas uns 40% da população ativa. Daqui aos anos de 1970 começou#se a acentuar o decréscimo da população ligada ao setor, fuga então associada a um processo larvar de destradicionalização que passou, entre outros aspetos, pela litoralização e pela emigração em massa. Nas décadas seguintes esse processo de fuga de população do meio rural continuou a acentuar#se, porventura por uma multiplicidade de fatores que passam pela busca de melhores condições de vida (emprego e valorização profissional, formação,



saúde, cultura e outros). Este abandono de população e consequente despovoamento do interior tem fragilizado, sobremaneira, o território rural marcado por baixa densidade populacional, baixa natalidade e índices acentuados de envelhecimento da população, como é o caso da região do Douro. O processo de desvitalização está intrinsecamente ligado, a um tempo, a questões sociais e ambientais, no primeiro aspeto pelas consequências de perdas identitárias e da cultura rural, no segundo pela íntima correlação entre o despovoamento e a questão da floresta e a perda de “ciclos de vida” agrícolas.

Todavia, desde finais dos anos de 1980, inícios de 1990, as políticas europeias para o desenvolvimento rural têm vindo a valorizar os recursos endógenos e da cultural local, respaldada numa perspetiva de “multifuncionalidade” (Abramovay, 2008) que propõe o turismo como uma componente nevralgica para a diversificação económica de contextos regionais deprimidos. Foi, aliás, com o projeto *Learning Sustainability* que foi lançada a ideia da criação de uma rede europeia de turismo de aldeia, prosseguida já com a iniciativa europeia Recite II. O projeto abarcou inicialmente cinco regiões europeias periféricas, nomeadamente o Alentejo em Portugal, Trentino em Itália, Lomza na Polónia, Arad na Roménia e Lapónia na Finlândia. Nomeadamente. Apesar das diferenças entre estas regiões, todas elas denotavam baixos índices de desenvolvimento. Deste modo, o turismo apresenta-se como dinamizador económico, social e cultural e, em suma, como potenciador da alavancagem de um desenvolvimento sustentável.

Ora, o Douro como região rural acabou por beneficiar dessas orientações políticas com vista a uma revitalização territorial. Neste seguimento, sendo a viticultura uma das vertentes mais dinâmicas da agricultura portuguesa e também uma das que melhor se adaptou à concorrência comunitária, fruto de uma vitalidade interna e externa, o sector vitivinícola beneficiou também com a articulação da vinha e do vinho com outras atividades complementares no setor do turismo (Gonçalves, 2016). Além disso, vinho e turismo constituem duas indústrias que se cruzam, em regra, numa dimensão territorial, porquanto a regulamentação e a certificação do vinho é prosseguida numa base regional (região demarcada e/ou o *terroir*) e o turismo está, por sua vez, intimamente articulado com o desenho e a atração do destino exercida sobre o turista (Brás, 2010). Esta associação do vinho ao turismo tem hoje cada vez maior relevância considerando a valorização e promoção da “marca” a par da ênfase regional (Brás, 2010), fatores que se conjugam para o desenvolvimento económico da região.

Também o rio – Douro – e os seus afluentes constituem um importante elemento de união e de identidade da região. A eles estão associadas condições para desportos náuticos e pesca desportiva, a par do aproveitamento hidroelétrico que propiciou em boa medida a navegabilidade e a realidade incontornável dos cruzeiros fluviais. Acrescem as “estradas cénicas” e pontos panorâmicos existentes no território.

Na atividade turística e na viagem motivada pelo apreço do vinho e pelas tradições e cultura locais imbricam um conjunto de oportunidades em ordem à dinamização de redes e/ou *Clusters*. Estas duas indústrias (a da viticultura e a do turismo) combinam-se com o próprio estilo de vida da comunidade anfitriã (Inácio, 2008). Mais ainda, a paisagem cultural da viticultura respalda-se em valores patrimoniais e arquitetónicos complementares, bem como valores ambientais e outros atinentes à atmosfera das vilas e aldeias, mas também das Quintas, das edificações enobrecidas ou mesmo adegas mais modestas. As marcas tangíveis desta paisagem cultural são hoje acrescidas pela busca da experiência pelo turista, não só através do contacto com a história, mas também com a memória e a tradição vernacular, com a gastronomia local, com a componente antropológica, em suma, com o património cultural num sentido holístico.

