

Os Guias da Montanha e sua contribuição para a sustentabilidade do território e das gentes do Pico

G. Ezequiel^{*}, M. Carvalho^{**}

^{*} Graça Ezequiel - Instituto Politécnico de Leiria - GITUR, Portugal, graca.ezequiel@ipleiria.pt

^{**} Mário Carvalho - Instituto Politécnico de Leiria - GITUR, Portugal, mario.carvalho@ipleiria.pt

Resumo: A actividade turística é não só uma estratégia que contraria a rotina como também se assume como fonte de energia para situações de desgaste físico e mental do quotidiano. As viagens turísticas não só respondem às expectativas dos turistas que procuram lugares e experiências como contribuem para o desenvolvimento endógeno e competitivo dos destinos. A sustentabilidade desses espaços torna-se, pois, dependente de acções equilibradas, protagonizadas pelos diferentes agentes do fenómeno turístico. A redescoberta das potencialidades lúdicas e desportivas associadas à montanha impulsionam significativamente a atractividade turística daqueles espaços o que por outro lado significa a necessidade de se criar um modelo de desenvolvimento equilibrado e sustentado. Sem estratégias de auto-regulação e manutenção do equilíbrio ecológico os ambientes de montanha degradar-se-ão perdendo os valores diferenciadores que, em primeiro lugar, atraíram para aí o turismo.

Por outro lado o aumento do número de clientes, mais exigentes, legitima a apropriação de novos lugares e a oferta de profissionais qualificados. Por acção dos guias de turismo, os visitantes podem assim desfrutar dos destinos numa perspectiva cultural, ambiental e social.

A montanha do Pico, ponto mais alto de Portugal localizado na ilha do Pico - Açores, é um destino de montanha cuja forma dominante de visitação - ascensão ao Pico Pequeno - implica o acompanhamento de um Guia de Montanha. Os Guias de Montanha, responsáveis pela segurança dos visitantes na visita   montanha, têm que estar devidamente credenciados pelo Secretaria do Ambiente. A vulnerabilidade da Montanha do Pico acrescida da pressão exercida pelos visitantes faz do trabalho dos Guias de Montanha do Pico uma variável de excepcional importância para a sustentabilidade do território. Torna-se assim crucial conhecer a importância dos Guias de Montanha enquanto elementos interventivos no modelo onde a satisfa o dos visitantes e o reforço da imagem do destino são prioridades. Nesse sentido levou-se a efeito um estudo relativamente à importância dos Guias de Montanha face à sustentabilidade do território. Para tal procedeu-se a uma revisão de literatura sobre o turismo de montanha, sustentabilidade dos territórios e turismo natureza. Com a aplica o das entrevistas semi-estruturadas aos Guias de Montanha do Pico processou-se uma análise qualitativa da oferta dos serviços prestados pelos Guias. Da aplica o das entrevistas concluiu-se que a actividade dos Guias de Montanha assume importante papel para a aquisi o de competitividade e sustentabilidade dos territórios na Montanha do Pico - Açores.

Palavras chave: Guia de montanha; Pico; Sustentabilidade; Turismo.

Abstract Tourism has been recognized as an escape of the high physical and mental tiredness. Travels permits, therefore, meet the expectations of tourists in search of places and experiences that work as a contribute for endogenous development, for sustainability and destinations competitiveness. The sustainability of these areas depends on balanced actions by different agents that are involved in the tourism phenomenon. The rediscovery of potential recreational and sports activities related to the mountain, led to a significant increase in its tourist appeal, justifying the need to ensure a balanced and sustained development. Without self-regulations strategies and ecological landscapes balance, mountain environments will deteriorated, after some time, losing their values. On the other hand, the increasing number of demanding consumers, not only justifies the appropriation of new places as well as the emergence of skilled professionals, which ensures the quality of services in the tourism system. Through the tour guides, visitor enjoys each destination in a cultural, environmental and social perspective. The mountain of Pico, the highest point of Portugal located on the island of Pico, Azores, is a mountain destination whose dominant form of visitation - ascent to Pico Pequeno - involves tracking with a mountain guide. The mountain guides, who are responsible for visitor's safety during the visit, must be

accredited by the Ministry of Environment. As a vulnerable mountain and due to the pressure of visitation it faces, the contribution of Pico Mountain Guides is crucial. To know the importance of Mountain Guides as interventional elements in Pico's sustainability, in a model where the satisfaction of the visitors and destination image are priorities, we took out a study that allow weaving some important considerations in that territory. To this end, we present a review of the literature on mountain tourism and sustainability on nature areas. It was also preferred a qualitative analysis with semi-structured interviews applied to Pico Mountain Guides. With analysis of the results we concluded that Mountain Guides activity plays an important role for the acquisition of competitiveness and sustainability of the territories on the Mountain of Pico - Azores.

Keywords: Mountain Guide; Pico; Sustainability; Tourism.

