

Destinos Turísticos, Crises e Catástrofes: Os Incêndios de outubro de 2017

Tourist Destinations, Crisis and Catastrophes: The Fires of October 2017

Catarina Paiva

Universidade de Coimbra - Mestre em Turismo, Território e Património - Departamento de Geografia e Turismo
catarinapaiva_22@hotmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-4734-114X>

Norberto Santos

Universidade de Coimbra - Departamento de Geografia e Turismo / CEGOT
norgeo@ci.uc.pt
<https://orcid.org/0000-0003-1752-9990>

Artigo recebido a 18 de maio de 2020 e aprovado a 11 de novembro de 2020

Resumo

Os incêndios de outubro de 2017 comprometeram o normal funcionamento das atividades económicas e da vida quotidiana, na Região Centro de Portugal. O tecido socioeconómico e o turismo em espaço rural não escaparam às perturbações que os incêndios criaram. No presente estudo, que se debruçou sobre o território dos municípios de Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua, três dos concelhos mais afetados pela catástrofe, pretendeu-se i) identificar as medidas e estratégias de valorização do território adotadas, ii) auscultar os empreendedores turísticos e agentes culturais locais, de modo a perceber se as ações tomadas foram as adequadas, iii) perceber as expectativas dos entrevistados quanto à recuperação do destino e ao futuro da atividade turística no território. Para tal, a metodologia consistiu na realização de entrevistas semiestruturadas a três grupos de interesse (político, empresarial e cultural). Foi possível concluir que foram implementadas medidas específicas de apoio à recuperação das empresas turísticas afetadas, desenvolvidas estratégias de comunicação para a qualificação e valorização do território após a catástrofe. Foi, ainda, percebido que não houve uma abordagem concertada entre os vários *stakeholders*, criando dificuldades ao processo de resiliência turística.

Palavras-chave: turismo em espaço rural, comunicação, incêndios, resiliência, planeamento e marketing territorial.

Abstract

The October, 2017 wildfires compromised the normal functioning of all economic activities and everyday life in the Centre of Portugal. The socioeconomic tissue and the rural tourism did not escape the disruptions the wildfires brought up. In this present research, which elaborated on Arganil, Oliveira do Hospital and Tábua's territory, three of the most affected municipalities by the catastrophe, it was intended to i) identify the measures and strategies adopted in order to add value to the affected territory, ii) listen to the touristic entrepreneurs and local cultural agents in order to understand if the adopted measures were the most appropriate, iii) understand the interviewees expectations towards the destination rehabilitation and the future of tourism in this territory. For this purpose, the chosen methodology consisted in performing semi-structured interviews to three distinct groups (political, corporative and cultural). It was concluded that there were, indeed, implemented several support measures to help in the recovery of the affected touristic enterprises, as well as the development of communication strategies aiming the territory's touristic qualification and valorization after the catastrophe. However, no coordinated approach between the multiple stakeholders, addressing the interests of them all, was found, which brings up some distresses to the process of tourism resilience.

Keywords: tourism in rural areas, catastrophes, wildfires, resilience, tourism planning and place marketing.

1. Introdução

O objetivo primário deste estudo é perceber se foram efetivamente adotadas medidas e estraté-

gias de valorização do território, com a pretensão de mitigar os efeitos negativos dos incêndios na atividade turística. Face às medidas e estratégias adotadas, pretendeu-se ainda saber qual a perspe-

tiva dos empreendedores turísticos e dos agentes culturais locais, de modo a perceber se as ações tomadas foram ao encontro das suas necessidades. Estabeleceu-se também o objetivo de perceber a catástrofe e seus impactos pelo olhar dos representantes políticos locais e regionais e dos promotores turísticos e culturais, bem como conhecer as perspectivas e expectativas dos entrevistados quanto à recuperação do destino e ao futuro da atividade turística no território.

Os territórios rurais e de baixas densidades, embora hoje se apresentem heterogêneos, complexos e multifuncionais (Carvalho & Fernandes, 2001), revelam ainda múltiplas características que os tornam dependentes e marginalizados face ao mundo urbano (Ferrão, 2000). Deste modo, o turismo, enquanto importante agente dinamizador de mudança, manifesta-se, para estes territórios, como uma atividade altamente relevante e que pode contribuir para atenuar, ou mesmo inverter, o fenómeno de despovoamento que tem vindo a debilitar o mundo rural, económica, social e simbolicamente (Moreno, 2008).

Ainda que os territórios rurais e de baixas densidades tenham encontrado no turismo uma alternativa de rentabilização dos seus recursos, a ocorrência de catástrofes no destino turístico, como é o caso dos grandes incêndios, pode comprometer toda essa estratégia. O turismo, pela sua natureza sistémica (Moreira, 2013), apresenta a capacidade de se adaptar e reajustar às alterações do meio, mas, por outro lado, pela sua natureza discricionária, é extremamente vulnerável a pressões e perturbações internas e externas (Richardson, March, Lewis, & Radel, 2015). Deste modo, as catástrofes apresentam-se como eventos disruptivos para o sistema turístico, o que, por vezes, pode resultar num declínio irreversível, devido à alteração da imagem do destino. É numa lógica de resiliência do destino, que o planeamento turístico e o marketing territorial se impõem como instrumentos fundamentais para o sucesso do turismo e que, em situações de catástrofes, funcionam como um crédito positivo através de normas de comunicação (Wilks & Moore, 2004) que previnem o desenvolvimento de impactos mais significativos (Avraham & Ketter, 2008), através de um modelo holístico multi-step. No caso da ocorrência de catástrofes deve, pois, recorrer-se ao marketing territorial para impedir que se propague uma imagem negativa do destino turístico, evitando-se, como tal, uma crise turística.

Tendo em conta os impactos dos incêndios de outubro de 2017 no território em estudo, o principal objetivo da investigação passou pelo entendimento das ações tomadas pelos gestores do destino, com o propósito de reabilitar a atividade turística em Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua. Pretendeu-se perceber se houve, por parte dos executivos local e regional, a implementação de abordagens estratégicas de valorização dos ativos territoriais, com vista ao aumento da competitividade do território, minimizando assim os efeitos nefastos dos incêndios na atividade turística local. Ainda, quis-se saber qual a perspectiva dos empreendedores turísticos e dos agentes culturais locais face às medidas e às estratégias adotadas, para perceber se estas foram ao encontro das suas necessidades. Estabeleceu-se também o objetivo de perceber a catástrofe e os seus impactos pelo olhar dos representantes políticos locais e regionais e dos promotores turísticos e culturais, bem como conhecer as perspectivas e expectativas dos entrevistados quanto à recuperação do destino e ao futuro da atividade turística no território. Foram implementadas medidas de apoio ao turismo no território em estudo, nomeadamente medidas direcionadas para repor a atividade das empresas turísticas. De igual modo identificam-se medidas para atrair novo investimento, que conseguiram com a divulgação e promoção adequadas minorar os impactos da catástrofe nos *stakeholders* turísticos.

O presente estudo está estruturado em quatro partes - a revisão teórica, o enquadramento do território e dos eventos dos incêndios de outubro de 2017, a metodologia e, finalmente, a discussão de resultados e a conclusão.

2. Revisão Teórica

2.1. Os espaços rurais e o turismo

O território que aqui se estuda é um território predominantemente rural e com baixas densidades, pelo que importa perceber a dinâmica entre este tipo de espaço e o turismo. Enquanto, até meados do século passado, o mundo rural era concebido como mero local de produção agrícola, opondo-se ao espaço urbano de consumo, hoje a realidade está muito longe dessa conceção (Ferrão, 2000). “Os espaços rurais são, assim, cada vez menos os espaços de

estabilidade - se é que alguma vez o foram” (Gaspar, 2004, p. 181), sendo evidente que “o rural é diverso, é multifuncional, é produtivo, é inovador, é competitivo e apresenta uma capacidade atrativa que potencia, numa relação de complementaridade, a do espaço urbano que o integra na sua área de influência” (Santos & Cunha, 2008, p. 210).

Ainda assim, o mundo rural conseguiu, ao longo dos anos, manter muito da sua identidade ancestral, pelo que passou a ser concebido, essencialmente para os cidadãos, como um local de refúgio e um excelente espaço de harmonização da natureza, do património cultural e de lazer periurbano (Lazzarotti, 1995). Ainda, face às mais recentes alterações dos perfis de turistas e dos consumos turísticos, tem-se registado uma maior diversificação da atividade turística, afastando-se esta cada vez mais de produtos massificados típicos (Poon, 1993), como o turismo de Sol e Mar, e ampliado o leque de destinos turísticos, abrindo portas aos espaços rurais para rentabilizarem os seus recursos por intermédio do turismo. Assim, a conjugação destes dois fatores permitiu que o turismo se estabelecesse como uma nova forma de rentabilização dos espaços rurais (Ferrão, 2000; Kastenzholz, 2013), estruturando-se toda uma oferta alicerçada em produtos turísticos fruto dos recursos naturais e culturais do mundo rural.

O turismo em espaço rural (TER) tem-se, assim, vindo a afirmar paulatinamente e apresenta a dupla função de, por um lado, satisfazer as necessidades físicas ou psicológicas do turista (Robinson & Novelli, 2005) e, por outro lado, para os territórios, apresenta-se como um agente dinamizador de mudança que, em não raras situações, é capaz de reverter o fenómeno do despovoamento, contribuindo para uma maior coesão regional.

2.2. As situações de catástrofe em destinos turísticos e a imagem dos destinos turísticos

A probabilidade de ocorrência de desastres naturais e das decorrentes transformações sociais e económicas é hoje maior que nunca (Amir, Ghapar, Jamal, & Ahmad, 2014; Luthe & Wyss, 2014). Assim, ainda que a aposta no TER, ao nível local e regional, possa gerar uma nova dinâmica social e económica para as populações rurais, as catástrofes apresentam-se como eventos que podem comprometer toda

essa estratégia. Devido à natureza discricionária da atividade de consumo turístico, hoje crescentemente *prosumer* (Niezgoda, 2013; Ritzer, Dean, & Jurgenson, 2012; Santos, 2001) e holístico (Candela & Figini, 2012; Rocha, Seabra, Silva, & Abrantes, 2016), o turismo é particularmente vulnerável a crises, dado que o turista, quando se apercebe de um elemento disruptivo num determinado destino, pode simplesmente optar por escolher outro (Richardson et al., 2015). Para além disto, a natureza fragmentada da atividade, que se deve à existência de múltiplos elementos que, muitas vezes, competem entre si dentro do próprio sistema turístico, torna difícil a preparação e rapidez de resposta (Beirman, 2015). Desta forma, qualquer destino turístico é vulnerável a desastres que não podem ser evitados, mas podem sim ser moderados através de práticas de planeamento e gestão do território (Faulkner, 2001). Como Scarpino e Gretzel (2012, cit. em Scarpino & Gretzel, 2015), referiram, não importa perguntar se os destinos serão afetados por crises, mas sim se estarão preparados caso estas aconteçam.