Complementando a oferta da experiência sensorial, de que é bom exemplo o enoturismo, perspectiva-se a preservação da autenticidade cultural (tradições, marcas etnográficas, eventos, vilas e aldeias do vinho), a promoção da festa e o fomento do conhecimento e formação e informação em torno do vinho – como se cultiva e produz? como se prova? que tipologias? que características? (Inácio, 2008)

Além dos motivos específicos que fundamentam a viagem, o turismo é hoje assumido como janela de oportunidade de negócio e uma mais-valia para a economia de uma região vitivinícola, porquanto ele tem os ingredientes que podem contribuir para o “afinar do destino turístico”, na medida em que se passa a

promover uma região e um conjunto de dinâmicas associadas ao vinho, tais como Quintas, caves, adegas e vitivinicultores, mas também o alojamento, a restauração e as atividades de animação (Inácio, 2008), por exemplo. Hoje podemos mesmo indicar o enoturismo como um verdadeiro *core business* de muitas Quintas e adegas, mormente para as de menor espessura territorial, mas que produzem os seus vinhos numa envolvente familiar e/ou de “opção de vida” (Inácio, 2008). Para outras, ele representa um complemento ao negócio principal – naturalmente a produção de vinho –, assumindo, porém, um significado promocional e comercial das suas marcas.

As Aldeias Vinhateiras do Douro consubstanciam, pois, espaços rurais ligados ao primado multisecular da vitivinicultura, hoje fragilizadas pela quebra populacional acentuada e progressiva, inscritas num território onde o setor primário continua a ter um papel privilegiado, pese embora cada vez mais num cenário de complementaridade com o turismo. Assim, tendo em vista a dinamização de algumas dessas aldeias o projeto de “requalificação urbana” deverá ser complementado por um outro de alavancagem socioeconómica cerzido em articulação com um plano de animação turística.

No âmbito dos trabalhos preparatórios da “Carta de Boas Práticas” e considerando o “estado da arte” sobre o tema, encontra-se em desenvolvimento a sistematização das componentes de análise às 6 aldeias vinhateiras com vista ao respaldo do desenho do seu perfil segundo uma componente de análise que perpassa o estudo do entorno sócio económico/ atividades das populações residentes, as suas tendências de densidade, as principais atividades económicas (dos serviços ao alojamento turístico), as organizações locais, os eventos (feiras e romarias) e as ligações em rede a outras aldeias.

## 5. ESTUDO DE MERCADO E DESENVOLVIMENTO DA ESTRATÉGIA DE MARKETING DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Considerando alguns dos principais documentos enformadores do desenvolvimento turístico do Vale do Douro, os casos do *Plano de ação para o desenvolvimento turístico do Norte de Portugal - Agenda regional de turismo* (CCDRN, 2008); *Plano estratégico nacional do turismo: para o desenvolvimento do turismo em Portugal* (MEI, 2007); *Plano estratégico nacional do turismo: Horizonte 2013-2015* (MEE, 2012); *Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro 2007-2013* (CCDRN, 2008); *Douro Valley North Portugal. Executive report of the CED* (CCDRN, 2008); *Agenda regional de turismo: plano de ação para o desenvolvimento turístico do Norte de Portugal* (CCDRN, 2008); *Porto e Norte de Portugal - Estratégia de Marketing Turístico 2008* (Adturn, 2008); *Estrutura de Missão Douro: Relatório da atividade desenvolvida e dos resultados alcançados* (EMD, 2013), encontra-se em execução um estudo de mercado e o desenvolvimento de uma estratégia de marketing de internacionalização estruturado nos seguintes moldes: i) Situação do turismo no Douro; ii) Visão para o futuro (Pressupostos estratégicos – oferta baseada nos recursos endógenos; proposta de valor iii) Objetivos estratégicos; iv) Segmentos de mercado alvo; v) Estratégia para o turismo; vi) Posicionamento; vii) Políticas de marketing mix; viii) Plano de ação; ix) Monitorização

## 6. IDENTIFICAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DA “CARTA DE BOAS PRÁTICAS”

A “Carta de Boas Práticas” será o culminar de todos os procedimentos e estudos preparatórios prosseguidos, sendo apresentada a redação final de junho de 2018.