Introdução

O turismo, sempre que implementado de forma sustentada, é um instrumento estruturante e gerador de inquestionáveis benefícios de longo prazo. O turismo não poderá ser considerado apenas um negócio empresarial pois a sua missão assenta na promoção, de forma conjugada, de actividades, territórios e populações locais. O turismo deverá ser o capital dinamizador dos territórios numa visão de franca sustentabilidade, relacionando as economias solidárias num modelo que visará a inserção das populações nos diferentes territórios, sejam parques naturais ou simplesmente áreas rurais. O turismo nas regiões de maior risco assume-se como elemento de importância singular rumo à sustentabilidade, dado que gera interessantes rendimentos directos e indirectos, mais e melhor emprego (Bursztyn, 2005).

A vocação turística de um destino não só é determinada pelos recursos turísticos intrínsecos como pelos profissionais de turismo que respondem às necessidades dos visitantes. Torna-se assim imprescindível compreender a importância dos serviços prestados pelos profissionais do turismo rumo ao desenvolvimento dos territórios, no entanto esta dinâmica será tão maior quanto a capacidade para integrar valores e culturas locais.

Actualmente são realizadas cerca de 27 milhões de viagens na Europa cuja motivação principal é o turismo natureza (Carvalho, 2010). Estas actividades asseveram elevado potencial para a revitalização de imensas regiões que em grande parte dos casos se encontram subvalorizadas. Aqueles territórios serão tão mais sustentáveis quanto mais endogeneizarem aspectos culturais, tradições e recursos locais. Os resultados reflectidos no emprego e na conservação do meio ambiente provocam assim forte impulso na reabilitação do património natural e cultural. (Vera, 1997).

Apesar de introduzir inúmeras vantagens o turismo suscita ainda assim alguns problemas. Esta realidade introduz definitivamente a necessidade de se definir e aplicar estratégias para alterar ou minimizar problemas.

Para a efectiva satisfação dos visitantes/turistas é necessário que os destinos apresentem determinadas atractividades. Contudo a referida atractividade, especialmente no turismo natureza, só se verificará se existir uma adequada interpretação dos monumentos naturais. Neste sentido o trabalho desenvolvido pelos Guias é de imprescindível importância pois representa por outro lado uma excelente estratégia para o posicionamento e diferenciação do destino. Torna-se assim pertinente, no caso do monumento natural da Montanha do Pico, estudar o trabalho desenvolvido pelos Guias de Montanha. O desenvolvimento do trabalho assentou em entrevistas semi-estruturadas onde se entrevistaram 65% dos guias credenciados pela Secretaria Regional do Ambiente dos Açores.

Turismo de montanha e desenvolvimento sustentável

O Turismo Natureza é um forte e sustentável sector da indústria do turismo. Nações como a Austrália, Quênia, Nepal, Costa Rica e Tanzânia são importantes exemplos de Turismo

Natureza. Segundo a OMT, o Turismo Natureza não só tem crescido de forma incomparável como evidencia forte tendência para a sustentabilidade. Os Estados Unidos da América, Canadá, e Europa são os grandes mercados emissores. Os espaços naturais, nomeadamente as áreas protegidas de montanha com o seu reconhecido e elevado valor natural, cultural e paisagístico apresentam uma extraordinária vocação para o desenvolvimento de actividades de aventura turísticas/recreativas (Carvalho, 2010).

Segundo Pinto (2004) a motivação dos turistas que procuram o turismo natureza resulta não só da vontade de descobrir diferentes modos de vida e distintos territórios como da saturação do turismo de massas. As montanhas são os extremos de um mundo físico, i.é., a fronteira entre o tangível e o intangível, entre o conhecido e o desconhecido, entre o imaginado e o inimaginável, sendo esta deslocação do normal para o extraordinário, que confere uma atractividade sem paralelo (Beedie & Hudson, 2003).

Os territórios de montanha assumem-se como os destinos mais atractivos, representando 20% dos actuais fluxos turísticos o que significa quinhentos milhões de turistas/ano (Thomas *et al.*, 2006). O turismo de montanha é uma alternativa consistente aos destinos massificados contribuindo para a reconversão de espaços que em muitos casos haviam entrado em declínio (McCool, 2002). Por outro lado constata-se que as populações residentes nos territórios de montanha para além de serem parte do produto são acima de tudo a verdadeira atracção completando a parte integrante da experiência que os turistas procuram. Torna-se assim capital a inter-acção dos locais com os turistas para a obtenção de experiências definitivamente marcantes para a satisfação daqueles (Zamani-Farahani & Musa, 2008).