Os destinos turísticos podem sofrer muito com a ocorrência de catástrofes, uma vez que estas podem alterar as perceções dos indivíduos quanto à imagem que têm do destino. Segundo Gartner (1993), a imagem do destino é composta por três componentes: (i) a componente cognitiva, que diz respeito à avaliação dos atributos conhecidos do destino; (ii) a componente afetiva, que se relaciona com a forma como o indivíduo valoriza esses atributos; (iii) e a componente conativa, respeitante ao próprio comportamento do indivíduo. Ou seja, em situação de catástrofe, geralmente, acontece que ao nível cognitivo se recebem informações negativas quanto ao destino, depois ao nível afetivo, essas informações são associadas a sentimentos igualmente negativos e, por fim, ao nível conativo, o comportamento do turista consoma-se em atos como o cancelamento de reservas ou a diminuição do tempo de estada (Walters, Mair, & Ritchie, 2015). Embora o turista se encontre preparado para aceitar uma determinada quantidade de risco (Glaesser, 2006), o valor dessa aceitação, sempre resultado da conjugação com as características pessoais do indivíduo, é determinado por três fatores: (i) credibilidade da organização; (ii) a velocidade das ações da organização; e (iii) a repetição dos eventos. É neste sentido que o planeamento e a gestão do desastre influenciam a imagem do destino (como seguro ou inseguro), porque se

houver respostas rápidas e adequadas, o turista não tem uma percepção do risco tão elevada como acontece quando as ações são demoradas e ineficazes, sendo que, nessa última situação, o destino mais facilmente é percebido como inseguro, como referem Cró e Martins (2017). De qualquer modo, monitorizar o ambiente em mudança, os negócios de turismo e as Organizações de Gestão de Destinos permite antecipar ameaças e capitalizar oportunidades disponíveis no mercado (Cammilleri, 2019).

Tendo em conta as definições de catástrofe e de crise, segundo Faulkner (2001), onde a catástrofe é classificada como inevitável e a crise, por outro lado, é classificada como autoinduzida, considera-se aqui que as catástrofes, sendo um evento negativo e disruptivo, podem, naturalmente, desenvolver uma crise, mas podem também, por outro lado, desenvolver uma oportunidade. Quer isto dizer que se acredita que a crise só se desenvolve, mesmo perante a ocorrência de catástrofes, antrópicas ou naturais, se a gestão o permitir. Assim, a crise pode verificar a sua origem na ocorrência de uma catástrofe, caso haja uma fraca e desadequada gestão por parte da governança territorial, crescentemente vista segundo um modelo de quadruple hélix (Carayannis & Campbell, 2009; McAdam, Miller, McAdam, & Teague, 2012; Fitjar & Huber, 2015; Miller, McAdam, Moffett, Alexander, & Puthusserry, 2016), com a colaboração estreita entre os setores público e privado, a academia e a comunidade local/regional. A situação de catástrofe obriga, como tal, à tomada de decisões e contramedidas imediatas, de forma a influenciar o desenvolvimento da organização positivamente e a limitar, tanto quanto possível, as suas consequências negativas, evitando uma crise. Todavia, como referem Rosselló, Becken, e Santana-Gallego (2020), devido a alguns fatores motivadores, um aumento na visitação após um desastre é plausível.

2.3. Resiliência no turismo

Para Lew (2014), o pensamento resiliente oferece uma melhor perspetiva dos sistemas que lidam com adversidades, defendendo que as organizações têm a capacidade de se adaptar, responder e evoluir, como resultado, tanto de circunstâncias extraordinárias, como de mudanças incrementais. Ou seja, o sistema turístico é um alvo constante de pressões exteriores e interiores, encontrando-se vulnerável à ocorrência de catástrofes e crises e os

limites do sistema só permitem que ele suporte uma certa quantidade de pressões e perturbações, o que, muitas vezes, obriga à sua adaptação e transformação para não entrar em colapso e não desenvolver uma crise. Butler (2017) sugere que existem diferentes tipos de resiliência, sendo uma delas a resiliência ao desastre, cuja definição depende exatamente dessa capacidade de adaptação, descrevendo-se como:

[...] a capacidade de um sistema, comunidade ou sociedade exposta a perturbações perigosas, em resistir, assimilar, adaptar-se e recuperar dos efeitos dessas perturbações, de uma forma oportuna e eficiente, através da preservação e restauração das suas estruturas e funções essenciais básicas (Butler, 2017, p. 11).

Cochrane (2017) sugere que o conceito de resiliência expressa a complexidade relacionada com os sistemas socioeconómicos, que não evoluem numa progressão linear, mas segundo um ciclo, o que implica que, após um evento perturbador, o sistema não retome ao seu estado inicial, mas que evolua para um estado diferente, contrariando a ideia de autores como Dahles e Susilowati (2015) de que o sistema pode voltar ao seu estado anterior normal, após um desastre. Scott, Laws e Prideaux (2008) vão ao encontro de Cochrane (2017) quando referem que a recuperação de crises ou desastres no turismo pode significar uma alteração dos modos de operação que existiam antes dos eventos. Cochrane (2017) segue ainda dizendo que as características e a velocidade da recuperação dependem da capacidade de adaptação do sistema, o que, por sua vez, depende dos capitais e recursos acumulados nas fases anteriores ao evento. Buultjens, Ratnayake e Gnanapala, (2017, p. 91) defendem igualmente que a resiliência requer um “bom planeamento e preparação, uma distribuição equitativa dos rendimentos e uma economia estável”. Tal, como acreditam Santos, Moreira, Ferreira e Silveira, (2018, p. 109) “não tem encontrado eco profundo em Portugal, se bem que as tragédias dos incêndios de 2017 tenham despertado para uma outra consciência colaborativa e uma diferente postura de governança”. Efetivamente, como já se referiu, uma tragédia pode constituir-se como um ponto de viragem para o sistema turístico, em que o desfecho pode ser positivo, abrindo portas para que se repensem as políticas públicas e as formas de gestão, tornando-as mais inclusivas e colaborativas. Aliás, o turismo, neste contexto, pode até

apresentar um papel importante e revitalizador nas comunidades a seguir a momentos de desastre ou conflitos (Butler, 2017).

No contexto das catástrofes no destino turístico, Calgaro e Cochrane (2009, cit. em Bultjens, Ratnayake, & Gnanapala 2015), referem que a resiliência depende (a) das características do desastre, (b) do nível de exposição e da sensibilidade da organização, (c) da resposta ao desastre (d) e da adaptação que resulta da resposta. Aqui, sugere-se ainda que a análise da resiliência começa sempre com a avaliação da natureza do desastre e dos seus impactos, que podem variar entre regiões e entre as próprias atividades produtivas, sendo que o turismo é uma atividade especialmente vulnerável. Se a resiliência depende da resposta ao desastre, sendo todos os ativos e processos de gestão e planeamento anteriores ignitores da resposta, deve ser esse o primeiro passo para a garantir.

2.4. O planeamento estratégico e o marketing territorial na gestão da catástrofe

Butler (2017) refere, em relação ao planeamento, que importa percebê-lo da base para o topo com uma abordagem descentralizada, integradora e participativa, envolvendo a comunidade e todos os *stakeholders*, a que se deve associar uma perspetiva de quadruple hélix (Fitjar & Huber, 2015; Miller et al., 2016). Avraham e Ketter (2008) apontam ações diversas a desenvolver como (i) atos de prevenção, (ii) atos de preparação, (iii) formação antecipada da equipa de gestão do desastre, (iv) seleção e treino de porta-vozes, (v) criação de portfólios do risco e do desastre, (vi) uso de técnicas gerais de gestão da

imagem do destino e (vii) cooperação com a comunidade local.

O objetivo da comunicação é influenciar as tomadas de decisão do turista, ao influenciar as suas percepções. Neste sentido, os destinos devem sempre identificar um público-alvo a quem vão comunicar os seus atributos-chave, isto é, as suas vantagens competitivas, criando, deste modo, a sua identidade no mercado. Ora, no caso de ocorrência de catástrofes, a aplicação regular destas técnicas, tal como o planeamento, serve de crédito positivo para o destino. No entanto, é sempre necessário desenvolver estratégias e técnicas de marketing relacionadas diretamente com a catástrofe. Neste sentido, Wilks e Moore (2004) definiram normas de comunicação a serem cumpridas antes, durante e depois do desastre (Quadro 1).

Após esta fase de comunicação do desastre, que acontece praticamente em cima do acontecimento, deve instaurar-se um processo de marketing territorial com o objetivo de inverter a imagem negativa do destino criada após o desastre. Avraham e Ketter (2008) sugerem um modelo holístico e multi-step, representado na Figura 1. Tendo em conta os objetivos pretendidos, devem escolher-se as estratégias ou grupo de estratégias mais adequadas e, posteriormente, definirem-se as técnicas e canais para apresentar a campanha. Por fim, deve ser feita uma reavaliação do processo.

A imagem de um destino é um fator extremamente influente nos processos de decisão do turista, no que diz respeito ao ato de viajar (Crompton, 1979). A segurança, a par de outras determinantes, assume grande peso quando um indivíduo toma a decisão de viajar. Neste sentido, o facto de, por duas vezes em 2017, se registarem tantas fatalidades na sequência

Quadro 1

Estratégias de comunicação antes, durante e depois do desastre

Estratégia de Comunicação Antes do Desastre	Estratégia de Comunicação Durante o Desastre	Estratégia de Comunicação Depois do Desastre
<ul style="list-style-type: none"> - Preparar um plano de gestão do desastre; <ul style="list-style-type: none"> - Designar porta-vozes; - Estabelecer um departamento de imprensa e comunicação; - Comunicar regularmente com os média; <ul style="list-style-type: none"> - Ter atenção aos média locais; - Treinar porta-vozes para questões de segurança. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser honesto e transparente; - Não impor um bloqueio de notícias; - Estabelecer um centro de receção dos média; <ul style="list-style-type: none"> - Agir rapidamente; - Lembrar as vitimas; - Evitar especulação e garantias categóricas; <ul style="list-style-type: none"> - Colocar o desastre em contexto; - Desafiar falsas declarações; - Usar o destaque dos média para focar aspetos positivos; - Colocar informação sobre o desastre no <i>website</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser proativo nas comunicações; - Procurar notícias positivas; <ul style="list-style-type: none"> - Promover <i>fam trips</i>; - Lembrar dos aniversários; - Antecipar ações legais; - Criar meios próprios de comunicação, através de plataformas digitais.