- i. i) Em termos estruturantes, a “carta de Boas Páticas” deverá plasmar as estratégias adequadas ao desenvolvimento sustentável e responsável do local, em linha com a melhoria da qualidade de vida das comunidades rurais. Deverá, assim, partir da proposta de “consciencialização coletiva pelo local” e da “ideia de pertença”, implicando a consciência e vontade dos atores locais para o exercício de

cidadania em ordem a uma perceção da real orientação política de apoio às iniciativas locais. Neste sentido, deverão ser promovidas e valorizadas as características do local e reforçado o princípio da complementaridade e a integração do endógeno nas dinâmicas de sustentabilidade económica, social e ambiental (APDL, 2013b).

ii) Da estrutura da Carta farão parte as recomendações no âmbito das políticas públicas com enfoque no desenvolvimento rural e na coesão social (necessidade de uma estratégia para a ação em termos de “processo integrado”; deve ser considerada uma espessura territorial de escala; devem ser assumidos “princípios orientadores” em vez de “padrões de atividade”).

A estratégia de desenvolvimento deverá incidir na experiência consentânea com a continuidade e reforço de competências locais – das pessoas. Demais, as dinâmicas de desenvolvimento local devem estar articuladas com as do território envolvente – a sub#região e/ou região (Figueiredo, 2014). Necessidade de articulação com redes colaborativas. Nevralgico será a cooperação institucional, mormente a nível autárquico e de comunidade intermunicipal. Desta cooperação entre organizações deverá fazer parte a partilha de recursos com abordagens mais integradas à escala territorial, bem como preocupações sociais a fim de evidenciar as propostas de políticas públicas dirigidas à coesão territorial. A par, destaque para o papel das associações de desenvolvimento local # ADLs/ regional no apoio ao “enquadramento territorial” (APDL, 2013a);

Alvo de atenção será a animação territorial (ter em consideração os programas de “animação territorial em meios rurais” com suporte em programas financeiros como foram, por exemplo, o Programa Leader I e II; o “Programa Iniciativa Comunitária Equal”; os PO regionais – medida AGRIS; o PIPPLEA – Programa iniciativa piloto de promoção local do emprego no Alentejo; os Programas Operacionais Norte e Centro (QCA III e QREN) que garantiram o financiamento publico de “Programas Temáticos em Redes de Aldeias” (ex.: “Aldeias Históricas” QCA II; “Aldeias de Xisto” QCA III; “Aldeias Vinhateiras do Douro” PO#Norte QCA III).

Sublinha#se a relevância de dois instrumentos específico de política pública propiciadores de financiamento proveniente de “plurifundos” (FEDER, FSE e FEADER) e de relevância para a revitalização e sustentabilidade das aldeias (APDL, 2013b), nomeadamente o Programa de financiamento para “Planos Integrados de Intervenção em Aldeias ou Rede de Aldeias” e Programa de apoio a “Intervenções Integradas de Animação Territorial” (EQUAL, 2008).

iii) Formas e agentes de revitalização das aldeias

iv) Identidade do local como estratégia para o desenvolvimento

v) O perfil de aldeia isolada/ em declínio demográfico. Necessidade de redimensionar a articulação das Aldeias Vinhateiras com o seu entorno, por forma ao seu posicionamento como ponto de partida/ chegada para a exploração do Douro. Deste modo, poderá ser crítico repensar o alojamento, a restauração ou a própria animação existente na envolvente do destino. Essa reformulação poderá passar pelo cerzir progressivo de uma malha que contemple empreendimentos de turismo em espaço rural, nomeadamente casas de campo, agroturismo, hotéis rurais ou turismo de aldeia, mas também restaurantes, Quintas e adegas, núcleos museológicos, a par de animação turística, eventos, e outros locais de atração e fixação de visitantes e turistas. Por sua vez, estas aldeias são indicadas como reunindo condições de oferta regional no âmbito do enoturismo, pese embora a necessidade de melhoria de certos aspetos que têm que ser proporcionados ao enoturista, tal a existência de adegas familiares abertas, de lojas de produtos locais, de guias conhecedores, de sinalização apropriada, de alojamento de qualidade e restauração diversificada.