A relevância dos valores ambientais e patrimoniais das montanhas e a sua crescente valorização social representa a natureza por excelência, tornando-se o antídoto da sociedade urbana moderna. Dada a actual expressão do turismo de montanha em Portugal é crucial o desenvolvimento de políticas e estratégias que organizem e harmonizem as relações entre territórios e visitantes (Carvalho, 2010). Os territórios de montanha para além das mais-valias resultantes do ambiente e envolvimento natural conseguem ainda acrescer dupla atractividade graças aos riscos intrínsecos que a montanha naturalmente induz. Verifica-se que o estado de insegurança/medo que os turistas vivenciam na montanha, especialmente na alta montanha, significa momentos de enorme descarga de stress significando satisfação (Beedie & Hudson, 2003). O turismo natureza/montanha apresenta-se em duas distintas figuras, o *hard* e o *soft*. O *hard* para além de exigir planeamento, equipamento adequado e excelente preparação física e mental obriga a elevados níveis de experiência e conhecimento. Contudo os turistas que iniciam actividades de montanha devem por princípio fazê-lo na versão *soft* dado que o risco e exigência se encontram na medida das dificuldades e inexperiência (Carvalho, 2010). Em Portugal já existe uma enorme panóplia de actividades de montanha preparadas para iniciados ou pessoas com dificuldade de mobilidade.

Motivações de aventura

É o forte desejo de viver e interagir com a natureza que motiva turistas e visitantes a procurarem as montanhas como locais de aventura. Aventura significa desafio e riscos proporcionando sensações de prazer, liberdade e superação pessoal (Beedie, 2005). O medo provocado pelo risco provoca excitação o que significa satisfação e subsequentemente interesse por viagens turísticas de aventura (Sung, Morrison & O'Leary, 1997). Dado que a experiência decorre de um estado de incerteza, que não pode ser por isso planeado, torna-se numa experiência extremamente excitante (Weber, 2001). A variável risco assume-se como o *core-business* das actividades turísticas de aventura e por isso parte indivisível do prazer (Elias & Dunning, 1992). Embora o risco seja parte integrante do referido modelo não significa que o mesmo seja materializado (Elsrud, 2001). O turismo aventura remete os praticantes para inigualáveis estados de projecção física e mental que em muitos casos extravasam os próprios limites (Harris & Harris, 1995). Paradoxalmente na actual sociedade, onde se procura

tornar tudo mais seguro, aspira-se a necessidade de viver o risco no propósito da superação individual (Le Breton, 2000). O medo e a incerteza passam a ser vividos como experiências positivas e recomendadas (Holyfield & Fine, 1997). A aventura tende a concentrar-se em locais de turismo natureza com especial destaque para as montanhas, espaços de difícil acesso e não massificados (Hudson, 2003).

O montanhismo/escalada, especialmente nas sociedades mais desenvolvidas, atrai os mais aventureiros assumindo elevado simbolismo de conquista. Os alpinistas são reconhecidos como indivíduos que se privam de faustos e comodidades executando autênticas missões (Bachelard, 2002). O alpinismo remete as gentes para uma sensação de ascensão. Escalar significa a conquista... o sucesso. O alpinismo representa uma forte metáfora social. Subir ao topo da montanha afigura olhar o mundo de cima projectando os visados num modelo de estrato social. A conquista de um cume para além de ser um admirável feito confere nobreza e glória aos alpinistas. Colocar amuletos, bandeiras, fotos e outros objectos de carácter pessoal nos cumes representa momentos de conquista e reconhecimento. Escalar montanhas afigura não só a plena reprodução do ideal dos desportos de aventura como parte dos ideais das sociedades contemporâneas (Calegari, 1975).

O contributo dos Guias de Montanha para o desenvolvimento e sustentabilidade do turismo

Com o rápido desenvolvimento do sector turístico potenciou-se o número de viagens realizadas em grupo ou individualmente. Tornou-se assim necessário garantir a satisfação dos turistas face à oferta dos destinos, para tal as organizações oferecem diferentes experiências rumo à superação das expectativas. As visitas guiadas desempenham, por isso, um importante papel pois permitem a aproximação das pessoas aos lugares, proliferando uma ligação intelectual, emocional e espiritual reflectida, por sua vez, em benefícios para as comunidades locais. Neste sentido todos os recursos humanos afectos à oferta cumprem um papel relevante no desenvolvimento do turismo dado que proporcionam segurança e promovem a interpretação/compreensão dos destinos (Lillo, Ramón y Sevilla, 2007). Segundo Hounnaklang (2004) existe no entanto a necessidade de identificar os diferentes tipos de guias de acordo com o território ou função desempenhada, entre outros observam-se os guias locais, guias-intérpretes, correios de turismo, transferistas, ou guias especializados. Apesar da reconhecida posição que ocupam no sistema turístico, aos guias não compete apenas ajudar os turistas a obter experiências únicas mas, acima de tudo, também desenvolver o turismo de forma sustentada favorecendo as comunidades. Deverão projectar uma imagem favorável do destino aumentando não só o interesse dos turistas pela natureza e cultura locais como estimulando comportamentos ambientalmente responsáveis.

No imediato, os guias devem estar preparados para planear e orientar (Black & Weiler, 2005). Não menos importante, terão que compreender as necessidades e desejos dos turistas, inobstante as diferenças culturais ou idioma (Salazar, 2007). A interpretação deve ser entendida como uma parte do processo tornando o destino acessível aos turistas, facilitando a empatia e compreensão do lugar, ao mesmo tempo que apela à conservação do património cultural ou natural (Stewart *et al*, 1998), permitindo controlar os diferentes impactos dos turistas sobre esses recursos. Murta & Goodey (2002) reconhecem que a interpretação estimula a curiosidade, permitindo entreter e inculcar novas atitudes nos visitantes por via de uma experiência com qualidade (Beck & Cable, 1998). O guia de turismo, sem ignorar as suas principais responsabilidades deve, deste modo, enfatizar a aplicação dos princípios do desenvolvimento sustentável no desempenho da sua actividade uma vez que as mensagens transmitidas ao turista poderão determinar percepções, sensações e/ou atitudes a curto ou longo prazo. (Figura 1.1).

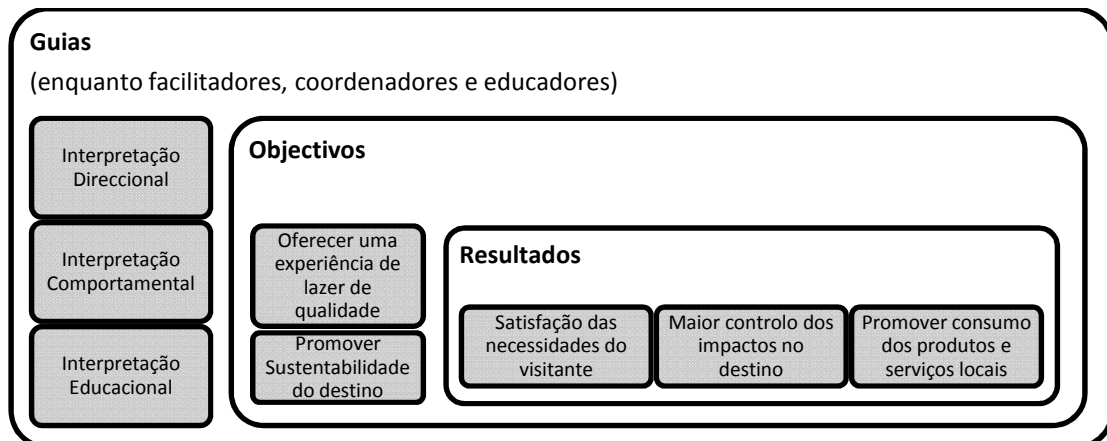


Figura 1.1 Contributo dos guias para a sustentabilidade nos destinos
Fonte: Adaptado de Hu (2007)

Segundo Hu (2007), deve ser entendida a existência de três tipos de informações interpretativas: direccional, comportamental e educacional. Estas permitirão prosseguir os diferentes objectivos inerentes à actividade de guia, conferindo como principais resultados por um lado a satisfação dos clientes e, por outro, o desenvolvimento sustentado dos destinos. A informação interpretativa direccional está relacionada com as informações básicas associadas a qualquer visita - horários, distâncias a percorrer, duração da(s) visita(s), locais a visitar, entre outros e que permitem atestar a segurança desejada pelo cliente. Da informação interpretativa comportamental constam as orientações preconizadas pelas comunidades locais que podem assim monitorizar as atitudes/comportamentos dos visitantes. Relativamente à informação interpretativa educacional, cujo principal objectivo é permitir aos clientes compreender profundamente o destino que visita, incluem-se pormenores históricos, geográficos, culturais e sociais. A profissionalização da actividade de guia implica combinar estes procedimentos com os interesses das comunidades locais.

Os Guias de Montanha

Acalentado pela necessidade de fuga ao elevado desgaste físico e mental resultante da sua rotina, redescobre as potencialidades desportivas e lúdicas associadas aos espaços de natureza, o que permite um aumento significativo do número de turistas nesses territórios. Os espaços de montanha, que pelas suas características naturais inigualáveis têm-se tornado uma excelente alternativa para o turismo, convertem-se em espaços de consumo com elevada vocação natural. A compreensão da natureza não significa, para o turista, ganhar unicamente conhecimento, mas, principalmente, reconhecer a beleza local e desenvolver a relação com a natureza através da experiência. O ambiente de montanha mostra-se perigoso e aparentemente indomável o que, no contexto da aventura, gera entusiasmo por actividades onde existem riscos aparentemente difíceis de controlar. Justifica-se assim a actividade dos Guias de Montanha que tudo deverão fazer para eliminar os acidentes com os visitantes e reduzir os impactos daqueles sobre o meio natural. Os guias deverão, não só atender às legítimas expectativas dos turistas como, contribuir para aumentar a satisfação daqueles. Neste sentido, ao contrário do que acontece na maioria das demais actividades turísticas, os clientes não devem ser entendidos como meros espectadores mas antes como "montanhistas", isto é, participantes activos e também co-responsáveis pela sua segurança. A acção dos Guias de Montanha qualificados deve ser entendida como uma ferramenta fundamental para o aumento da competitividade e sustentabilidade dos destinos. Segundo

Black & Weiler (2005), existem alguns mecanismos que podem melhorar o desempenho dos guias, nomeadamente associações profissionais, formação, certificação profissional, licenciamento e códigos de conduta. Os Guias de Montanha para além de saberem interpretar cartas militares e reconhecer os trilhos deverão conhecer as exigências inerentes às actividades desenvolvidas em montanha e zelar pela integridade física dos visitantes. Weiler & Ham (2002) afirmam que o perfil ideal de um guia certificado passa por incorporar pelo menos três competências, conhecimento do produto; formação linguística e gestão de experiências turísticas com elevado nível interpretativo. Os Guias de Montanha para além de guiarem pessoas que por defeito têm um espírito livre, procuram emoção e desafios, têm que assegurar visitas sem acidentes (Langmuir, 1984).

Estudo de Caso: os Guias de Montanha do Pico e sua contribuição para a sustentabilidade do território e das gentes do pico

Para caracterizar e compreender o trabalho desenvolvido pelos Guias de Montanha do Pico e estimar o seu envolvimento na sustentabilidade do território procedeu-se a uma entrevista a 65% dos profissionais. A informação recolhida permitiu construir e emanar recomendações de enorme importância para o aumento da sustentabilidade no destino. A informação resultou da aplicação de entrevistas semi-estruturadas, no mês de Setembro de 2011, visando o universo dos guias credenciados (Figura 1.2). Após a análise do conteúdo, identificaram-se e alocaram-se os temas por categorias a partir dos dados obtidos nas entrevistas. A análise dos conteúdos não só forneceu novas percepções sobre fenómenos particulares como permitiu gerar inferências, na sua maioria replicáveis e válidas a partir dos objectos em análise (Maxwell, 1996).

Nr.	Residência	Idade	Género	Habilitações Académicas	Experiência
E1	Madalena	38	Masculino	9º ano escolaridade	15 anos de experiência
E2	S. Mateus	50	Masculino	9º ano escolaridade	17 anos de experiência
E3	Calheta do Nesquim	55	Masculino	12º ano escolaridade	9 anos de experiência
E4	Santana	62	Masculino	Licenciado em Química	11 anos de experiência
E5	Madalena	42	Masculino	9º ano escolaridade	24 anos de experiência
E6	Madalena	33	Masculino	12º ano escolaridade	5 anos de experiência
E7	Madalena	33	Feminino	Licenciada em Biologia	4 anos de experiência
E8	S. Roque	44	Masculino	12º ano de escolaridade	4 anos de experiência
E9	Madalena	39	Masculino	12º ano de escolaridade	19 anos de experiência
E10	S. Mateus	48	Masculino	4º ano de escolaridade	31 anos de experiência

Figura 1.2 Contributo dos guias para a sustentabilidade nos destinos

Fonte: Própria (2011)

A montanha é vulgarmente percebida como perigosa e inalcançável, o que se por um lado desperta a curiosidade e o espírito de aventura por outro obriga à medição dos riscos inerentes. A montanha do Pico - Açores, ponto mais alto de Portugal, com cerca de 2.351 metros de altitude é um destino de montanha. No Pico é não só habitual a queda de neve especialmente nos meses de Inverno como nos meses de Verão a presença de fortes nevoeiros a partir dos 1500 metros de altitude (Medeiros, 2010).

O trilho inicia-se na Casa da Montanha¹ (1.220 metros de altitude) e termina no Piquinho a 2.351 metros de altitude. O percurso tem cerca de cinco quilómetros de extensão e é percorrido anualmente por cerca de seis mil visitantes. As actuais regras de acesso à Montanha do Pico apenas permitem que 160 pessoas estejam em simultâneo no percurso. O Piquinho apenas poderá suportar 40 pessoas em simultâneo. A permanência dos visitantes no

¹ Inaugurada em 2008, a Casa da Montanha agrega um centro de interpretação ambiental e a central de monitorização de grupos (via GPS) na ascensão à montanha do Pico. (Oliveira, 2010).

Piquinho não deverá ultrapassar os 30 minutos. A ascensão deverá ser sempre, pela exigência física e risco, realizada na companhia de um guia credenciado.

Para o reconhecimento das variáveis críticas ao desempenho das funções de Guia de Montanha do Pico identificaram-se e classificaram-se quatro principais temas: (1) Formação, (2) Competências e responsabilidades, (3) Avaliação das expectativas dos turistas, (4) Contributo para o desenvolvimento sustentável do destino.

Formação

Ser-se guia num ambiente de montanha implica não só muito esforço e dedicação como requer forte preparação física e emocional. Ainda que o factor económico possa ser condição importante para alguns dos profissionais, contudo não enceta a lista das expectativas da generalidade dos entrevistados. Comunicar com os visitantes e o gosto pela montanha a par de outras actividades relacionadas com o montanhismo assumem as preferências de grande parte dos Guias de Montanha do Pico.

Segundo os entrevistados, a vocação intrínseca e a formação obtida são as grandes mais-valias para projectar e otimizar as acções de acompanhamento, informação e auxílio aos visitantes. Todas estas competências deverão estar suportadas na indispensável certificação oficial (carta de guia) decorrente da frequência do curso disponibilizado pela Secretaria do Ambiente.

Todos os guias entrevistados possuíam a certificação de Guia de Montanha, ministrado pela Secretaria do Ambiente, com uma duração total de 350 horas.

Segundo os Guias entrevistados o referido curso que dá especial ênfase ao conhecimento da fauna e flora autóctones não oferece módulos na área de liderança e dinâmica de grupos.

Pelos Guias foi ainda referido a necessidade de introduzir formação prática dado que os conteúdos são, na sua maioria, excessivamente teóricos. Segundo aqueles a curta duração do curso também inferiu elevada superficialidade em importantes matérias tal como o socorrismo. A falta de contacto prático com o espaço natural (montanha) onde é desenvolvida a actividade de visitação/guia foi unanimemente expresso como aspecto negativo.

Alguns guias, de forma individualizada, superam algumas das referidas carências já que detêm formação pessoal em distintas áreas. Nomeadamente em Biologia (E7)², participação em congressos e conferências (E2) e frequência de outros cursos complementares, tal como iniciação à escalada (E9).

Competências e responsabilidades

A maioria dos entrevistados afirma que a contratação do serviço de guia decorre da necessidade dos clientes serem conduzidos ao longo dos percursos. Segundo a opinião dos Guias entrevistados o principal motivo para a sua contratação prende-se com questões de segurança. Contudo, especialmente no caso dos clientes estrangeiros, a interpretação da fauna e flora ao longo do trilho é também um factor de valor acrescentado.

Os guias deverão, também, esclarecer os potenciais visitantes da severidade imposta pelo percurso na ascensão ao Pico. Por outro lado os guias deverão desaconselhar a visita a todos os indivíduos mal preparados fisicamente.

Iniciado o percurso de escalada os guias devem ainda monitorizar a condição física dos participantes e conceder efectivo apoio na selecção dos trilhos mais ajustados à manutenção do parque e à condição dos visitantes.

² Conforme Figura 1.2 - Perfil dos Guias de Montanha entrevistados.

Tais cuidados, permite que os turistas desenvolvam uma ligação afectiva e responsável com o destino. Os Guias de Montanha do Pico mencionaram ainda a importância de existir uma forte capacidade de comunicação com os clientes. De acordo com (E4) é imprescindível a existência de conhecimentos técnicos adequados às necessidades dos visitantes. A visitação deverá, ainda, contemplar guias com forte cultura geral pois essa disponibilidade acrescentará valor à visita/experiência (E1). Por fim foi ainda referido ser importante evidenciar indelével prazer no relacionamento com a natureza a par de grande respeito pela montanha (E8).

Avaliação das expectativas dos turistas

A escalada da Montanha do Pico está classificada pela Secretaria do Ambiente como um trilho de elevada dificuldade. A Montanha do Pico tal como os demais destinos/territórios de média e alta montanha pode em face da alteração das condições meteorológicas apresentar gravíssimos problemas para todos os que se encontram a desenvolver actividades de montanhismo.

Estes problemas serão ainda mais graves se os visitantes não tiverem experiência de alta montanha, preparação física e psíquica ou desconhcerem o território.

Nesse sentido, enquanto expectativa, é absolutamente recomendável que as vistas ou escaladas sejam realizadas na companhia de profissionais devidamente credenciados. Estas expectativas coincidem com algumas das variáveis que nem sempre são entendidas como importantes e por isso valorizáveis. De facto as questões de segurança fazem toda a diferença quer para os turistas quer para a sustentabilidade dos destinos. A segurança não pode sob razão alguma ser relegada para segundo plano. Não só são vidas³ que estão em risco como ainda a própria imagem destino que poderá ficar gravemente abalada dado a velocidade e impacto de notícias deste tipo.

Para além das competências técnicas a desenvolver pelos Guias de Montanha do Pico é igualmente importante identificar as diferentes motivações dos visitantes e satisfazê-las.

Os visitantes que trilham a montanha do Pico procuram usufruir uma vista panorâmica inigualável. Do ponto mais alto de Portugal é possível não só assistir ao nascer do Sol de forma única como avistar as ilhas Terceira, São Jorge e Faial. Paralelamente a ascensão ao Pico Pequeno encerra por si só um fortíssimo desafio físico e psíquico, representando para a maioria dos visitantes a superação de um enorme desafio.

As referidas dificuldades associadas ao facto de ser o ponto mais alto de Portugal faz deste monumento natural, especialmente para os portugueses, um produto turístico muito atractivo.