Fonte: Traduzido e adaptado de Wilks e Moore, 2004.

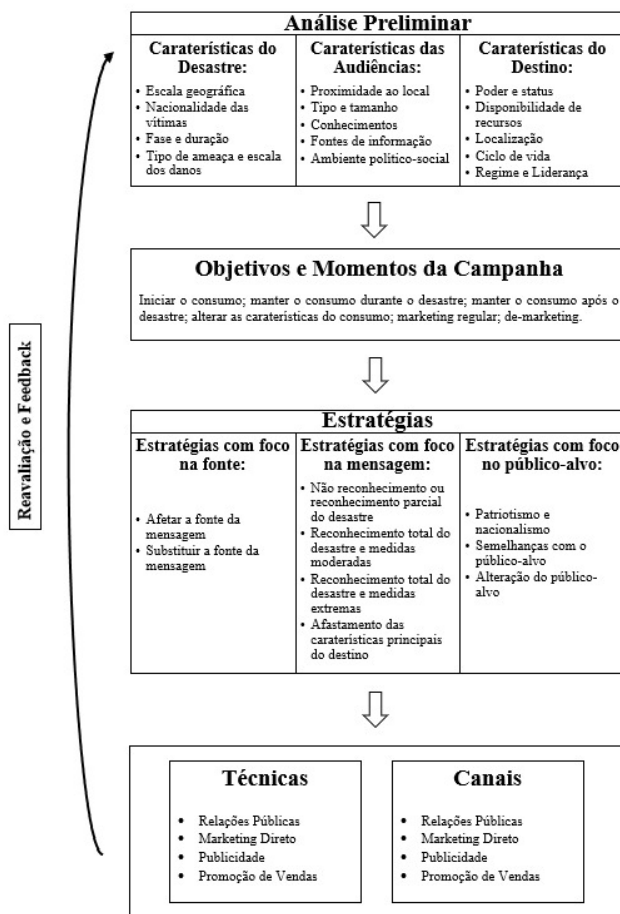


Figura 1
Modelo multi-step para alterar a imagem do destino.
Fonte: Adaptado de Avraham e Ketter, 2008.

de incêndios rurais na Região Centro de Portugal, propiciou a que os indivíduos tivessem uma perceção desse território como inseguro. Ao serem constantemente veiculadas informações negativas sobre o território, com componentes visuais muito fortes, a componente cognitiva e afetiva dos indivíduos quanto ao destino altera-se, resultando finalmente na alteração da componente conativa, que se reflete em termos das ações dos indivíduos, tais como cancelamento de viagens ou redução do tempo de estada. É neste sentido, tendo em conta os possíveis danos que uma imagem negativa do destino pode causar, seja uma imagem associada a insegurança ou uma imagem associada a um destino destruído e menos atrativo, que surge a necessidade de se adotarem medidas e estratégias de valorização do território, para que o mesmo não entre numa crise de procura turística.

3. Metodologia

3.1. Caracterização da área de estudo

Os concelhos de Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua situam-se no limite nordeste da Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra (CIM-RC) (Figura 2), onde parte significativa do meio natural e do espaço de ocupação antrópica ardeu, tendo comprometido atividades económicas que se alicerçavam nos recursos naturais da região, como é o caso da atividade turística.

O território em estudo apresenta um relevo que integra os planaltos caraterísticos da Beira Alta e zonas montanhosas, com morfologia muito acidentada, como acontece na Serra do Açor, pertencente

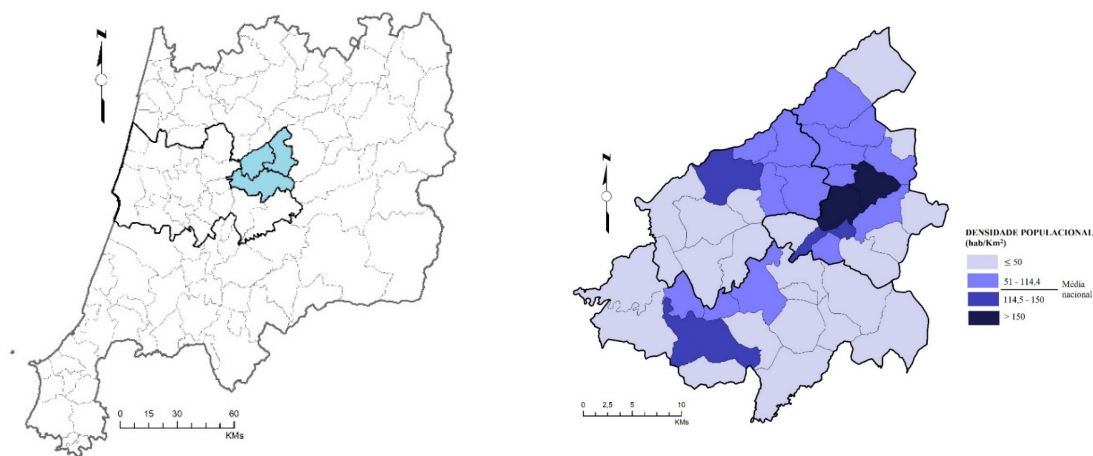


Figura 2
Enquadramento administrativo dos concelhos de Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua.

Fonte: CAOP. Densidade populacional por freguesia, em 2011. INE, 1963; INE, 1984; INE, 2002; INE, 2012. Elaboração Própria.

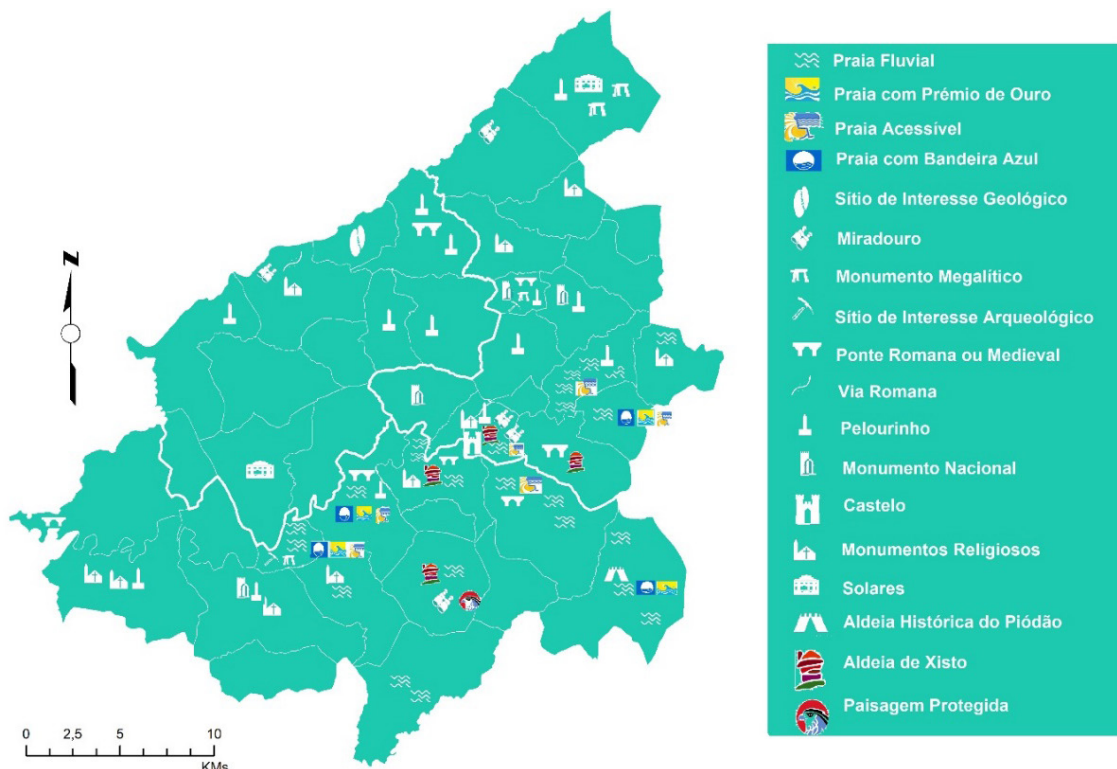


Figura 3
Sugestão dos principais pontos de interesse turístico no território de Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua.
Fonte: CAOP. Elaboração Própria.

à Cordilheira Central. É de salientar também a proximidade a outras serras, que rodeiam o território, com a Serra da Estrela, a este, a Serra do Caramulo e a Serra do Buçaco, a oeste, e a Serra da Lousã, a sul. Pelo facto de o território englobar diferentes unidades biofísicas, o relevo e o gradien-

te de altitudes variam consideravelmente entre os três concelhos. Quanto à hidrografia, existe uma rede densa no território, criando-se sucessivas variações de altitudes quando os rios cortam os vales, pelo que se assiste a um contraste paisagístico entre vales escarpados, extensos planaltos e montanha (Lourenço,

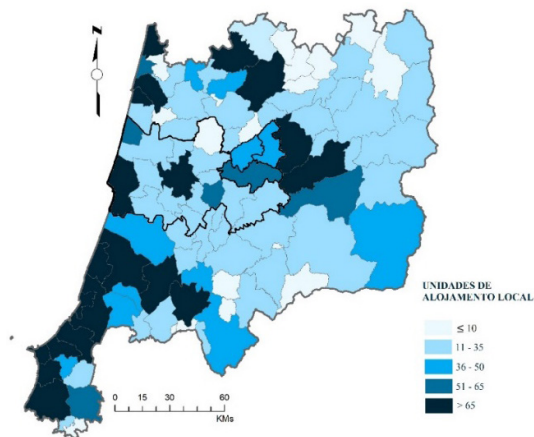


Figura 4
Unidades de AL por município, na Região Centro, em 2019.
Fonte: RNT. Elaboração Própria.

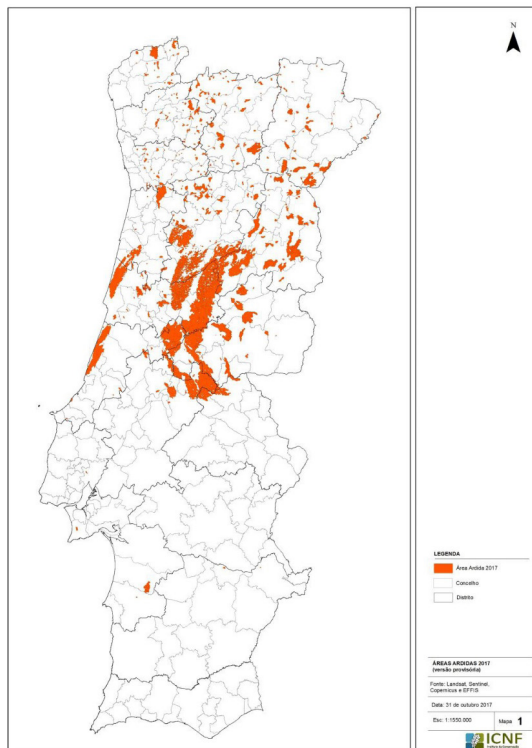


Figura 5
Área ardida em Portugal continental, em 2017.
Fonte: ICNF, 2017.

2007). Destaca-se a forte presença do Rio Mondego nos concelhos de Oliveira do Hospital e Tábua e do Rio Alva nos três concelhos. Há também uma intensa ocupação florestal no território, havendo várias áreas pertencentes a perímetros florestais e também à Rede Natura 2000 e à Rede Nacional de Áreas Protegidas.

Como seria de esperar num território maioritariamente rural e de interior, a densidade populacional é baixa. Nos concelhos de Arganil e Tábua, apenas as freguesias sede de concelho apresentam uma média superior à média nacional de 114.5 hab/km² (Figura 2). O concelho de Oliveira do Hospital destaca-se por ter duas freguesias acima dos 150 hab/km² e ainda outras duas com média acima da média nacional. Isto pode dever-se ao facto de Oliveira do Hospital ser um concelho com uma forte cultura industrial, fixando mais população devido à maior oferta de emprego.

Em termos de caracterização turística estes concelhos manifestam-se como um núcleo aglomerador de oferta turística em territórios de baixa densidade, daí o interesse do estudo dos incêndios e do seu impacto nas atividades económicas, sendo que aqui serão especialmente valorizados os recursos e os ativos turísticos. Esta é uma área rica em recursos naturais e culturais, os quais já foram aproveitados para estruturar vários produtos turísticos como museus, percursos pedestres, rotas temáticas, praias fluviais, redes de aldeias temáticas, entre outros. Na Figura 3, identificam-se alguns dos principais pontos turísticos do território e verifica-se que a maior concentração destes pontos acontece ao longo do percurso do rio Alva.

Este território tem no cerne da sua oferta a natureza, a beleza paisagística e a cultura local. Na verdade, todas as especificidades do território, permitem organizar uma oferta turística que pretende responder às necessidades do turista, proporcionando experiências únicas e diferenciadoras, seja no âmbito do turismo de contemplação, turismo de aventura, seja participando nas atividades agrícolas e pastorícias tradicionais, ou simplesmente provando um prato ou doçaria regionais dando expressão à experiência, à participação e à criatividade.

Em termos de Alojamento Local (AL), estes três concelhos, a par da Lousã, destacam-se dos restantes concelhos da Região de Coimbra, e mesmo da Região Centro, se se excetuarem os concelhos litorais e as maiores cidades (Figura 4). O mesmo acontece relativamente ao TER e Turismo de Habitação, onde na Região de Coimbra, é o concelho de Oliveira do Hospital que assume a maior relevância, com 229 camas, seguindo-se Arganil com 113 (Moreira, Santos, & Serafino, 2017).

A catástrofe de Outubro de 2017 registou 48 mortes, 219 mil hectares ardidos (Figura 5), 1.707

habitações danificadas (CCDRC, 2018) e 521 empresas afetadas, com prejuízos na ordem dos 275 milhões de euros (CTI, 2018). Os concelhos em estudo foram dos mais afetados, onde se registaram 440 habitações danificadas (CCDRC, 2018), 117 empresas afetadas, com prejuízos na ordem de quase 62 milhões de euros (CTI, 2018). No âmbito do turismo, no caso do território em estudo, foram afetados 24 empreendimentos, de um total de 62 em toda a Região Centro.

3.2. Metodologia

Neste estudo, foram realizadas entrevistas semiestruturadas a 15 *stakeholders* turísticos, divididos em três grandes grupos (político, empresarial e cultural), sendo que esta se dividiu em quatro partes diferentes, pretendendo cada uma delas responder a perguntas e realidades diferentes (ver Anexo 1).

A entrevista a especialistas, neste caso específico, aos indivíduos do grupo político, permite aceder a informação precisa e de confiança, além de que se trata de um método relativamente rápido, barato e eficiente, em termos de recolha e de análise de informação. Por outro lado, a entrevista aos promotores turísticos e culturais vem corroborar a informação fornecida pelo poder político quanto às ações que os mesmos adotaram e à sua eficácia, no sentido em que são os grupos empresarial e cultural que reconhecem na sua atividade os efeitos das ações promovidas pelo grupo executivo. Com a realização de entrevistas pretendeu-se, assim, por um lado, perceber a abordagem executiva implementada pelo poder local e regional após o desastre, e, por outro lado, conhecer a perceção dessa mesma abordagem por parte dos operadores turísticos e culturais. Pretendeu-se, ainda, responder a outros aspetos, pelo que as entrevistas se dividiram em quatro partes, estruturando-se da seguinte forma:

- a. *A Catástrofe e os seus Impactos*: nesta primeira parte relativa ao incêndio, pretendeu-se perceber a perspetiva dos entrevistados quanto ao acontecimento e aos seus impactos, e conhecer, assim, a catástrofe pelo olhar de quem a viveu.
- b. *A Resposta à Catástrofe*: na segunda parte, relacionada com o momento de resposta, procurou-se conhecer as medidas e as estratégias adotadas pelo poder executivo na esfera turística após os incêndios, bem como a

perceção dos atores empresariais e culturais quanto às ações adotadas.

- c. *A Recuperação do Destino*: nesta parte quis-se entender o nível de resiliência e de recuperação do destino. Assim, se na parte anterior se propôs perceber o trabalho de recuperação que foi feito no âmbito dos serviços turísticos após os incêndios, nesta parte pretendeu-se esclarecer se tais esforços tiveram efeitos notórios, sugerindo a recuperação, ou não, do destino turístico;
- d. *O Futuro do Destino*: na última parte da entrevista, deu-se atenção ao futuro do destino, pretendendo-se perceber quais as perspetivas e expectativas dos entrevistados quanto ao futuro da atividade turística no território. Assim, em primeiro lugar, pretendeu-se conhecer a perspetiva dos agentes entrevistados quanto ao potencial turístico do território, para, posteriormente, estes se debaterem quanto às fragilidades e necessidades do mesmo, colmatando-se a entrevista com o pedido de algumas sugestões para que o destino se posicione no mercado de forma mais competitiva.

Ambicionava-se, inicialmente, uma amostra populacional com cerca de 30 indivíduos, mas, face à indisponibilidade demonstrada por cerca de metade das pessoas contactadas, a amostra restringiu-se a 15 indivíduos¹.

¹ Grupo político: P1 - Câmara Municipal de Oliveira do Hospital - José Rolo (Vice-Presidente); P2 - Câmara Municipal de Tábua - António Oliveira (Vereador da Cultura); P3 - Turismo do Centro - Gonçalo Gomes (Chefe do Núcleo de Apoio aos Empresários, Empreendedorismo e Investimento Turístico); P4 - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDRC) - Joaquim Felício (Coordenador da Equipa de Projeto de Abordagens Territoriais); P5 - Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra (CIM-RC) - Jorge Brito (Secretário Executivo Intermunicipal). Agentes culturais: C1 - Grupo Folclórico da Região de Arganil - Graça Moniz; C2 - Centro Interpretativo das Ruínas de Bobadela - Miguel Silva; C3 - Biblioteca Municipal João Brandão de Tábua - Ana Paula Neves. Empresas, maioritariamente unidades de alojamento: E1 - Casas da Coutada (Arganil) - Manuela Sinde; E2 - Casa Traca Valbona (Arganil) - Josephina van der Zwan; E3 - Museu do Azeite (Oliveira do Hospital) - António Dias; E4 - Aqua Village Health Resort & Spa (Oliveira do Hospital) - Francisco Cruz; E5 - Flag Hotel Convento do Desagravo (Oliveira do Hospital) - Luís Campos; E6 - Hotel Solar do Rebole (Oliveira do Hospital) - António Martins; E7 - Quinta do Retiro (Tábua) - Jurrie Kramer.

Quadro 2

Impactos no Turismo Local segundo os Grupos Empresarial, Cultural e Político

Grupo Empresarial	Grupo Cultural	Grupo Político
<ul style="list-style-type: none"> - Destruição de bens materiais; - Encerramento temporário das unidades, resultando na perda de rendimentos; - Acessos obstruídos e sinalética destruída, impedindo a chegada imperturbada dos hóspedes; - Privação das telecomunicações durante um longo período de tempo, impossibilitando a marcação de reservas; - Aumento das despesas, devido a trabalhos de limpeza e reorganização das unidades, ao gasto excessivo de água e ao provimento de dormida e mantimentos aos hóspedes, sem remuneração. 	<ul style="list-style-type: none"> - Destruição da natureza e da paisagem; - Destruição do património cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Impactos na Imagem do Destino; - Danos das empresas.

4. Discussão de Resultados

4.1. A catástrofe e os seus impactos

Como referem Beighley e Hyde (2018) a ocorrência de incêndios de propagação rápida necessita de um sistema infalível que alerte os potenciais atingidos. No caso em estudo estamos precisamente perante uma situação deste tipo e, por isso, quis-se perceber como o evento dos incêndios foi visto pelos agentes políticos, empresariais e culturais, de modo a entender se houve realmente impactos no território e se havia uma necessidade efetiva de se intervir e tomar medidas, nomeadamente, no que diz respeito às atividades turísticas, já que a experiência anterior não aponta para a infalibilidade do sistema. Isto é tão mais importante porque, no caso das autoridades municipais, a “proximidade com as populações e as competências e atribuições alocadas às administrações locais constituem um elemento fundamental que contribui para a minimização dos impactos de catástrofes, designadamente dos incêndios rurais” (Comissão Técnica Independente², 2018, p. 11). De uma forma generalizada, o acontecimento dos incêndios de outubro de 2017 foi descrito pelos interlocutores como um fenómeno radical, violento, devastador e traumático, tendo sido muito usadas as expressões “cenário dantesco”, “cenário de guerra”, “dias críticos” e “dias caóticos” para descrever os momentos vividos nos dias dos incêndios e nos dias seguintes, em que a população se viu sem eletricidade, sem água, sem telecomunicações, sem alimentos e outros bens essenciais, e com os acessos ainda condicionados por carros e árvores queimadas. Assim, a perda de vidas humanas e o abalo que se

fez sentir no tecido socioeconómico da região foram os danos mais citados. Porém, quanto aos impactos no turismo, segundo o Quadro 2, o grupo empresarial focou mais aspetos relacionados com perdas materiais e prejuízos pessoais, enquanto o grupo cultural focou a destruição do património natural e cultural local e o grupo político salientou os impactos dos incêndios na imagem do destino.

Os municípios em causa caracterizam-se por um território cuja estratégia de comunicação turística assenta na natureza, promovendo práticas como o turismo de natureza e o turismo de contemplação. Como o grupo político salientou, o território integra vários Programas de Valorização Económica de Recursos Endógenos (PROVERE), nomeadamente os PROVERE iNature, Aldeias do Xisto, Aldeias Históricas e Estâncias Termais. Além de os incêndios terem comprometido toda a atividade de animação estabelecida pelos PROVERE para o ano de 2017, a destruição da natureza e da paisagem, pôs em causa toda a estratégia de comunicação e promoção do território, cujos produtos turísticos se alicerçavam na natureza e na qualidade da paisagem. Praticamente todos os entrevistados referiram que os produtos como o *cycling & walking*, as praias fluviais e as atividades e os desportos tipicamente praticados na natureza perderam atratividade devido ao cenário criado pela passagem dos incêndios. Deste modo, se o produto que se promove e pretende vender não é atrativo, o destino perde competitividade, necessitando, como tal, de uma nova abordagem e intervenção estratégica para reverter a situação crítica.

A perda de competitividade do destino, a par dos aspetos referidos, foi também motivada pela carga e notoriedade negativas associadas ao território, nomeadamente por questões de segurança. P3, representando a Entidade Regional de Turismo - Turismo Centro de Portugal (TCP), refere que houve,

² O trabalho efetuado por esta Comissão é claramente de referência, todavia, o turismo não foi uma temática em análise.

efetivamente, um impacto negativo na imagem do destino, no sentido em que, tanto este organismo, como a Entidade Regional de Promoção Turística (RPT), foram imediatamente contactados por mercados e operadores turísticos que tinham operações marcadas na Região Centro, receando que o território não fosse seguro. Nesse sentido, teve que haver um trabalho específico de comunicação para cada mercado, de forma a explicar o que tinha realmente acontecido, mas garantindo que o destino ainda se apresentava funcional. P1, por outro lado, salienta que o país investe na projeção de uma imagem assente em indicadores de segurança, monitorizados por organismos internacionais, tendo os incêndios de 2017 comprometido tal estratégia de comunicação. E7 observa ainda que, durante um grande período de tempo, havia no *website* oficial da Bélgica um aviso para evitar o Centro de Portugal como destino turístico, devido ao risco de incêndio. Mesmo depois da ocorrência de chuvas e de o risco de incêndio ter diminuído, o aviso manteve-se, certamente contribuindo para uma imagem que projeta um território inseguro.

Quanto aos impactos efetivamente sentidos na captação turística, estes manifestaram-se em diferentes momentos, tendo claramente havido um período de cancelamento e de quebra nas reservas, mas que, segundo a maioria dos entrevistados, rapidamente se contornou. Segundo P3, a Região Centro assistiu a uma subida de 20% nas dormidas, em 2017, tendo este revelado ser o melhor ano de sempre, em termos de captação de turistas no Centro. Esta subida, como sugere P3, pode estar intimamente relacionada com a visita do Papa a Portugal no mesmo ano, havendo a possibilidade de esse fator anular de alguma forma os efeitos negativos dos incêndios. Quanto ao ano de 2018, regista-se uma descida de 3% em comparação

com o ano anterior, mas que pode ainda transformar-se numa subida quando agregados os números relativos ao AL e ao TER.

Deste modo, abstraindo-se do que realmente aconteceu, sem desconsiderar todos os empreendimentos que sofreram danos, os números não revelam efeitos negativos no turismo da região, pelo que não se consegue medir a dimensão concreta dos impactos. P5 sugere ainda que o facto de não se terem sentido grandes impactos na captação turística regional se justifica pela implementação de um conjunto de iniciativas e ações, envolvendo muito dinheiro público, e que se puseram em prática exatamente com o objetivo de mitigar os possíveis efeitos negativos dos incêndios.

4.2. A resposta à catástrofe

Na segunda parte da entrevista atentou-se à fase de resposta à catástrofe, resumida no Quadro 3. Perante a dimensão dos impactos da catástrofe referidos acima, o poder executivo viu-se na obrigação de defender, por um lado, as necessidades das empresas turísticas afetadas e, por outro lado, na obrigação de defender e salvaguardar a imagem do território, enquanto destino turístico. Percebeu-se que, imediatamente, foi criado um gabinete de crise, constituído pelo Turismo Centro de Portugal, pela Entidade Regional de Promoção Turística, pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDR) e pela Secretaria de Estado do Turismo. Foram, também, criados o programa REPOR, da Linha Turística de Apoio à Tesouraria, o Programa Valorizar e algumas medidas promovidas pelo Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) e pela Segurança Social e pelo Fisco.

Quadro 3

Esquema da resposta do poder público aos impactos dos incêndios no âmbito do turismo

Gabinete de Crise = TCP + RPT + CCDR + Secretaria de Estado do Turismo		
Defender necessidades de empresas turísticas		Defender e salvaguardar a imagem do destino
Medidas e instrumentos de apoio às empresas		Iniciativas de promoção do território
1.ª Fase Repor atividade produtiva	2.ª Fase Criar dinamização económica	Comunicação estratégica
<ul style="list-style-type: none"> - Repor - Linha Turística de Apoio à Tesouraria - Apoios do IEFP, Segurança Social e Fisco - Valorizar 	<ul style="list-style-type: none"> - S2E (Eixo 4 de Centro 2020) - Linha de Apoio à Qualificação da Oferta 	

Quadro 4

Iniciativas de promoção do território e de comunicação estratégica para o turismo após os incêndios

Grupo Empresarial	Grupo Político	Ambos
<ul style="list-style-type: none"> - Aposta nas redes sociais; - Relações com <i>influencers</i>; <ul style="list-style-type: none"> - <i>Fam trips</i>; - Reportagens; - Participação em programas de TV. 	<ul style="list-style-type: none"> - Continuar a afirmar o bom; - Produtos novos e diferenciadores; <ul style="list-style-type: none"> - Eventos polarizadores; - Complementaridade; - Aldeias temáticas; - Lógica de redes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento da promoção e divulgação; <ul style="list-style-type: none"> - Campanhas publicitárias; - Diminuição dos preços; - Vouchers e pacotes turísticos; <ul style="list-style-type: none"> - Promoções.

Quadro 5

Potencialidades e debilidades associadas à resposta de reabilitação do turismo local após os incêndios

Potencialidades	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Criação de sistemas e instrumentos de apoio às empresas; - Forte promoção territorial, com lançamento de várias campanhas publicitárias; - Presença de empreendimentos locais em programas televisivos; - Realização de reportagens televisivas em empreendimentos locais; <ul style="list-style-type: none"> - Realização de <i>fam trips</i>; - Relacionamento com <i>influencers</i>; - Realização de eventos polarizadores (ex: espetáculo do humorista Ricardo A. Pereira); <ul style="list-style-type: none"> - Realização de eventos diferenciadores (ex: observações astronómicas); - Aproveitamento das Redes para dinamização do território (ex: ADXTUR, Rede Artería). 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de articulação entre os empreendedores e as plataformas e os instrumentos de apoio; - Barreira linguística (informação administrativa e informação turística apenas em português); - Promoção acrescida, mas sem visibilidade suficiente, dado o desconhecimento dos grupos empresarial e cultural; <ul style="list-style-type: none"> - Promoção centralizada na aldeia do Piódão.

Já numa segunda fase, o objetivo passou por criar dinamização económica, tendo daí surgido o Sistema de Incentivos ao Empreendedorismo e Emprego (SIZÉ) e a Linha de Apoio à Qualificação da Oferta. No entanto, uma vez que a maioria dos entrevistados do grupo empresarial e cultural desconheciam estes programas, assume-se que houve uma falta de comunicação e articulação da população interessada com os instrumentos e plataformas de apoio.

Houve ainda outro tipo de medidas adotadas com vista à recuperação da qualidade dos produtos turísticos, tais como:

- a. a recuperação dos corredores naturais;
- b. o corte de árvores;
- c. a limpeza da madeira queimada;
- d. a recuperação da sinalética;
- e. o investimento no âmbito da reabilitação de passadiços;
- f. a criação de campanhas de solidariedade ambiental para reflorestação e recuperação da paisagem;
- g. por último, uma outra medida muito relevante foi a integração de técnicos da TCP em reuniões semanais dos Comandos Distritais de Operações de Socorro (CODIS), de forma a que, se houvesse alertas graves, os técnicos pudessem passar essa informação diretamente às empresas turísticas, desaconselhando, por exemplo, alguns tipos de atividades. Assim,

as atividades turísticas passaram a realizar-se articuladas com os organismos de socorro, algo que antes não acontecia.

Para além do apoio direto às empresas turísticas, a principal preocupação dos organismos públicos perante a reabilitação turística, prendeu-se com a requalificação da imagem dos territórios afetados enquanto destino turístico. Havia a necessidade de reposicionar os territórios, face à sua perda de competitividade e, como tal, recorreu-se a uma promoção e divulgação acrescidas, que passaram pela realização de campanhas publicitárias e de comunicação estratégica por parte das entidades públicas, semipúblicas e privadas. Em termos gerais, tanto os privados como o setor público aumentaram a promoção e divulgação do destino, realizaram campanhas publicitárias, reduziram os preços e desenvolveram *vouchers* e pacotes turísticos (Quadro 4). A TCP, por exemplo, instruiu os promotores turísticos a não esconderem a situação de desastre e a adotarem uma comunicação transparente e honesta, de modo a não comprometerem a sua reputação, caso as expectativas dos turistas não correspondessem depois à realidade. A comunicação do desastre pareceu, assim, ter sido adequada, dentro dos padrões definidos por Wilks e Moore (2004), na medida em que se procurou: a) ser honesto e transparente; b) não impor um bloqueio de notícias; c) colocar a catástrofe em contexto; d) usar o destaque dos média para focar aspetos positivos; e) lembrar

Quadro 6*Elementos relacionados com as perspetivas positivas e negativas perante a recuperação do destino*

Perspetivas positivas	Perspetivas negativas
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento do número de dormidas e da taxa de ocupação após os incêndios; - Criação de novos empreendimentos turísticos após os incêndios (museus, unidades de alojamento e empresas de animação turística); - Aumento da capacidade de unidades de alojamento já existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dois empreendimentos com decréscimo do volume de negócios após os incêndios; - Receio de novas catástrofes no futuro com maiores impactos, propiciadas pela falta de monitorização de limpeza e ordenamento do território, onde se insere o ordenamento florestal.

Quadro 7*Sugestões do grupo político e dos grupos empresarial e cultural para desenvolver o turismo local*

Grupo Político	Grupos Empresarial e Cultural
<ul style="list-style-type: none"> - Melhoria das acessibilidades; - Realização de trabalhos de limpeza pós-incêndios; - Formação e qualificação dos recursos humanos; - Diversidade da oferta; - Apoio técnico aos promotores; - Investimento em empreendimentos de qualidade superior. 	<ul style="list-style-type: none"> - Melhoria das acessibilidades; - Realização de trabalhos de limpeza pós-incêndios; - Mais limpa-neves na Serra da Estrela; - Controlo de unidades de alojamento ilegais; - Quebra da barreira linguística; - Necessidade de controlo e monitorização da limpeza dos terrenos; - Coerência na legislação relativa à limpeza de terrenos; - Aposta mais forte no mercado estrangeiro; - Aproveitamento do vale do Alva para produto turístico semelhante aos Passadiços do Paiva; - Desenvolvimento de estratégias concertadas entre os vários promotores turísticos; - Gestão e planeamento descentralizados, integrados e participativos (realização de reuniões locais/regionais periódicas).

as vítimas; f) lembrar os aniversários; g) promover *fam trips*; h) ser proativo nas comunicações e criar meios próprios de comunicar (websites). Por outro lado, para moldar as perceções dos públicos positivamente relativamente à imagem do destino, foi adotada a estratégia que Avraham e Ketter (2008) definem como “reconhecimento total do desastre, com medidas moderadas”, no seu modelo holístico de alteração da imagem do destino. Destacam-se a) a relação com *influencers*; b) a presença em programas televisivos; c) a promoção de eventos polarizadores, como ações relacionadas com esse tipo de estratégia. No entanto, face à periferia posicional do território, os autores sugerem a adoção de medidas extremas nesses casos, o que não aconteceu.

Assim, no fundo, houve vários pontos fortes nesta fase de reposta à catástrofe. Mas, houve também algumas debilidades, expostas no Quadro 5.

4.3. A recuperação do destino

Como refere Lourenço (2019, p. 27) “face ao desinvestimento na floresta, a recuperação das áreas queimadas só terá viabilidade quando, além das atividades agrícola e florestal, existam outras que sejam capazes de atrair visitantes às aldeias”. Porém, a capacidade de atração e a organização de lazeres periurbanos é insuficiente para uma atratividade que permita um desenvolvimento local enquanto as

caraterísticas ambientais não forem recuperadas. Estes territórios de baixas densidades diversas, necessitam, pois, de uma especial atenção perante situações de catástrofe. Ainda assim, a maioria dos entrevistados considerou que houve resiliência e que o turismo recuperou, primeiro porque houve já um aumento do número de dormidas e da taxa de ocupação após os incêndios e porque houve, também, a criação de novos empreendimentos turísticos, bem como o aumento da capacidade de unidades de alojamento já existentes. Por outro lado, dois empreendedores dos entrevistados registaram um decréscimo no seu volume de negócios após os incêndios; e, há também um receio generalizado de novas catástrofes no futuro, propiciadas pela falta de monitorização de limpeza e ordenamento do território, e que certamente serão mais gravosas. Assim, segundo o Quadro 6, pode olhar-se para a situação atual segundo duas perspetivas diferentes, vendo o destino como recuperado (perspetivas positivas), ou como não recuperado (perspetivas negativas).

De qualquer modo, importa sublinhar que as três componentes do sistema de defesa contra incêndios rurais: prevenção, resposta e recuperação, devem passar a integrar uma quarta que será a da “preparação e que consiste na capacitação das pessoas, povoações, entidades, para lidar com situações adversas como um incêndio rural” (Viegas, 2019, p. 241).

Quadro 8

Identificação dos elementos críticos para o desenvolvimento do turismo local

Objetivo	Ações	Responsável	Período
Melhoria das acessibilidades	1 - Melhorias no IP3, IC12 e estradas nacionais mais debilitadas; 2 - Mais limpa-neves na Serra da Estrela.	Poder local e central	Imediatamente e a médio prazo
Realização de eventos diferenciadores	1 - Eventos ligados à natureza; 2 - Eventos de turismo criativo.	1 - Municípios e juntas de freguesia; 2 - Empresas locais; 3 - Associações locais.	Periodicamente, de dois em dois anos
Aproveitamento das Redes para dinamização do território	1 - Desenvolvimento de uma promoção conjunta do território em função das redes (ex: Rede de Aldeias de Xisto, Rede de Praias Fluviais, Rede de Artesanato...); 2 - Desenvolvimento de ações concertadas entre os parceiros das redes, tendo em conta a sua temática; 3 - Criação de eventos periódicos em cada um dos locais integrados nas redes, promovendo mobilidades entre todos.	1 - ADXTUR; 2 - Municípios com aldeias de xisto e praias fluviais nos seus territórios; 3 - Artesãos e parceiros interessados.	Imediatamente
Investimento em empreendimentos de qualidade superior	1 - Parques de aventura e atividades de lazer; 2 - Hotelaria tradicional de qualidade; 3 - Alojamento turístico rural e não tradicional inovado; 4 - Formação e qualificação dos recursos humanos.	1 - Stakeholders de alojamento turístico; 2 - Entidades regionais de gestão territorial; 3 - Stakeholders de animação turística.	Imediatamente e a médio prazo
Desenvolvimento de estratégias concertadas entre os vários promotores turísticos	1 - Aumento do número de dormidas e da taxa de ocupação; 2 - Criação de novos empreendimentos turísticos (museus, unidades de alojamento e empresas de animação turística); 3 - Criação de sistemas de incentivos e instrumentos de apoio às empresas; 4 - Fornecimento de apoio técnico aos promotores; 5 - Articulação entre os empreendedores e as plataformas de instrumentos de apoio.	1 - Entidades de gestão territorial / desenvolvimento; 2 - Entidades de controlo da eficiência de sustentabilidade; 3 - Entidades nacionais e regionais (privados e públicos) de gestão do turismo.	A médio prazo
Gestão e planeamento descentralizados, integrados e participativos (realização de reuniões locais/regionais periódicas)	1 - Esbatimento das barreiras linguísticas (informação administrativa e turística em várias línguas); 2 - Envolvimento de stakeholders de alojamento e de animação turística nas decisões de gestão turística local e regional; 3 - Realização de reuniões periódicas entre todos os stakeholders turísticos de forma a serem ouvidas todas as partes, para que o poder local e regional possa tomar decisões mais informadas.	1 - Intervenção sistémica; 2 - Todas as entidades / organismos / instituições envolvidas na gestão integrada de todas as políticas públicas e com impactos ambientais e territoriais.	Imediatamente, a médio e longo prazo
Pré-gestão de novas catástrofes no futuro com maiores impactos, propiciadas pela falta de monitorização de limpeza e ordenamento do território, onde se insere o ordenamento florestal	1 - Desenvolvimento de planos de contingência e de emergência, que envolvam stakeholders turísticos; 2 - Criação de formações de gestão de desastres disponíveis para stakeholders interessados; 3 - Desenvolvimento de palestras e eventos sensibilizadores que consciencializem a população perante os riscos de desastres e aludam às atitudes adequadas.	1 - ANEPC - Autoridade Nacional de Emergência e Proteção Civil; 2 - Municípios envolvidos na gestão do território; 3 - Corpos de Bombeiros; 4 - Guarda Nacional Republicana; 5 - CODIS; 6 - ICNF.	De forma continuada
Forte promoção territorial, com lançamento de várias campanhas publicitárias	1 - Realização de reportagens televisivas em empreendimentos locais; 2 - Realização de fam trips; 3 - Relacionamento com influencers; 4 - Promoção acrescida no âmbito da relação entre cultura e natureza; 5 - Descentralização da promoção territorial, promovendo o território como um todo.	1 - Todos os stakeholders de turismo; 2 - Municípios envolvidos; 3 - Turismo Centro de Portugal; 4 - CCDRC.	De forma continuada

4.4. O futuro do destino

No sentido da recuperação do destino, os entrevistados fizeram várias sugestões com vista ao desenvolvimento sustentável do turismo local (Quadro 7).

No Quadro 7, verifica-se que os grupos empresarial e cultural levantam um maior número de questões

importantes para o desenvolvimento turístico local do que o grupo político. As necessidades e sugestões com o que o grupo político avança são, talvez, mais pertinentes, destacando-se a necessidade de formação e qualificação dos recursos humanos, que é transversal a qualquer atividade. No entanto, os promotores turísticos e culturais abordam outros elementos também eles relevantes e que, se nunca forem

ouvidos, permanecerão na inexequibilidade. Ainda no sentido da recuperação do destino, mas avançando-se já para a noção de desenvolvimento do destino turístico, expõem-se, no Quadro 8, os elementos que se consideram críticos para o desenvolvimento turístico do território em estudo.

5. Considerações finais

Foi possível confirmar o desenvolvimento e a aplicação de estratégias de marketing com vista ao aumento da qualificação e à valorização do território, com o propósito de afirmar o seu posicionamento competitivo no mercado, com uma comunicação cuidada, responsável e estratégica. Destacam-se: a) a realização de campanhas publicitárias; b) a presença de empreendimentos locais em programas televisivos; c) a realização de reportagens televisivas em empreendimentos locais; d) a realização de *fam trips*; e) o relacionamento com *influencers*; f) a realização de eventos polarizadores; g) a realização de eventos diferenciadores; h) o aproveitamento das redes para a dinamização do território.

Foram, ainda, implementadas campanhas publicitárias, destacando-se o papel da TCP, que atua sobre toda a Região Centro, e que foi o principal promotor de uma imagem favorável ao território. A rapidez da sua resposta, em conjunto com outros organismos, como a RPT e a CCDRC, reflete a existência de atos de planeamento e de prevenção adequados, tais como a qualificação adequada dos recursos humanos, um bom relacionamento com os meios de comunicação social e a criação prévia de um departamento de comunicação. Ainda assim, todos os indivíduos entrevistados revelaram que ninguém consegue estar plenamente preparado para uma catástrofe com a dimensão que os incêndios de outubro de 2017 tomaram, essencialmente, em termos de procedimentos de socorro e segurança.

Quanto às estratégias de promoção turística, houve também a necessidade de se alterar algumas abordagens antigas e de fugir a uma monodependência relacionada com a natureza como ativo principal, visto que esta foi severamente devastada. Deste modo, apostou-se em estratégias e iniciativas diferenciadoras, aproveitando-se os atributos singulares do território relacionados com a cultura, para se desenvolver uma nova lógica de valorização e de qualificação.

Tudo isto é cada vez mais relevante, dada a propensão crescente de fenómenos naturais adversos, devido às alterações climáticas que tanto alarmam a sociedade atual. Mas, mais do que isso, o valor do planeamento turístico e do marketing territorial reside também na capacidade que estes atribuem aos sistemas e às organizações em se adaptarem a ambientes constantemente mutáveis que acompanham o frenético ritmo evolutivo das sociedades. Em geral, depois de ultrapassada a fase de destruição e de perdas, à qual se respondeu segundo planos de contingência e segundo uma comunicação estratégica do desastre, as abordagens comunicativas mais tardias pautaram-se pela lógica de continuar a afirmar o que o território tem de distintivo e de projetar uma imagem de recuperação e de resiliência.

A presente investigação revela, pois, contributos para o estado da arte: a) corrobora como, no território em estudo, um território de baixas densidades e onde o turismo está em expansão, uma catástrofe como os incêndios pode ser imensamente devastadora; b) apresenta um conjunto de medidas de apoio específicas adotadas após uma catástrofe; c) apresenta um conjunto de estratégias e iniciativas promovidas após uma catástrofe, com o objetivo de qualificar e de valorizar o destino turístico; d) mostra como os promotores turísticos e culturais viram as ações adotadas pelos gestores do território; e) desenvolve a perspetiva dos promotores turísticos e culturais, bem como do poder executivo, quanto ao futuro do destino turístico que passou por uma catástrofe.

5.1. Problemas e limitações

Ainda que tenham efetivamente sido criados instrumentos de apoio e desenvolvidas estratégias e iniciativas de promoção do território, os grupos empresarial e cultural revelaram desconhecimento das mesmas. Houve, por isso, desarticulação nas ações adotadas em relação às perspetivas e necessidades dos operadores turísticos e culturais. Percebeu-se que não se registou uma abordagem colaborativa e integrada da gestão do desastre. É importante que os gestores do território tomem verdadeiramente consciência da natureza inter-relacional do sistema turístico, começando a desenvolver iniciativas de participação e de cooperação, em todas as fases de planeamento, para que todas as partes interessadas sejam ouvidas. Os grupos empresarial e cultural apontaram várias sugestões e necessidades inerentes

ao desenvolvimento turístico que o grupo político não apontou, pelo que há necessidade de articulação entre todos os *stakeholders*, para que todas as sugestões, necessidades e interesses sejam contemplados pelo poder executivo. Todavia, é relevante perceber que, após a tomada de conhecimento dos erros e das falhas da gestão da catástrofe (o que envolve processos de planeamento turístico e de marketing territorial), houve o esforço de reestruturação do planeamento turístico, orientando-o para uma gestão mais preparada e eficaz após o desastre.

5.2. Recomendações

Com base nos dados primários recolhidos, recomenda-se que se desenvolvam medidas e estratégias contínuas de planeamento turístico e de marketing territorial, por parte dos organismos públicos e dos gestores do território, bem como por parte de privados, concertando as suas estratégias numa mesma direção e com os mesmos objetivos. Deve estruturar-se um plano de gestão de desastres, o que envolve, além de planos de contingência, planos de comunicação estratégica. Os planos de gestão do desastre devem frequentemente ser monitorizados e devem ser alvo de alterações e de melhorias, segundo um processo de *feedback*. Assim, no pós-desastre devem ser realizadas reuniões de análise de desempenho e, consoante o *feedback*, melhorar sempre os planos existentes, com monitorização continuada. Além disso, o sistema turístico relaciona-se com todas as outras partes integrantes na comunidade, pelo que estas devem sempre ser consideradas e, sempre que possível, devem desenvolver-se iniciativas conjuntas com vista ao bem comum. É exemplo disso a participação de técnicos da TCP em reuniões periódicas dos CODIS, para que, caso haja alertas, os técnicos possam passar a informação diretamente às empresas turísticas, para que as atividades turísticas possam, assim, realizar-se articuladas com os organismos de socorro. Face a algumas divergências entre as opiniões do executivo e dos empresários, importa ter uma verdadeira articulação entre os promotores turísticos e os agentes públicos. O grupo empresarial, na sua grande parte, indicou que não foi estabelecido um trabalho em rede e de cooperação entre os vários grupos de interesse, após os incêndios, pelo que se sugere que se criem instrumentos e mecanismos de trabalho que auxiliem, verdadeiramente, a cooperação e a partici-

pação de todos os atores, nos vários momentos de ação.

Bibliografia

- Amir, A., Gharar, A., Jamal, S., & Ahmad, K. (2014). Sustainable tourism development: a study on community resilience for rural tourism in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 168, 116-122. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.217>
- Avraham, E., & Ketter, E. (2008). *Media strategies for marketing places in crisis*. Oxford: Elsevier.
- Beighley, M., & Hyde, A. C. (2018). *Gestão dos Incêndios Florestais em Portugal numa Nova Era. Avaliação dos Riscos de Incêndio, Recursos e Reformas*.
- Beirman, D. (2015). The development of a transnational tourism risk, crisis and recovery management network. In B. Ritchie & K. Campiranon (Eds.), *Tourism crisis and disaster management in the Asia-Pacific* (pp. 175- 189). Wallingford: CABI Publishing.
- Butler, R. W. (Ed.). (2017). *Tourism and resilience*. Wallingford: CABI Publishing.
- Buultjens, J., Ratnayake, I., & Gnanapala, A. (2015). From tsunami to recovery: the resilience of the Sri Lankan tourism industry. In B. Ritchie & K. Campiranon (Eds.), *Tourism crisis and disaster management in the Asia-Pacific* (pp. 132- 148). Wallingford: CABI Publishing.
- Buultjens, J., Ratnayake, I., & Gnanapala, A. (2017). Sri Lankan tourism development and implications for resilience. In R. Butler (Ed.), *Tourism and Resilience Pacific* (pp. 83- 95). Wallingford: CABI Publishing.
- Cammilleri, M. A. (2019). The Marketing Environment of Tourist Destinations. In M. A. Camilleri (Ed.), *The Branding of Tourist Destinations: Theoretical and empirical insights* (pp. 1-14). Bingley: Emerald Publishing.
- Candela, G., & Figini, P. (2012). *The Economics of Tourism Destinations*. Springer Texts in Business and Economics. Berlin Heidelberg: Springer.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2009). 'Mode 3' and 'Quadruple Helix': toward a 21st century fractal innovation ecosystem. *Int. J. Technology Management*, 46(3/4), 201-233.
- Carvalho, P., & Fernandes, J. L. (2001). Iniciativas de desenvolvimento local no espaço rural português: o exemplo do LEADER-ELOZ (entre Lousã e Zêzere). In L. Caetano (Ed.), *Território, Inovação e Trajetórias de Desenvolvimento* (pp. 241-271). Coimbra: Centro de Estudos Geográficos.
- CCDR. (2018). *Relatório 3A: habitações permanentes danificadas (total ou parcialmente) pelos incêndios*