## 7. CONCLUINDO

Através do turismo, o Projeto Aldeias Vinhateiras assumiu-se como uma forma de revitalização de localidades marcadas por forte emigração e pelo abandono de atividades tradicionais. Aliás, estas aldeias foram previamente selecionadas tendo em conta essa desvitalização populacional e as condições generalizadas de depressão socioeconómica. Por conseguinte, a perspetiva de multifuncionalidade do setor agrícola e do espaço rural irá, pois, matizar estas intervenções que visam, também, a diversificação das economias.

A reinvenção do rural na região está particularmente articulada com a intensão de afirmar essas novas ruralidades, também em produto turístico, motivo que recomenda o envolvimento das comunidades no processo de governança e no pensar das políticas locais e no processo de desenvolvimento da região. Sublinhando-se o prosseguimento de práticas comunitárias “mais conscientes e mais responsáveis”, procuram-se alternativas assentes, a um tempo, na mobilização dos recursos e no *empowerment* das comunidades.

Além do mais, a desejável associação das Aldeias Vinhateiras ao enoturismo e ao setor vitivinícola estimula dinâmicas de afirmação local que cruza a cultura, a tradição e os patrimónios, consubstanciadores de um turismo cultural aliado a um turismo rural que tem como lastro uma “agricultura ativa”.

Pese embora algumas contingências sentidas pelo projeto das Aldeias Vinhateiras é necessário considerar novas dinâmicas e projetos que contribuam para a “revisão” daquele, nomeadamente através do envolvimento ativo de uma alargada gama de *stakeholders* da região e das respetivas comunidades, por forma a reavivar o seu rico e diversificado património cultural e das atividades tradicionais muito penalizados pelo abandono do mundo rural. É este o sentido do presente projeto que pondera o balanço dessa experiência e propõe a elaboração de uma *Carta de Boas Práticas* com vista ao (re)pensar de estratégias adequadas ao desenvolvimento sustentável e responsável que se pretende para a região.

## BIBLIOGRAFIA

- Abromavay, R. 2002. “Subsídios e multifuncionalidade na política agrícola europeia”. *Economia Rural*, 40 (2): 235#264.
- Aguar, F. 2002. “O Alto Douro Vinhateiro, uma paisagem cultural, evolutiva e viva”. *Douro - Estudos & Documentos*, 7 (13): 143#152.
- Andresen, T.; Rebelo, J. 2013. *Avaliação do estado de conservação do bem Alto Douro Vinhateiro, paisagem cultural evolutiva e viva: Relatório de avaliação*. Vol. 1 # Porto: CCDRN/EMD, CIBIO UP/UTA.
- Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local 2013a. *Programa mínimo de revitalização de aldeia*. Via Longa: Animar.
- Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local 2013b. *Guia de boas práticas de revitalização de aldeias*. Vialonga: Animar
- Brás, J. M. 2010. *As rotas de vinho como elementos de desenvolvimento económico*. Aveiro: UA.
- Bruyn, Ch.; Fernáandez, A. 2012. “Tourism destination governance. Guidelines for implementation”. In Fayos#Sòla, Eduardo (ed.), *Knowledge management in tourism: policy and governance application* (pp.221-242). *Bridging tourism theory and practice*. Vol. 4, Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- Coutinho, André Fernando Félix de Lucena 2012. *Reabilitação de Quintas no Douro – Manual de boas práticas*. Porto: Universidade do Porto. Faculdade Engenharia.
- Covas, A.; Covas, Maria das Mercês 2007. “A ecosocioeconomia das áreas rurais de baixa densidade: um ensaio teórico#metodológico”. In *XIII Congresso Anual da APDR - Recriar e Valorizar o Território*. Angra do Heroísmo
- Cristóvão, Artur; Melides, R. 2014. “Aldeias Vinhateiras e desenvolvimento local: o caso de Salzedas e Ucanha no município de Tarouca”. In Cristóvão, A. et al., *Turismo rural em tempo de novas ruralidades*. Porto Alegre: Editora UFRGS.