Contributo para o desenvolvimento sustentável do destino

A par da biodiversidade e da herança cultural que lhes está associada, a Montanha do Pico, é um lugar de descanso, aventura, solidão e beleza cénica, o que legitima a procura de visitantes, nacionais e estrangeiros. Acresce pois a preocupação de entender a fragilidade dos ecossistemas de montanha e por isso controlar o desenvolvimento do território de forma sustentada. Face a este pressuposto, os entrevistados são da opinião que a preservação terá que partir dos guias que, por sua vez, ao transmitir fidedignos conhecimentos sobre as gentes

³ "...Paula Clark norte-americana, de 42 anos, foi encontrada morta, na montanha da ilha do Pico, pelos Bombeiros Voluntários da Madalena, o corpo da mulher foi encontrado a cerca de 400 metros de uma furna habitualmente utilizada para repouso dos turistas que sobem a montanha mais alta de Portugal. A vítima tinha uma perna partida e terá morrido devido a "hipotermia", na sequência do frio que apanhou durante a descida da montanha do Pico, altura em que se terá perdido..."

Fonte: <http://www.acorianooriental.pt/img/oldData/data/20063804061.PDF>

ou: <http://www.publico.pt/Local/cidada-norteamericana-encontrada-morta-na-montanha-da-ilha-do-pico-1272189>

e o território, possibilitarão a replicação da informação (“boca-a-boca”) junto de futuros visitantes criando o desejo da visita.

Tal efeito só ocorrerá se os guias conseguirem, naturalmente, provocar curiosidade e satisfação. No entanto, os Guias de Montanha só conseguirão ter sucesso se trabalharem por gosto (pela natureza) e não pelas estatísticas ou apenas por razões financeiras. Os Guias deverão prosseguir o princípio de que “respeitando a montanha, respeita-se a comunidade local” (E9). Alguns entrevistados referem ainda que as suas funções não visam apenas a promoção da montanha mas sobretudo da ilha, enquanto território de autenticidade e de experiências (E5). Para que as mensagens, partilhas e histórias fiquem na mente dos turistas, os guias devem dedicar-se à sua actividade com alma e coração. Por outro lado o papel dos Guias será tão mais importante quanto maior for a sua participação nas políticas relacionadas com a Montanha do Pico pois “só quem trabalha directamente no ‘terreno’ tem sensibilidade para identificar os problemas e propor as soluções” (E3).

Conclusões

Muitos dos principais problemas de sustentabilidade na montanha estão directa ou indirectamente associados ao aumento do uso destes espaços enquanto destinos turísticos. Embora o turismo controlado possa trazer benefícios para as comunidades locais, são inúmeros os riscos a que os seus recursos naturais e culturais estão sujeitos.

Sempre que o turismo é a espinha dorsal da economia o seu desenvolvimento aparece acoplado a uma visão fortemente economicista o que remete as preocupações ambientais para cenários de segundo plano. No que diz respeito à sustentabilidade é comum verificar-se que são os próprios turistas o problema. É importante que os profissionais de turismo, a par dos decisores políticos locais, se constituam como referência para intervenções de boas práticas. Esta questão assume-se de importância capital quando turismo de montanha.

Com o presente trabalho de investigação conclui-se que existe sem excepção, por parte dos Guias de Montanha do Pico, uma vontade em responder com enorme qualidade às exigências dos turistas que visitam a Montanha do Pico. Esta conclusão remete ainda para a permanente necessidade de existir uma oferta formativa, de modo continuado, permitindo a superação das expectativas dos visitantes e o fomento do desenvolvimento sustentável dos territórios.

Como recomendações apela-se à necessidade de melhorar e uniformizar as competências dos guias certificados. Em futura oferta formativa deverão ser incorporados diferentes temas como primeiros socorros, interpretação ambiental e estágios em ambiente natural.

Os guias deverão ter ainda formação que lhes permita com competência remeter os visitantes/turistas para outras visitas a relevantes mais-valias turísticas (atracções) de um território (Pico - Faial - São Jorge) onde a vinha do Pico (património da humanidade UNESCO), Parque Natural do Faial⁴, primeiro destino português a receber o galardão “EDEN” (Destino Europeu de Excelência) e as Fajãs de São Jorge com especial destaque para a Fajã dos Cubres e Santo Cristo merecem especial relevo.

Num futuro próximo deverá ainda ser constituída uma associação com carácter vinculativo que preconizará a defesa da classe dos Guias e demais agentes da fileira estabelecendo o equilíbrio entre os interesses dos turistas e do território numa perspectiva de absoluta sustentabilidade ambiental com especial destaque para a fauna, flora e património geológico.

⁴ O Parque Natural do Faial integra cinco centros de visitantes (resultado da recuperação de edifícios antigos), estações interpretativas, zonas de contemplação e sete trilhos pedestres recuperados, recursos que se encontram reunidos num guia de visita e que contam com parcerias nas áreas da animação turística e da hotelaria.

Será ainda pertinente criar-se plataforma digital (vulgo página *WEB*) onde serão recebidas propostas e sugestões visando o desenvolvimento de ideias e soluções na resolução de problemas entretanto identificados. A referida plataforma poderá por outro lado disponibilizar informação relativa à oferta de serviços relacionados com a visitação à Montanha. O portal a criar deverá funcionar como uma ferramenta que articulará todo um conjunto de produtos e serviços criando um destino turístico de excelência que definitivamente já é único no mundo.

Referências

- Bachelard, G. (2002). *Earth and reveries of will: An essay on the imagination of matter*, Dallas, The Dallas Institute Publications.
- Beck, L. & Cable, T. (1998). *Interpretation for the 21st Century*. Champaign, IL, Sagamore Publishing.
- Beedie, P. (2005). The adventure of urban tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, **18** (3), 37-48.
- Beedie, P. & Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, **30** (3), 625-643.
- Bursztyn, I. (2005). *Políticas públicas de turismo visando à inclusão social. Dissertação de Mestrado*, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil. <http://www.ivt-rj.net/ivt/bibli/lvan%20Bursztyn%20-%20tese%20completa.pdf>. (acedido em Agosto de 2011).
- Calegari, P. (1975). La psicología del alpinista. In: *Alpinismo moderno*, G. Zotto, Editorial Hispano Europea, Barcelona, pp. 31- 55.
- Carvalho, M. (2010). *El grado de importancia del Marketing Relacional en el espacio de alojamiento para el Turismo de Naturaleza. El caso de Portugal*. Tese de Doutoramento, Universidad de Extremadura, Espanha.
- Elias, N. & Dunning, E. (1992). *A busca da excitação*, Lisboa, Difel.
- Elsrud, T. (2001). Risk creation in travelling: Backpacker adventure narration. *Annals of Tourism Research*, **28** (3), 597-617.
- Harris, A. & Harris, T. (1995). *Staying OK*, Melbourne, Arrow Books.
- Holyfield, L. & Fine, G. (1997). Adventure as character work: The collective taming of fear. *Symbolic Interaction*, **20** (4), 343-363.
- Hounnakang, S. (2004). Profiles and Roles of Tour Guides: A Comparative Study between Thailand and the UK. *The 2nd Asia-Pacific CHRIE (Apac CHRIE) Conference & the 6th Biennial Conference on Tourism in Asia Proceedings*, May 27-29, 2004, Thailand.
- Hu, Wei (2007). *Tour Guides and Sustainable Development: the Case of Hainan*. PhD Thesis, University of Waterloo, Ontario.
- Hudson, S. (2003). *Sport and adventure tourism*, New York, Haworth Press.
- Langmuir, E. (1984). *Mountain Craft and Leadership*, Edimburgo, The Scottish Sport Council.
- Le Breton, D. (2000). *Passions du risque*, Paris, Éditions Métailié.
- Lillo, A., Ramón, A., Sevilla, M. (2007). El Capital Humano Como Factor Estratégico Para la Competitividad del Sector Turístico. *Cuadernos de Turismo*, **19**, Universidad de Murcia, Espanha.
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative research design: An interactive approach*, California, Sage Publications.
- McCool, S. (2002). Mountains and tourism: Meeting the challenges of sustainability in a messy world. *Celebrating Mountains: Proceedings of an International Year of Mountain Conference*, Jindabyne, Australia, pp. 311-318.
- Medeiros, D. (2010). *Sistemas de aproximação RNAV e RNP AR. Estudo para aeroporto da Ilha do Pico*. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Murta, S., Goodey, B. (2002). Interpretação do património para visitantes: um quadro conceitual. In: *Interpretar o património: um exercício do olhar*, S. Murta, C. Albano (org.). UFMG, Belo Horizonte, pp. 13-46.
- Oliveira, F. (2010). *Montanha do Pico: 2351 metros de aventura*. II Jornadas de reflexão de animação turística. Açores.
- Pinto, A. (2004). *Turismo em Espaço Rural: Motivações e Práticas*, Viseu, Palimage Editores.

- Salazar, N. B. (2007). Towards a global culture of heritage interpretation? Evidence from Indonesia and Tanzania. *Tourism Recreation Research*, **32** (3), 23–30.
- Stewart, E. J., Hayward, B. M., Devlin, P. J., et al. (1998). The "place" of interpretation: a new approach to the evaluation of interpretation. *Tourism Management*, **19**, pp. 257-266.
- Sung, H., Morrison, A. & O'Leary, J. (1997). Definitions of adventure travel: A conceptual framework for empirical application from the Providers' Perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, **1** (2), 47-68.
- Thomas, C., Gill, A. & Hartmann, R. (2006). *Mountain resort planning and development in an era of globalization*, New York, Cognizant Communication.
- Vera, F. (coord) (1997). *Análisis territorial del turismo*, Barcelona, Ariel.
- Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism: A review of research approaches. *Annals of Tourism Research*, **28** (2), 360-377.
- Weiler, B. & Ham, S. H. (2002). Tour guide training: A model for sustainable capacity building in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, **10** (1), 52–69.
- Zamani-Farahami, H., & Musa, G. (2008). Residents attitudes and perceptions toward tourism development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, **29** (6), 1233-1236.