- que ocorreram no dia 15 de outubro. Acedido em 05 de junho de 2018, em http://www.ccdrc.pt/index.php?option=com_docman&view=download&alias=4120-relatorio-a-15-dedezembro2017&category_slug=reerguerdosincendios&Itemid=739.
- CMDFCI. (2018). *Plano municipal de defesa da floresta contra incêndios 2018-2027*. Arganil. Acedido em 20 de agosto de 2019, em ftp://fogos.icnf.pt/CMDFCI/06_Coimbra/0601/3G/Caderno_l/.
- Cochrane, J. (2017). Tourism resilience in UK national parks. In R. Butler (Ed.), *Tourism and Resilience* (pp. 121-136). Wallingford: CABI Publishing.
- Comissão Técnica Independente, Guerreiro J., Fonseca C., Salgueiro A., Fernandes P., Lopez Iglésias E., de Neufville R., Mateus F., Castellnou Ribau M., Sande Silva J., Moura J. M., Castro Rego F., & Caldeira D. N. (Coords.). (2018). *Avaliação dos incêndios ocorridos entre 14 e 16 de outubro de 2017 em Portugal Continental*. Relatório Final.
- Cró, S., & Martins, A. M. (2017) Structural breaks in international tourism demand: Are they caused by crises or disasters? *Tourism Management*, 63, 3-9. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.009>
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408- 424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- CTI. (2018). *Avaliação dos incêndios ocorridos entre 14 e 16 de outubro de 2017 em Portugal Continental*. Assembleia da República. Lisboa. Acedido em 20 de agosto de 2019, em: <https://www.parlamento.pt/Documents/2018/Marco/RelatorioCTI190318N.pdf>.
- Dahles, H., & Susilowati, T. (2015). Business resilience in times of growth and crisis. *Annals of Tourism Research*, 51, 34-50. <https://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2015.01.002>
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00048-0)
- Ferrão, J. (2000). Relações entre mundo rural e mundo urbano: evolução histórica, situação actual e pistas para o futuro. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 33, 45-54.
- Fitjar, R. D., & Huber, F. (2015). Global pipelines for innovation: insights from the case of Norway. *Journal of Economic Geography*, 15(3), 561-583.
- Gartner, W. (1994). Image formation process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2-3), 191-216. https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12
- Gaspar, J. (2004). Técnica, território e poder. In M. Brandão (Coord.), *Milton Santos e o Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. Oxford: Elsevier.
- ICNF (Departamento de Gestão de Áreas Públicas e de Proteção Florestal) (2017). *10.º Relatório provisório de incêndios florestais - 2017*. Acedido em 20 de agosto de 2019, em <http://www2.icnf.pt/portal/florestas/dfci/Resource/doc/rel/2017/10-rel-prov-1jan-31out-2017.pdf>.
- INE (1963). *X Recenseamento geral da população no continente e ilhas adjacentes às 0 horas de 15 de dezembro de 1960*. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. Acedido em 20 de agosto de 2019, em https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacao_det&menuBOUI=13707294&contexto=pu&PUBLICACOESpub_boui=72846939&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1.
- INE (1984). *XII Recenseamento Geral da População. II Recenseamento Geral da Habitação*. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. Acedido em 20 de agosto de 2019, em https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacao_det&menuBOUI=13707294&contexto=pu&PUBLICACOESpub_boui=65587858&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1.
- INE (2002). *XIV Recenseamento geral da população e IV Recenseamento geral da habitação*. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. Acedido em 20 de agosto de 2019, em https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacao_det&menuBOUI=13707294&contexto=pu&PUBLICACOESpub_boui=133411&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1.
- INE (2012). *XV Recenseamento geral da população e V Recenseamento geral da habitação*. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa. Acedido em 20 de agosto de 2019, em https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_publicacao_det&menuBOUI=13707294&contexto=pu&PUBLICACOESpub_boui=73212469&PUBLICACOESmodo=2&selTab=tab1.
- INE (s.d.). *Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos*. Instituto Nacional de Estatística. Lisboa.
- Kastenholz, E. (2013). Creating, sharing and living rural tourism experiences: insight from a research project in Portugal. In *ORTE 2013 - International Conference on Rural Tourism: Re-inventing rural tourism and the rural tourism experience*. Acedido em 20 de agosto de 2019, em https://www.researchgate.net/publication/258422200_Creating_sharing_and_living_rural_tourism_experiences_insight_from_a_research_project_in_Portugal.
- Lazarrotti O. (1995). *Les loisirs à la conquête des espaces périurbains*, Coll. Tourisme et Sociétés. Paris: L'Harmattan.
- Lew, A. (2014). Scale, change and resilience in community tourism planning. *Tourism Geographies*, 16(1): 14-22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.864325>
- Lourenço, L. (2019). Incêndios florestais em Portugal Continental. Degradação da paisagem ou reabilitação após as cinzas. In L. Lourenço, F. Tedim, & C. Ferreira,

- C. (Eds.), *Os incêndios florestais. Em busca de um novo paradigma* (pp. 9-30). Coimbra: NICIF.
- Lourenço, S. (2007). *O povoamento alto-medieval entre os rios Dão e Alva*. Lisboa: Instituto Português de Arqueologia.
- Luthe, T., & Wyss, R. (2014). Assessing and planning resilience in tourism. *Tourism Management*, 44, 161-163. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2014.03.011>
- McAdam, R., Miller, K., McAdam, M., & Teague, S. (2012) The development of University Technology Transfer stakeholder relationships at a regional level: Lessons for the future. *Technovation*, 32(1), 57-67.
- Miller, K., McAdam, R., Moffett, S., Alexander, A., & Puthusserry, P. (2016). Knowledge transfer in university quadruple helix ecosystems: an absorptive capacity perspective. *R&D Management*, 46(2), 383-399.
- Moreira, C., Santos, N., & Serafino, T. (2017). XI. Turismo. In J. Loureiro, P. Castro, & F. Alves (Coords.), *Plano intermunicipal de adaptação às alterações climáticas da CIM-RC* (pp. 805-895). Coimbra: Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra. Acedido em 20 de agosto de 2019, em: <https://www.cim-regiao-de-coimbra.pt/wpcontent/uploads/2018/10/PIAAC-CIM-RC-vers%C3%A3o-web.pdf>.
- Moreno, L. (2008). A promoção e a oferta de turismo em áreas de baixa densidade. In C. Cavaco (Coord.), *Turismo, Inovação e Desenvolvimento - Actas do I Seminário Turismo, Planeamento e Território* (pp. 315-340). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- Niezgoda, A. (2013). Prosumers in the tourism market: the characteristics and determinants of their behaviour. *The Poznań University of Economics Review*, 13(4), 130-141.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: CAB International.
- Richardson, S., March, R., Lewis, J., & Radel, K. (2015). Analysing the impact of the 2011 natural disasters on the Central Queensland tourism industry. In B. Ritchie & K. Campiranon (Eds.), *Tourism crisis and disaster management in the Asia-Pacific* (pp. 149-160). Wallingford: CABI Publishing.
- Ritzer, G., Dean, P., & Jurgenson, N. (2012). The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 379-398. <https://doi.org/10.1177/0002764211429368>
- RNT (2019). *Registo Nacional de Turismo* [online]. Acedido em 20 de agosto de 2019, em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaRegisto.aspx>.
- Robinson, M., & Novelli, M. (2005). Niche tourism: an introduction. In M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: contemporary issues, trends and cases*. Oxford: Elsevier.
- Rocha G., Seabra C., Silva C., & Abrantes J. L. (2016) Holistic Tourism: Motivations, Self-Image and Satisfaction. *J Tourism Res Hospitality*, S2-004. <https://doi.org/10.4172/2324-8807.S2-004>.
- Rosselló, J., Becken, S., & Santana-Gallego, M (2020). The effects of natural disasters on international tourism: A global analysis. *Tourism Management*, 79, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104080>
- Santos, N. (2001). *A sociedade de consumo e os espaços vividos pelas famílias: a dualidade dos espaços, a turbulência dos percursos e a identidade social*. Lisboa: Edições Colibri.
- Santos, N., & Cunha, L. (2008). *Novas oportunidades para o espaço rural*. In N. Santos & A. Gama (Eds.), *Lazer. Da libertação do tempo à conquista das práticas* (pp. 209-225). Coimbra: IUC.
- Santos, N., Moreira, C., Ferreira, R., & Silveira, L. (2018). Impactos dos incêndios florestais na atividade turística. Vulnerabilidade e resiliência nos territórios afetados pelos fogos de 2017 na Região Centro. In A. Correia & P. Barbas Homem (Eds.), *Turismo no Centro de Portugal: potencialidades e tendências* (pp. 105-136). Coimbra: Actual Editora.
- Scarpino, M., & Gretzel, U. (2015). Conceptualizing Organizational Resilience in Tourism Crisis Management. In B. Ritchie & K. Campiranon (Eds.), *Tourism crisis and disaster management in the Asia-Pacific* (pp. 15-32). Wallingford: CABI Publishing.
- Scott, N., Laws, E. & Prideaux, B. (2008) Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23: 2, 1 - 13. http://dx.doi.org/10.1300/J073v23n02_01
- Viegas, D., Almeida, M., & Ribeiro, L. (2019). *Análise dos incêndios florestais ocorridos a 15 de outubro de 2017*. Coimbra: Centro de Estudos sobre Incêndios Florestais da Universidade de Coimbra.
- Walters, G., Mair, J., & Ritchie, B. (2015). Understanding the tourist's response to natural disasters: The case of the 2011 Queensland floods. *Journal of Vacation Marketing*, 21(1), 101-113. <https://doi.org/10.1177/1356766714528933>
- Wilks, J., & Moore, S. (2004). *Tourism risk management for the Asia Pacific region: an authoritative guide for the managing crises and disasters*. Queensland: APEC International Centre for Sustainable Tourism.

Anexo 1: Entrevista

1. O acontecimento

- Como viu o acontecimento:

- Para si?
- Para a comunidade?
- Para o território?

- Considera que houve problemas estruturais, falta de planeamento público ou gestão desadequada que contribuíram para a dimensão da catástrofe?

- Ao nível privado, a **empresa/instituição/organização** encontrava-se preparada para lidar com o desastre? Houve uma gestão adequada?

- Quais foram os impactos dos eventos de outubro de 2017 no território?

- E no turismo local?

- Considera que os incêndios afetaram negativamente a imagem do território?

- De que modo? Por favor, especifique.

2. A resposta ao acontecimento

- Na sua perspetiva, foram adotadas medidas para a recuperação do turismo no destino? Quais? E quais considera que deveriam ter sido tomadas?

- Quem/que entidades tomaram tais medidas? Entre empresas, associações, poder público e administração local, qual foi o grupo de interesse mais ativo na dinamização e diferenciação do território? E quem deveria ter tomado medidas e não tomou?

- Implementaram-se estratégias de marketing e place branding para reinventar a imagem do destino e dinamizar o território? Quais considera que deveriam ter sido implementadas?

• Houve campanhas de marketing (digital, na imprensa, etc.)?

• Houve aplicação de outras técnicas de RP e publicidade? Quais?

• Houve promoção de eventos culturais ou desportivos relevantes que tenham tido um papel dinamizador do território?

- Na sua perspetiva, como se lidou com os média nesta fase? Estabeleceram-se relações positivas ou não?

- Quais considera serem os ativos mais importantes para a regeneração turística local? Nesta região, considera que o foco deverá ser apenas o Turismo Rural e de Natureza?

- Considera o elemento cultural importante? Porquê?

- Conhece o Projeto Rede Artéria, a operar atualmente em Tábua? Qual considera ser o seu papel

nesse processo de dinamização cultural e turística em Tábua?

3. O que se espera para o futuro

- O que considera ser ainda necessário fazer futuramente para tornar o território mais atrativo e potenciar o turismo local? Em termos de:

- Acessibilidade e transportes
- Animação turística
- Alojamento
- Restauração

- Acredita que, num futuro mais distante, os incêndios de 2017 continuarão a ter um impacto negativo no turismo local?

• Sim - Porquê?

• Não - Como se recupera então da imagem negativa associada aos eventos de 2017?

- Considera que o território dispõe de recursos e ativos naturais que o poderão posicionar como um destino turístico relevante no futuro?

- E de ativos culturais, desde património histórico-cultural a eventos performativos?

- Na sua perspetiva, o que falta ainda fazer, em termos de organização e planeamento para se alcançar tal posicionamento?

- Em retrospectiva, e tendo em conta a resposta aos incêndios e as estratégias adotadas pelos vários grupos de interesse, considera que o turismo no concelho revelou ser uma atividade resiliente ao desastre implicado pelos incêndios de 2017?

- Conhece algum lugar/investimento/empresa ligada ao turismo que, tendo sido afetado significativamente pelos incêndios, está de novo recuperado ou em atividade?