- Cristóvão, Artur; Medeiros, V.; Melides, R. 2011. “Aldeias vinhateiras, aldeias vivas?” In Figueiredo, E. (coord.), *Rural plural. Olhar o presente, imaginar o futuro*. Castro Verde: 100Luz.
- Cristóvão, A.; Tibério, L.; Abreu, S. 2008. “Restauração, turismo e valorização de produtos agroalimentares locais: o caso do espaço transfronteiriço Douro#Douro”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (2): 281#290.
- Cristóvão, A. (Coord.) 2003. *Relatório final do estudo de avaliação estratégica da AIBT-Douro*. Vila Real: UTAD.
- EQUAL 2008. Animação territorial. Lisboa: Gabinete de Gestão EQUAL
- Fazenda, Nuno *et ali*. 2008. “Política e planeamento turístico à escala regional: o caso da Agenda Regional de Turismo para o Norte de Portugal”. *Estudos Regionais*, 18: 77#100.
- Gonçalves, Eduardo 2016. “Complementarity and interaction of tourist services in an excelente wine tourism destination: the Douro Valley (Portugal)”. In Perez#Ortiz, M.; Rio Rama, C.; Rueda#Armengot, C., ed., *Wine and tourism: A strategic segment for sustainable economic development*. Dordrech: SPRINGER.
- Inácio, Ana Isabel 2008. *O enoturismo em Portugal: da cultura do vinho ao vinho como cultura*. Lisboa: Universidade de Lisboa.
2015. *O Pão de Favaio (Alijó): cultura, economia e reprodução social de uma família de padeiros do Alto Douro*. Vila Real: UTAD.
- Pina, Maria Helena M. 2012. “The Douro region, a heritage to develop and innovate while preserving”. In *Grandes problemáticas do espaço europeu : políticas de ordenamento e recomposições territoriais nas periferias europeias (pp.229-252)*. Porto: Universidade do Porto.
- Ramos, Luís 2002. “Políticas, estratégias e atores do desenvolvimento territorial no Vale do Douro: uma reflexão crítica”. In XI Jornadas Luso#Galaicas de Ciencias y Desarrollo, 23 y 24 Octubre. Santiago de Compostela: Real Academia Gallega de Ciencias.
- Tremblay, P. 1998. “The economic organization of tourism”. *Annals Tourism Research*. 25(4), 837#859.
- Velasco, M. 2014. “Gobernanza turística: ¿Políticas públicas inovadoras o retórica banal?” *Cuaderno Virtual de Turismo*, 14 (1): 9#22.

## NOTAS

- \* Componente (Ref. 27.001.007.16) do projeto: Douro em Movimento, Aldeias com Vida – NORTE#52#2015#07 – Sistema de Apoio às Ações Coletivas para Territórios de Baixa densidade “Internacionalização”, com o código NORTE#02#0752#FEDER#000009 que tem como entidade promotora a Douro Generation (Portugal). Equipa de investigação (CEDTUR/ISMAI): i) Eduardo Gonçalves (Coordenador da Acção) Doutor pela Universidade do Porto; Professor do Instituto Universitário da Maia; Investigador principal do CEDTUR e CETRAD – Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (I&D 4011 / FCT, Portugal); ii) Carlos Brochado de Almeida, Doutor pela Universidade do Porto; Professor da Universidade do Porto, ap. e do Instituto Universitário da Maia; Investigador principal do CEDTUR e CETRAD – Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (I&D 4011 / FCT, Portugal); iii) Aurélio de Oliveira, Doutor (com Agregação) pela Universidade do Porto; Professor Catedrático da Universidade do Porto, ap. e do Instituto Universitário da Maia; Investigador principal do CEDTUR e CETRAD – Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (I&D 4011 / FCT, Portugal); iv) João Pedro Mendonça, Doutor pela Universidade de Santiago de Compostela; Professor do Instituto Universitário da Maia; Investigador principal do CEDTUR e CETRAD – Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (I&D 4011 / FCT, Portugal) v) Ricardo Guerra, Doutor pela Universidade de Coimbra. Professor do Instituto Universitário da Maia; Investigador principal do CEDTUR – Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico.