



Dirk Josbert Zeegers

# DINÂMICAS DE ESPAÇOS RURAIS NAS REGIÕES DA BOÊMIA DO SUL E DA MORÁVIA DO SUL

Relatório final de estágio para obtenção do grau de Mestre em Geografia Humana,  
Planeamento e Territórios Saudáveis, orientado pelo Professor Doutor Paulo Manuel de  
Carvalho Tomás e Professor Doutor Jiří Vágner, apresentado ao Departamento de Geografia e  
Turismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

2018



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

# DINÂMICAS DE ESPAÇOS RURAIS NAS REGIÕES DA BOÉMIA DO SUL E DA MORÁVIA DO SUL

Ficha Técnica:

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <b>Tipo de trabalho</b>       | <b>Relatório de estágio</b>  |
| <b>Título</b>                 | <b>DINÂMICAS DE ESPAÇOS RURAIS NAS REGIÕES DA BOÉMIA DO SUL E DA MORÁVIA DO SUL</b>  |
| <b>Autor</b>                  | <b>Dirk Josbert Zeegers</b>  |
| <b>Orientador</b>             | <b>Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás</b>   |
| <b>Coorientador</b>           | <b>Doutor Jiří Vágner</b>  |
| <b>Júri</b>                   | <b>Presidente: Doutor Rui Jorge Gama Fernandes</b><br><b>Vogais:</b><br><b>1. Doutora Susana Maria Pereira da Silva</b><br><b>2. Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás</b> |
| <b>Identificação do Curso</b> | <b>Mestrado em Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis</b>   |
| <b>Área científica</b>        | <b>Geografia</b>   |
| <b>Especialidade / Ramo</b>   | <b>Turismo e Desenvolvimento Rural</b>   |
| <b>Data da defesa</b>         | <b>26-02-2018</b>  |
| <b>Classificação</b>          | <b>15 valores</b>  |



## Agradecimentos

Gostaria de expressar os meus sinceros agradecimentos:

- Aos meus amigos e colegas, por toda a partilha de ideias e experiências que garantidamente fizeram com que este relatório de estágio me desse estímulo motivante;
- Ao Professor Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás, por não ter desistido de me orientar e por todos os conselhos e disponibilidade, sobretudo na reta final deste relatório;
- Ao Professor Doutor Jiří Vágner, Coordenador do Departamento de Geografia Social e Desenvolvimento Regional da Faculdade de Ciências da Universidade Charles em Praga, pelos primeiros contactos, pelas direções e pelo material de orientação disponibilizado;
- A todos os outros docentes do Mestrado em Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis, por toda a transmissão de conhecimentos importantes;
- Ao Sr. Michal Veber, Secretário-Geral da Associação Checa de Agentes de Viagens, e à Sra. Martina Košílková, Gerente de Desenvolvimento de Produto, por fornecer os contactos necessários à *EuroVelo Network* e à *Greenways International*;
- Ao Sr. Daniel Mourek, Coordenador dos Assuntos Internacionais da *Greenways International* e membro do Conselho da *EuroVelo Network*, por todo o apoio e redirecionamento para o Sr. Robert Dulfer;
- À Sra. Hana Patková, Diretora do Centro Municipal de Informação Turística, de *Uherské Hradiště*, cidade da região *Slovácko*, pela boa receção, orientação, estada e oportunidade do voluntariado;
- Ao Sr. Robert Dulfer, Diretor e Fundador da *Rožmberk Society*, por toda a confiança, histórias partilhadas e aptidões adquiridas – em colaboração com a Sra. Olga Černá – responsáveis para o funcionamento do Museu do Camponês e da Emigração, em *Kojákovice*, e da Residência e Forja *Novohradská*, em *Nové Hrady*;
- À minha equipa de trabalho da Associação de Parceria Ambiental em *Brno*, em especial à Sra. Eva Kvapilová, Coordenadora das Rotas dos Vinhos da Morávia, e à Sra. Zdeňka Prokopová, responsável pela orientação das Rotas dos Vinhos da Morávia, Turismo *Gourmet* e Eventos de Vinho, por me manter motivado em todos os eventos sob qualquer circunstância – no que diz respeito ao clima e ao tempo – e por todas as experiências adquiridas.
- Aos meus pais, por todo o amor e carinho, por terem mostrado enorme paciência e

compreensão e por terem dado o contínuo apoio e aconselhamento durante este percurso académico;

- À Petra, por, apesar da distância física e de algumas discussões, me ter apoiado incondicionalmente, por ter acreditado em mim e por me ter motivado, especialmente na fase conclusiva deste relatório, nos momentos em que me sentia mais em baixo.

A todos, o meu muito obrigado!



## Resumo

O intuito deste relatório é descrever as atividades executadas e a experiência adquirida no âmbito do estágio curricular, realizado em vários eventos de participação na República Checa. Também é pretendido estudar e caracterizar as dinâmicas de espaços rurais nas regiões da Boémia do Sul e da Morávia do Sul e explicitar quais os tipos de atividades que nelas decorrem, bem como destacar a sua significância para o lazer, o desporto e o turismo rural. Este relatório está enquadrado no grande domínio da Geografia e também do Turismo, particularmente no contexto do turismo rural. Para tal, procuro estabelecer uma fase conclusiva de um diário de voluntariado por mim elaborado no âmbito do referido estágio.

Neste trabalho, enfatizo as atividades que realizei, tanto nas regiões da Boémia do Sul como da Morávia do Sul, durante a minha estada no perfil de estudante de voluntariado, participante no Programa Erasmus+. Resumi a minha participação e observação em relação a cada entidade anfitriã envolvida, mencionando o nome oficial (traduzido para o Português) do evento organizado no qual participei, uma breve descrição / caracterização com o(s) lugar(es) onde foi realizado, bem como as tarefas para as quais fui solicitado a colaborar.

Além disso, decidi fazer uma abordagem sobre conceitos relativos às tarefas e atividades realizadas durante o estágio, designadamente pedestrianismo, enoturismo e cicloturismo. A descrição e a contextualização de cada modalidade são sempre feitas numa perspetiva turística, no entanto abrange também domínios e experiências práticas da geografia, desporto e lazer em meio rural.

Todas as figuras existentes ao longo deste relatório, como tabelas, gráficos, mapas e fotografias de fonte própria, têm como intenção interpretar e refletir sobre os resultados (estatísticos e outros) obtidos do estágio, bem como transmitir uma boa perceção de como foram as minhas experiências vividas.

**Palavras-chave:** turismo rural, turismo sustentável, enoturismo, cicloturismo, pedestrianismo, desenvolvimento rural e social.

## ***Abstract***

The aim of this report is to describe the fulfilled activities and the acquired experience in the ambit of the curricular traineeship, held at various participation events in the Czech Republic. Also, it is intended to study and characterize the dynamics of rural areas in the South Bohemian and South Moravian Regions and specify the types of activities that take place in them, as well as to highlight their significance for leisure, sport and rural tourism.

This report is framed in the both great Geography and Tourism domain, particularly in the context of rural tourism, knowing enotourism, cyclotourism and pedestrianism. To do so, a brief approach is taken to these concepts, seeking to establish a conclusive phase of a volunteer diary prepared by me in the scope of the internship.

In this work, I lay emphasis on my realized activities, both in South Bohemia and South Moravia, during my stay as a volunteering student, participating in the Erasmus+ Programme. I summarized my participation and observation regarding each involved host entity, namely mentioning the official name of the organized event in which I participated, its brief description / characterization with the place(s) where it was held, as well as the tasks for which I was asked to fulfill.

In addition, I decided to formulate an approach to concepts related to the tasks and activities carried out during the internship, namely pedestrianism, enotourism and cyclotourism. The description and the contextualization of each modality are always made from a tourist perspective, however it also covers domains and practical experiences of geography, sport and leisure in rural areas.

All the existing figures along this report, such as tables, charts, maps and photographs from own source, are intended to expound and reflect about the obtained results (statistics and others) from the internship, as well as to transmit a good view of how my lived experiences in my Erasmus period were.

**Keywords:** rural tourism, sustainable tourism, enotourism, cyclotourism, pedestrianism, rural and social development.

# Índice Geral

AGRADECIMENTOS

RESUMO

*ABSTRACT*

|                         |    |
|-------------------------|----|
| ÍNDICE GERAL.....       | 7  |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....  | 10 |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | 11 |
| ÍNDICE DE TABELAS.....  | 12 |
| <br>                    |    |
| INTRODUÇÃO.....         | 13 |

## 1ª PARTE – CONCEITOS DE BASE

|  |    |
|--|----|
| 1. Lazer, Turismo e Património.....  | 15 |
| 2. <i>Marketing</i> Territorial.....   | 19 |
| 3. Pedestrianismo.....   | 21 |
| 3.1. Introdução.....   | 21 |
| 3.2. Pedestrianismo e Percursos Pedestres.....   | 21 |
| 3.3. Turismo de Passeio Pedestre.....  | 23 |
| 4. Enoturismo.....   | 26 |
| 4.1. Análise Introdutória do Enoturismo Global.....  | 26 |
| 4.2. Desenvolvimento de Atividades à Porta das Adegas e Posicionamento Estratégico.....  | 28 |
| 4.3. Eficiência nas Atividades à Porta das Adegas.....   | 28 |
| 4.4. <i>Mutěnsko</i> – Região Pitoresca com Ruas e Adegas Encantadoras. Adegas de Vinicultores nas Aldeias de <i>Mutěnice, Čejč, Šardice</i> e <i>Hovorany</i> ..... | 30 |
| 5. Cicloturismo.....   | 32 |
| 5.1. Introdução.....   | 32 |



|   |    |
|---|----|
| 5.2. Conceito e Modalidades.....  | 33 |
| 5.3. Benefícios do Cicloturismo como Modalidade Turística Sustentável.....  | 35 |
| 5.4. Políticas e Recursos para o Incentivo da Atividade Cicloturística..... | 37 |
| 5.5. Lacunas Atuais e Tendências Futuras.....                               | 38 |

## **2ª PARTE – O ESTÁGIO CURRICULAR**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Escolha do Estágio Curricular.....</b>   | <b>40</b> |
| <b>2. Processo Inicial.....</b>  | <b>42</b> |
| <b>3. Atividades Realizadas.....</b>   | <b>44</b> |
| <b>4. Contextualização das Entidades de Acolhimento e de Contacto – Fundações e Organizações para o Desenvolvimento Turístico.....</b> | <b>46</b> |
| 4.1. Associação Checa de Agentes de Viagens.....   | 46        |
| 4.1.1. Definição.....  | 46        |
| 4.1.2. Objetivo.....   | 46        |
| 4.1.3. Estrutura.....  | 47        |
| 4.1.4. Contexto de Estágio.....  | 47        |
| 4.2. Federação Europeia de Ciclistas.....  | 48        |
| 4.2.1. Objetivos.....  | 48        |
| 4.2.2. Estrutura.....  | 49        |
| 4.2.3. Programa de Liderança.....  | 50        |
| 4.3. <i>EuroVelo Network</i> .....   | 51        |
| 4.3.1. Definição.....  | 51        |
| 4.3.2. Objetivos.....  | 53        |
| 4.3.3. Estrutura.....  | 54        |
| 4.3.4. Contexto de Estágio.....  | 55        |
| 4.4. <i>Greenways International</i> .....  | 55        |
| 4.4.1. Definição para a Europa Central e Objetivo.....   | 55        |
| 4.4.2. Funções.....  | 56        |
| 4.4.2.1. Transporte Sustentável e Segurança.....   | 57        |
| 4.4.2.2. Promoção de Estilos de Vida Saudáveis.....  | 57        |

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 4.4.2.3. | Desenvolvimento do Ecoturismo e Conservação do Património Natural e Cultural.....                               | 57 |
| 4.4.2.4. | Suporte Económico e Desenvolvimento Socioeconómico das Comunidades, incluindo desenvolvimento das Empresas..... | 57 |
| 4.4.3.   | Elementos Básicos de uma Rota.....  | 58 |
| 4.4.3.1. | Marcação da Rota da Linha Principal.....  | 58 |
| 4.4.3.2. | Sinalização de uma Variedade de Ciclos e Rotas Temáticas Locais.....  | 58 |
| 4.4.3.3. | Parcerias na Região e Coordenação da <i>Greenways International</i> .....                                       | 58 |
| 4.4.3.4. | Produto Turístico Consistente com os Princípios do Turismo Sustentável.....                                     | 58 |
| 4.4.3.5. | Iniciativas Comunitárias Voltadas para a Conservação do Património Natural e Cultural.....                      | 59 |
| 4.4.4.   | As Rotas dos Vinhos da Morávia do Sul.....  | 59 |
| 4.4.5.   | Caracterização das Rotas dos Vinhos da Morávia do Sul.....  | 61 |
| 4.4.5.1. | Rota dos Vinhos de <i>Brno</i> .....  | 61 |
| 4.4.5.2. | Rota dos Vinhos de <i>Mutěnice</i> .....  | 62 |
| 4.4.5.3. | Rota dos Vinhos de <i>Strážnice</i> .....   | 64 |
| 4.4.5.4. | Rota dos Vinhos de <i>Uherské Hradiště</i> .....  | 66 |
| 4.4.5.5. | Rota dos Vinhos de <i>Velké Pavlovice</i> .....   | 69 |
| 4.5.     | Associação de Parceria Ambiental.....   | 71 |
| 4.5.1.   | Definição.....  | 71 |
| 4.5.2.   | Estrutura.....  | 72 |
| 4.5.3.   | Associação de Parceria Ambiental na República Checa.....  | 72 |
| 4.5.3.1. | Objetivos e Breve História.....   | 72 |
| 4.5.3.2. | Prémio Ambiental de Josef Vavroušek.....  | 74 |
| 4.5.3.3. | Contexto de Estágio.....  | 74 |
| 4.6.     | <i>Rožmberk Society</i> .....   | 85 |
| 4.6.1.   | Introdução.....   | 85 |
| 4.6.2.   | Museu do Camponês e de Emigração.....   | 85 |
| 4.6.3.   | Forja <i>Novohradská</i> .....  | 87 |
| 4.6.4.   | Contexto de Estágio.....  | 88 |

|  |            |
|--|------------|
| <b>5. Análise Estatística dos Dados Relativos aos Eventos Organizados pela Associação de Parceria Ambiental.....</b> | <b>91</b>  |
| 5.1. Apresentação e Discussão dos Dados.....   | 91         |
| 5.2. Análise Conclusiva dos Dados.....   | 103        |
| <b>CONCLUSÃO.....</b>  | <b>104</b> |
| <b>BIBLIOGRAFIA.....</b>   | <b>107</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>   | <b>115</b> |

## Índice de Figuras

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Figura 1.</b> Capa do livro de apoio e orientação, facultado pelo Doutor Jiří Vágner.....   | <b>43</b> |
| <b>Figura 2.</b> Logótipo da Associação Checa de Agentes de Viagens.....   | <b>46</b> |
| <b>Figura 3.</b> Logótipo da Federação Europeia de Ciclistas.....  | <b>49</b> |
| <b>Figura 4.</b> Diagrama em árvore da estrutura da Federação Europeia de Ciclistas.....   | <b>50</b> |
| <b>Figura 5.</b> Logótipo da <i>EuroVelo Network</i> .....   | <b>51</b> |
| <b>Figura 6.</b> Rede europeia de ciclovias, distribuída pela <i>EuroVelo Network</i> .....  | <b>52</b> |
| <b>Figura 7.</b> As Rotas de ciclismo da <i>EuroVelo Network</i> que atravessam a República Checa .....  | <b>53</b> |
| <b>Figura 8.</b> Logótipo do Sinal de certificação da bicicleta sorridente.....  | <b>54</b> |
| <b>Figura 9.</b> Logótipo das Rotas dos Vinhos da Morávia do Sul.....  | <b>59</b> |
| <b>Figura 10.</b> Mapa com as Rotas ( <i>Greenways</i> ) dos Vinhos da Morávia do Sul.....   | <b>60</b> |
| <b>Figura 11.</b> Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de <i>Brno</i> .....   | <b>61</b> |
| <b>Figura 12.</b> Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de <i>Mutěnice</i> .....   | <b>63</b> |
| <b>Figura 13.</b> Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de <i>Strážnice</i> .....  | <b>65</b> |
| <b>Figura 14.</b> Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de <i>Uherské Hradiště</i> .....   | <b>67</b> |
| <b>Figura 15.</b> Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de <i>Velké Pavlovice</i> .....  | <b>69</b> |
| <b>Figura 16.</b> Os seis países membros da Associação de Parceria Ambiental.....  | <b>71</b> |
| <b>Figura 17.</b> Logótipo da Associação de Parceria Ambiental da República Checa.....   | <b>73</b> |
| <b>Figura 18.</b> Mapa ilustrando o serviço dos autocarros disponibilizado com o percurso de dois sentidos (A e B) atravessando as quatro aldeias vinícolas..... | <b>76</b> |
| <b>Figura 19.</b> Mapa incluindo os nove pontos de interesse, espalhados pelas três rotas, com início e fim em <i>Velké Pavlovice</i> .....                      | <b>79</b> |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Figura 20.</b> Mapa com a rota de cicloturismo longa (44 km), com os diversos pontos de interesse.....  | 82  |
| <b>Figura 21.</b> Mapa com a rota pedestre e de cicloturismo curta (25 km), com os diversos pontos de interesse.....                                       | 83  |
| <b>Figura 22.</b> Planta legendada do evento.....  | 84  |
| <b>Figura 23.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto à escolha de participação.....  | 94  |
| <b>Figura 24.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto ao tipo de comunicação através do qual os participantes tomaram conhecimento do evento..... | 95  |
| <b>Figura 25.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto à frequência de participação dos clientes.....  | 95  |
| <b>Figura 26.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto à origem dos clientes.....  | 98  |
| <b>Figura 27.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto à frequência de participação dos clientes.....  | 98  |
| <b>Figura 28.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto ao tipo de comunicação através do qual os participantes tomaram conhecimento do evento..... | 99  |
| <b>Figura 29.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto à origem dos clientes.....  | 101 |
| <b>Figura 30.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto ao tipo de comunicação através do qual os participantes tomaram conhecimento do evento..... | 101 |
| <b>Figura 31.</b> Diagrama circular com as percentagens quanto à frequência de participação dos clientes.....  | 102 |
| <b>Figura I.</b> Protocolo de Vendas ao Veículo (página 1), relativo às <i>scooters</i> elétricas adquiridas pela <i>Rožmberk Society</i> .....            | 115 |
| <b>Figura II.</b> Protocolo de Vendas ao Veículo (página 2), relativo às <i>scooters</i> elétricas adquiridas pela <i>Rožmberk Society</i> .....           | 116 |
| <b>Figura III.</b> Protocolo de Vendas ao Veículo (página 3), relativo às <i>scooters</i> elétricas adquiridas pela <i>Rožmberk Society</i> .....          | 117 |

## Índice de Gráficos

|   |    |
|---|----|
| <b>Gráfico 1.</b> Número de participantes em função da idade, por género..... | 94 |
|---|----|

## Índice de Tabelas

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabela 1.</b> Número e percentagem dos participantes segundo a sua região de residência.....           | 92  |
| <b>Tabela 2.</b> Percentagens das idades por categoria dos participantes em função do género...           | 93  |
| <b>Tabela 3.</b> Número e percentagem dos participantes segundo a sua região (ou país) de residência..... | 97  |
| <b>Tabela 4.</b> Número e percentagem dos participantes segundo a sua região (ou país) de residência..... | 100 |

## Introdução

O presente trabalho tem por objetivo constituir-se como Relatório Final de Estágio decorrente do estágio curricular concretizado na Associação Checa de Parceria Ambiental (*Nadace Partnerství – Lidé a Příroda*) em Brno, na *Rožmberk Society (Společnost Rožmberk o.p.s.)* em Kojákovice e Nové Hradý e no Centro Municipal de Informação Turística da Região *Slovácko* de *Uherské Hradiště (Turistické informační centrum města Slovákka Uherského Hradiště)*, no âmbito do Mestrado em Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. A fim de adquirir bases teóricas essenciais nos seminários do primeiro ano do referido mestrado, o desejo e a curiosidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos, num ambiente de geografia turística real e no estrangeiro, levou-me a optar pela realização de um estágio curricular, do qual resulta o presente trabalho.

Durante o estágio, pude marcar presença em vários eventos turísticos. Por própria iniciativa, estabeleci os contactos necessários, a partir de Coimbra e também Praga, e conseqüentemente trabalhei em vários projetos de participação, mas sempre no domínio da geografia, turismo, desporto / lazer e desenvolvimento rural. Foram sobretudo eventos de degustação de vinho em vários locais na região da Morávia do Sul combinadas com a prática de cicloturismo e pedestrianismo e também vários trabalhos de reabilitação / manutenção de um espaço turístico com valor tradicional e patrimonial local na região da Boémia do Sul.

O relatório tem, deste modo, como principais objetivos pormenorizar todas as atividades executadas e a experiência adquirida no âmbito do estágio curricular, realizado em vários eventos de participação em ambas as regiões na República Checa; estudar e caracterizar as dinâmicas de espaços rurais nas referidas regiões, descobrir quais são as suas ofertas existentes e as atividades turísticas decorrentes e destacar a sua relevância para o lazer, o desporto e o turismo rural.

Quanto à metodologia, fiz várias pesquisas bibliográficas *online* para a composição da parte teórica deste relatório, consultando sobretudo artigos científicos e dissertações de mestrado e doutoramento. Para a parte teórico-prática, foi-me fornecida informação muito útil a partir dos inquéritos realizados pela Associação Checa de Parceria Ambiental, que me permitiu fazer uma análise estatística, e interpretação da mesma, dos eventos de participação organizados. Para a parte prática, isto é, o estágio em si, recolhi informação a partir de folhetos e guias de distribuição, dos diversos *sites* oficiais de *internet* e ainda de fonte própria, com base na minha observação, trabalho e experiência.

Assim, dividi o presente trabalho em duas partes principais, cada uma delas apresentando e discutindo diferentes tópicos que se ligam e articulam.

Na primeira parte, começa por uma caracterização e descrição fundamentalmente teórica dos conceitos de base, nomeadamente do enoturismo, cicloturismo e pedestrianismo.

De seguida, numa segunda parte, faço uma descrição teórico-prática detalhada das entidades – tanto de acolhimento como de contacto / redirecionamento – e das atividades por mim realizadas, no âmbito do estágio e de responsabilidade exclusiva das entidades anfitriãs, ao serviço como voluntário nos eventos de participação, nas tarefas de reabilitação, entre outras atividades.

Segue-se uma conclusão, em que faço uma retrospectiva face ao estágio curricular por mim realizado, expressando as minhas considerações finais relativamente ao que exponho neste relatório, nomeadamente, acerca da oferta turística existente nas regiões da Boémia do Sul e Morávia do Sul. Também concluo sobre o resultado positivo da reflexão sobre o meu próprio trabalho realizado enquanto voluntário.

# 1ª PARTE – CONCEITOS DE BASE

## 1. Lazer, Turismo e Património

Na sociedade atual, o lazer é sinónimo de uma crescente amplitude e diversidade de práticas, designadamente as atividades que decorrem ao ar livre e, destas, em particular aquelas que interligam exercício físico, fruição, ensino / aprendizagem e experimentação, com novas escolhas geográficas associadas (Alves e Carvalho, 2015; Carvalho, 2015). Na génese deste processo de crescimento e expansão, encontra-se uma evidente amplitude de motivações, que inclui preocupações de saúde e bem-estar, enriquecimento cultural, imagem e estética individual, solidariedade, responsabilidade, ética, entre outras. As atividades que decorrem ao ar livre que os autores referiram anteriormente, são, possivelmente, aquelas que mais influenciam a ocupação e a organização espacial e, portanto, as de maior relevância no que diz respeito às dinâmicas territoriais. Passeios pedestres, cicloturismo, *downhill* e observação de fauna e flora são alguns exemplos de práticas de lazer ativo ao ar livre, que em certos casos pode assumir uma dimensão desportiva e / ou turística, em contextos geográficos desenhados na amplitude do rural ao urbano, embora os ambientes rurais e as montanhas correspondam de forma mais recorrente aos quadros matriciais de formação e consolidação das referidas práticas (Carvalho, 2015).

O turismo é uma das atividades de maior expressão no âmbito do lazer, assumindo, desde meados do século passado, uma importância cada vez maior, quer no contexto da economia, quer na esfera social, académica ou política.

Jamal e Robinson (2009), citados por Alves e Carvalho (2015, p. 102), defendem que “o turismo é um fenómeno global, com causas e consequências para as populações que ultrapassam as fileiras daqueles que operam e praticam esta atividade. Estudar turismo permite a exploração do significado das experiências de ser turista e fazer turismo, para além de possibilitar o envolvimento com algumas das questões-chave da globalização e da pós-modernidade.”

“Nas últimas décadas registam-se importantes alterações na atividade turística, tendo em vista ajustar a oferta a uma procura cada vez mais segmentada, informada e exigente, de tal maneira que, com diferentes expressões (alternativo, novo, complementar, entre outras) para designar as principais mudanças epistemológicas, o turismo pós-moderno evidencia novas tipologias, é mais personalizado, é desenhado à medida e orientado para proporcionar aos turistas a vivência de



experiências únicas, de momentos de grande valor simbólico e em que a criatividade é uma preocupação recente. Ao mesmo tempo, com a integração de preocupações de sustentabilidade e princípios éticos, os recursos naturais e culturais emergem na vanguarda do planeamento e desenvolvimento desta atividade” (Alves e Carvalho, 2015: p. 102).

Ainda segundo os autores citados, “Importa explicar que o turismo corresponde a um sistema complexo, diversificado e dinâmico, que envolve recursos, equipamentos e infraestruturas, agentes e operadores, instrumentos normativos e orientadores, entre outros, com uma evidente dimensão territorial, não apenas física como também relacional, o que traduz o carácter dinâmico do território e as formas de organização que tendencialmente valorizam as redes” (Alves e Carvalho, 2015, p. 102).

O turismo rural é um consumidor geográfico intensivo do território e, portanto, este facto exige o planeamento do seu desenvolvimento rural numa ótica que evidencie de forma clara os objetivos sociais e económicos que se pretende alcançar, bem como os espaços que devem ser explorados e os que devem ser protegidos. Como refere Menezes (2009, p. 21), pela citação de Croce e Perri (2008), “o território é edificado por um conjunto de recursos que devem ser preservados e desenvolvidos ao longo do tempo, em sintonia com as preocupações ambientais, sociais e de sustentabilidade económica”.

O planeamento de um turismo rural sustentável fomenta e mantém a relação interativa existente entre a população, a economia, o território, o ambiente e o turismo (Vieira, 2007).

Deste modo, as práticas de planeamento e gestão sustentável do turismo rural são fatores de essencial importância para proteger os lugares e viabilizar esse tipo de turismo. Se a atividade turística não for bem planeada, ela pode provocar a degradação da Natureza, conflitos sociais e desorganização do setor empresarial, prejudicando, desta forma, o ciclo de vida dos destinos turísticos. Por isso, o planeamento do turismo rural sustentável a nível regional deve levar em conta o envolvimento de todos os atores do turismo. Só deste modo é que o planeamento minimizará os potenciais impactes negativos, maximizará os retornos económicos do destino e encorajará um maior envolvimento da comunidade recetora no turismo.

Os recursos devem ser salvaguardados e valorizados, uma vez que são fundamentais para gerar produtos turísticos e também para o próprio sistema turístico. Este último, nas suas diversas configurações, gera ofertas com capacidade de criar valor acrescentado para segmentos específicos de mercado como, por exemplo, o turismo literário, o enoturismo, o turismo gastronómico, o turismo industrial, o turismo fluvial, o turismo de passeio pedestre ou o turismo equestre.

Com efeito, os recursos são a base dos diferentes produtos tendo em vista oferecer

experiências únicas e responder aos interesses (cada vez mais diversificados) dos turistas, e materializam atributos diferenciadores dos territórios que podem assumir um papel destacado no contexto do seu posicionamento competitivo, para além de contribuir para associar essas características únicas à imagem ou marca dos lugares, o que por sua vez pode aumentar o valor do produto ou do serviço oferecido (Alves e Carvalho, 2015).

Nesta perspetiva, destaca-se o património, nas suas diferentes vertentes / expressões (natural, cultural, paisagístico; material ou imaterial), e a sua utilização em diversas iniciativas de desenvolvimento, que inclui os parques (temáticos, geológicos, biológicos, patrimoniais, arqueológicos), os eventos culturais (feiras, festivais, exposições, recriações históricas), e os lazeres turísticos (com novos produtos destinados a captar segmentos específicos da procura), entre outras, na amplitude de contextos (rurais, urbanos, periurbanos), ambientes (campo, cidade, montanha, águas interiores e litorais) e escalas geográficas (lugares, rotas, redes) de geometria variável, que traduzem também novas formas de relacionamento de atores e de integração de territórios – cooperação, parceria, inclusão, inovação, criatividade e participação são algumas das palavras-chave que marcam os projetos e as ações mais relevantes (Alves e Carvalho, 2015).

O reconhecimento do valor excepcional dos recursos ecoculturais conduz aos estatutos de proteção patrimonial e aos processos de classificação de lugares, enquanto mecanismos de salvaguarda de bens / sítios únicos (que podem assumir uma dimensão local, regional, nacional, internacional ou universal, bem como materializar diferentes formas de reconhecimento em simultâneo) e plataformas indutoras da sua valorização através de iniciativas desenhadas na amplitude dos centros de interpretação da paisagem, aos espaços museológicos, sem esquecer as propostas concretas de descoberta e fruição dos lugares e dos seus patrimónios *in loco*, no espectro das suas dimensões visuais, sonoras e olfativas, em que o pedestrianismo é um exemplo paradigmático (traduzindo, de igual modo, o reconhecimento dos benefícios físicos e psicológicos desta atividade ao ar livre) (Alves e Carvalho, 2015).

Em termos estatísticos, para o *World Travel & Tourism Council (WTTC)*, no ano de 2015, o setor Viagens e Turismo contribuiu com um total de 7,2 mil milhões de dólares americanos para o PIB mundial, representando 9,8% do PIB total, cerca de 2,5 milhões de novos empregos diretos foram gerados pelo turismo em 2015, aumentando o número de empregos diretos para 108 milhões, no total, 7,2 milhões de novos empregos foram criados como resultados diretos, indiretos ou induzidos pelo setor. Além disso, estima-se que é esperado manter 370 milhões de empregos em nível mundial para o ano de 2026, o que equivalerá a um em nove de todos os empregos do Mundo (WTTC, 2016).

Estima-se ainda que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos, sendo diretamente relacionados à hotelaria, agências de viagens, companhias aéreas e outros tipos de transportes de passageiros, restauração e lazer.

Com base naquilo que foi descrito anteriormente, faço agora uma breve referência ao conceito de *marketing* territorial, considerando indispensável de destacar neste relatório, uma vez que os lugares são os meios promovidos nos quais se assentam as demais atividades turísticas.

## 2. *Marketing* Territorial

A promoção dos lugares, isto é, dos países, das regiões, das cidades e das aldeias, é praticada desde o século XX, como resposta à competição crescente entre economias nacionais e internacionais (Kavaratzis e Ashworth, 2010). Contudo, as técnicas de *marketing* aplicadas à sua gestão é algo bem recente, tendo surgido com maior rapidez nestas últimas décadas devido à necessidade de captação de turistas, como forma de contribuição para o desenvolvimento económico dos lugares, colidindo com uma competição enorme de visitantes e investimentos (Pereira, 2013), com o propósito de atrair investimento externo para regenerar os lugares pós-industriais. Deste modo, entende-se a razão do aparecimento de estudos académicos apenas na década de 90, que introduzem a aplicação dos conceitos de *marketing* à gestão e promoção dos lugares: o *marketing* territorial.

O ambiente fortemente competitivo que caracteriza os lugares, no que diz respeito à sua disputa para atrair residentes, visitantes e investimentos, favoreceu a adoção de abordagens de *marketing* que anteriormente apenas se aplicavam a produtos e marcas de consumo, empregues no domínio dos bens e serviços. Da mesma maneira que se gerem as marcas, surge um consenso quanto à viabilidade do processo de gestão ser aplicado aos lugares, enquanto destinos turísticos, potenciadores de criar atividade económica (Morgan *et al.*, 2002).

A globalização levou a um nível de competição incrementado entre lugares, o que faz com que os lugares, estando emersos em constantes mutações no seu ambiente, se vejam forçados a cumprir requisitos, considerados imprescindíveis pelos seus públicos-alvo. Este incumprimento poderá ser o suficiente para que outro lugar, ao oferecer um nível de satisfação superior, conseqüentemente ganhe um lugar de excelência na disputa pelos turistas (Duarte, 2014).

A marca das cidades, sob pleno ponto de vista da geografia humana e física do espaço, e associada à cooperação entre agentes socioeconómicos, gera atrativos que levam a proveitos de competitividade territorial. Países, regiões e cidades encontram-se numa economia globalizada, onde a competição pelos fluxos turísticos, investimentos empresariais, cidadãos e potenciais habitantes têm exigido uma estratégia de promoção territorial correspondente a estratégias de *marketing* territorial (Duarte, 2014).

Segundo Dimitrios (1999), o *marketing* do destino, como prossecutor da política de turismo, deve ser coordenado com o desenvolvimento do plano estratégico regional. O impacte do turismo

através da comercialização dos destinos, gera lucros que devem ser maximizados em prol do benefício local.

De acordo com Porter (1990), as cidades que se encontram em lugar de destaque por excelência ficam a dever o sucesso a um conjunto de fatores, por ele denominado de três C's: conceitos, conexões e competências. Assim, a criação de *clusters* como forma de diferenciação é de extrema importância, da mesma forma que se promovem os produtos e se faz a sua segmentação, sendo que reforça a competitividade através do fator diferenciação (Martins e Silva, 2013).

O *marketing*, enquanto ferramenta de gestão, pode influenciar políticas de países, regiões ou cidades; o uso do planejamento estratégico tem como objetivo satisfazer comunidades, empresas e visitantes. Assim, o lugar deve conquistar o apoio dos munícipes, das instituições e dos líderes, de forma a torná-los acolhedores e receptivos aos novos desafios, bem como às novas empresas e / ou investimentos que possam ser atraídos, devendo apostar numa diferenciação e englobar a elaboração de uma estratégia de *marketing* adequada às características específicas do local em questão.

No paradigma atual – onde a competitividade de lugares é muito intensa e sendo que qualquer obtenção de vantagem poderá ser de extrema importância individual – esta corrida desordenada levou a níveis de competição à escala mundial, onde atingir um lugar de excelência e a consequente conquista do interesse e atenção dos consumidores apresentam urgência.

O pedestrianismo, tratado a seguir, no contexto da intervenção em áreas naturais e rurais, é importante como atividade de promoção do mundo mais interiorizado, já empreendida por muitos países com sucesso. Contudo, o pedestrianismo também é diferenciador, representando uma interessante oferta ao nível da fruição das áreas de destino turístico, da contemplação e da animação, servindo o caminho pedestre para o desenvolvimento e vivência de práticas sustentáveis. De acordo com a citação de Lane (1999), transcrito por Rodrigues (2004, p. 111), “os trilhos que permitem a circulação de ciclistas, cavaleiros e pedestrianistas começam a surgir como um elemento central de uma oferta alternativa de turismo”.

## 3. Pedestrianismo

### 3.1. Introdução

O pedestrianismo é um termo caracterizado pela prática de fazer percursos a pé ao longo de trilhos sinalizados, sendo uma atividade muito popular e com elevadas perspectivas de crescimento. Trata-se de uma atividade pouco exigente em termos de forma física e de baixo custo para o praticante, associada a um estilo de vida saudável. Embora a sua prática seja realizada em qualquer tipo de meio, o pedestrianismo tem maior afinidade com os espaços naturais e rurais, conforme mencionado anteriormente. De modo a facilitar a sua prática, foram criados percursos pedestres sinalizados que têm por objetivo orientar os praticantes que os percorrem. A oferta desses percursos é cada vez mais abrangente em termos geográficos, tornando a atividade cada vez mais acessível a um maior número de pessoas. Simultaneamente, o crescente número de praticantes elevou a prática de um lazer informal a uma verdadeira ação turística (Tovar e Carvalho, 2010).

Segue agora uma contextualização, no plano internacional, das temáticas do pedestrianismo, dos percursos pedestres e do turismo de passeio pedestre e uma abordagem da sua distribuição territorial, assim como um destaque da oferta turística de passeio pedestre na República Checa.

### 3.2. Pedestrianismo e Percursos Pedestres

A atividade a que se dá o nome de pedestrianismo, sendo cada vez mais popular nas sociedades desenvolvidas, pode ser traduzida por vários modos de pensar: caminhar pelo puro prazer, para explorar, por razões de saúde e bem-estar físico e espiritual, pelo convívio, para conhecer os próprios limites, para contemplar paisagens, para observar a Natureza, como forma de “escapar” à vida quotidiana, utilizando caminhos ou trilhos existentes.

Encontram-se na literatura expressões, em português, como caminhar, andar a pé, praticar pedestrianismo, ou, em inglês, *walking* e *hiking* (Estados Unidos da América) ou *rambling* (Reino Unido). Todas elas referem-se à mesma atividade de andar a pé, em trilhos sinalizados ou promovidos para essa finalidade. O termo *trekking*, também associado à mesma atividade, é utilizado para designar as “deslocações a pé, de alguns dias, em grande parte através de carreiros ou trilhos, em zonas montanhosas sem ligação a outras vias de comunicação”, conforme refere

Bietolini (2007), citado por Tovar e Carvalho (2010, p. 414).

O pedestrianismo apresenta um conjunto de agentes que contribuem para a sua popularidade e crescimento entre as atividades de lazer. O ato de fazer uma caminhada, num percurso pedestre, está muito relacionado a um estilo de vida saudável, não só pelo exercício físico em si, mas também pelo convívio social e por ser uma atividade que se pratica ao ar livre, preferencialmente em contacto com a Natureza. Os territórios de montanha, pela sua especificidade, tiveram e continuam a representar um papel importante no desenvolvimento do conceito. Os Pirenéus, os Alpes e os Picos da Europa são destinos de referência, com uma vasta oferta de possíveis percursos pedestres, com bons suportes de informação, com tradução em várias línguas, serviços de guia, e estruturas de apoio, como alojamento e abrigos, nas proximidades dos percursos (Tovar e Carvalho, 2010).

“Os percursos pedestres, ou trilhos, constituem a principal infraestrutura ou equipamento para a prática de pedestrianismo. A sua conceção não obedece a regras rígidas e uniformes quanto, por exemplo, à localização, aos utilizadores, à forma, à extensão, à sinalização e à manutenção. A criação de um percurso pedestre, que constitui muitas vezes uma forma de revitalização de caminhos antigos, implica um conjunto de intervenções, para que os seus utilizadores se sintam seguros e confortáveis quando o percorrem, que podem incluir, por exemplo, ações de desmatização e limpeza, colocação de proteções laterais em passagens menos seguras, construção de pequenas pontes, instalação de áreas de descanso e sinalização” (Tovar e Carvalho, 2010, p. 415).

A forma e a dimensão dos percursos são variáveis. Quanto à forma, salientam-se duas grandes categorias: linear e circular. Num percurso linear (ou aberto), o ponto de partida é diferente do ponto de chegada. O percurso circular (ou fechado), é aquele em que o ponto de partida e o ponto de chegada são coincidentes. Especificando um pouco mais, além das configurações de percursos apontadas, podem ser enumeradas outras, no que diz respeito à forma do seu traçado. Assim, Braga (2007), citado por Tovar e Carvalho (2010, p. 416), menciona ainda “as formas em oito, em anéis contíguos, em anéis satélites e em labirinto.”

Citando Tovar e Carvalho (2010, p. 416), “quanto à sua extensão, a oferta abrange uma larga amplitude, podendo dividir-se em dois grandes grupos: os percursos de grande extensão, de itinerância, que atravessam regiões ou mesmo países, que não se percorrem num dia, e os percursos de menor dimensão, que podem ser percorridos numa jornada. Os primeiros são denominados percursos de Grande Rota (GR) e têm, geralmente uma extensão superior a 30 quilómetros. Os segundos são os percursos de Pequena Rota (PR) e a sua extensão não deve exceder os 30 quilómetros.”

A Europa é atravessada por uma rede de onze percursos de Grande Rota que se desenvolve

através de vários países, num total de quase 55 mil quilómetros. Constituem centros de uma enorme rede que integra milhares de quilómetros de percursos locais, de dimensão variável e une-se de tal forma satisfatória para que diferentes tipos de utilizadores possam usufruir-se dela. Partes destes percursos sobrepõem-se a algumas rotas históricas, como a mítica GR65, o caminho francês de peregrinação a Santiago de Compostela.

De acordo com Tovar e Carvalho (2010), os meios de informação disponíveis nos percursos pedestres, em vários idiomas, reflete de certa maneira a maturidade da atividade em determinada região ou país e pode regularizar a sua capacidade de atrair visitantes do exterior para a prática de pedestrianismo. No entanto, para a grande parte das redes de percursos existentes na Europa, a informação encontra-se dispersa e apenas disponível na língua do próprio país em que se encontram. Os percursos de montanha têm particular importância, nomeadamente em termos de promoção exterior, em países como a França, Espanha, Áustria, Suíça, República Checa, Eslováquia, Roménia e Bulgária, especialmente nas regiões dos Pirenéus e Alpes.

### **3.3. Turismo de Passeio Pedestre**

Como referem Kouchner e Lyard (2001, p. 5), citado por Tovar (2010, p. 31), “ignorado ou subestimado durante muito tempo, o turismo de passeio pedestre é hoje considerado como um desafio ao desenvolvimento local. Sendo atualmente uma atividade muito divulgada entre a população dos países europeus, o passeio evolui, passando da categoria de um lazer informal para uma verdadeira ação turística, potencialmente geradora de benefícios a nível local.” O passeio pedestre, cada vez mais presente nos hábitos de lazer dos habitantes europeus, tem assumido uma importância crescente também ao nível da revitalização de espaços, principalmente os rurais, naturais e de montanha, com ou sem potencial turístico, onde novos produtos turísticos se apresentam como alternativa de desenvolvimento, face ao decréscimo das atividades e / ou ofertas tradicionais. Como tal, os percursos pedestres assumem importância no destino, como uma oferta complementar apto para enriquecer a experiência dos turistas durante a sua permanência. Também podem assumir o papel principal no produto turístico e estabelecerem a razão do deslocamento ao destino (Tovar e Carvalho, 2010).

Segundo Tovar (2010, pp. 33), “a existência de produtos turísticos baseados no passeio pedestre, disponíveis para compra *online*, é bastante rica. Existem operadores especializados neste tipo de produto que organizam programas de vários dias de caminhadas em diferentes destinos do



globo. Os produtos de turismo de passeio pedestre podem assumir diferentes configurações:

- **Férias com tudo incluído:** o operador organiza os transportes, alojamento, refeições e serviço de guia para as caminhadas diárias. Geralmente para se realizarem, exigem um número mínimo de participantes;
- **Férias auto-guiadas:** o operador faz a reserva de alojamento e fornece mapas, guias, roteiros e toda a informação e conselhos necessários ao cliente para que este possa percorrer, de forma autónoma, um conjunto de percursos no destino. Pode haver mudança de alojamento e, neste caso, normalmente existe serviço de transporte de bagagens. Nestes programas é exigido um número mínimo de dois participantes;
- **Férias itinerantes:** consistem em percorrer um itinerário, ao longo de vários dias, mudando de alojamento todas as noites. Podem ser guiadas ou auto-guiadas. Incluem, geralmente, o transporte de bagagens entre os alojamentos;
- **Férias centradas num local de alojamento:** com saídas diárias para percursos diferentes ou para pontos diferentes de um grande itinerário. Incluem o transporte diário do alojamento para o local de início do percurso e regresso. Normalmente são passeios guiados, mas também podem ser auto-guiados;
- **Serviços individuais:** alguns operadores vendem serviços avulsos, a pedido do cliente, como por exemplo reserva de alojamento, guias locais no destino ou transporte de bagagens entre pontos de um itinerário definido pelo cliente. Os destinos são, de igual modo, diversificados. Encontram-se programas para os quatro continentes do Mundo. Os destinos de montanha como os Alpes, os Pirenéus, os Picos da Europa, os Atlas, os Himalaias ou os Andes são destinos de eleição para este tipo de produto turístico.”

De acordo com Tovar (2010), regra geral, a oferta de produtos turísticos, que têm por base o passeio pedestre, levam os seus participantes a conhecer tradições e costumes das regiões, em áreas de paisagens de elevada qualidade, oferecendo serviços altamente especializados, proporcionando deste modo um certo grau de exclusividade. Como é evidente, o nível e tipo de serviços variam de programa para programa. Por exemplo, no que diz respeito ao alojamento, todas as tipologias e fórmulas são permitidas: o hotel, o turismo rural, o acampamento, ou os abrigos de montanha, podendo mesmo ocorrer que um programa constitua, por exemplo, uma noite num hotel, outra noite numa pousada rural e outra noite num refúgio de montanha. No plano do produto de passeio pedestre, os percursos são o vínculo central. O alojamento e as refeições, pela salvaguarda da qualidade e autenticidade, são os que satisfazem melhor as condições de fruição dos percursos e variam muito consoante o destino. Pela sua relação com o território e com o meio

natural, a maioria destes programas está enquadrada no âmbito do turismo de Natureza, onde, por definição, “viver experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da Natureza” é a motivação principal, de acordo com os conselheiros do Turismo, Hotelaria e Recreação (THR) (THR, 2006, p. 9).

Segundo Kouchner e Lyard (2001), citando Tovar (2010), em Itália, contam-se cerca de três milhões de praticantes de pedestrianismo, dez milhões no Reino Unido e 30% dos suecos dedicam-se à prática de passeio em florestas ou caminhos rurais. Os autores afirmam ainda que esta atividade está em forte expansão em todos os países. O número de pedestrianistas em França, de acordo com o Ministério Francês da Saúde e dos Desportos, atinge os cinco milhões de praticantes. Embora não seja fácil encontrar dados sobre o número de praticantes de pedestrianismo, a dimensão da atividade é clara, a nível europeu, pela quantidade de grupos organizados ligados à prática de passear a pé. A *European Ramblers Association (ERA)*, fundada em 1969 na Alemanha, com os objetivos de criação e melhoria de condições para a prática de pedestrianismo, integra mais de 50 organizações de 26 países europeus e conta com cerca de cinco milhões de membros individuais.

Quanto à República Checa, o país oferece condições ideais para passeios a pé, para todas as idades. Uma rede excepcionalmente rica de caminhos bem marcados cobre uniformemente todo o território. Isso torna possível encontrar o caminho certo, mesmo em áreas remotas do país. Os percursos para caminhadas são marcados com sinais que consistem em três faixas horizontais. A faixa média indica a cor do percurso, que pode ser amarela, azul, verde ou vermelha, indicando deste modo o seu grau de dificuldade. A faixa superior e inferior são brancas para tornar o sinal mais visível.

O Parque Nacional de *Krkonoše*, o Parque Nacional de *Šumava* e a Paisagem Cultural de *Lednice-Valtice* são incluídos nas regiões turísticas mais populares. Os entusiastas da caminhada não devem perder as encantadoras “cidades rochosas” de arenito em *Český ráj* (no dito “Paraíso Boémio”), ou alguns dos vales selvagens do rio, como o vale do rio *Dyje*, na Morávia, o rio *Vydra* em *Šumava* ou o rio *Střela* no oeste da Boémia (Studyin.cz, 2010). Muitas vezes, os caminhos pedestres acompanham as rotas de ciclismo marcadas no território, ou então encontram-se incluídos nelas, como é o caso das Rotas dos Vinhos da Morávia, abordadas mais adiante neste relatório de estágio.

Agora, segue uma caracterização e estudo detalhado do enoturismo, conceito que vem ao encontro de um público cada vez mais numeroso, fazendo a ligação entre os passeios, tanto pedestres como de bicicleta (tratados mais adiante na secção do cicloturismo), que propõe a cultura e a história das regiões por onde o público passa, bem como a gastronomia e o alojamento local.

## 4. Enoturismo

### 4.1. Análise Introdutória do Enoturismo Global

O enoturismo é a combinação de *eno* e *turismo*, sendo que *eno* deriva do grego *oînos*, que significa vinho. Quanto à sua definição, conforme cita Valduga (2012, pp. 129-130), referido Hall *et al.* (2004), “o enoturismo pode ser definido como visitas a vinhas, vinicultores, festivais de vinhos e experimentar na prática as características de uma região de uvas e vinhos”. Por outro lado, Falcade (2001), define o enoturismo como “o deslocamento de pessoas, cuja motivação está relacionada ao mundo da uva e do vinho”, incluindo a apreciação das tradições, gastronomia, das paisagens e particularidades das regiões produtoras (Valduga, 2012).

O enoturismo é geralmente definido pela visita a vinhas e adegas, experiência das características de uma região vinícola (Valduga, 2012, referido Getz, 2000). Carlsen (2004) sugere que o enoturismo compreende degustação às portas das adegas, passeios pelas vinhas e rotas e comemoração de festivais de vinho. Na Austrália, Nova Zelândia e Estados Unidos da América, as várias formas de enoturismo são meios para aumentar a quantidade de vendas num curto prazo, educar o consumidor e criar fidelidade de marca e produtos a longo prazo (Hall e Mitchell, 2000; O'Neill e Palmer, 2004). O enoturismo também está bem estabelecido em certas partes da Europa, como a França, por exemplo em *Beaujolais*, Bordéus e Borgonha (O'Neill e Palmer, 2004). No entanto, o nível de desenvolvimento do turismo vitivinícola não é uniforme (Mitchell e Hall, 2006). Existem diferenças entre regiões ou países altamente desenvolvidos e menos desenvolvidos, como em alguns países mediterrâneos (Hall e Mitchell, 2000). Os investigadores descobriram que o desenvolvimento do enoturismo é afetado por muitos problemas, como o comportamento dos consumidores, falta de infraestrutura, restrições regulatórias, promoção de rotas de vinho sem investimento em instalações ou treino da equipa à porta das adegas, forte enfoque dos fabricantes de vinhos na produção e no produto, falta de conexões intersetoriais e coordenação interorganizacional dentro da indústria (Carlsen, 2004; Correia *et al.*, 2004; Hall e Mitchell, 2000; Jaffe e Pasternak, 2004).

Por um lado, Mitchell e Hall (2006, p. 312), citando Getz (2000), definiram “o conteúdo do desenvolvimento do destino enoturístico do lado da oferta: atrações, serviços, infraestrutura e desenvolvimento organizacional.” O turismo vinícola específico é um centro de visitantes com temas de vinhos, aldeias de vinhos, rotas de vinhos e passeios pelo país do vinho. Numa excelente revisão

de pesquisa do enoturismo, Mitchell e Hall (2006, p. 312) definem o enoturismo como “uma combinação dos atributos do enoturista e do produto enoturístico e destacam o facto de que tal produto é uma confluência entre as indústrias turísticas e do vinho, dentro do contexto mais amplo da região vinícola e da paisagem vinícola. Como tal, o produto não é apenas derivado da adega, do seu pessoal e da própria produção, mas está interligado com o produto turístico regional mais amplo. Esta é uma maneira útil de conceptualizar o produto do turismo vitivinícola, pois fornece um contexto para a discussão do produto central do turismo vinícola, que é, sem dúvida, a adega e a vinha”.

Por outro lado, o lado da procura, o enoturista foi estudado em diferentes situações e de diferentes abordagens, tais como: perfil demográfico, comportamento topográfico e desempenho da visita à adega (Mitchell e Hall, 2006). Por exemplo, Charters e Ali-Knight (2002) estudaram fatores e objetivos motivadores, com base no conhecimento do vinho por parte dos visitantes e pelo interesse pelo vinho. Alonso *et al.* (2007) encontraram diferenças de gastos entre visitantes nacionais e estrangeiros em adegas de diversas áreas: oportunidades comerciais devido a maiores salários e à sua idade relativamente mais nova.

Esses visitantes podem continuar a desenvolver o seu conhecimento do vinho, bem como aumentar o seu envolvimento nos próximos anos (Alonso *et al.*, 2007). No entanto, um fator chave dado o baixo nível de desenvolvimento no enoturismo é estudar as motivações para visitar vinhas e adegas, o que é importante para entender a falta dessas visitas. Por exemplo, os motivos internos incluem vários aspetos da aprendizagem sobre o vinho (por exemplo, processos de armazenamento, envelhecimento e vinificação) e pareciam ser mais atraentes para os “amantes” de vinho, mas motivos externos como passeios pela vinhas e adegas eram mais chamativos para os “novatos” de vinho (Charters e Ali-Knight, 2002). Dada a visão geral exploratória e abrangente do desenvolvimento do enoturismo local, neste aspeto, o aspecto motivacional e as diferenças entre os turistas locais / nacionais e estrangeiros são geralmente as principais questões sobre a procura no mercado de vinho.

O enoturismo é um fator significativo no desenvolvimento regional porque ajuda não só a criar empregos locais e a promover mercadorias locais, mas também a atrair investimentos e outros tipos de turismo a nível regional (Mitchell e Hall, 2006).

Os festivais de vinho e gastronomia são componentes do produto da viticultura em todo o Mundo e podem ser importantes catalisadores para o futuro do vinho e o comportamento do consumidor do vinho (Mitchell e Hall, 2006).

## **4.2. Desenvolvimento de Atividades à Porta das Adegas e Posicionamento Estratégico**

De acordo com Valduga (2012), citando Carlsen (2004), a produção e o turismo do vinho estão localizados em extremidades opostas do espectro industrial e as características de cada atividade são essencialmente diferentes no sentido microeconómico. A economia da produção do vinho é liderada por oferta, decisão de preços, produção de um produto homogéneo, de modo que os gestores se concentrem nas atividades de redução de custos e dependentes do crescimento do capital para criar riqueza. Por outro lado, o turismo é uma atividade de serviços, essencialmente orientada para a oferta, a criação de preços e o serviço heterogéneo, que conta com lucros para criar riqueza (Carlsen, 2004) e aparência para enfatizar uma abordagem experiencial do vinho (Mitchell e Hall, 2006). Nesse sentido, as adegas orientadas para a experiência querem desenvolver e manter relacionamentos diretos com os seus clientes para desenvolver a sua lealdade (Mitchell e Hall, 2006). Para essas empresas, as atividades à porta das adegas são ferramentas efetivas para ganhar a confiança do cliente à denominação, para permitir que os consumidores experimentem produtos reais ou novos com um nível de risco reduzido e obtenham inteligência de *marketing* a baixo custo (Valduga, 2012, citando Dodd, 1995).

## **4.3. Eficiência nas Atividades à Porta das Adegas**

Outro aspeto importante para a adega é a sua eficiência das atividades à porta das empresas. Para promover visitas de retorno, é essencial que a gestão se oriente no *marketing* e no relacionamento criado após cada visita. É essencial que o gerente nunca deixe um visitante sair sem tentar estabelecer um relacionamento (Jaffe e Pasternak, 2004). Cada adega deve construir um banco de dados com informações de contato de cada visitante, sendo potencial comprador ou não, embora especialmente aqueles que compraram vinho numa visita anterior ou expressar o desejo de visitar a adega, embora na maioria das adegas não se recorre a essa estratégia (Valduga, 2012).

Resumidamente, cada atividade à porta da adega e contato com o visitante estabelecido deve ser uma oportunidade para estabelecer uma forte ligação com um consumidor real ou potencial. Infelizmente, acredita-se que as atividades de *marketing* sejam mais fortes para alcançar vendas e lealdade no mercado (Valduga, 2012).

As regiões vitivinícolas dependem, de modo geral, diretamente do Homem que exerce atividades ligadas à natureza ecológica e, pela particularidade dos produtos que gera, e dando continuidade às tradições seculares, ou seja, transformação do solo para o cultivo da videira e a elaboração do vinho. Essas regiões e atividades, além de proporcionarem ao Homem um estilo de vida, transformaram as suas experiências em fontes de conhecimento, tradição, identidade e cultura (Valduga, 2012).

Num modo geral, é reconhecido que, quando se verifica um aumento do número de turistas a visitar uma determinada área vitivinícola, se deve a alguns fatores específicos, tais como:

1. A valorização territorial obtida a partir da obtenção da Indicação de Procedência e Denominação de Origem Controlada;
2. O crescente investimento na qualificação da produção vitivinícola (desde um produtor local até às grandes empresas comerciais nacionais e internacionais);
3. A elaboração de plano de *marketing* para uma melhor gestão da “marca”;
4. O investimento em *marketing* e divulgação do roteiro e produtos;
5. O aparecimento dos *media* espontâneos e *marketing* de cada empreendimento;
6. A participação em feiras e eventos destinados ao turismo e ao vinho;
7. Os incentivos que favoreceram o turismo no território nacional;
8. A divulgação dos destinos no exterior;
9. A participação em ações na divulgação de rotas locais (Valduga, 2012).

Os recursos identificados como vantagem de altitude, insolação, relevo e de *terroir* (considerado como as condições edafoclimáticas do local produtivo), ensaios com variedades viníferas (aqui considerado como a capacidade de realizar estes ensaios) e vinhas próprias revelam a importância do papel desempenhado pela produção das uvas como precursor de vantagem competitiva na produção de vinhos. Entre os quatro recursos anteriormente mencionados, expressam-se os atributos de escassez, imobilidade e inimitabilidade, pois não existem condições favoráveis uniformes nas terras de uma dada região. Por sua vez, os recursos definidos como processo diferenciado na produção de vinhos ou uvas (também considerado como uma capacitação ou recurso de conhecimento) e acesso a centros de pesquisa (sendo o centro de pesquisa o recurso) relacionam-se à produção de vinhos e envolvem a presença de dependências de caminho, investimentos e conhecimentos não mapeados, entre outros atributos de sustentação estratégica.

Os indicadores propostos objetivam que uma região se desenvolva com sustentabilidade, isto é, o fortalecimento endógeno com a capacidade para o desenvolvimento económico local (*Profit*), o tratamento e o desenvolvimento do capital humano (*People*), a preservação do capital natural

(*Planet*), a compatibilidade entre a atividade enoturística e a proteção dos ecossistemas (Valduga, 2012).

É certo que o assunto ainda não foi esgotado, e novas abordagens sobre o destino e o modelo poderão contribuir para a construção do conhecimento científico baseado em dados e estudos que auxiliem o desenvolvimento do enoturismo (Correia *et al.*, 2004; Getz e Brown, 2006; Jaffe e Pasternak, 2004; Thach *et al.*, 2007).

Faço agora uma descrição sucinta de quatro aldeias vinícolas checas, reputadas pela atividade enoturística existente, e porque, em termos pessoais, me fascinaram bastante, tendo sido objeto principal do meu primeiro evento de estágio.

#### **4.4. *Mutěnsko* – Região Pitoresca com Ruas e Adegas Encantadoras. Adegas de Vinicultores nas Aldeias de *Mutěnice*, *Čejč*, *Šardice* e *Hovorany***

Em *Mutěnice*, a maioria dos vinicultores encontram as suas atividades no porão das adegas, com direção a Norte. Os elementos decorativos distintivos das adegas são aplicados nas bandas inferiores das paredes e os padrões e as figuras são colocados nas varandas e fachadas. Cerca de 500 caves (em maioria particulares) formam hoje uma aldeia pitoresca com nomes de ruas engraçados, tabernas e várias casas de hóspedes.

Uma caminhada do centro da aldeia até o final será uma mudança agradável após *Mutěnice*, onde se desloca de um vinicultor para outro.

Existem dez viticultores oficiais na aldeia de *Hovorany*. A ligação ao vinho nesta aldeia é muito forte e ativa e durante todo o ano são organizados vários eventos tradicionais, como exposição de vinhos, incluindo degustação, Dia da Adega Aberta, Adegas Abertas em *Hovorany* (em maio) e Festival Vitivinícola de Verão (em novembro).

Em *Šardice*, podem-se encontrar todas as adegas num único beco. Aqui, as adegas são muitas vezes construídas atrás das residências. Várias casas são decoradas com arcadas e desenhos criativos. Desde os anos 50 do século XX, estas adegas foram construídas gradualmente e eram uma divisão bem frequentada em casa. Duas décadas depois, foram construídas, de modo progressivo, caves de sete andares com moinhos na área atrás da aldeia. É uma vila interessante sob o ponto de vista folclórico (*Kyjov Dolňácko*, um traje clássico particularmente escuro) com a região de *Podluží* (trajes ricamente bordados, calças vermelhas), que afeta significativamente tanto o vestido como a música e as canções da região (Festival *Otevřených Sklepů*, 2017).

Segue agora o estudo e a caracterização detalhada do conceito do cicloturismo, que se desenvolve associando, conforme anteriormente mencionado, conceitos e modalidades de enoturismo opcional. O cicloturismo integra programas organizados e que visam não apenas o mercado regional / nacional, mas também o internacional. Darei nomeadamente ênfase às principais atrações e benefícios do cicloturismo como modalidade turística, às políticas e recursos para o seu incentivo e exponho as suas lacunas e tendências.



## 5. Cicloturismo

### 5.1. Introdução

Nos últimos anos, o uso da bicicleta como meio de transporte ou para prática desportiva e de lazer está a aumentar de forma constante. Mais especificamente, a combinação de prática de ciclismo e turismo deu origem a uma nova modalidade de turismo sustentável: o cicloturismo.

O uso da bicicleta como meio de transporte e como recurso turístico tem sido, tradicionalmente, de carácter marginal. A nível global, no ano de 1997, existiam 297 empresas que prestavam serviços de cicloturismo em diferentes países, de acordo o *Specialty Travel Index* (Moral-Moral, 2016, citando Ritchie, 1998), lideradas por Grã-Bretanha (27), França (21) e Canadá (19).

Segundo Sustrans (1999), o cicloturismo pode enquadrar-se dentro do denominado turismo de cruzeiros, em que o próprio meio de transporte consiste numa experiência ou atração turística e, de certo modo, representa características com o turismo de peregrinação, embora a sua classificação cabe melhor dentro da categoria de turismo desportivo.

O peso e a relevância do setor turístico representam uma grande oportunidade para o desenvolvimento económico e social das regiões e dos destinos. De acordo com os dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), um total de 1 235 milhões de turistas viajou em torno de diferentes regiões do Mundo, sendo cerca de 46 milhões a mais do que no ano anterior (isto é, um aumento de 3,9% na circulação de viajantes) (Jornal de Negócios, 2017). Este crescimento implica a necessidade de melhorar a oferta turística existente para aumentar a competitividade dos destinos e oferecer ao turista uma oferta ajustada às novas necessidades e procuras do visitante.

Neste contexto, nos últimos anos, o uso da bicicleta como meio de transporte, desportivo e de lazer vem ganhando popularidade tornando-se uma forma de turismo sustentável e preservador do meio ambiente (Chen e Cheng, 2016; Latorre, 2015; Neves e Esperança, 2011).

Andar de bicicleta é a realização de uma alternativa, e um tipo de turismo sustentável, em que o gozo da paisagem ou o desejo de viver uma experiência única, em contacto com a Natureza e o meio ambiente, se torna uma das principais motivações dos turistas para a sua escolha, que permite combinar a realização de uma atividade desportiva e de lazer.

Diante dessa tendência, as instituições públicas e as empresas estão a mostrar maior interesse no seu desenvolvimento com o objetivo de torná-la uma alternativa de desenvolvimento sustentável para as diferentes regiões e áreas geográficas (Moral-Moral, 2016).

Porém, a falta de monitorização da atividade cicloturística a nível institucional representa uma das principais desvantagens na avaliação do impacto económico e social que representa como modalidade de turismo. Atualmente, de acordo com a Federação Europeia de Ciclistas (ECF), não há informações confiáveis e atualizadas que permitam comparar o seu grau de desenvolvimento entre os diferentes Estados-Membros da União Europeia.

No entanto, os dados do Barómetro ECF de Ciclismo, elaborado pela Federação Europeia de Ciclistas (ECF), permitem afirmar o grau de popularidade da bicicleta representante em cada país. Por exemplo, nos Países Baixos, mais de 35% da sua população usa a bicicleta como um meio habitual de transporte. Também destacam-se países como a Suécia, a Finlândia e a Hungria, cuja população faz um maior número de viagens de bicicleta (ECF, 2015). É relevante destacar que a população mostra uma maior tendência para praticar ciclismo nos países com maior número de utentes da bicicleta como meio de transporte (Moral-Moral, 2016).

Outros dados significativos são o número de viagens feitas anualmente por bicicleta na Europa, estimada em 2 295 milhões (Weston *et al.*, 2012). Mais recentemente, Cramer (2016) constata um aumento anual de 20% no ciclismo, enquanto o impacto económico gerado é de receita bruta anual superior a 44 000 milhões de euros; a despesa diária de cicloturista 35 euros em comparação com 10 euros do turista que usa o automóvel como meio de transporte. Em suma, a relevância do cicloturismo na Europa hoje é muito significativa.

## 5.2. Conceito e Modalidades

Atualmente, a experiência no uso da bicicleta como uma atividade recreativa, desportiva e não competitiva, que combina turismo e atividade física, deu origem a um maior interesse no seu estudo, apreciando um crescimento no número de pesquisa. No entanto, a presença de documentos nas principais bases de dados científicas ainda é uma minoria, por isso esta contribuição destina-se a preencher parcialmente essa lacuna, contribuindo para a sua análise (Moral-Moral, 2016).

Para isso, e, em primeiro lugar, é necessária uma revisão aprofundada do termo e as peculiaridades que caracterizam esta modalidade de turismo. A este respeito, Han *et al.* (2017), segundo uma definição recentemente formulada, definem o cicloturismo como uma modalidade em que os ciclistas realizam uma viagem, entre um local de origem e um destino concreto, por motivos de lazer e em períodos de tempo inferiores a 24 horas, ou de uma noite desde o local de

origem. Estes autores destacam seis aspetos que caracterizam esta modalidade, a saber:

1. É um deslocamento distante do local de residência;
2. A duração pode variar de um a vários dias;
3. É uma prática não competitiva;
4. A viagem é a principal motivação;
5. É desenvolvido dentro de um contexto ativo e desportivo;
6. Representa uma forma de lazer e entretenimento.

Por outro lado, outro conceito adotado em investigações recentes (Serra, 2016) é a proposta por Weston *et al.* (2012), que definem o ciclismo como sendo uma atividade realizada de um lugar para outro por motivos recreativos.

No que diz respeito às modalidades distintas na prática do cicloturismo, Sustrans (1999) e Palós e Troyano (2014) adotam uma ampla abordagem nas suas análises. Eles distinguem quatro grandes modalidades cicloturísticas.

A primeira categoria é chamada de “férias de bicicleta” (*cycling holidays*), em que a duração da viagem inclui uma noite, ou mais, fora da residência habitual do turista. A principal motivação e objetivo da atividade é a simples prática do ciclismo, podendo considerar-se que representa o cicloturista no sentido estrito. Embora em algumas investigações seja chamado de “ciclista itinerante”, ao andar de bicicleta de uma acomodação para outra, não incluindo nessa categoria, aquelas pessoas que usam outros meios de transporte para se deslocarem entre os alojamentos, apesar de serem capazes de usar a bicicleta diariamente.

O segundo modo é chamado de “ciclismo em férias” (*holiday cycling*). Nesta categoria, a prática do ciclismo faz parte das férias turísticas, mas não é considerada a principal atividade. Inclui ciclismo do local de alojamento ou de qualquer outro local.

Terceiro é a categoria chamada “passeios de bicicleta de um dia” (*cycling day visit*). Esta modalidade consiste na realização de passeios de bicicleta com uma duração de mais de 3 horas a partir do local de residência habitual feito por motivos recreativos ou de lazer.

Finalmente, o “ciclismo desportivo ou recreativo” (*sport or recreational cycling*) é aquele feito pelo ciclista que usa equipamentos específicos fazendo viagens em um dia com distâncias relativamente altas, geralmente mais de 50 quilómetros. Esta modalidade é integrada pelo ciclismo praticado em caminhos convencionais como o que é realizado em zonas de montanha. Em ambos os casos, o ciclismo de competição é excluído.

Resumidamente, tendo em conta o quadro conceptual exposto acima, uma série de ideias-chave merece destaque:

1. O uso de bicicletas como parte da atividade do turismo não implica o seu uso como meio de transporte, mas faz parte de uma experiência de lazer abrangente para o turista;
2. A viagem ou rota é tão importante quanto o destino turístico pretendido e, em alguns casos, a conclusão de uma rota é a principal motivação da viagem;
3. O contacto com a Natureza, o meio ambiente e o gozo da paisagem representa uma forma de lazer saudável e sustentável (Palós e Troyano, 2014; Sustrans, 1999).

Os principais benefícios do cicloturismo como forma de turismo sustentável e das suas derivações, as principais motivações e preferências do turista para a sua escolha como atividade de lazer são apresentados abaixo.

### **5.3. Benefícios do Cicloturismo como Modalidade Turística Sustentável**

Uma das principais atrações e benefícios do cicloturismo como modalidade turística é que é uma atividade “amiga” do ambiente que contribui para o fortalecimento da atratividade e competitividade turística do destino, levando a uma consolidação da economia local.

Como é mostrado abaixo, o momento institucional atual da atividade cicloturística é o resultado dos impactes positivos que representa. Num relatório preparado para o Parlamento Europeu por Weston *et al.* (2012) identificam-se os impactes ou benefícios da atividade cicloturística advogando os autores, pela adequação de apostar no seu desenvolvimento como modelo de turismo sustentável dentro da União Europeia. Esses impactes positivos são os seguintes:

1. Redução do impacte ambiental como resultado da menor emissão de dióxido de carbono na atmosfera através do aperfeiçoamento do turismo interno e da diminuição da viagem de longa distância;
2. Redução da utilização de meios de transporte privados a favor da promoção do transporte público como forma de movimento do cicloturista nas distâncias mais longas;
3. Reutilização de infraestruturas antigas, como linhas ferroviárias inativas, rotas, caminhos florestais, entre outros;
4. Estímulo ao desenvolvimento económico e social das áreas rurais, fornecendo-lhes uma fonte alternativa de rendimento;
5. Contribuição para a promoção de hábitos de vida saudáveis que permitam melhorar a

qualidade de vida das comunidades locais;

6. Promoção do conhecimento e contacto com o património histórico, cultural e gastronómico presente nas rotas nas quais o ciclista percorre;
7. Apoio ao território e ao empreendedorismo local face ao potencial de novos modelos de negócios decorrentes da necessidade de oferecer ao cicloturista vários serviços relacionados à alimentação, acomodação, conserto de bicicletas, entre outros.

Também é importante salientar três ideias-chave que diferenciam o cicloturismo de outras modalidades turísticas. Em primeiro lugar, contribui para a dinâmica da procura turística como resultado das preferências do ciclista que desenvolve atividades na época baixa, evitando os meses mais quentes do ano e efeitos do turismo massificado. Em segundo lugar, é uma modalidade profundamente sustentável porque envolve o uso de bicicletas, um meio de transporte não poluente a nível ambiental, no nível social, representa um compromisso com empresas e serviços locais, garantindo a sua viabilidade, uma oportunidade para a reutilização de antigas infraestruturas turísticas que melhoram o ambiente local e, finalmente, a nível económico, permite a fixação da população ao território, assegurando o emprego local, a geração de riqueza e a melhoria da infraestrutura. E, finalmente, um terceiro aspeto notável é que é uma atividade de lazer e um turismo saudável. A sua prática permite a melhoria da condição física do indivíduo e sua qualidade de vida (Weston *et al.*, 2012).

A este respeito, as principais motivações dos turistas para o desenvolvimento do cicloturismo derivam dos benefícios que a prática deles representa. Nesse sentido, de acordo com Ho *et al.* (2015), Kulczyckia e Halpenny (2014), Serra (2016) e Weston *et al.* (2012), destacam-se as seguintes motivações:

1. O principal fator para praticar o turismo de bicicleta é o contacto com a Natureza e a fruição das paisagens e do ambiente natural;
2. Uma segunda motivação é realizar uma atividade física saudável para se manter em forma e cuidar da saúde;
3. Um terceiro fator importante é aproveitar o uso da bicicleta como um instrumento de lazer que leva à realização de uma atividade relaxada e agradável para o ciclista;
4. Finalmente, outras motivações do ciclista menos determinantes são direcionadas para partilhar momentos com amigos, familiares, conhecidos, bem como a possibilidade de usar a bicicleta para visitar atrações turísticas de uma área geográfica.

Estas motivações são consideradas no perfil de um homem cicloturista entre 45 e 55 anos, com nível de estudos universitários, com um salário anual de entre 24 000 e 36 000 euros, e que

viaja preferencialmente em casal ou em grupo. Os principais aspetos que determinam a escolha de um destino ou rota turística são direcionados para a existência de rotas sem trânsito, ou baixa densidade do mesmo, com uma superfície de boa qualidade e com uma sinalização clara para o cicloturista, bem como a variedade de rotas e prestação de serviços à medida para o ciclista, tais como alojamento com serviços de manutenção, conserto, loja de artigos especializados, transporte de bicicleta adaptado, etc. (Chen e Cheng, 2016; Han *et al.*, 2017; Jensen *et al.*, 2007; Neves e Esperança, 2011).

A este respeito, as preferências do cicloturista determinam que, quando se trata de promover o desenvolvimento do cicloturismo, é necessário favorecer a acessibilidade e a oferta de serviços complementares para o cicloturista que levem a uma maior atratividade dos destinos turísticos (Lee *et al.*, 2014; Mrnjavac *et al.*, 2014). Desta forma, procede-se a apresentar as políticas e iniciativas implementadas, bem como os recursos existentes para o seu sucesso como modelo de turismo responsável e sustentável.

## **5.4. Políticas e Recursos para o Incentivo da Atividade Cicloturística**

A necessidade de desenvolver novos produtos turísticos mais sustentáveis e responsáveis com o meio ambiente ajustado às preferências dos turistas provêm do compromisso das administrações públicas de novas medidas e estratégias turísticas. A este respeito, a política turística da União Europeia estabelece, entre as suas prioridades de ação, o desenvolvimento de um turismo sustentável, responsável e de qualidade, consolidando a imagem da Europa como um conjunto de destinos sustentáveis (UE, 2010).

O cicloturismo, como já foi referido, é um bom exemplo de um turismo sustentável e ecológico. Por esta razão, a Comissão Europeia comprometeu-se a sensibilizar o público para a sua importância e apoia o desenvolvimento e promoção de rotas de ciclismo em toda a Europa mediante concessão de subvenções a várias iniciativas e projetos.

Especificamente, destaca o impulso na Europa de iniciativas como a *EuroVelo Network*. É um projeto promovido pela Federação Europeia de Ciclistas (ECF) e lançado em 1997. O seu objetivo é criar uma rede europeia completa de rotas de longa distância que permita unir e atravessar todo o continente europeu de bicicleta, dando origem a desenvolvimento de uma verdadeira Rede Transeuropeia de Transporte Sustentável.

O projeto *EuroVelo* tem dois objetivos fundamentais. Por um lado, estimular o uso da bicicleta

como meio de transporte e, por outro, promover um turismo mais sustentável e respeitador do meio ambiente através da promoção do cicloturismo. Desta forma, uma rede de ciclismo de longa distância promoverá um tipo de turismo menos prejudicial para o meio ambiente do que o turismo tradicional baseado no uso de meios de transporte convencionais, o que evitaria, ou pelo menos reduziria, os problemas atuais de congestionamento e poluição urbana que se observam hoje na Europa.

Quanto às características ou condições das rotas que compõem a rede *EuroVelo*, estas devem obedecer às seis seguintes especificações:

1. Ter inclinação inferior a 6% (exceto para rotas curtas);
2. Ser pavimentadas pelo menos 80% de seu comprimento total;
3. Apresentar largura suficiente de modo a permitir passar pelo menos duas bicicletas. A maioria das estradas sem trânsito tem pelo menos dois metros de largura em áreas rurais e três metros em áreas urbanas, para acomodar o provável uso da estrada;
4. Ter um índice médio de trânsito motorizado com menos de mil veículos por dia ou inexistente;
5. Ter abertura permanente durante todo o ano e oferecer um lugar de refúgio a cada 30 quilómetros, alojamentos a cada 50 quilómetros e transportes públicos que permitam o embarque de bicicletas a cada 150 quilómetros;
6. Incluir sinalização estandardizada em todos os países europeus, embora possa coexistir com a existente em cada país (EuroVelo, 2016).

## 5.5. Lacunas Atuais e Tendências Futuras

Apesar do crescente interesse pelo desenvolvimento do turismo sustentável e pela adoção de hábitos respeitosos do meio ambiente em particular (como encorajar o uso da bicicleta como meio de transporte), a falta de apoio institucional decisivo para a promoção do cicloturismo como modalidade de turismo sustentável ainda permanece.

A falta de estatísticas oficiais e fontes de informação que permitam determinar o impacto económico, social e ambiental real desta modalidade turística condicionam a tomada de decisão das partes interessadas do turismo e limitam a sua implementação.

No entanto, uma vez apresentado o conceito do cicloturismo, os seus benefícios, bem como as motivações do cicloturista, entre outros aspetos importantes, que podem ser de grande valor

para os operadores turísticos que têm a oportunidade de atender a um segmento de mercado em expansão ajustando a sua oferta aos novos perfis e necessidades do cicloturista.

Moral-Moral (2016) ressalta que o cicloturismo é uma atividade turística plenamente sustentável devido ao uso otimizado dos recursos ambientais, e ajuda a conservação do meio natural através da utilização de meios de transporte não poluentes, respeita a autenticidade cultural das comunidades locais ao incentivar a reutilização e valorizar os recursos subutilizados e, finalmente, oferece benefícios socioeconómicos para as áreas turísticas menos desenvolvidas. Com isso, o cicloturismo está a tornar-se um segmento emergente com grandes oportunidades para a diversificação e desenvolvimento turístico dos destinos.

Neste sentido, segundo Chen e Cheng (2016), é necessário fornecer serviços e recursos turísticos adaptados às necessidades dos ciclistas, pois este será um fator de atração importante para os destinos mais especializados neste segmento.

Consequentemente, dadas as peculiaridades do cicloturismo como uma modalidade turística mais respeitosa do meio ambiente, a sua expansão está a crescer na Europa pois a realização de uma viagem de bicicleta é uma experiência única para o indivíduo que permite desfrutar do património natural, cultural e autenticidade dos lugares que quer visitar. Por fim, e tendo em conta as vantagens que representa, recomenda-se promover o desenvolvimento cicloturístico, através da criação de serviços turísticos adaptados às necessidades dos ciclistas, como instrumento para a implementação efetiva e real do turismo diversificado e sustentável na União Europeia.



## 2ª PARTE – O ESTÁGIO CURRICULAR

### 1. Escolha do Estágio Curricular

Desde o começo do meu segundo ciclo de estudos, sempre considerei que um estágio curricular seria a opção mais apropriada para completar a minha formação no Mestrado em Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis. Quando efetuei a matrícula no dito mestrado, foi precisamente o facto de saber que teria a oportunidade de realizar um estágio e a consequente possibilidade de ter um primeiro contacto formativo com o mundo profissional que me fez decidir, sem qualquer dúvida ou angústia, por este segundo ciclo de estudos, de entre outros que poderia considerar. A acrescentar que a minha escolha veio do meu interesse e desejo vivo para descobrir a Europa Central. Como ainda nunca tinha visitado a República Checa e por ser um país curioso para mim, a decisão foi facilmente tomada. Ter a possibilidade de realizar algum trabalho mais prático no âmbito da Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis era, também, indispensável para mim.

Durante a minha licenciatura, em Engenharia do Ambiente na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, concluída com sucesso após 4 anos, tive várias oportunidades de aperfeiçoar a minha capacidade de investigação, por entre diversos trabalhos académicos que elaborei. No entanto, pessoalmente, sempre encarei este primeiro ciclo de estudos como demasiadamente teórico, sem haver oportunidades de realizar estágio. Havia apenas estágio disponível na reta final de um só mestrado de continuidade existente no plano de estudos, em Tecnologias Ambientais, exclusivamente em regime laboratorial, o que acabou para não me atrair.

Assim sendo, e visto que era obrigatório escrever um projeto teórico-prático (sendo, na prática, mais teórico) para finalizar este primeiro ciclo de estudos, preferi desde cedo que o segundo ciclo de estudos ocorresse no percurso de uma nova experiência, numa cidade académica diferente, sentindo-me otimista e pronto para enfrentar novos desafios. Em consequência, e por ter ouvido falar muito positivamente acerca da Universidade de Coimbra em múltiplos aspetos, fez-me orientar nessa direção e a minha matrícula no referido mestrado acabou por se concretizar.

Pretendia pôr em prática, de uma forma mais realista, os conhecimentos que fui adquirindo nos seminários do dito mestrado, sob orientação. Penso que, nas diversas etapas da vida, as novas experiências se tornam mais acessíveis sempre que haja uma fase de transferência. Para mim, o

estágio curricular representava essa ponte entre o mundo académico (em que podemos contar com alguém que nos ajuda a orientar o trabalho e a corrigir os nossos erros) e o mundo profissional (em que erramos por nossa própria conta e risco). Assim, eu teria a oportunidade de começar a trabalhar, sendo este o objetivo principal desta minha formação, em que seriam permitidas algumas falhas da minha parte e haveria espaço para corrigi-las e aprender com elas. Pareceu-me que a minha formação ficaria, deste modo, mais completa. E isso verificou-se, pelo que devo expressar os meus sinceros agradecimentos à toda a equipa da Associação de Parceria Ambiental, ao Sr. Robert Dulfer e à Sra. Olga Černá da *Rožmberk Society* e à Sra. Hana Patková do Centro Municipal de Informação Turística de *Uherské Hradiště*, que me acolheram no estágio, por toda a disponibilidade com que me ajudou a complementar a minha formação, a qual sinto longe de estar terminada.

O estágio trar-me-ia ainda a possibilidade de enriquecer o meu *Curriculum Vitae* com alguma experiência. É um aspeto evidente que, atualmente, se manifesta de grande importância no mundo profissional. Estagiar numa entidade, ou entidades, poderia funcionar como um início da minha carreira. A verdade é que o facto de ter este estágio acrescentado no *Curriculum Vitae* acabou por já me ser favorável na candidatura a algumas propostas de trabalho. Estabeleci contactos valiosos e isso permitiu-me começar a movimentar-me, com pequenos passos, na área da Geografia e do Turismo. Este estágio permitiu-me conhecer e compreender aspetos dessa área que nunca sequer me ocorreria que existissem. Tive oportunidade de entrar em contacto direto com clientes, ver e absorver aspetos como a organização e distribuição de tarefas, a discussão e esclarecimento de dúvidas ou de termos linguísticos novos e desconhecidos com o cliente ou entre colegas, o contacto com utensílios para lidar com pedidos de clientes ou resolver irregularidades e o processo de confirmação.

Por todas estas razões que acabei por mencionar, das opções que me eram facultadas para continuar no segundo ano do Mestrado em Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis, o estágio curricular foi a escolha inevitável para mim.

## 2. Processo Inicial

Assim, o meu primeiro contacto estabelecido em prol do meu estágio curricular na República Checa (e pelo que me lembro de ser mencionado, numa das reuniões realizadas, pelo Doutor João Luís Fernandes, Coordenador de Relações Internacionais da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra) foi com o Doutor Jiří Vágner, professor e coordenador do Departamento de Geografia Social e Desenvolvimento Regional da Faculdade de Ciências da Universidade de Praga, numa sequência de correspondências por correio electrónico, com antecipação no outono / inverno de 2016.

No início de fevereiro de 2017, já chegado a Praga, ele facultou-me pessoalmente o livro intitulado “Transformação Rural – Turismo como Forma de Desenvolvimento” (em checo: “*Transformace venkova – Turismus jako forma rozvoje*”; figura 1) das autoras Dana Fialová e Hana Horáková, com artigos em inglês, servindo-me de orientação para retirar algumas ideias.

O livro é o resultado de vários anos de investigação de transformação pós-socialista nas áreas com perspetiva rural, antropológica e geográfica. Desde o final dos anos 90, foi co-criado por uma forma específica de turismo internacional sob o nome “Aldeia Holandesa”. A análise comparativa global de estratégia de transformação e desenvolvimento, com base em dados de pesquisa de campo em quatro aldeias (*Čistá, Stárkov, Stupná e Lipno nad Vltavou*), revela os dilemas, tensões e conflitos que se manifestam com o processo de mercantilização de recursos rurais trazido pelo turismo. O que acontece é que a migração dos holandeses para as comunidades vulneráveis afetou significativamente a realidade social desses lugares. Em particular, aprofundou a polarização cultural das comunidades locais. Os dados da pesquisa sugerem que a rivalidade entre seitas na comunidade local se deve principalmente à diversidade na compreensão dos conceitos de desenvolvimento e modernidade (Horáková e Fialová, 2015).

Com efeito, decidi então focar-me no caso das “Aldeias Holandesas” na área turística do lago *Lipno* (após recomendação pessoal do Sr. Robert Dulfer). No início, o meu objetivo constituía em abordar este tópico num estudo de caso e incluir o mesmo numa suposta terceira parte deste relatório, que iria tratar de forma detalhada o conceito das residências secundárias. Contudo, acabou por não ser vantajoso uma vez que se tratava de um tema independente, fora do contexto do estágio curricular propriamente dito.



Fonte: Horáková e Fialová (2015).

**Figura 1.** Capa do livro de apoio e orientação, facultado pelo Doutor Jiří Vágner.

### 3. Atividades Realizadas

O meu estágio curricular realizado na República Checa teve início oficial no dia 1 de março e terminou a 30 de junho de 2017. Trabalhei e participei nos eventos conforme a sua ocorrência, dependendo da semana e da necessidade de uma ajuda adicional no trabalho.

Regra geral, o meu horário era aos fins de semana, altura esta em que os eventos eram organizados exclusivamente pela Associação de Parceria Ambiental. No entanto, também trabalhei em dias úteis, nomeadamente quando comecei a combinar encontros sucessivos com o Sr. Robert Dulfer.

O estágio foi sobretudo iniciado sob orientação da Sra. Eva Kvapilová e Zdeňka Prokopová. Pelo que me lembro, os meus primeiros momentos foram calmos. No entanto, depois de me serem apresentadas todas as divisões do edifício, foi-me logo atribuído trabalho, que não faltou ao longo dos meses que seguiam. Os elementos da equipa nunca se coibiram de me atribuir trabalho e de me orientar da melhor maneira, esclarecendo dúvidas e respondendo a todo o tipo de questões, sempre que necessário. Também pude contar com uma importante ajuda por parte do Sr. Juraj Flamik, Coordenador-parceiro do Programa *Greenways* e especializado no âmbito do cicloturismo.

Creio poder afirmar que a minha posição de voluntário nunca inibiu à equipa de confiar em mim para cumprir tarefas, tendo sempre em conta, naturalmente, os meus limites, fossem eles de conhecimento da área do turismo, desporto e lazer ou a nível de gestão de tempo e espaço em ambiente social. Pelo contrário, em especial na Associação de Parceria Ambiental, sempre me fizeram sentir que éramos todos colegas e “amigos”, que eu podia participar do espírito de entreajuda e do trabalho de equipa, havendo sempre o devido respeito mútuo. Considero, portanto, que a função pedagógica do estágio foi muito bem cumprida (igualmente para o caso da *Rožmberk Society* e do Centro Municipal de Informação Turística da região da Eslováquia Morava).

Fui, gradualmente, conhecendo melhor o funcionamento das entidades de acolhimento e entrando no seu espírito e ritmo de trabalho. Embora os outros colegas trabalhassem em mais do que uma tarefa em simultâneo, a mim foi-me geralmente atribuído uma de cada vez.

É de salientar que a grande maioria das minhas tarefas de trabalho decorreram em eventos reais, para clientes reais, não tendo havido número significativo de trabalho que servisse unicamente de preparação ou treino ao longo do estágio. No início, senti-me ligeiramente instável, mas rapidamente me adaptei ao ambiente e ritmo de trabalho e ao facto de que é inevitável cometer erros, ter dúvidas e procurar esclarecê-las para aprender. Percebi que o que fazia estava a

ser constantemente avaliado, pelo que todo o trabalho realizado me obrigava a fazer o melhor que podia e sabia, num ambiente amigável e tranquilo, embora totalmente profissional. À medida que me iam sendo atribuídas novas tarefas, fui adquirindo confiança e notando uma evolução na minha forma de trabalhar autonomamente. Com todo o trabalho que tive de efetuar, desenvolvi as minhas capacidades e ainda alarguei o meu vocabulário, embora simples, da língua checa. Devido à relativamente curta duração do meu estágio, apenas me foi possível cumprir tarefas sobretudo ao ar livre, não tendo realizado quaisquer tarefas de carácter administrativo para as entidades de acolhimento ou para as organizações de trabalho, como por exemplo enviar ou receber *e-mails*, o contacto virtual com clientes e colaboradores *freelancer* ou a elaboração de guias e folhetos oficiais para os eventos. Porém, tive oportunidades de observar, ainda que brevemente, alguma realização dessas atividades e os instrumentos para elas utilizadas.

Segue-se agora a uma contextualização levada ao pormenor das entidades de acolhimento e de contacto recorridas para a realização do meu estágio curricular.

## 4. Contextualização das Entidades de Acolhimento e de Contacto – Fundações e Organizações para o Desenvolvimento Turístico

### 4.1. Associação Checa de Agentes de Viagens

#### 4.1.1. Definição

A Associação Checa de Agentes de Viagens (em checo: *Asociace Cestovních Kanceláři České Republiky (ACK ČR)*; figura 2) foi criada a partir de vinte organizações de viagens, no ano de 1991. Hoje, conta com 160 membros comuns e dezoito membros aliados nos ramos de transporte, seguros, tecnologias de informação, educação profissional, feiras comerciais de viagens, imprensa e publicidade (ACK ČR, 2017).



Fonte: ACK ČR (2017).

**Figura 2.** Logótipo da Associação Checa de Agentes de Viagens.

#### 4.1.2. Objetivo

O objetivo da associação é representar e proteger os interesses económicos dos seus membros, para ajudá-los a ampliar o alcance das suas atividades e aumentar o seu prestígio profissional. A associação propõe legislação relacionada ao turismo, bem como medidas económicas. Tem uma palavra a dizer nos debates sobre regras e regulamentos no âmbito do turismo e a política económica do estado e as políticas seguidas pelas autoridades regionais.

A associação ajuda a defender a boa reputação e o padrão dos serviços turísticos checos, e defende os interesses dos seus clientes membros. Combate a concorrência desleal, bem como a

atos que podem prejudicar o bom nome do turismo checo. A associação representa as suas agências membros em organizações internacionais de turismo e promove contactos com associações similares no exterior, ao fim de ganhar experiência e apoio para as suas atividades, e com o objetivo de lançar uma cooperação mutuamente gratificante. Finalmente, a associação ajuda em questões de publicidade, relações públicas e contacto com os *media* em nome dos seus membros.

#### **4.1.3. Estrutura**

É uma organização voluntária de organismos ativos tanto nos mercados nacionais como estrangeiros. Reunindo os principais operadores e agências de viagens, os membros da associação gozam de uma posição importante na indústria do turismo nacional. A adesão total da associação está aberta a todas as agências de viagens existentes no país, que aprovelem os seus objetivos e respeitem as suas regras e regulamentos. A Associação Checa de Agentes de Viagens em si, bem como o seu logótipo, tornaram-se uma marca de qualidade. A associação pode fornecer aos seus parceiros estrangeiros contactos para 160 Operadores Turísticos Checos e Agências de Viagens que têm uma participação decisiva no volume total do negócio turístico. Os membros da associação cobrem praticamente toda a extensão do turismo de forma profissional e geográfica.

No que diz respeito ao turismo recebido, eles operam em todo o território da República Checa e da Eslováquia. Quando se trata de viagens de saída, elas cobrem todos os continentes. A associação organiza viagens regulares para indivíduos e grupos, bem como viagens especializadas, incluindo os acordos de congressos mais exigentes e o turismo de incentivo. Além disso, as agências de viagens englobadas ajudam a organizar alguns dos eventos culturais de maior prestígio no país (ACK ČR, 2017).

#### **4.1.4. Contexto de Estágio**

No contexto do meu estágio curricular, em finais de março, por própria iniciativa minha após algumas pesquisas na internet, entrei em contacto com a Associação Checa de Agentes de Viagens – com sede em *Lípová 15, 120 00 Praga 2* – mais especificamente com o Sr. Michal Veber, Secretário-geral da Associação, e a Sra. Martina Košílková, Gerente de Desenvolvimento de Produto, que me forneceram os contactos necessários à *EuroVelo Network* e à *Greenways International*.

Daí, resultou o redirecionamento para o Sr. Daniel Mourek, Coordenador de Relações



Internacionais da *Greenways International* e membro do Conselho da *EuroVelo Network*.

## 4.2. Federação Europeia de Ciclistas

### 4.2.1. Objetivos

Desde a sua fundação no ano de 1983, a Federação Europeia de Ciclistas (em inglês: *The European Cyclists' Federation (ECF)*; figura 3) tem como missão promover o ciclismo como meio saudável e sustentável de transporte, lazer e recreação, induzindo mais pessoas a andar de bicicleta, mais frequentemente. Em nome dos seus membros, o compromisso é garantir que o uso da bicicleta alcance o seu potencial máximo, de modo a proporcionar mobilidade sustentável e bem-estar público, tornando os cidadãos mais saudáveis, as cidades mais habitáveis e as economias mais sustentáveis.

Para alcançar esses objetivos, a federação procura mudar atitudes, políticas e fundos a nível internacional. Estimula e organiza o trabalho do movimento dos ciclistas, além de encorajar e coordenar o intercâmbio de informações e conhecimentos sobre políticas e estratégias relacionadas à bicicleta.

As raízes da sua fundação estão na Europa, mas os desafios que enfrenta são globais. Acredita-se que a bicicleta é uma solução para muitos dos problemas do Mundo. Portanto, a ambição está na partilha de experiências dos seus membros de forma global (ECF)

Os objetivos e auxílios específicos pela Federação Europeia de Ciclistas são:

- Aumentar o *status* do ciclismo e promover o reconhecimento dos seus benefícios para os indivíduos e a sociedade como um todo;
- Incentivar a consideração das necessidades dos ciclistas na Europa em prol do meio ambiente, do planeamento e gestão dos transportes, da saúde e segurança e promover condições favoráveis para o ciclismo em toda a Europa;
- Apoiar os grupos de membros em questões de importância nacional e internacional, relacionadas com os objetivos da ECF;
- Realizar pesquisas sobre assuntos relacionados ao ciclismo, meio ambiente, transporte e segurança;
- Melhorar as informações e os conselhos disponíveis para os grupos de membros e, assim, auxiliar nas suas atividades a nível nacional e internacional;

- Motivar o intercâmbio de conhecimentos e informações entre as organizações membros;
- Fornecer informações e conhecimentos especializados para sensibilizar grupos específicos: órgãos e instituições internacionais, planejadores, políticos, fabricantes e grupos comerciais, agentes de aluguer de bicicletas e autoridades turísticas, grupos ambientais e de transporte em relação ao ciclismo e seus benefícios e necessidades.
- Para atingir estes objetivos, a Federação Europeia de Ciclistas formulou os principais objetivos do ciclismo num conjunto de proclamações. Estes documentos públicos descrevem os pilares da política internacional de ciclismo, fixando os principais motivos, princípios, intenções e prioridades de promoção do ciclismo.



Fonte: ECF.

**Figura 3.** Logótipo da Federação Europeia de Ciclistas.

De acordo com o que consta no Relatório Geral Anual de 2010, cita-se que “a Federação Europeia dos Ciclistas compromete-se a garantir que o uso da bicicleta alcança o seu potencial máximo para promover a mobilidade sustentável e o bem-estar público. A federação estimulará e organizará o intercâmbio de informações e conhecimentos sobre políticas e estratégias de transporte relacionadas à bicicleta, bem como o trabalho do movimento dos ciclistas.” (LVI).

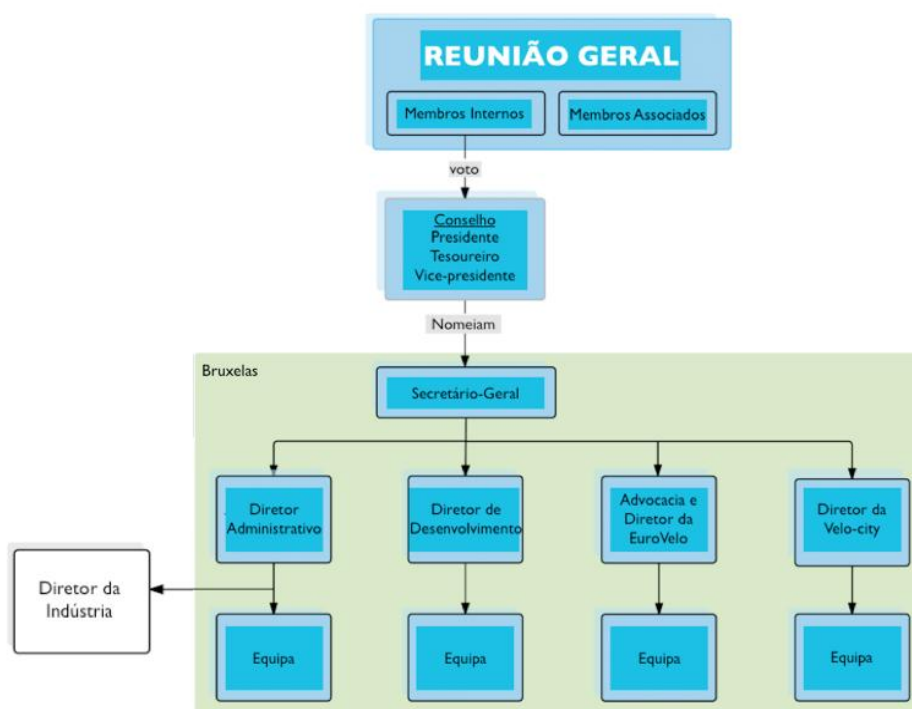
O primeiro desses documentos fundamentais foi a Declaração de Berna em maio de 2007. No mesmo mês dois anos depois, a Carta de Bruxelas foi publicada e assinada. A Carta de Sevilha foi divulgada em março de 2010, seguida da Carta de *Vancouver*, em junho de 2012 (ECF).

#### **4.2.2. Estrutura**

A essência da federação é entendida por um processo democrático de tomada de decisão. A Assembleia Geral Anual que reúne todas as organizações membros é o órgão mais importante quanto às decisões, nomeando o conselho e aprovando novos membros da federação.

Como a figura 4 indica, o conselho é composto por um presidente, um tesoureiro e um vice-presidente e tem o dever de assegurar que os interesses dos membros sejam discutidos durante todo o ano (ECF).

De acordo com Relatório Geral Anual de 2016, a Federação Europeia de Ciclistas representa hoje 82 associações membros de 46 países (ECF, 2017).



Fonte: ECF (adaptado).

**Figura 4.** Diagrama em árvore da estrutura da Federação Europeia de Ciclistas.

### 4.2.3. Programa de Liderança

O Programa de Liderança da Federação Europeia de Ciclistas é um programa de mudanças transformadoras de curto prazo que apoia as organizações membros em estrutura, recursos e eficácia para se tornar um grupo de defesa mais influente. Reconhece-se que, em alguns períodos da vida de uma organização, há uma oportunidade de mudança e isso pode ser mais rápido e melhor sucedido com uma injeção financeira de suporte. No ano de 2016, organizações da Croácia, Eslovénia, Espanha, Finlândia, França e Suécia entraram no programa.

Juntamente com um subsídio assegurado pelos parceiros da indústria da federação, as organizações participantes do Programa de Liderança receberam um treinamento extensivo no que

toca o desenvolvimento organizacional, a campanha política, o planeamento estratégico, a captação de recursos e a construção de alianças para uma defesa nacional mais forte.

Devido a este programa, 2016 foi um ano muito bem realizado e produtivo para a organização participante (ECF, 2017).

### 4.3. *EuroVelo Network*

#### 4.3.1. Definição

A *EuroVelo Network*, a rede europeia de ciclovias (figura 5), é um projeto da Federação Europeia de Ciclistas, gerido pela Associação de Parceria Ambiental, que coordena o desenvolvimento de uma rede de rotas de ciclismo de alta qualidade que conecta todo o continente europeu. A *EuroVelo Network* atualmente constitui de quinze rotas e prevê-se que a rede seja gradualmente completada até 2020 (EuroVelo, 2017).



Fonte: EuroVelo (2017).

**Figura 5.** Logótipo da *EuroVelo Network*.

Com uma extensão de 70 000 quilómetros em quinze rotas de longa distância, os ciclistas podem atravessar toda a Europa (figura 6). As faixas são desenvolvidas nas rotas regionais e nacionais de cada país, sinalizadas pelo símbolo europeu com um logótipo único ou nome e número da rota. Consequentemente, na República Checa, os ciclistas podem desfrutar de 2 100 quilómetros nas rotas *EuroVelo* 4, 7, 9 e 13 (figuras 6 e 7), isto é, do Oeste a Leste do país ao longo da rota 4, ao longo dos dois rios Elba e Moldava na rota 7 ou das montanhas *Jeseníky* para as vinhas da Morávia do Sul ao longo da rota 9 (figura 7).



Fonte: OpenStreetMap Wiki (2017).

**Figura 6.** Rede europeia de ciclovias, distribuída pela *EuroVelo Network*.



Fonte: Greenways.cz (2017) (adaptado).

**Figura 7.** As rotas de ciclismo da *EuroVelo Network* que atravessam a República Checa.

A *EuroVelo Network*:

- Promove viagens de modo social, económica e ambientalmente sustentável;
- Melhora a qualidade das rotas em todos os países europeus participantes;
- Promove a designação uniforme das rotas de acordo com as normas publicadas;
- Fornece informações em toda a Europa sobre rotas *EuroVelo* e ciclovias nacionais;
- Apoia o desenvolvimento de centros nacionais de coordenação para as rotas *EuroVelo* e ciclovias nacionais;
- Promove o intercâmbio de experiências e práticas entre estados e regiões europeias, estimulando, estratégias e infraestruturas de ciclismo de alta qualidade.

### 4.3.2. Objetivos

As regiões de *Weinviertel* (“Quarto do Vinho”, denominação derivada da viticultura, como sendo a maior área vitivinícola austríaca) e da Morávia do Sul criam assim uma área única de cultivo da vinha, que atrai tanto os ciclistas como os entusiastas do vinho e da cultura. O programa das

rotas é desenvolvido pela Associação de Parceria Ambiental Checa, cujo intuito é tornar a Morávia do Sul uma região próspera, “de Monumentos e Vinho”. Este programa está focado em cinco objetivos principais:

- Proteção do património cultural;
- Proteção e melhoria da paisagem;
- Desenvolvimento de produtos turísticos;
- Motivação para as pessoas locais e melhoria para as suas qualificações;
- Apoio a pequenos vinicultores e à vinicultura.

### 4.3.3. Estrutura

A implementação e garantia de qualidade da *EuroVelo* são coordenadas pela Federação Europeia de Ciclistas em cooperação com os Centros Nacionais *EuroVelo*. A rede pode ser complementada pela adição de novas rotas, que devem atender às normas de qualidade *EuroVelo*, integrando as rotas *EuroVelo* existentes, em termos espaciais, e aumentando a percentagem implementada da rede atual.

A *EuroVelo Network* publicou vários mapas de bicicleta, com uma escala de 1: 5 000 000, das regiões checas tais como Morávia do Sul, Boémia do Sul, *Plzeň*, *Karlovy Vary* e Praga.

As acomodações, restaurantes, acampamentos e destinos turísticos exclusivamente para ciclistas são indicados com o sinal de certificação da bicicleta sorridente (sinal de boas-vindas dos ciclistas; figura 8) (EuroVelo, 2017).



Fonte: EuroVelo (2017).

**Figura 8.** Logótipo do sinal de certificação da bicicleta sorridente.

O sistema das rotas de vinho continua na Áustria, na região de *Weinviertel* que cobre uma rede de treze rotas cuja extensão ultrapassa os 1 600 quilómetros. Destacam-se as variedades mais

importantes dos vinhos típicos: *Blauburgunder*, *Blauer Portugieser*, *Grüner Veltliner*, *Sauvignon*, *Tramin*, entre outras.

#### **4.3.4. Contexto de Estágio**

Em termos do meu estágio curricular, após ter sido redirecionado, entrei em contacto com o Sr. Daniel Mourek, Coordenador de Relações Internacionais da *Greenways International* e membro do Conselho da *EuroVelo Network*, e conseguimos marcar um encontro para o dia 6 de abril, pelas 16:00 horas, no escritório situado em *Krátká 26, 100 00 Praga 10*.

Nesse dia, discutimos, em primeiro lugar, sobre os meus planos gerais durante a minha estada. Depois, o Sr. Daniel Mourek forneceu-me informações muito úteis sobre várias organizações, atividades e projetos no âmbito de turismo rural (destacando o cicloturismo e o enoturismo) na República Checa, em formato de mapas, guias e material promocional. Foi uma visita bem sucedida, aconselhando-me ainda a entrar em contacto com uma das parceiras dele: A Associação Checa de Parceria Ambiental – cujo edifício é situado em *Údolní 33, 602 00 Brno* – em concreto, a Sra. Ms. Zdeňka Prokopová, reponsável por Turismo Gourmet, Rotas dos Vinhos da Morávia e Eventos Vitivinícolas.

Por fim, ficou combinado uma segunda reunião para o dia 10 de abril, pelas 18:30 horas, na oficina de bicicletas *Bajkazył*, em *Rašínovo nábřeží*, Praga 2, em baixo da Ponte *Palackého*.

Nesse dia, o Sr. Daniel Mourek entregou-me alguns cartazes de promoção para distribuição, para três eventos diferentes de cicloturismo em Praga, todos destinados para pessoas da terceira idade. Infelizmente, não tive oportunidade de conseguir participar nos mesmos, como voluntário, uma vez que já estava a trabalhar com a minha equipa da Associação de Parceria Ambiental nessas datas.

### **4.4. *Greenways International***

#### **4.4.1. Definição para a Europa Central e Objetivo**

As rotas *Greenways* são rotas multifuncionais, desenvolvidas em áreas rurais e urbanas, para utilizadores não motorizados, que tipicamente percorrem ao longo de corredores verdes lineares, rotas comerciais históricas, rios e linhas férreas. Estas rotas são geridas por pessoas locais, com o



objetivo de incentivar o estilo de vida saudável e o desenvolvimento turístico sustentável. As rotas *Greenways* fornecem um enquadramento para iniciativas e projetos comunitários relacionados à conservação da Natureza, à preservação do património cultural, ao turismo sustentável e à mobilidade. A *Greenways International* procura atender as necessidades dos habitantes locais e visitantes e contribuir de forma positiva para a economia local (Declaração *Sopron*, Parceria Ambiental para o Desenvolvimento Sustentável, 1 de julho de 2006).

Todas as rotas *Greenways* da Europa Central são implementadas de acordo com os seguintes princípios:

- Apoio e mobilização das comunidades locais: incentivo da empresa local, criação de empregos e fluxos de receita adicionais, restauração e proteção das atrações tradicionais;
- Conservação do património natural e cultural e proteção da paisagem;
- Uso dos recursos locais: alojamento e comida, serviços turísticos, guias e produtos locais;
- Cooperação entre países, regiões, cidades, aldeias e seus habitantes;
- Ajuda nas comunidades locais a descobrir e fortalecer a sua identidade cultural e social, melhorando as condições e a qualidade de vida;
- Fornecimento de informações e oportunidades para os turistas para ajudá-los a compreender melhor a região, os seus desafios e iniciativas locais, atividades e organizações;
- Promoção de transportes não motorizados e turismo, recreação e desporto ecológicos;
- Criação de oportunidades em áreas urbanas para o uso de formas de transporte mais sustentáveis, de modo a ajudar as pessoas a caminhar a pé, de bicicleta ou de transporte público em vez de usar o seu próprio carro;
- Incentivo para as pessoas a serem móveis, melhorando a sua saúde e segurança ao viajar e a assumir formas ativas de recreação (Greenways.by, 2006).

#### **4.4.2. Funções**

As rotas de património natural e cultural *Greenways* têm, à partida, quatro funções básicas, sendo:

#### **4.4.2.1. Transporte Sustentável e Segurança**

A *Greenways International* promove formas não motorizadas de transporte e trânsito em massa, incentiva a mobilidade e o turismo relacionados à caminhada, ciclismo, equitação, passeios de barco, etc. As rotas contribuem para aumentar a segurança rodoviária e o transporte sustentável em áreas rurais e urbanas para vários grupos de utilizadores diferentes, incluindo crianças, idosos e pessoas com deficiência.

#### **4.4.2.2. Promoção de Estilos de Vida Saudáveis**

As rotas contribuem para a promoção de estilos de vida saudáveis e melhoria da qualidade de vida dos habitantes locais e visitantes, incentivando o turismo ativo, a recreação e o desporto ao ar livre e em ambientes naturais.

#### **4.4.2.3. Desenvolvimento do Ecoturismo e Conservação do Património Natural e Cultural**

A *Greenways International* contribui para o desenvolvimento de diferentes tipos de turismo ecológico, incluindo criação e promoção de produtos turísticos ambientais. Todos os produtos turísticos promovidos compartilham o princípio comum de apostar no potencial local e apoiar as comunidades locais, sendo criados com recursos locais: serviços turísticos, oportunidades culturais, produtos locais e pontos de venda, bem como outras iniciativas comunitárias. As rotas *Greenways* servem para apoiar iniciativas regionais direcionadas para a conservação do património cultural, natural e paisagístico.

#### **4.4.2.4. Suporte Económico e Desenvolvimento Socioeconómico das Comunidades, incluindo desenvolvimento das Empresas**

As rotas *Greenways* contribuem para o desenvolvimento das economias locais e para o incentivo das populações locais. O estabelecimento de rotas serve para iniciar o desenvolvimento de hospedagem, alimentação e serviços de orientação. As rotas promovem a criação de galerias e pontos de venda para produtos locais, serviços de informação turística, serviços de aluguer de equipamentos desportivos e turísticos, etc. (Greenways.by, 2006).

### **4.4.3. Elementos Básicos de uma Rota**

#### **4.4.3.1. Marcação da Rota da Linha Principal**

A rota principal liga as atrações paisagísticas, naturais, culturais e históricas às outras rotas. A rota deve ser servida por pequenas infraestruturas, tais como lugares de descanso, cartazes de informações visualmente consistentes com mapas e logótipo da rota. As rotas cíclicas devem ter superfícies pavimentadas com índice de trânsito automóvel baixo. As rotas *Greenways*, que atendem aos padrões da Europa Ocidental, são construídas como rotas personalizadas, separadas do trânsito, logo seguras para todos os utilizadores.

#### **4.4.3.2. Sinalização de uma Variedade de Ciclos e Rotas Temáticas Locais**

As rotas cíclicas locais são ligadas à rota principal. Estas rotas são de ciclismo, de caminhadas, de equitação, de água e ainda de esqui *cross-country*. Estas apoiam a recreação, a interpretação do património natural e cultural e a educação ambiental.

#### **4.4.3.3. Produto Turístico Consistente com os Princípios do Turismo Sustentável**

As rotas *Greenways* estão disponíveis como produtos turísticos especializados tanto para turistas individuais como para grupos organizados. Uma parte importante de qualquer produto da rota são publicações relacionadas ao turista: mapas e guias.

#### **4.4.3.4. Parcerias na Região e Coordenação da *Greenways International***

Todas as rotas foram projetadas e implementadas por um grupo de parceiros, composto por organizações não-governamentais, corpos administrativos locais e empresas. Os parceiros assinam um acordo de cooperação, escolhem o coordenador principal da *Greenways International* e também os coordenadores locais, no caso de a rota ser de longa distância.

#### 4.4.3.5. Iniciativas Comunitárias Voltadas para a Conservação do Património Natural e Cultural

Pessoas ativas e criativas, nomeadamente líderes de organizações não-governamentais locais, empresários, animadores de cultura local, artistas folclóricos, professores, jovens e crianças, empreendem projetos sociais baseados e focados na comunidade, tendo como base a estrutura de uma rota (Greenways.by, 2006).

#### 4.4.4. As Rotas dos Vinhos da Morávia do Sul

As Rotas dos Vinhos da Morávia (em checo: *Moravské Vinařské Stezky*; figura 9) consistem num projeto de longo prazo para o desenvolvimento do turismo vitivinícola e a proteção do património cultural na região da Morávia do Sul. O projeto foi gradualmente realizado a partir de 1999, com base na cooperação com 280 aldeias vitivinícolas e muitos outros parceiros em rotas de ciclismo e de caminhadas, atravessando por adegas, vinhas e pomares. A linha principal, de 290 quilómetros, liga a cidade de *Uherské Hradiště* na parte oriental da região até à cidade medieval de *Znojmo*, próxima da fronteira austríaca (figura 10). Dez laços, todos estes interconectados pela linha principal, com vinhos locais e arquitetura típica das adegas, dão acesso à herança cultural e à vinicultura única. Neste sentido, os visitantes podem escolher entre viagens de um dia a vários dias para descobrir o vinho, o folclore, os monumentos e o património da *UNESCO* na rede das rotas de ciclismo (Greenways.by, 2006).



Fonte: Greenways.by (2006).

**Figura 9.** Logótipo das Rotas dos Vinhos da Morávia do Sul.

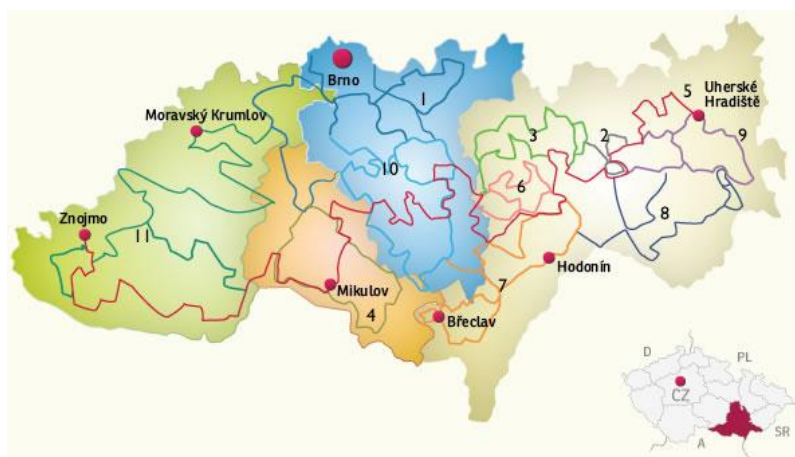
Existem 11 rotas *Greenways* que interseam a região da Morávia do Sul, distribuídas de acordo com a figura 10, com uma extensão de mais de 1 200 quilómetros de percurso total. Elas são listadas

de seguinte forma:

1. Rota dos Vinhos de *Brno* – 130 km (azul);
2. Rota dos Vinhos de *Bzenec* – 26 km (prata);
3. Rota dos Vinhos de *Kyjov* – 85 km (verde claro);
4. Rota dos Vinhos de *Mikulov* – 82 km (amarelo-verde);
5. Rota dos Vinhos da Morávia do Sul – 290 km (*Uherské Hradiště – Znojmo*; vermelho);
6. Rota dos Vinhos de *Mutěnice* – 65 km (rosa);
7. Rota dos Vinhos de *Podluží* – 115 km (laranja);
8. Rota dos Vinhos de *Strážnice* – 101 km (azul escuro);
9. Rota dos Vinhos de *Uherské Hradiště* – 75 km (violeta);
10. Rota dos Vinhos de *Velké Pavlovice* – 110 km (azul claro);
11. Rota dos Vinhos de *Znojmo* – 165 km (verde escuro) (Greenways.by, 2006).

A *Greenways International* publicou diversos mapas e guias, a saber:

- Conjunto de dez mapas individuais das Rotas da Morávia com uma escala de 1: 50 000 e 1: 65 000, publicados em checo, inglês e alemão, com descrições e perfis de rotas;
- Guia *Moravian Wine Trails*, um livro disponível em checo, inglês e alemão com uma excelente introdução dos vinhos da Morávia do Sul;
- Guia de ciclismo *Greenways Moravian Wine Trails*, em checo, inglês e alemão, com mapas e perfis de escala de 1: 100 000, com descrições detalhadas de todas as rotas (Greenways.by, 2006).



Fonte: Moravské Vinařské Stezky (2012).

**Figura 10.** Mapa com as Rotas (*Greenways*) dos Vinhos da Morávia do Sul.

Agora, faça uma caracterização das rotas em que estive envolvido nos vários eventos do estágio curricular, sendo elas: Rota dos Vinhos de *Brno*, *Mutěnice*, *Strážnice*, *Uherské Hradiště* e de *Velké Pavlovice*.

#### 4.4.5. Caracterização das Rotas dos Vinhos da Morávia do Sul

##### 4.4.5.1. Rota dos Vinhos de *Brno*

A Rota dos Vinhos de *Brno* (figura 11) tem uma extensão de 130 quilómetros. Começa na aldeia de *Moravany*. O caminho pavimentado representa apenas 10 quilómetros da rota, sendo que há um trajeto de terreno para *Kobeřice*, e o resto é constituído por estrada. O ponto mais alto encontra-se a 320 metros e o mais baixo a 175 metros, porém a maior parte da rota está localizada a 200 metros acima do nível médio das águas do mar. A rota é praticável durante todo o ano e adequada para todo o tipo de ciclistas, embora inclui trajetos de terreno difíceis e partes montanhosas junto à floresta *Ždánice* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).



Fonte: Moravské Vinařské Stezky (2012).

**Figura 11.** Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de *Brno*.

A rota de ciclismo da cidade de *Brno* começa em *Moravany* subindo lentamente até *Modřice*. Uma parte atravessa a sub-área vitivinícola de *Velké Pavlovice* a norte. A área a sudeste está fortemente entrelaçada, contando com sinais de direção bem marcados, que hoje são uma lembrança da antiga popularidade vitivinícola da região. A rota passa pela área fronteiriça com vários centros viticulturais, como *Rajhrad*, *Židlochovice* e *Slavkov*. A rota oferece um caminho calmo através do campo aberto; a maneira ideal de conhecer a parte norte da Morávia e os monumentos naturais e arquitetónicos únicos. As aldeias pacíficas e bem tratadas estão decoradas com capelas, cruzeiros e pilares, testemunhas silenciosas de eventos trágicos ou milagrosos e uma prova de

religiosidade do campo de Morávia. De seguida, a rota passa por baixo da rodovia perto de *Želešice*, segue um cruzamento ferroviário e chega a uma estrada que leva a *Slavkov*. A parte oriental, com vistas surpreendentes, começa na extensão do terreno na fronteira do parque natural *Ždánický Les* de *Lovčičky*, acima de *Kobeřice* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

Quanto à parte ocidental da rota, esta atravessa *Želešice* e, em seguida, ao longo da corrente do rio *Bobrava* para a região de *Kounice* e *Bránice*, atingem-se muitos destinos turísticos atraentes numa área de excelentes vinhos tintos. Em *Dolní Kounice*, a capela peregrina de São Antonino domina no vale do rio *Jihlava*. Outros monumentos judeus podem ser encontrados no centro da cidade, que comprovam a popularidade medieval local. A corrente do rio *Jihlava* acompanha a Rota dos Vinhos de *Brno* durante o resto do seu caminho para o sul. Em *Pavlov*, perto de *Dolní Kounice*, a rota junta-se à Rota dos Vinhos de *Znojmo*. A Rota dos Vinhos de *Brno* atravessa o parque natural *Niva Jihlavy* até à cidade de *Pohořelice*. A paisagem com solo preto fértil e resíduos de florestas inundadas oferece monumentos naturais únicos. A cidade de *Pohořelice* está decorada com a igreja de São Jacó com decorações de fresco do presbitério do século XIV. Seguindo por uma estrada tranquila e atravessando um caminho de terra, perto do lago *Vkoč*, a rota entra na vila de *Ivaň*, com uma encruzilhada de várias rotas de ciclismo. A partir desta importante vila vitivinícola, pode-se continuar para os edifícios do complexo cultural de *Lednice-Valtice* e para o centro viticultural na parte sul da Morávia através da Rota dos Vinhos de *Mikulov*, em direção a *Strachotín*. O trajeto variável ocidental da Rota dos Vinhos de *Brno* termina após *Vranovice*, onde se junta à Rota dos Vinhos de *Velké Pavlovice*, que irei caracterizar mais adiante (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

#### **4.4.5.2. Rota dos Vinhos de *Mutěnice***

A Rota dos Vinhos de *Mutěnice* (figura 12) tem uma extensão de 65 quilómetros, com ponto de partida em *Pod Liščíím kopcem*, entre a cidade de *Kyjov* e o município de *Svatobořice-Mistřín*, e a sua superfície é essencialmente composta por caminhos de terra e pedra, embora parcialmente também por estradas asfaltadas e silenciosas. A sua praticabilidade está bem organizada, principalmente com trajeto direito com secções curtas e paisagens ricas. É praticável durante todo o ano e sob qualquer clima. O seu ponto mais alto dista 290 metros acima do nível médio das águas do mar e o seu ponto mais baixo é de 200 metros (Moravské Vinařské Stezky, 2012).



Fonte: Moravské Vinařské Stezky (2012).

**Figura 12.** Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de *Mutěnice*.

Esta rota segue de forma precisa as fronteiras da antiga região vinícola de *Mutěnice*, sendo facilmente praticável, seguindo principalmente as estradas de terra endurecidas. A viagem através dos campos cultivados com espaços verdes de refúgio, pomares e vinhas oferece experiências interessantes de ciclismo e de vinho da primeira classe. No trajeto de *Kyjov – Hovorany*, de aproximadamente 26 quilómetros, alcança-se o primeiro sinal da Rota dos Vinhos de *Mutěnice*, logo abaixo do Monte *Liščí*, seguindo uma breve secção da rota de ciclismo n.º 412 de *Kyjov*. A direção para *Svatobořice* é definida pela ponte sobre o rio *Kyjovka* e fachada verde da Adega *Dufek*. Após atravessar a estrada nacional, sobe-se ao local com uma paisagem de largo horizonte visual. Em *Budovníky*, também se pode desfrutar de uma visão impressionante. Depois de um ótimo passeio em declive para *Svatobořice*, é recomendada uma visita à Igreja Barroca de Nossa Senhora. A rota segue caminho em direção a *Šardice*, aparece à vista uma série de caves de vinhos de *Za Dědinů*. Um sinal envia os ciclistas diretamente através de uma rua estreita de asfalto. O caminho muito bem marcado passa pelo terreno acidentado até o ponto mais alto da Rota dos Vinhos de *Mutěnice*: a linha de *Za Dvorkem*. No cruzamento, esta rota vai em direção a *Hovorany* e junta-se à Rota dos Vinhos de *Kyjov*. Chega-se assim a *Hovoranské louky*, uma reserva natural e um importante complexo de prados de estepe com uma extensão de 10 hectares. No percurso entre *Hovorany* e *Milotice*, de 25 quilómetros, a praça no centro da aldeia de *Hovorany* oferece-lhe a possibilidade de virar para a esquerda e reduzir o circuito usando uma ligação com a Lagoa *Jarohněvice*. Ou então, subir e descer até a dobra de *Čejč*, sendo um fundo de um antigo lago (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

Depois de fazer dois quilómetros de estrada na direção de *Čejkovice*, a rota vira para a esquerda. Atravessando o terreno liso ao lado da linha ferroviária *Hodonín – Zaječí*, aproxima-se do centro da região vitivinícola, uma transição de cultura entre as regiões norte e sul da Morávia.

*Mutěnice*, uma das maiores aldeias vitivinícolas da Região *Slovácko*, recebe os ciclistas de uma



forma elegante, com uma bela paisagem de vinha e complexos de adegas *Pod Búdama*. Seguindo pela estrada para *Dubňany*, toma-se consciência das adegas *Pod Dubňanskú horú*, à esquerda. A rota continua entre a Lagoa *Jarohněvický* e *Srálkovský*, juntamente com a Rota dos Vinhos da Morávia, até a aldeia onde se junta com a Rota dos Vinhos *Podluží*, marcada de laranja. No final, ambas as rotas se dirigem para *Ratíškovice*. A Rota dos Vinhos de *Mutěnice* eleva-se até à antiga mina de Josef e, no horizonte, vira para a esquerda para uma estrada acompanhada por vinhas. Saindo pela encosta íngreme, chega-se ao complexo de vinha *Šidlenský*. A vila, que oferece uma bela vista do vale, não possui tanto o estilo e o caráter antigo de *Plzeň* em *Petrov* por exemplo, ou o charme familiar das adegas em *Chrást u Vlkoše*, mas é uma bela e verdadeira hospitalidade oferecida pelos proprietários, com excelentes vinhos ao dispor (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

De uma adega a outra após 10 quilómetros, na curva para esquerda no final de *Šidlenský*, a rota segue para *Milotice*. Na entrada da aldeia, pode-se visitar o monumento natural *Horky*, que é uma reserva natural valiosa, de forma semelhante a *Písečný Pond*, nas proximidades do castelo. Seguindo pela Igreja de Todos os Santos até ao castelo, que se chama uma pérola da Morávia do Sul, fica localizada uma loja de vinhos no lado direito, que oferece uma vasta seleção de vinhos dos melhores produtores da região. A parte final da rota, com 5 quilómetros de extensão, enriquece a viagem com mais duas experiências.

No meio do chamado “Caminho do Conde”, na direção de *Svatobořice*, vale a pena descobrir o Biocentro *U Jezera*, denominado localmente por *Olšák* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

#### **4.4.5.3. Rota dos Vinhos de Strážnice**

A Rota dos Vinhos de *Strážnice* (figura 13) é uma rota com 101 quilómetros de distância, cuja superfície é de aproximadamente 70% pavimentada e 30% de terra endurecida ou relvado. Esta rota é praticável durante todo o ano e maioritariamente adequada para o ciclismo recreativo. O seu ponto mais elevado dista a 330 metros em cima do solo e o seu ponto mais baixo 190 metros (Moravské Vinařské Stezky, 2012).



Fonte: Moravské Vinařské Stezky (2012).

**Figura 13.** Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de *Strážnice*.

Pelo facto de esta rota ser tão longa, como sendo *Uherský Ostroh* e *Rohatec* no oeste e às colinas *Bílé Karpaty* (“Cárpatos Brancos”) no leste visitas imperdíveis, traduz-se numa boa oportunidade para uma estada de vários dias na região de *Joža Úprka*, de modo a poder conhecer a arquitetura, folclore e vinho branco saboroso. Para uma viagem de um só dia, é possível recomendar um circuito com início e fim em *Bzenec*, incluindo os monumentos mais valiosos da região de *Strážnice* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

O trajeto para *Bzenec* passa pelo monumento natural nacional das areias movediças e segue o caminho até ao Museu da Aldeia da Morávia do Sul, nos subúrbios de *Strážnice*. A cidade oferece um traçado medieval evidente, incluindo uma sinagoga judaica e um cemitério. A rota com sinalização azul atravessa a praça, vira para a esquerda perto de um grande mosteiro com uma igreja barroca de Nossa Senhora. Passando a estrada e o caminho-de-ferro, a rota ramifica-se. Ao virar para a direita, um complexo de cinquenta caves construídas a partir do século XVI é um monumento protegido da arquitetura popular desde 1983 (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

Pelo trajeto *Petrov – Kněždub*, retornar-se-á a *Strážnice*, seguindo o mesmo caminho até aos Cárpatos Brancos. Em primeiro lugar, a colina de *Žerotín*, seguida pela vila de *Radějov*. *Radějov* é a porta de entrada para daquelas montanhas, uma Reserva da Biosfera rica em plantas e animais interessantes. A rota segue caminho pela estrada para *Tvarožná Lhota*. Há uma torre de observação no monte de *Travičná*, com 380 metros de altitude, na vizinhança da rota (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

A próxima aldeia na rota é *Kněždub*, nativa dos irmãos *Úprka* – que eram artistas muito famosos ao nível nacional – com a Igreja de São João Batista e demonstrações pitorescas de arquitetura popular. O cemitério local *Slovácký Slavín* dispõe os túmulos dos pintores *Joža Úprka* e *Antoš Frolka* e do escultor *Franta Úprka* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

No trajeto de *Kněždub – Blatnice*, a rota segue ao longo das fronteiras da paisagem protegida

para *Hroznová Lhota*. A história da nova era da aldeia também está relacionada com o nome do pintor Joža Úprka. A partir do início do século XX, o artista viveu e trabalhou em *Hroznová Lhota*.

No final de *Tasov*, a rota vira para o outro lado do rio *Velička*. Depois de um quilómetro, vira à esquerda e alcança-se uma mesa informativa em frente à Igreja de Todos os Santos em *Lipov* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

A rota continua ao longo do rio *Velička* até *Louka*, a mais antiga vila da região de *Horňácko*. De *Louka*, *Blatnička* e *Boršice*, chega-se à região de *Blatnice*, que é uma das áreas vitivinícolas mais atraentes da região. A estrada atravessa as vinhas nas encostas do sul do monte *Jasenová*. Ao virar à direita em *Boršice u Blatnice*, a rota segue uma estrada asfaltada tranquila ao redor do complexo de *Babí Hora* com um belo panorama sobre a cidade de *Hluk*. Em frente, a rota vira de forma inesperada para a esquerda, sob o *Kobylí hlava* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

O caminho em terra endurecida transforma-se em caminho de relva e, finalmente, é encontrado um terreno montanhoso com vinhas de *Milovy*, perto de *Blatnička*. Chega-se a um ponto de repouso acima de *Blatnice*, em direção à aldeia vitícola de *Blatnice pod sv. Antonínkem*. Aqui, o complexo de *Stará Hora*, listado de adegas com salas de prensa em tijolo, comemora os velhos tempos (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

O trajeto com a subida para o monte de Santo Antonino, entre o trajeto *Blatnice – Bzenec*, termina na capela com o mesmo nome, uma das poucas localidades de peregrinação da região de *Slovácko*. Pode-se descer a *Ostrožská Lhota* na região de *Uherské Hradiště* e a rota dos vinhos do mesmo nome levará a *Ostrožská Nová Ves* e até *Uherský Ostroh*. A marcação informa que se encontra na Rota dos Vinhos de *Strážnice* novamente. A superfície de ciclismo confortável da rota de estrada atinge a Praça *Bartolomějské* em *Veselí nad Moravou*. Continuando pelas ruas locais de *Milokošův*, estas conduzem a um açude. A porta do canal *Baťa* pode ser encontrada perto de um castelo renascentista. A rota segue a margem esquerda do rio Morava até *Vnorovy*, a vila nativa de Jan Skácel, um poeta e amante do vinho (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

Chega-se à meta final desta viagem, em *Bzenec*, seguindo uma estrada de asfalto de cinco quilómetros fora da rota, em torno do campo de jogos e do canal *Vnorovy II* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

#### **4.4.5.4. Rota dos Vinhos de *Uherské Hradiště***

A Rota dos Vinhos de *Uherské Hradiště* (figura 14) atravessa a região cultural e etnográfica da Eslováquia Morava\* (em checo: *Region Slovácko*); de salientar que, no século IX, esta região era o

núcleo do grande império moravo), da qual a cidade distrital *Uherské Hradiště* é o centro regional mais importante. Tem um comprimento total de 75 quilómetros, constituída por estradas silenciosas com uma superfície pavimentada.



Fonte: Moravské Vinařské Stezky (2012).

**Figura 14.** Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de *Uherské Hradiště*.

Esta rota de ciclismo é praticável durante todo o ano, sendo que a parte central é bastante adequada para famílias com crianças. O seu ponto mais alto atinge 290 metros e o mais baixo 175 metros (Moravské Vinařské Stezky, 2012; (Sečková, 2007).

A rota, que cruza principalmente vales de baixo nível de forma ondulada, é ideal para uma viagem familiar durante todo o dia. Ela segue por estradas silenciosas que permitem apreciar de forma única as vinhas, a arquitetura popular e os monumentos históricos e naturais e ainda, de forma mais profunda, a música, folclore, vinho, costumes e tradições locais particulares (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

No início da Rota dos Vinhos de *Uherské Hradiště*, começando o trajeto *Moravský Písek – Hluk* em *Hrubý háj u Moravského Písku*, pode-se atingi-la desde *Bzenec*, através da principal Rota dos Vinhos da Morávia. *Uherský Ostroh* é o portão da região de *Uherské Hradiště*. Portanto, a rota continua na direção de *Ostrožská Nová Ves*. O maior aquífero da região pode ser encontrado nas proximidades desta aldeia. Os lagos extensos, chamados de “*Mar Slovácko*”, oferecem excelentes condições para recreação e pesca. A aldeia orgulha-se do seu spa, incluindo águas termais sulfurosas. A loja de vinhos *U sv. Vavřínca* também é imperdível (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

**\*Nota 1:** a indicação da Eslováquia Morava reside no facto de que os moravos nativos falam dialetos na língua checa, que são influenciados por falantes eslovacos vizinhos. Devido a esses vínculos culturais e linguísticos com a Eslováquia, muitos estudos etnográficos até o século XX afirmaram que os eslovacos moravos eram habitantes que pertenciam politicamente à Morávia e à Coroa da Boémia, mas que eram étnica e culturalmente pertencentes ao grupo étnico eslovaco. Em termos históricos, houve também um número significativo de falantes alemães que influenciaram a fala local (Bartoš e Kušová, 2005).

Em frente ao edifício municipal, a rota dirige-se à estrada nacional em direção a *Ostrožská Lhota*. Esta vila é decorada com a Igreja de São Jacob Older que data de 1908. A rota de ciclismo para *Hluk* acompanha a corrente do rio *Okluka* e atravessa a aldeia à beira da linha de vinho *Husí hora*. A cidade de *Hluk* pode ser encontrada na área antiga do período pré-eslavo. Graças ao patriotismo consciente das pessoas locais, muitas casas típicas encontram-se preservadas hoje na cidade. A rota assinalada pela rota de *Hluk* para *Dolní Němčí* dá acesso à estrada nacional, mas é recomendado o uso da nova rota de ciclismo, bastando aproximar-se da Fortaleza de *Šárovcova*. A rota atravessa a aldeia ao longo de um riacho. Ao sair da aldeia, pode-se virar à esquerda e subir até *Vlčnov* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

*Vlčnov*, uma pequena cidade com 3 027 habitantes (em 2017), popular principalmente graças às festas étnicas locais e aos passeios da casa real. É considerada um pitoresco “museu ao ar livre” da vida rural na região de *Dolňácko*, com muitos exemplos de arquitetura tradicional. Depois de atravessar a estrada nacional, a rota eleva-se para *Myšince*, um monte com o seu sopé rodeado por adegas com frentes pintadas de branco. As salas de prensa com piso em terra são espaços que podem ser vistos exclusivamente na região de *Uherský Brod*, em *Veletiny*. A rota passa de *Veletiny* via *Podolí*, *Vésky* e *Sady* para *Mařatice*, onde se pode ver uma das mais belas localidades com adegas na Morávia (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

De seguida, *Polešovice*, cidade real estabelecida por Přemysl Otakar II, conta como uma fortaleza dos tempos de combate contra os húngaros, originalmente chamada de *Nový Velehrad*. O mosteiro dos jesuítas com a igreja paroquial é um monumento importante. Pode-se avançar na rota pela cidade, seguindo as margens do rio Morava e *Kunovský* até ao rio *Olšava*. O sinal da rota na pequena ponte de água indica a direção para *Kostelany*, mas os sinais em frente à antiga vila de pescadores oferecem duas opções. Se se virar à esquerda, seguir-se-á a estrada da floresta ao longo do monumento natural chamado *Kostelanská tůň* e lagos de cascalho para tomar um banho ou provar vinhos na loja de vinhos *U Sv. Vavřínca*. Ou então, pode-se ir diretamente através de uma ponte de ferro, sendo um monumento técnico protegido, sobre o rio Morava (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

A rota mostra várias curvas em *Kostelany* e, em seguida, ela oferece um lindo trajeto ao longo do rio Morava. Atravessando as ruas estreitas de *Nedakonice* e abaixo do viaduto ferroviário para *Polešovice*, atinge-se a última vila da Rota dos Vinhos de *Uherské Hradiště*. A estrada ao longo das vinhas com a variedade de Muscatel da Morávia irá dar acesso à estação de criação de videiras, onde há oportunidade de saborear a colheita das uvas (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

#### 4.4.5.5. Rota dos Vinhos de *Velké Pavlovice*

Esta rota (figura 15), praticável durante todo o ano, tem uma extensão de 110 quilómetros, com muitos trajetos em terrenos de vinha. O seu ponto mais alto é de 370 metros e o mais baixo de 200 metros (Moravské Vinařské Stezky, 2012).



Fonte: Moravské Vinařské Stezky (2012).

**Figura 15.** Sinal de indicação da Rota dos Vinhos de *Velké Pavlovice*.

A rota destaca-se ao passar pelas “Montanhas Azuis” (em checo: *Modré hory*), pelos campos abertos e pelas áreas cultivadas pertencentes à paisagem cultural de *Lednice-Valtice*. Segue por inúmeras vinhas e ruas pitorescas com adegas abertas, formando o rosto da região vitivinícola dos melhores vinhos tintos da Europa Central. Vale a pena subir até à floresta no monte de *Ždánický* para depois ser recompensado por vistas de longa distância dos vales da área folclórica de *Hanácké Slovácko*, área esta incluída na lista dos monumentos nacionais protegidos pela *UNESCO*, devido ao seu valor excepcional. O complexo natural de *Lednice-Valtice* salta à vista e apercebe-se da harmonia do património rural da família *Lichtenstein*, um dos mais importantes monumentos culturais da humanidade. Outras experiências excepcionais da rota são a degustação dos melhores vinhos regionais na exposição permanente de vinhos em *Hustopeče* e a visita à bela arquitetura nas ruas de adegas (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

As pessoas do campo envolvidas na Natureza abundante já tratam das suas terras durante séculos, produzindo os melhores vinhos tintos na Europa Central. Esta não é a única possibilidade de conhecer excelentes vinhos, habitantes simpáticos, aldeias e cidades bem tratadas e adegas pitorescas durante um passeio de ciclismo. A área vitivinícola de *Velké Pavlovice* inclui até a principal Rota dos Vinhos da Morávia e duas outras rotas: *Modré hory* e *Krajem André*. A rota pela região de *Krajem André* não foi tipicamente projetada para percorrê-la num dia só, mas sim para uma expedição de vários dias. Depara-se com amplas vistas, bem como santuários naturais únicos na

fronteira da Floresta *Ždánický*, virada para o norte da rota de *Velké Hostěrádky*, na direção de *Židlochovice*. Através das colinas de *Uherčice* e *Sonberk*, perto de *Popice*, encontra-se um dos caminhos de vinhas mais valiosos da Morávia, assim como locais de vistas impressionantes das barragens *Nové Mlýny* e as colinas de *Pavlov*. As vinhas da empresa *Sonberk*, que vegetam na colina *Žebrák*, demonstram uma viticultura tradicional de topo, enquanto a sede da empresa representa uma arquitetura e tecnologia vitivinícola atualizadas.

A popularidade vitivinícola perto de *Hustopeče*, um centro medieval da indústria vitivinícola na Morávia, é exibida na exposição permanente na casa renascentista *U Synků*. A degustação dos melhores vinhos da sub-área, em companhia do Sr. Sedláček, é uma experiência vitivinícola socialmente excepcional. Sob as arcadas da casa histórica, ligeiramente restaurada, começa o passeio pela região de *André*, uma celebração anual de uma das variedades locais mais utilizadas, com origem em *Velké Pavlovice*. A degustação dos vinhos e iguarias locais pode ser terminada em *Vrbice* no palco de *Stráž*. As adegas foram construídas em encostas de pedras junto à igreja. Hoje em dia representam um complexo unido, contando com cinco andares.

Desde *Vrbice*, pode-se seguir por outra rota encontrando mais cinco aldeias, onde são cultivadas a maioria das variedades de vinho tinto. A partir deste ponto, a Rota dos Vinhos de *Velké Pavlovice* continua em duas direções. O trilho encantador de *downhill* entre as vinhas termina em *Čejkovice*, com um grande labirinto de adegas templárias e monumentos valiosos de arquitetura tradicional. O ramo sul da rota atravessa a maior aldeia vitivinícola da República Checa, *Velké Bílovice*, sendo muito reputada e cujos vinhos são de qualidade excepcional. Esta aldeia é vizinha de outra aldeia vitivinícola famosa, *Belegrady* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

Na cidade de *Podívín*, com o cemitério judeu e salão cerimonial, a rota chega à paisagem cultural de *Lednice-Valtice*. Perto das ruínas romanas de *Janohrad*, a rota dirige-se para o norte e continua até ao centro da área vitivinícola de *Rakvice*, incluindo os produtores *Vinselekt Michlovský* e *Zaječí* e a adega *U Kapličky*. Pode ser encontrada na linha principal da vinha da Morávia, *Moravská vinná*, mas graças à qualidade excepcional dos seus vinhos tintos, atuações folclóricas ao vivo e arquitetura das adegas, a cidade de *Velké Pavlovice* é um representante típico da viticultura regional e na área étnica de *Hanácké Slovácko* (Moravské Vinařské Stezky, 2012).

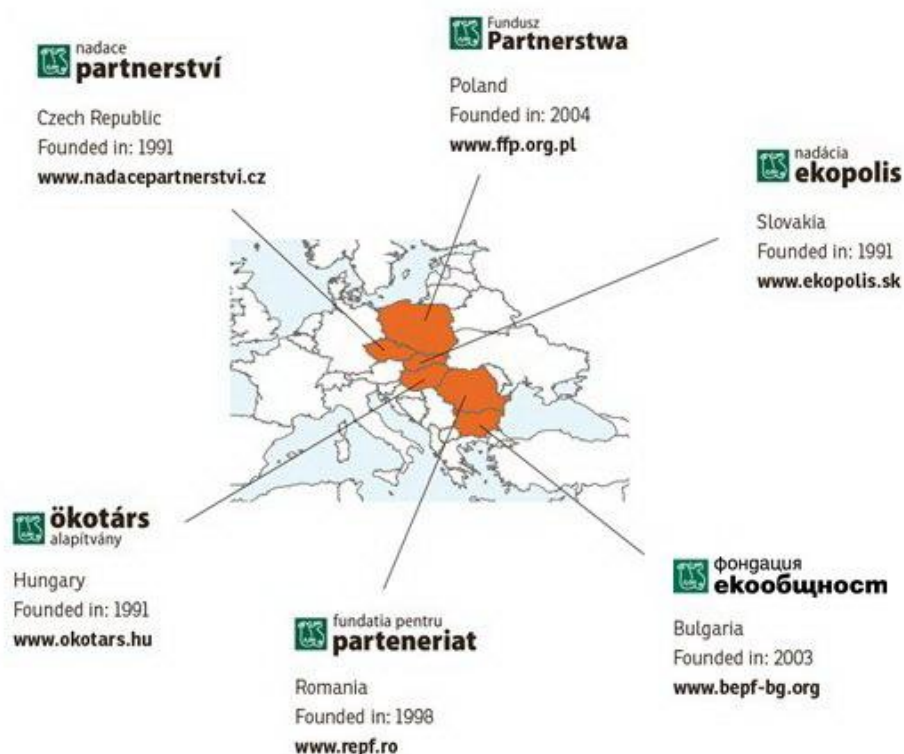
## 4.5. Associação de Parceria Ambiental

### 4.5.1. Definição

A Associação de Parceria Ambiental (em inglês: *Environmental Partnership Association (EPA)*), também denominada por Fundação de Parceria Ambiental, é uma organização não-governamental (ONG) independente que apoia várias soluções em desenvolvimento sustentável. Permite às pessoas a proteção e melhoria ambiental e, para esse fim, desenvolve programas de educação, distribui subsídios e presta serviços profissionais.

A associação ocupa-se com questões de proteção ambiental, transporte sustentável e turismo, proteção de árvores e água e qualidade de espaços públicos. A fundação foi formada em parceria com quatro fundações corporativas na Bulgária, Hungria, Polónia, Roménia e Eslováquia (figura 16).

Ao longo das duas últimas décadas, distribuiu mais de 9 milhões de euros em 2 722 projetos apenas na República Checa (Environmental Partnership Association).



Fonte: EPA.

**Figura 16.** Os seis países membros da Associação de Parceria Ambiental.



## 4.5.2. Estrutura

O secretariado é uma entidade jurídica independente fundada em direito e governada por um conselho de administração. Atualmente, existem cerca de 140 funcionários a tempo parcial e a tempo inteiro trabalhando em seis escritórios nos cinco países aderentes e mais de 50 membros do conselho e assistentes no serviço para fundações nacionais e associação regional.

A fundação possui administradores profissionais de mecanismos financeiros determinantes para os governos da Noruega, da Confederação Suíça e para financiar ações de ONGs em 5 países da Europa Central.

A Associação de Parceria Ambiental é membro da Federação Europeia de Ciclistas e da Associação Europeia *Greenways* e coordena a rede europeia de ciclovias *EuroVelo*, a nível nacional nos países da Europa Central. Também certifica serviços e instalações para ciclistas com a certificação de boas-vindas do ciclista.

A fundação implementa os seus próprios projetos e é parceira de projetos europeus, apoiados pelos instrumentos financeiros da Comissão Europeia, por exemplo: *Europa Aid*, *Grundtwig*, *INTERREG* e fundos estruturais nacionais. Fornece consultoria profissional para ONGs e municípios comuns sobre o uso efetivo dos recursos da Comissão Europeia a nível nacional (Environmental Partnership Association; Nadace Partnerství).

## 4.5.3. Associação de Parceria Ambiental na República Checa

### 4.5.3.1. Objetivos e Breve História

A Associação de Parceria Ambiental (em Checo: *Nadace Partnerství*; figura 17) é a maior fundação checa que visa criar laços entre os indivíduos e a Natureza, fornecendo subsídios e serviços especializados. A fundação preocupa-se, ao nível nacional, com:

- Espaços públicos de qualidade;
- Educação e consultoria de projetos;
- Espaços verdes na cidade e no campo;
- Atenuação dos impactes no trânsito;
- Percursos amigáveis de ciclismo e de caminhadas;
- Edifícios “verdes”.



Fonte: Nadace Partnerství.

**Figura 17.** Logótipo da Associação de Parceria Ambiental da República Checa.

Nos primeiros anos da sua existência, os fundadores da associação basearam-se nos fundamentos dos EUA, no Fundo Alemão *Marshall* e no *Rockefeller Brothers Fund*, que uniram forças pela primeira vez para assuntos estrangeiros e estabeleceram o programa *Environmental Partnership for Central Europe*. A sua sede situava-se inicialmente em Praga, focando-se em promover a proteção ambiental e fortificar a democracia, baseada-se apenas em bolsas e estágios para os EUA. A Comissão de Subvenção consistiu em representantes das organizações sem fins lucrativos checas e eslovacas. Em 1992, a Associação de Parceria Ambiental foi registada nos termos da Lei de Praga.

Hoje, o assento desta associação na República Checa está localizado num edifício muito moderno e original, permanentemente aberto para o público, na cidade de *Brno*, desde novembro de 2012. O edifício consiste em escritórios de primeira linha, concebidos por um centro educacional para crianças e adultos e por uma arquitetura pioneira. Há um jardim interativo e divertido chamado por *Otevřená Zahrada* (“Jardim Aberto”), que está inserido num ambiente de jardins urbanos formando um parque único, circundando o topo mais alto da cidade de *Brno*, ainda acima do castelo *Špilberk*. É um espaço verdadeiramente único com doze paragens interativas projetadas de acordo com os quatro elementos básicos da Natureza. Permite também experimentar a tecnologia e praticar a jardinagem urbana, servindo como um modelo e plano para o desenvolvimento de uma cidade inteligente e um centro para nutrir a sociedade civil e as inovações ambientais.

Através das parcerias estabelecidas (*Brno-střed*, *DBU*, *EKO-KOM*, *E.ON*, *IBM*, *Jihomoravský kraj*, *Kentico*, *La Bouchée Restaurant*, *SAKO*, *Siemens* e *Skanska*), a associação fornece serviços para os demais órgãos administrativos nos municípios e regiões, a nível de escolas e empresas, nomeadamente seminários e cursos para crianças e adultos e conferências para instalações de aluguer. O edifício ainda tem um centro de consultoria destinado ao meio ambiente em prol da educação de jovens e estudantes universitários.

Ao todo, é uma verdadeira inspiração para os investidores e um livro vivo para os jovens

(Nadace Partnerství; Otevřená Zahrada, 2017).

Todos os anos, a fundação anuncia uma investigação nacional intitulada Tree of the Year e, juntamente com a Fundação *Charter 77*, o respeitado prémio ambiental de Josef Vavroušek (desde 1996, primeiro pela Fundação *Charter 77* e desde 2005 até 2014 com a Associação de Parceria Ambiental), desenvolve rotas de vinhos na região da Morávia, estabeleceu a tradição do Festival da Adega Aberta e do Jardim Aberto, anteriormente referido (Nadace Partnerství).

#### 4.5.3.2. Prémio Ambiental de Josef Vavroušek

O prémio em homenagem ao importante ecologista checo Josef Vavroušek, do qual hoje apenas 33 celebridades podem orgulhar-se, tem por objetivo apreciar ações concretas para um ambiente saudável e desenvolvimento sustentável. Josef Vavroušek foi, como Ministro Federal do Meio Ambiente, um dos principais representantes do conceito de vida sustentável, não só na República Checa, mas também em toda a Europa. A sua referência continua a ser uma inspiração para o maior respeito pelo meio ambiente (Nadace Partnerství).

Os parceiros do prémio são *Enviros*, *Inisoft*, *Rückl Crystal*, o Centro Biológico da Academia de Ciências da República Checa, a Faculdade de Ciências Naturais, a Faculdade de Meio Ambiente, a Faculdade de Ciências da Universidade da Boémia do Sul e ainda a Universidade Charles em Praga. A cerimónia de entrega dos prémios aos laureados ocorre em cooperação com o Departamento de Desenvolvimento Sustentável do Governo Nacional. O prémio é anualmente anunciado no dia 5 de junho, que é o dia Nacional do Meio Ambiente (Nadace Partnerství).

#### 4.5.3.3. Contexto de Estágio

O evento enogastronómico e cicloturístico oficialmente organizado pela Associação de Parceria Ambiental, e no qual estive presente pela primeira vez, foi o “Festival da Adega Aberta. Primavera em *Mutěnsko* 2017 – 9º ano, 21º festival”, que tomou lugar de 22 a 23 de abril, nas aldeias vinícolas de *Mutěnice*, *Čejč*, *Šardice* e *Hovorany*.

No dia 21 de abril, tive um encontro com a Sra. Zdeňka Prokopová e também com o Sr. Juraj Flamik, Coordenador do Programa *Greenways*, por volta das 12:00 horas, em *Brno*, com o objetivo de me guiar pelo edifício, explicar o procedimento da organização e de me preparar para o evento.

A seguir, ajudei a equipa de trabalho a carregar o furgão com materiais de degustação de vinhos que estava no armazém do escritório, como painéis de direção, panfletos, caixas com copos

de vinho, garrafas, documentação de escritório, entre outros e seguimos – ainda no mesmo dia – em direção à adega de *Jarošek*, ponto central do festival para a recepção e inscrição dos clientes, em *Pelcová 765, 696 11 Mutěnice*.

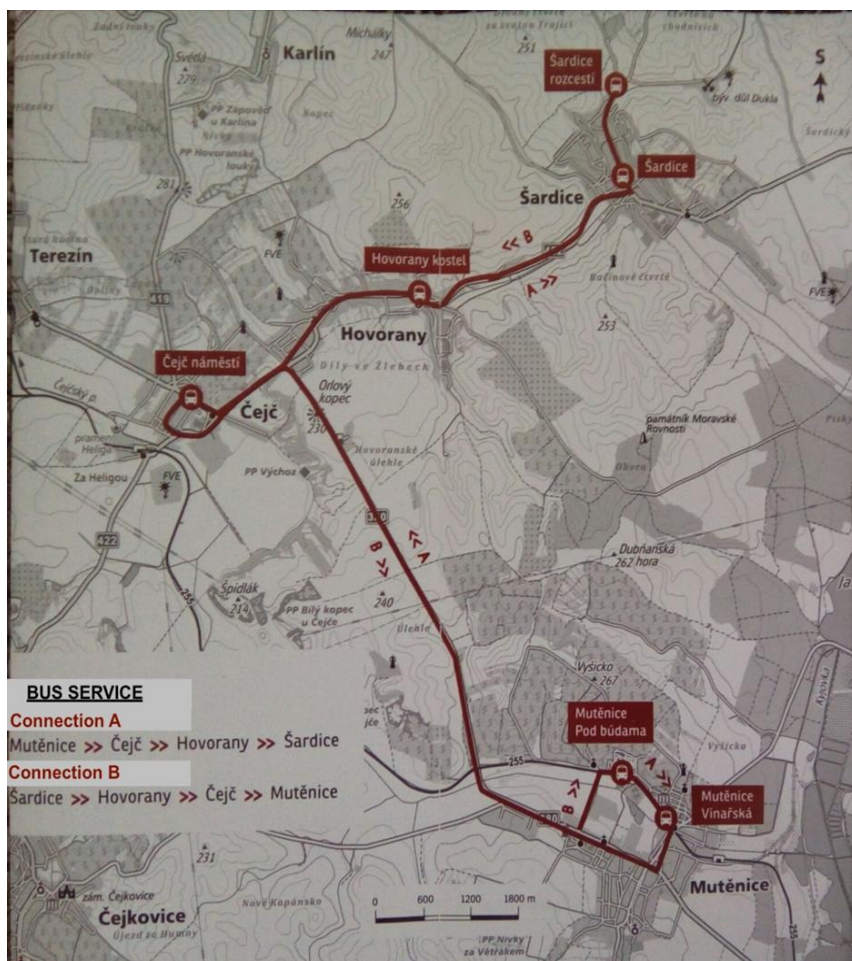
Com a chegada ao destino, no final da tarde, descarregámos as caixas com copos e vinho e os panfletos de promoção e começámos a organizar os copos de degustação com autocolantes (logótipo do evento).

No evento, foram expostos mais de 400 vinhos, pessoalmente por 35 vinicultores locais, produzidos em caves tanto históricas como modernas, em quatro aldeias da região *Mutěnsko*.

O horário de atendimento no sábado dia 22 era das 8:00 horas até às 15:00 horas e no domingo dia 23 das 10:00 horas até às 12:00 horas. Oferecemos bilhetes aos clientes no ponto central do festival, que podiam ser trocados por um copo de degustação e um saco do festival, com panfletos e um guia do evento, que destacava uma breve descrição das aldeias, o programa cultural, a oferta de alimentos e números de telefone importantes.

Uma vez trocado o bilhete por um copo com o autocolante autêntico, cada produtor de vinho participante estava a oferecer amostras de degustação, de cerca de 0,25 dL. Todas as amostras estavam mencionadas no guia.

O bilhete ainda incluía serviço gratuito de autocarro entre as quatro aldeias (todo o dia) e entrada livre em todas as Adeagas Abertas. O horário da entrada nas adegas era das 10:00 horas até às 21:00 horas, no sábado, e das 10:00 horas até às 15:00 horas, no domingo. Quanto aos horários dos autocarros, estes foram anexados no guia do festival. Nesses dois dias, durante a manhã, os autocarros paravam cada quinze minutos, durante a tarde cada vinte minutos e cada trinta minutos durante a noite. Os percursos pelas aldeias estão assinalados na figura 18.



Fonte: Nadace Partnerství (adaptado do guia oficial do evento).

**Figura 18.** Mapa ilustrando o serviço dos autocarros disponibilizado com o percurso de dois sentidos (A e B) atravessando as quatro aldeias vinícolas.

Em caso de copo partido, o cliente tinha a oportunidade de substituí-lo por um novo, marcando no guia com ícone de copo partido. Ao entregar o pé do copo com o autocolante ao produtor e efetuar um pagamento de 30 coroas checas, o cliente recebia um copo novo.

Recomendámos aos clientes a visita diária de quinze a vinte adegas, correspondendo a mais de 100 amostras de degustação por pessoa. Ao escolher três vinhos mais sedutores, preenchendo o cupão no meio do guia, o visitante poderia ganhar uma entrada livre para o próximo festival marcado, entre outros prémios, como garrafas de vinho local. Além disso, o cupão também teve um espaço para um eventual texto de sugestão ou elogio.

No dia 29 de abril, colaborei no evento denominado “Atravessando as Vinhas *Uherskohradištská* de Bicicleta – o 12º ano da Abertura Simbólica das Rotas de Ciclismo”, na cidade de *Uherské Hradiště*, e que foi organizado por uma equipa de parceiros da Associação de Parceria Ambiental, uma vez que nesse fim de semana não houve nenhum evento planeado pela mesma. Fui redirecionado – pela Sra. Eva Kvapilová, Coordenadora das Rotas dos Vinhos da Morávia – para a Sra. Hana Patková, diretora do Centro Municipal de Informação Turística da região da Eslováquia Morava e gerente do referido evento. Após contacto telefónico, ficou marcado um encontro pelas 8:00 horas nesse local, situado na Praça *Masarykovo 21, 686 01 Uherské Hradiště*. Nesse dia, depois de dar as boas-vindas e de uma breve descrição e explicação do evento, fui solicitado para carregar e colocar cadeiras e mesas, a partir do centro turístico, na praça da cidade, ajudar a colocar a tenda do registo dos clientes e carregar outros objetos, tais como garrafas de vinho local e uma cafeteira. O registo dos participantes tomou lugar entre as 8:30 e 9:30 horas. Para o evento, foram estipuladas sete rotas de cicloturismo, de extensão e grau de dificuldade variável, e duas rotas de caminhada. Fui guia auxiliar de cicloturismo da rota verde, entre as 9:30 e 15:00 horas, aproximadamente, denominada *Stezka Velehradská*, com 32 quilómetros de distância e 70 metros de altitude máxima. Ao longo do percurso, foi permitido aos turistas não apenas a visita das adegas, mas também dar a conhecer as diversas atrações. Desta forma, partimos do início na Praça *Masarykovo* de *Uherské Hradiště*, atravessando *Staré Město (Frysták, Radek Frysták)*, *Modrá (Centro de Tradições Slovácko, Terárium Modrá)*, *Velehrad (Igreja Zjevení Páne / Cyrilka – Caves do Mosteiro Velehrad / Adega Stojanov – Agro Zlechov, Centro Turístico de Velehrad – exposições: Otmar Oliva – Cauda de uma estátua, U nás na Velehrade; Ilustração e gráficos de Linda Audyová; Tomáš Luza, Basílica Nanebevzetí Panny Marie e Svaty ch Cyrila a Metodeje)*, *Brestek (Centro do Balão de Ar – Menu do Ciclista, Casa do Património Cultural nº 157 – apresentação do município)*, *Tupesy (Museu da Cerâmica Tupesy, Frantisek Manásek e banda country NA FURT)*, *Zlechov, Staré Město (Grande Praça da Morávia, vista da igreja sv. Ducha, adega jesuíta – KPV Staré Město)* e como meta final do trajeto novamente na Praça, em *Uherské Hradiště*.

Entre as 15:30 e 17:30, houve atuação do coro masculino *Kudlovice* e *CM Bálesáci* de *Staré Město*, um sorteio (através dos cupões distribuídos aos participantes, incluindo um espaço para um eventual texto de sugestão ou elogio, com notificação dos resultados da competição na página do *Facebook*) e ainda um modesto mercado de vinhos locais. O encerramento do evento ocorreu por volta das 18:00 horas. Foi uma excelente experiência que me permitiu desfrutar de paisagens únicas e conhecer pessoas muito simpáticas.

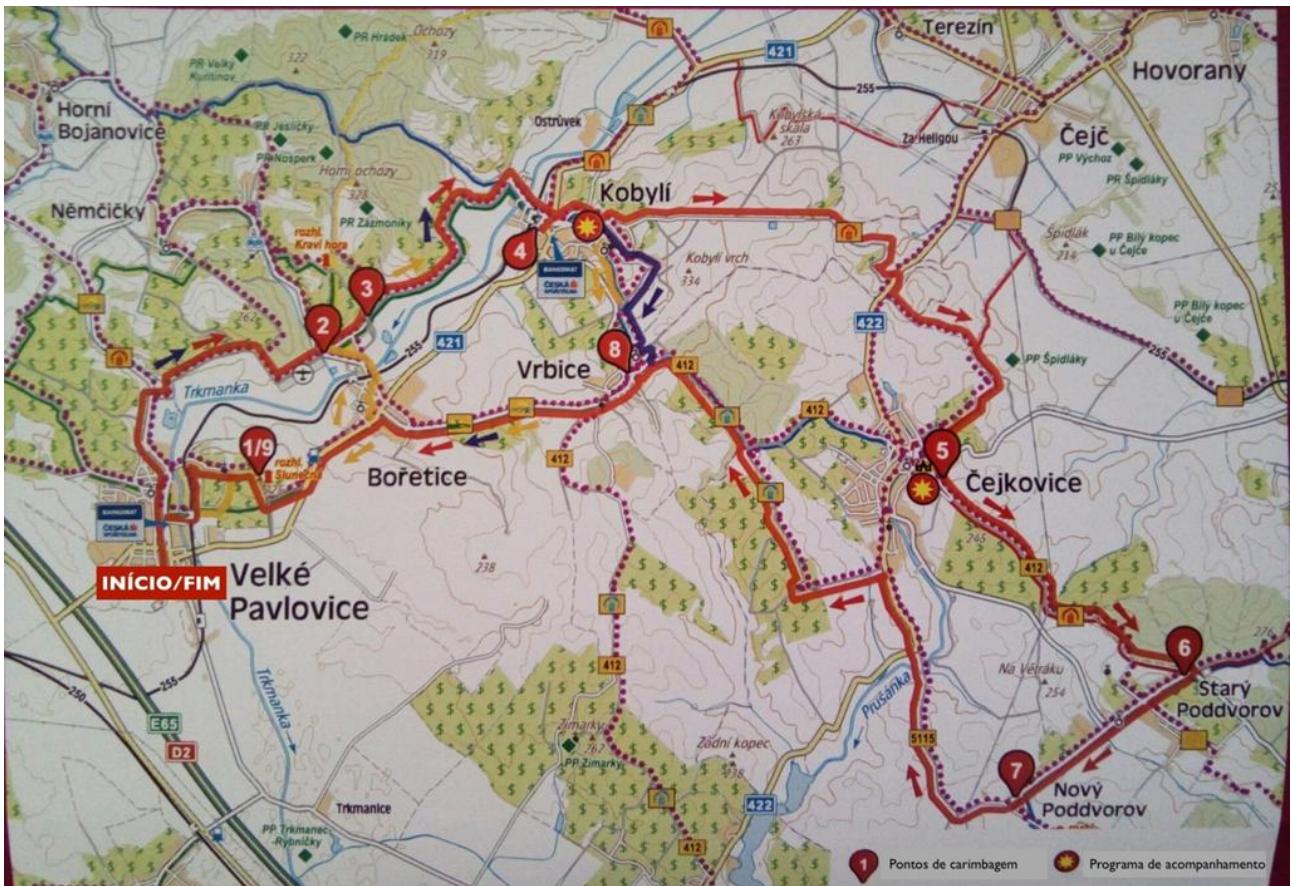
No dia 20 de maio, fui convidado para ir participar no evento “Atravessando a Região do Vinho 2017 – A Peregrinação de Maio pela Área de *Modrych Hor*”, juntamente com a equipa da Associação de Parceria Ambiental, na cidade de *Velké Pavlovice*.

Encontrei-me nesse dia com a Sra. Eva Kvapilová às 6:15 horas no edifício da fundação em *Brno*. Chegando ao Ecocentro de *Trkmanka*, em *Velké Pavlovice*, ajudei na colocação da tenda de registo, preparar as mesas, os bancos, os copos de vinho, os mapas e as brochuras e colocar tudo por baixo da tenda, e ainda receber os passaportes carimbados dos clientes no final do evento.

O evento começou pelas 9:00 horas para a inscrição dos participantes, com término pelas 11:00 horas. O preço da inscrição foi de 120 coroas checas, não sendo aplicado a participantes menores de 18 anos. Foram oferecidos folhetos (“passaportes”) destinados para carimbos e sugestões / elogios e copos de vinho. Entre as 14:00 e as 17:00 horas foi o período de entrega desses passaportes carimbados. Havia um total de nove pontos para carimbar os passaportes num total de três rotas de vinho (figura 19): duas pistas de ciclismo, uma comprida de 45 quilómetros (linha vermelha; pontos 1 a 9) e outra mais curta de 22 quilómetros (linha vermelha / roxa; pontos 1 a 4, 8 e 9), e um percurso pedonal de vinte quilómetros (linha amarela; pontos 1 a 4, 8 e 9). Estas três rotas diferentes começaram e terminaram no Ecocentro de *Trkmanka*.

No final da tarde, os participantes tiveram a oportunidade de degustar vinhos locais em *Němčičky*, juntamente com um programa folclórico, apreciar especialidades locais e participar num sorteio, pelas 18:00 horas. Para terminar, houve atuação do coro *Mužáckých* e a proposta da possibilidade de pernoitar no Ecocentro para quem desejou ficar por mais tempo.





Fonte: Moravské Vinařské Stezky (adaptado do folheto oficial do evento).

**Figura 19.** Mapa incluindo os nove pontos de interesse, espalhados pelas três rotas, com início e fim em *Velké Pavlovice*.

No dia 10 de junho, o evento “Explorando as Rotas dos Vinhos de *Strážnice*” tomou lugar em *Strážnice*, com início e fim na Praça da Liberdade, com organização da Associação de Parceria Ambiental. A preparação deste evento foi essencialmente a mesma em *Velké Pavlovice*: pôr a tenda de registo, preparar as mesas, os bancos, os copos de vinho, os mapas, as brochuras e os passaportes por carimbar para os clientes.

A inscrição dos participantes ocorreu entre as 9:00 e as 11:00 horas na tenda, colocada a uns 50 metros da Igreja da Assunção da Virgem Maria. Todos os caminhos até este ponto foram devidamente assinalados com setas de navegação para evitar desorientações por parte dos participantes. O acesso de automóvel até ao local estava condicionado, com a Rua *Panská* em reconstrução, portanto, como alternativa, era possível chegar à igreja atravessando a Rua *Veselí* em *Božena Hrejsové*, ligada à Rua *Hodonín*. Ou, melhor ainda, deixar o automóvel nas ruas adjacentes e o resto do percurso andar de bicicleta, pela Rua da Igreja.



Recomendámos a todos os participantes o estacionamento para as bicicletas nos lugares especialmente reservadas para tal, disponibilizados ao lado da tenda da inscrição, com as rodas trancadas com cadeado.

Este evento não foi só dedicado para famílias com crianças, mas também para pedestres individuais ou em grupo. Não houve oportunidade para reserva antecipada, apenas inscrição presencial. O preço era de 120 coroas checas, com direito a copo de degustação com cordão de transporte e mapa de orientação das rotas com pontos de interesse. Esses pontos encontravam-se distribuídos na linha principal passando pelas aldeias de *Strážnice, Petrov, Sudoměřice, Radejov, Tvarožná Lhota, Lipov, Kozojídky, Vnorovy* e novamente *Strážnice*. Nesses pontos, os clientes poderiam coletar selos e entregar os cupões do sorteio no final, podendo ganhar prémios como *vouchers* de estada em acomodações de ciclistas certificadas.

Os pontos para os carimbos definidos para este evento, incluindo provas de vinhos e sabores, foram:

**Início / Fim.** *Strážnice – Náměstí Svobody*, preparação dos passaportes;

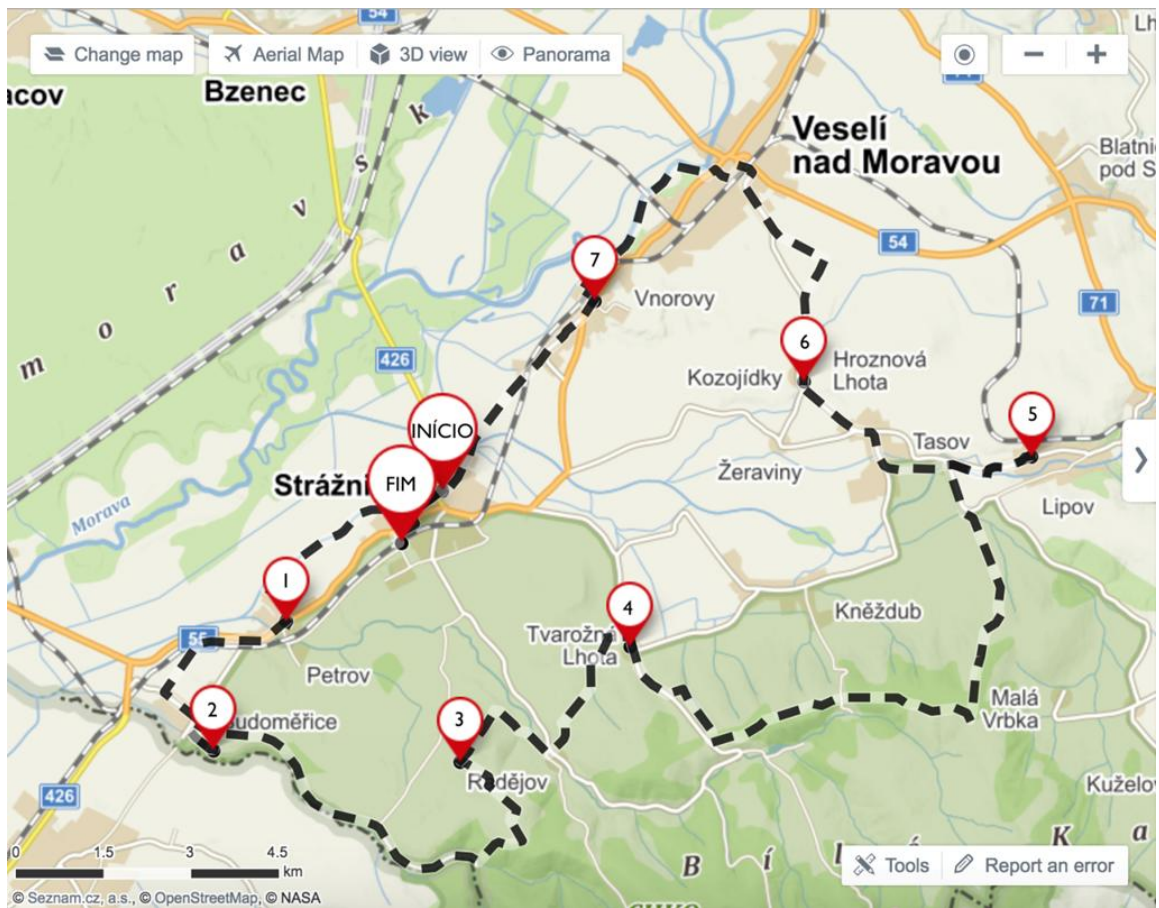
1. *Petrov – Plže, Adega Klásek, Adega Svoboda, Adega Tomanovský*. Degustação de vinhos e petiscos;
2. *Sudoměřice – Adega Brázdová*. Degustação de vinhos, sopa de feijão, ensopado de carne e vinho, torresmos e carnes assadas com couve;
3. *Radejov / Hotařská Buda – Adega Dobčákovi*. Degustação de vinhos, refrescos, serviço de café e manutenção e conserto de bicicletas, patrocinado pela Caixa da Poupança Checa;
4. *Tvarožná Lhota – Adega Uřičář*. Degustação de vinhos, pratos cozidos, *goulash* de vinho e doçaria artesanal. Programa de Acompanhamento.
5. *Lipov – Adega Agrolip*. Degustação de vinhos, doçaria caseira e defumadouro;
6. *Kozojídky – Adega Kubica*. Degustação de vinhos, *Slovácká Kyselica* e carne de porco assada;
7. *Vnorovy – Adega Machacek*. Degustação de vinhos, sanduiches e sopa de *Ovarová*;
8. *Strážnice – Caves do Castelo Strážnice*. Degustação de vinhos / *Vitis Strážnice*, Adega *Veverka*, Rua da Igreja. Degustação de vinhos, Abertura do Verão 2017;
9. Igual ao ponto 1 (*Moravské Vinařské Stezky*).

Assim, foram preparadas duas rotas de ciclismo, uma longa com 44 quilómetros de extensão (figura 20), outra mais curta de 25 quilómetros, e uma pedonal, também de 25 quilómetros (figura

21), fazendo ambas parte da rota longa. Em cada rota, além dos pontos para o carimbo, foram colocados pontos de interesse em adegas e outros lugares interessantes onde os participantes poderiam recuperar as suas energias, degustando os vinhos e saboreando especialidades locais. As amostras dos vinhos dos produtores custaram entre 10 e 15 coroas checas. Cada ponto de paragem estava aberto durante cerca de três horas, tendo em consideração a velocidade do ritmo preferencial de cada participante. Todas as três rotas foram bem assinaladas a fim de evitar que as pessoas perdessem o caminho certo.

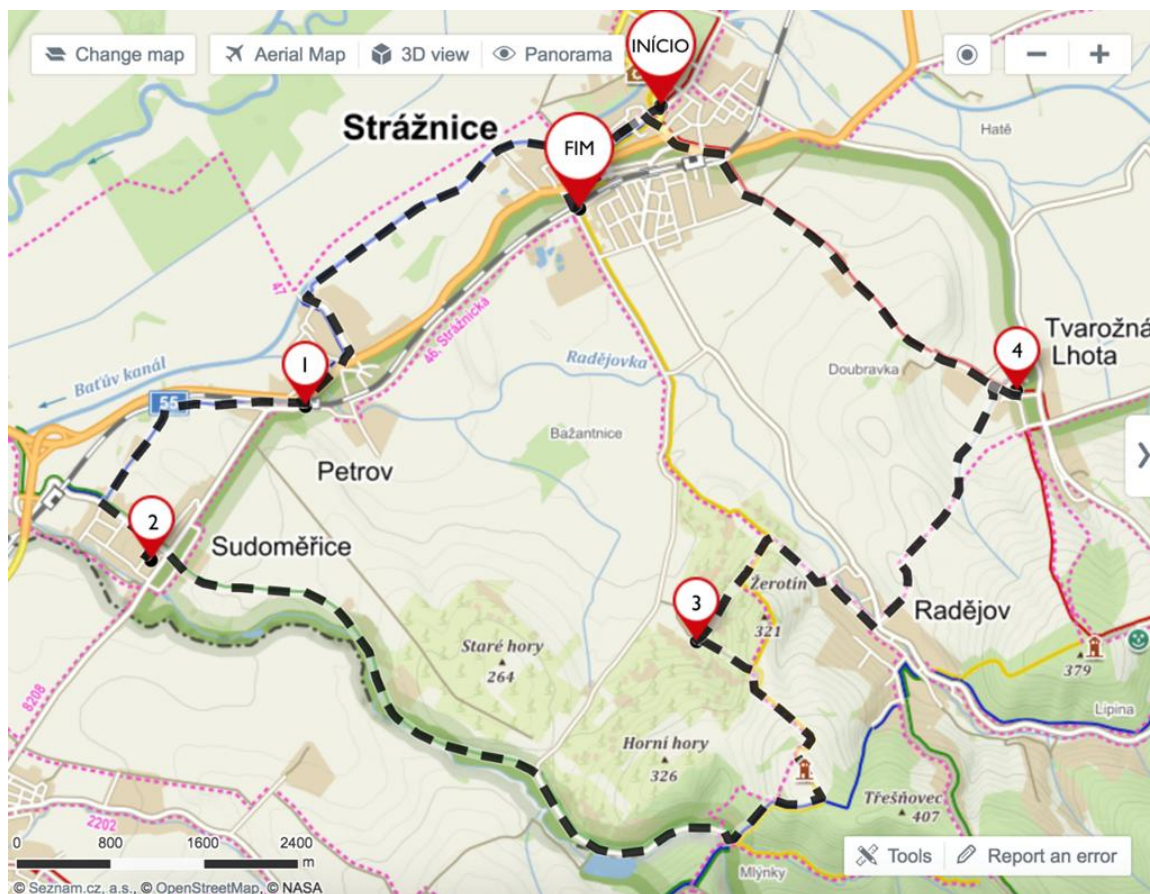
Houve ainda um autocarro que partiu às 14h46 de *Bardejov* para *Strážnice*, e também às 16h45, partindo de *Tvarožná Lhota*, de modo a facilitar o acesso.

Pelas 15:00 horas, deu-se a Abertura do Verão 2017, intitulada “*Strážnice* Venerável dá-lhe as boas-vindas”, uma feira popular com uma ampla gama de vinhos de *Strážnice* e especialidades regionais, tais como grelhados, cerveja caseira e café. Para as crianças, havia *workshops* divertidos e um castelo insuflável. Por volta das 17:00 horas, seguiu-se a receção dos passaportes carimbados e início do sorteio. Uma hora a seguir, disponibilizou-se uma guia para os participantes pelas Caves do Castelo de *Strážnice*, acompanhada com vinho e música. Até às 18:30 horas, contou-se também com algumas atuações de grupos folclóricos constituídos por jovens locais talentosos (*Moravské Vinařské Stezky*).



Fonte: Seznam.cz (adaptado).

**Figura 20.** Mapa com a rota de cicloturismo longa (44 km), com os diversos pontos de interesse.



Fonte: Seznam.cz (adaptado).

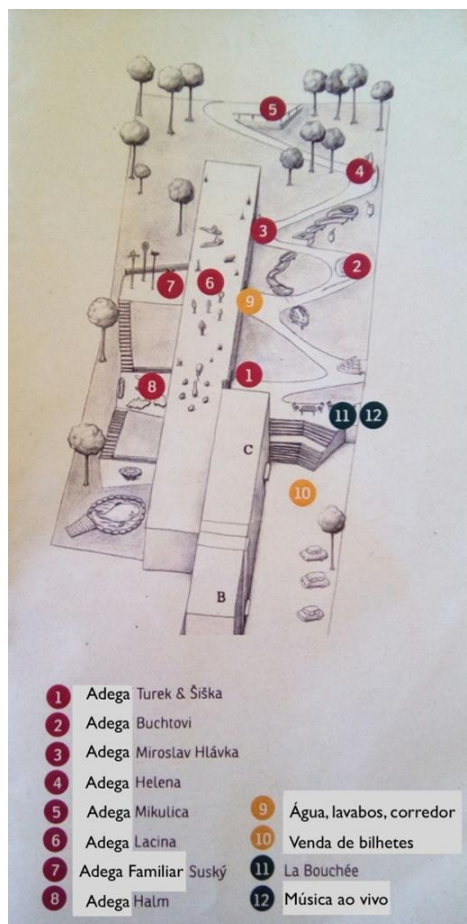
**Figura 21.** Mapa com a rota pedestre e de cicloturismo curta (25 km), com os diversos pontos de interesse.

No dia 15 de junho, realizou-se o evento “Vinho Vindo de Perto 2017 – Degustação de Verão no Jardim Aberto”, no posto da Associação de Parceria Ambiental, em *Brno*. Ficou marcado um encontro com a Sra. Zdeňka Prokopová e colegas por voltas das 15:00 horas para preparar mesas e bancos para oito pontos de degustação de vinhos regionais dentro da área do jardim (figura 22), preparar mesas e cadeiras por baixo do abrigo junto ao *snackbar La Bouchée*, pôr toalhas, cestas com pão rústico da Serra *Šumava* e jarras de água em cada uma das mesas, carregar e descarregar garrafas de vinho de cada produtor / promotor e encerramento do evento.

Em contrário dos outros eventos, este decorreu durante o fim da tarde e noite, começando pelas 17:30 horas. Sensivelmente até às 20:00 horas, as pessoas podiam dirigir-se às mesas para a degustação gratuita dos vinhos da Morávia.

Pessoalmente, posso dizer que este foi o evento mais agradável em todo o meu período de estágio, com acesso a um número limitado e controlável de participantes (150), e considerando

também a minha despedida da equipa de trabalho, participando desta forma “em casa” com a minha presença.



Fonte: Nadace Partnerství (adaptado do folheto oficial).

**Figura 22.** Planta legendada do evento.

O programa do evento incluía uma degustação gratuita, das 17:30 horas até às 20:00 horas, sensivelmente; uma atuação musical, das 20:00 horas até às 22:00 horas, da banda *Trio 43*, constituída por três músicos jovens tocando *jazz* e *groove* inspirados em música da América Latina e nas suas viagens por Portugal, Brasil e Cuba, e ainda um sorteio de vinhos pelas 20:45 horas.

## 4.6. Rožmberk Society

### 4.6.1. Introdução

A *Rožmberk Society* (em checo: *Společnost Rožmberk, o.p.s.*) é uma organização checa sem fins lucrativos que se visa a preservação do património natural e cultural e o desenvolvimento regional no leste da Boémia do Sul, focando na organização de atividades comunitárias, na luta contra o desemprego e na transição para uma sociedade aberta e democrática.

Para alcançar a sua missão, a organização está ativamente envolvida em projetos multinacionais da União Europeia e outras cooperações e parcerias transfronteiriças europeias e americanas sobre o desenvolvimento regional, ligação social e conservação do património. Com esses novos projetos, as suas apostas são criar novas oportunidades económicas – com novos empregos e ajuda em *start-ups* – conservação do património, artesanato tradicional e turismo sustentável a nível local e regional.

Além das atividades de projeto, a sociedade também opera o Museu do Camponês e de Emigração na vila protegida de *Kojákovice* e a forja histórica (em checo: *Kovárna Novohradská*) e residência na vila de *Nové Hrady*, em cooperação com o ferreiro profissional Sr. Daniel Černý. Ambos os museus também funcionam como centros de informação e educação para os visitantes (Rožmberk Society, 2015).

Juntamente com a sociedade, são organizadas várias ações e projetos públicos para a preservação de artesanato tradicional e antigas tradições folclóricas. Os eventos de Páscoa, *Mikulaus* e Natal tornaram-se uma pequena tradição já existente (Dulfer, 2007).

### 4.6.2. Museu do Camponês e de Emigração

O Museu do Camponês e de Emigração em *Kojákovice* foi oficialmente inaugurado em 6 de junho de 2001 pela *Rožmberk Society*. Desde então, os fundadores Sra. Olga Černá e Sr. Robert Dulfer já percorreram um longo caminho graças a doações e subsídios de instituições locais e regionais. Os habitantes de *Kojákovice* e outros da região ofereceram apoio e doaram todos os artefatos em exibição. Graças a eles, não foi só conseguida a expansão da coleção, mas também a ampliação dos conhecimentos sobre a história da aldeia, da região e dos habitantes. Visitantes dos EUA ajudaram a compreender e mostrar as vidas daqueles que emigraram no século XIX e dos seus

descendentes. As exposições estão focadas na interpretação pessoal desta história detalhada para os visitantes pela equipa orientadora. Na denominada “Sala Checa”, os visitantes ficarão mais tocados ao reconhecer objetos e memórias da sua própria juventude. Os destaques são a coleção de antigos carrinhos de passeio para crianças e de livros escolares. Após essas primeiras impressões, os visitantes desejarão aprender outra parte da história local. A maior parte é esquecida agora, mas no século XIX, muitas pessoas desta região emigraram para os EUA e as suas histórias são exibidas na dita “Sala Americana”. Todos os artefatos expostos foram doados para eles por pessoas locais e visitantes. O primeiro artefato oferecido para o museu foi um carrinho de passeio. Ao longo dos anos, foram entregues mais carrinhos, formando uma ampla coleção. Um bom e antigo carrinho de brinquedo foi doado em anónimo após a inundação de 2002. No ano de 2010, o museu foi mencionado no “Manual para Guias Locais” como um exemplo de “boa prática na interpretação do património local”.

A aldeia de *Kojákovice* pertence à paróquia de *Mladasovice*. Muitas gerações de famílias de *Kojákovice* foram batizadas, casadas e enterradas. Os registos paroquiais formam uma importante fonte de história familiar para o museu. A restauração da igreja foi concluída em 2010. Durante este processo, foram encontrados vários gráficos originais e decorações de parede. Esses gráficos atraíram ampla atenção nacional.

Na segunda metade do século XIX, a informação entrou nos territórios checos sobre as possibilidades de trabalho e terra arável sem custo nos novos estados americanos. Os colonos poderiam obter 180 acres (isto é, 73 hectares) de terra arável sob o ato de propriedade de 1862. Parecia bom demais para ser verdadeiro. Com o surgimento de problemas em cada centímetro livre de terra em casa, a emigração tornou-se uma alternativa atrativa, mas arriscada, às dificuldades em casa. Jovens a tentar evitar o serviço militar estavam entre os primeiros a ir. As suas cartas confirmaram as histórias e muitas famílias seguiram logo depois.

A pesquisa sobre a emigração da região identificou um pedido de passaportes de 340 famílias, o que significa 827 indivíduos. O número real é muitas vezes maior, já que a maioria dos documentos originais foi perdido e muitas pessoas ficaram sem pedir documentos oficiais. Estudos genealógicos mostram muitos milhares de pessoas que solicitavam uma cópia do registo de nascimento para a emigração. Mesmo assim, ainda é apenas a ponta do icebergue. Em 50 anos, cerca de 250 000 pessoas de nacionalidade checa emigraram da sua terra natal. Na Europa Oriental, o número era de cerca de 5 000 000 (Černá e Dulfer, 2011).



### 4.6.3. Forja *Novohradská*

A *Kovárna* (forja) *Novohradská* (também: “Museu do Ferreiro Ativo”; ver fotografia de capa deste relatório) é uma propriedade situada no seio da vila de *Nové Hradý* (“Castelo Novo”), a caminho da praça do castelo. É considerada um monumento cultural, sendo mencionado pela primeira vez em 1719, quando estava na posse do ferreiro Sr. Ferdinand Grössinger. Presumivelmente, nessa época, foi também construída. As práticas de forjamento continuaram durante quase duzentos anos. No ano de 2000, a propriedade foi adquirida pela vila de *Nové Hradý* e reconstruída com base em registos tradicionais.

Desde 2002 – quando foi permitido o aluguer deste espaço municipal – o Sr. Daniel Černý, ferreiro profissional e filho da Sra. Olga Černá, organiza diversos eventos para o público, como *workshops* de artesanato. Além disso, é professor e dá formações práticas a futuros ferreiros. O espaço é acessível para uma visita guiada nos meses de verão e em certas ocasiões como nas férias de Natal ou Páscoa, sendo que o preçário é de 40 coroas checas para adultos, 15 coroas checas para crianças (3-15 anos) e 35 coroas checas para idosos e grupos com mais de sete elementos.

Hoje, a organização sem fins lucrativos *Rožmberk* arrenda a propriedade, possuindo uma forja histórica totalmente funcional, uma coleção de ferramentas forjadas e objetos tradicionais. Além disso, há uma exposição dedicada ao ferreiro e uma pequena loja com material de informação e lembranças originais. O espaço interior – destinado para eventos especiais e como centro de educação e informação sobre produtos e artesanatos tradicionais – atrás da forja, é restaurado e aproxima a vida rural no século XIX. No antigo estábulo ao lado da forja, além de exemplos de itens rurais contemporâneos e de trabalho, pode-se encontrar uma coleção de fechaduras históricas, facas, chaves, adagas e outros objetos feitos à mão.

Devido ao facto que a oficina histórica esteja localizada numa área urbana e demasiado pequena para forjar objetos grandes, foi adquirida uma velha oficina de máquinas nas florestas próximas para realizar atividades robustas (bem como formações de alunos) em objetos de maiores dimensões, tais como grades e portões. Embora seja um barracão mais moderno, esta segunda oficina também está totalmente equipada com máquinas principalmente antigas, incluindo três grandes martelos de energia elétrica de modelo inicial. A Forja *Novohradská* possui uma versão igualmente antiga, mas de dimensão menor (Dulfer, 2007; Kulturní a informační centrum (KIC) Nove Hradý, 2017).

Uma particularidade de interesse turístico para o Museu *Novohradská* foi a aquisição, pela *Rožmberk Society*, de duas *scooters* elétricas como forma de atrair um maior número de turistas ao



local (ver também o Protocolo de Vendas ao Veículo em branco: figuras I, II e III nos anexos deste relatório). Assim, foi permitida aos turistas a oportunidade de dar um passeio pelas paisagens de modo sustentável e ecológico.

No ano de 2017, a empresa nacional de fornecimento energético *E.ON* disponibilizou um período de teste para vinte novas unidades, distribuídas por todo o país.

Já em 2013, houve a primeira distribuição de unidades, com a abertura de um *e-rental*, em *Vranov nad Dyjí*. No ano a seguir, também em *Lipno nad Vltavou*. Estes alugueres fornecem *scooters* e bicicletas elétricas de qualidade da marca *Author*.

Através de um voucher no sítio de *internet ekobonus.cz*, os clientes da *E.ON* recebem um desconto da taxa de aluguer e podem beneficiar de descontos e bónus adicionais em parceiros locais, como por exemplo em alojamentos ou entradas em diversos sítios de interesse (Brandau, 2014).

Infelizmente, o interesse limitado por parte dos turistas, a ocorrência de pequenos incidentes relacionados com as *scooters* e os seus custos bastante elevados em manutenção (uma vez contratadas efetivamente), levaram ao Sr. Robert Dulfer tomar a decisão de não avançar com as *scooters* para a restante época de férias, após a data limite do contrato de teste.

#### **4.6.4. Contexto de Estágio**

Anteriormente facultado pelo Sr. Daniel Mourek – em resultado de uma sequência de e-mails e pela “pausa” da Associação de Parceria Ambiental quanto à realização de eventos endo-cicloturísticos – agarrei a oportunidade de entrar em contacto com a *Rožmberk Society*, mais concretamente com o Sr. Diretor Robert Dulfer, biólogo holandês mas residente na República Checa por mais de vinte anos.

Com efeito, ficou marcado, para dia 11 de maio, um encontro com este diretor na *Starbucks*, em *Karlova 20, 110 00 Staré Město, Praga 1*. Lá, mostrou-me algumas brochuras que ele trouxe e descreveu-me brevemente os dois museus rurais da responsabilidade dele, em cooperação com a sua parceira Sra. Olga Černá e seu filho Daniel Černý, nas aldeias de *Kojákovice* e *Nové Hrady*.

Assim, no dia 13 e 14 de maio, estive em *Nové Hrady* com o Sr. Robert Dulfer para conhecer o local e ser guiado por toda a propriedade, por volta das 10:00 horas em frente da Forja *Novohradská*, localizada em *Komenského 36, 373 33 Nové Hrady*. Começámos por preparar e expor os itens para venda para o dia todo, sobretudo folhetos, mapas turísticos e artesanato em ferro, como pregos, sinos, cálices, aparas e ferraduras. A seguir, tive a oportunidade de experimentar

algumas atividades à frente dos turistas, como a prática de forjamento de ferro e manipulação de varras (destinadas para forjar pregos) com vários tipos de martelos e outras ferramentas tradicionais. No final da tarde, o Sr. Robert Dulfer levou-me para conhecer outra oficina, lugar de trabalho do filho da Sra. Olga Černá, o Sr. Daniel Černý, um ferreiro profissional. Repleta de máquinas industriais metalúrgicas antigas, este pavilhão fica situado algures nas florestas próximas da cidade de *Třeboň*.

Por fim, fizemos planos de trabalho de reconstrução na propriedade em *Nové Hradý* para as minhas próximas visitas: substituição e tratamento dos postes de madeira, ao redor do pasto do bode ao lado da propriedade, tratamentos para o jardim atrás da propriedade (corte de relva, remoção de pedras), restauração de algumas peças vindas de um motociclo clássico de marca *NSU* com *sidecar* e um camião do exército dos EUA, como projetos de atração turística potencial.

Entre dia 27 e 29 de maio, novamente em *Nové Hradý*, e também em *Kojákovice*, prossegui com as tarefas propostas pelo Sr. Robert Dulfer. Assim, no dia 27, a Sra. Olga Černá foi buscar-me por voltas das 11:00 horas da estação ferroviária de *Třeboň* e levar-me para o Museu do Camponês e da Imigração de *Kojákovice*, onde o Sr. Robert Dulfer estava a guiar um grupo de turistas americanos nesse preciso momento. Assim que ele teve disponibilidade, guiou-me pelo museu, que anteriormente era uma escola primária. Seguimos em direção a *Nové Hradý* e demos início ao trabalho de reconstrução da propriedade: corte à medida, com uma serra tico-tico, dos postes da pastagem e pintura com um produto próprio conservador da madeira (uma solução de creosoto), corte de relva do jardim e remoção de pedras por trás da propriedade. Fomos fazer uma breve visita à brigada dos bombeiros voluntários, incluindo camiões clássicos, a poucos metros no lado oposto da Forja *Novohradská*.

Entre dia 3 e 6 de junho, em *Nové Hradý* mais uma vez, comecei por remover os postes de madeira podre da pastagem, construí um novo portão de acesso em madeira e também dei um tratamento com o produto conservador anteriormente referido. Além disso, realizei pequenas tarefas de limpeza em torno da propriedade.

Nos dias 19 a 21 de junho, estive em *Nové Hradý* pela última vez no meu período de estágio regular. O Sr. Robert Dulfer foi buscar-me na estação ferroviária de *Nové Hradý*, por volta das 11:00 horas. Na propriedade da Forja *Novohradská*, ele pediu-me para acabar um trabalho numa mesa diagonal de exposições turísticas em madeira, anteriormente construída por ele, o seu polimento e tratamento de fugas com uma pasta especial e ainda uma pintura com uma solução conservadora. Por fim, executei outros trabalhos de polimento, nomeadamente numas peças do motociclo *NSU* clássico.

No final do dia 21, discutimos opiniões e planos sobre como prosseguir nas tarefas de reconstrução no futuro próximo e a proposta de envolver-me nas mesmas. Assim, o Sr. Robert Dulfer convidou-me para voltar a *Nové Hradý* e retomar o trabalho e envolver-me também em tarefas novas, no final de julho até ao início de agosto, já fora do período oficial do estágio mas nas mesmas condições anteriores, o que aceitei.

## 5. Análise Estatística dos Dados Relativos aos Eventos Organizados pela Associação de Parceria Ambiental

### 5.1. Apresentação e Discussão dos Dados

Uma vez que a interpretação de dados estatísticos é indispensável para compreender a natureza de qualquer estudo, decidi então incluir neste relatório de estágio uma secção particular para a mesma, ao fim de compreender melhor a natureza dos eventos nos quais participei e o efeito produzido sobre o cliente\*.

Quanto ao evento “Festival da Adega Aberta. Primavera em *Mutěnsko* 2017 – 9º ano, 21º festival”, captaram-se os seguintes dados estatísticos:

**\*Nota 2:** na análise estatística que se segue, deu-se especial importância e relevância a valores qualitativos. Todos os dados estatísticos expostos foram exclusivamente facultados pela Associação de Parceria Ambiental (com base na informação nos cupões dos participantes recolhidos) e tratados por mim próprio.

**Tabela 1.** Número e percentagem dos participantes segundo a sua região de residência.

| Região de residência  | Número de participantes | Percentagem |
|-----------------------|-------------------------|-------------|
|                       |                         |             |
| Praga                 | 105                     | 17%         |
| Boémia Central        | 81                      | 13%         |
| <i>Ústí nad Labem</i> | 60                      | 10%         |
| Morávia do Sul        | 59                      | 9%          |
| Morávia-Silésia       | 54                      | 9%          |
| <i>Hradec Králové</i> | 53                      | 8%          |
| <i>Pardubice</i>      | 41                      | 7%          |
| <i>Slovensko</i>      | 34                      | 5%          |
| Boémia do Sul         | 29                      | 5%          |
| <i>Plzeň</i>          | 26                      | 4%          |
| <i>Olomouc</i>        | 20                      | 3%          |
| <i>Karlovy Vary</i>   | 14                      | 2%          |
| <i>Vysočina</i>       | 11                      | 2%          |
| <i>Liberec</i>        | 8                       | 1%          |
| <i>Zlín</i>           | 7                       | 1%          |
| Países estrangeiros   | 2                       | 0,3%        |
| Não identificados     | 21                      | 3%          |
| <b>TOTAL</b>          | <b>625</b>              | <b>100%</b> |

Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

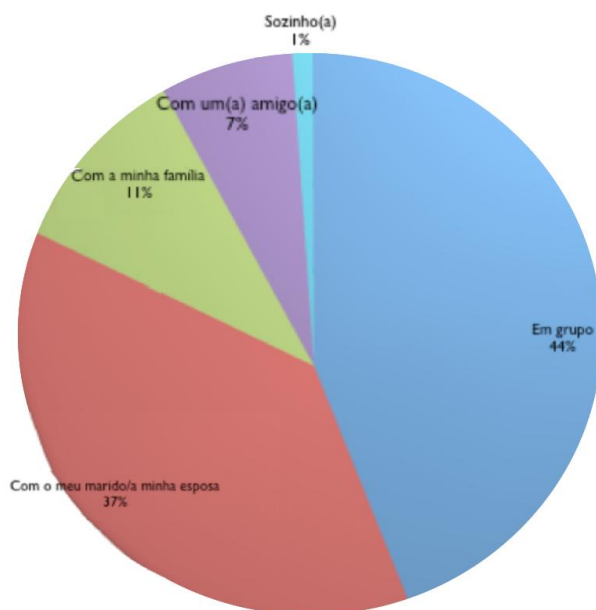
**Tabela 2.** Percentagens das idades por categoria dos participantes em função do género.

| Idade        | Homens     | Percentagem | Mulheres   | Percentagem |            |
|--------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
| 18-29        | 33         | 12%         | 88         | 26%         |            |
| 30-39        | 84         | 30%         | 102        | 30%         |            |
| 40-49        | 82         | 29%         | 86         | 25%         |            |
| 50-59        | 45         | 16%         | 54         | 16%         |            |
| ≥60          | 36         | 13%         | 15         | 4%          |            |
| <b>TOTAL</b> | <b>280</b> | <b>100%</b> | <b>345</b> | <b>100%</b> | <b>625</b> |

Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

A tabela 2 indica o registo inicial total de 625 pessoas participantes no festival, sendo 280 homens e 345 mulheres, e a maioria destas veio da região da cidade capital (de acordo com a tabela 1), isto é, 17%. Isto pode ser uma indicação de que esses residentes metropolitanos foram determinadamente à procura do lazer numa área rural mais calma, longe da tensão urbana, ou, mais provável ainda, dirigiram-se a este evento para aproveitar visitar amigos ou familiares.

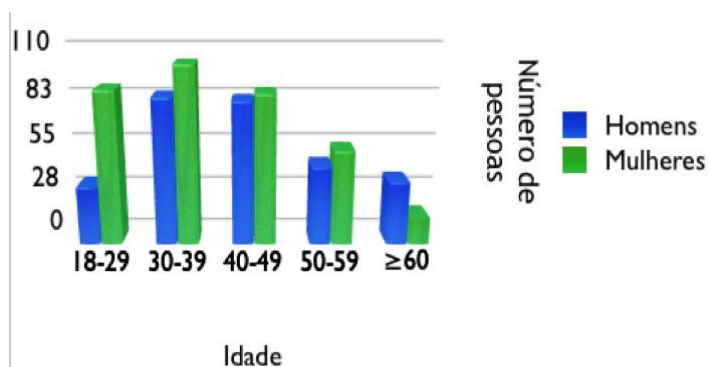
Como é bastante lógico, tendo também em conta a natureza do evento, o menor número de participantes veio do estrangeiro. Por outro lado, 21 pessoas não se identificaram.



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 23.** Diagrama circular com as percentagens quanto à escolha de participação.

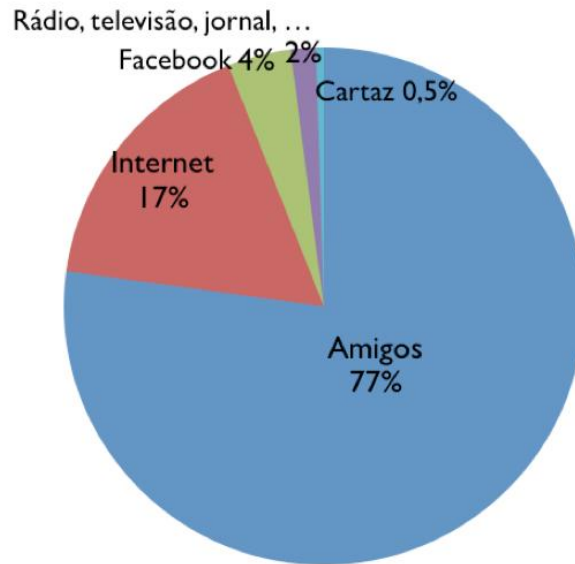
De acordo com a figura 23, quase metade dos turistas a participar procedeu à inscrição em grupo, o que sugere um ambiente social e amigável. Apenas 1% dos participantes veio sozinho ao evento.



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Gráfico 1.** Número de participantes em função da idade, por género.

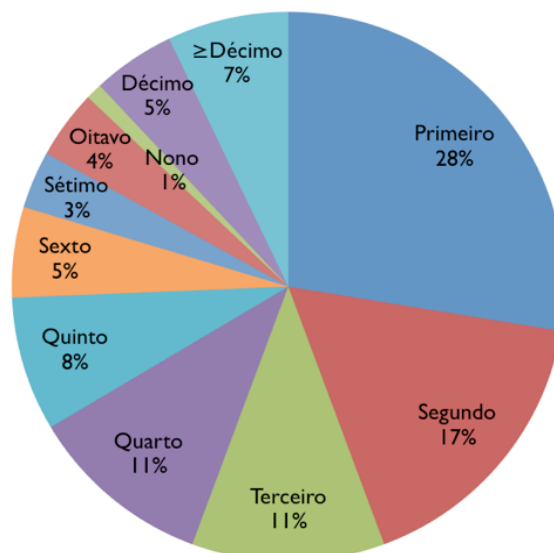
De acordo com o gráfico 1, o maior número de pessoas a participar tinha idade na categoria dos 30-39 anos, isto é, 82 homens e 86 mulheres. Em todas as categorias de idade dos participantes, exceto para os maiores de 60 anos, houve maior número de mulheres registado.



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 24.** Diagrama circular com as percentagens quanto ao tipo de comunicação através do qual os participantes tomaram conhecimento do evento.

Como a figura 24 sugere, a internet desempenhou um papel essencial na comunicação ou divulgação do evento, embora para a maior e evidente parte dos turistas o evento foi comunicado / recomendado por amigos.



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 25.** Diagrama circular com as percentagens quanto à frequência de participação dos clientes.



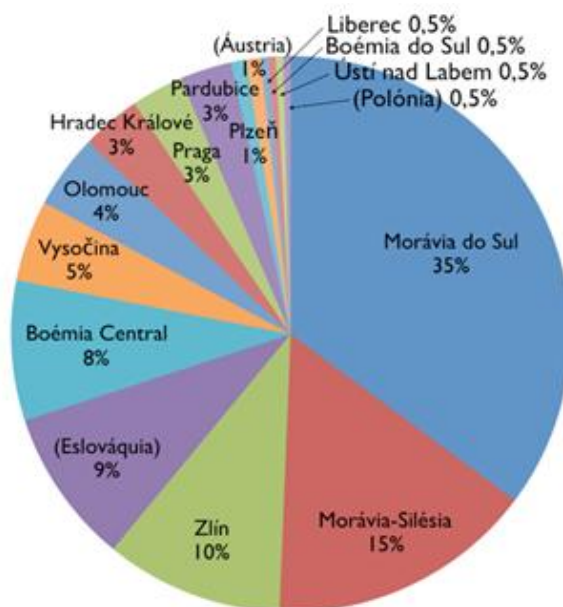
Curioso é saber que a maior parte dos turistas participantes veio pela primeira vez ao Festival da Adega Aberta com ponto de partida em *Mutěnice* (figura 25). Isto pode sugerir que o nível de repetitividade num evento deste género, no mesmo local, é baixo e que a maioria dos turistas não se limita de participar num evento num só local para apenas uma vez.

Quanto ao evento endogastronómico “Atravessando a Região do Vinho 2017 – A Peregrinação de Maio pela Área de *Modrych Hor*”, em *Velké Pavlovice*, houve 500 turistas inscritos (limite máximo) porém obteve-se um registo de 233 respostas úteis para o respetivo estudo estatístico, conforme indica a tabela 3.

**Tabela 3.** Número e percentagem dos participantes segundo a sua região (ou país) de residência.

| Região (país) de residência | Número de participantes | Percentagem |
|-----------------------------|-------------------------|-------------|
|                             |                         |             |
| Morávia do Sul              | 82                      | 35%         |
| Morávia-Silésia             | 36                      | 16%         |
| Zlín                        | 24                      | 10%         |
| (Eslováquia)                | 21                      | 9%          |
| Boémia Central              | 19                      | 8%          |
| Vysočina                    | 11                      | 5%          |
| Olomouc                     | 10                      | 4%          |
| Hradec Králové              | 8                       | 3%          |
| Praga                       | 7                       | 3%          |
| Pardubice                   | 7                       | 3%          |
| Plzeň                       | 2                       | 1%          |
| (Áustria)                   | 2                       | 1%          |
| Liberec                     | 1                       | 0,5%        |
| Boémia do Sul               | 1                       | 0,5%        |
| Ústí nad Labem              | 1                       | 0,5%        |
| (Polónia)                   | 1                       | 0,5%        |
| Karlovy Vary                | 0                       | 0%          |
| <b>TOTAL</b>                | <b>233</b>              | <b>100%</b> |

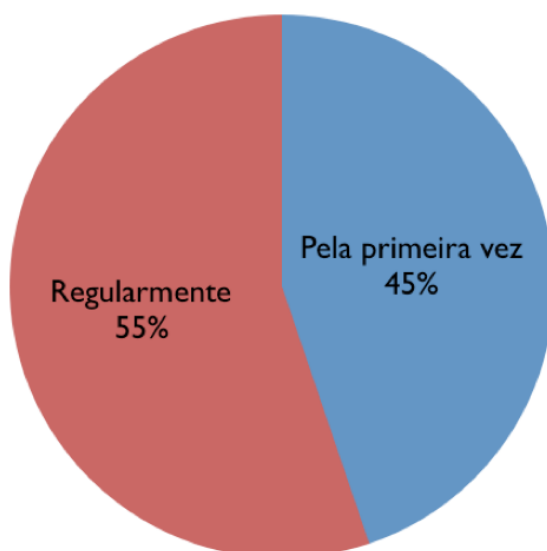
Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 26.** Diagrama circular com as percentagens quanto à origem dos clientes.

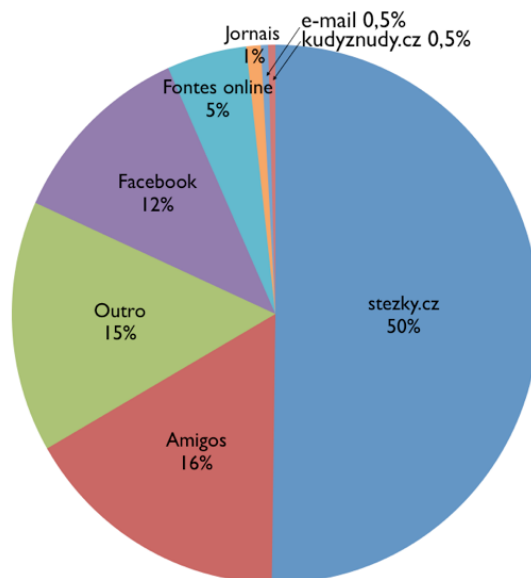
A figura 26, e também a tabela 3 correspondente, demonstram que a maior parte dos turistas inscritos no evento, isto é, um terço, reside na própria região: Morávia do Sul. O diagrama tenciona afirmar que quanto mais perto da habitação, maior é o número de turistas no evento.



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 27.** Diagrama circular com as percentagens quanto à frequência de participação dos clientes.

Em relação à questão da participação, 122 turistas, isto é, 55%, afirmam participar neste tipo de eventos turísticos de forma frequente. Noventa e nove turistas, isto é, 45%, afirmaram que foi o primeiro evento experimentado (figura 27).



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 28.** Diagrama circular com as percentagens quanto ao tipo de comunicação através do qual os participantes tomaram conhecimento do evento.

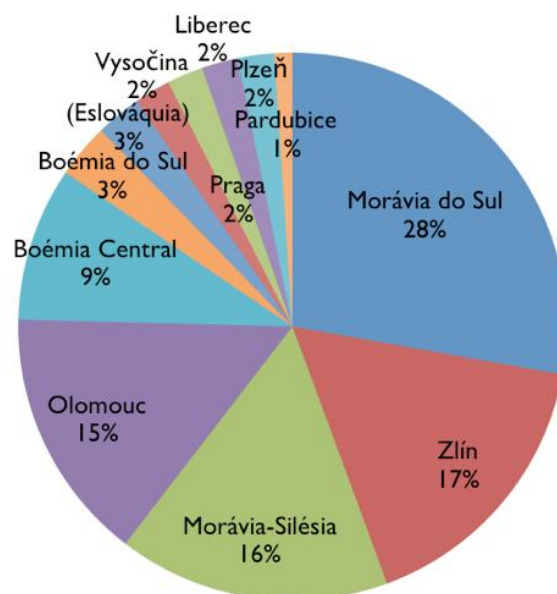
Dos 225 participantes que responderam a esta questão, exatamente metade teve conhecimento do evento consultando o *site* das Rotas dos Vinhos da Morávia: *stezky.cz*. A segunda maior parte teve recomendação dos amigos (figura 28).

No evento endogastronómico “Explorando as Rotas dos Vinhos de *Strážnice*”, houve 300 participantes inscritos, dos quais 187 foram traduzidos em informações úteis e efetivas para a sua análise estatística, como indica a tabela 4.

**Tabela 4.** Número e percentagem dos participantes segundo a sua região (ou país) de residência.

| Região (país) de residência | Número de participantes | Percentagem |
|-----------------------------|-------------------------|-------------|
|                             |                         |             |
| Morávia do Sul              | 52                      | 28%         |
| <i>Zlín</i>                 | 31                      | 17%         |
| Morávia-Silésia             | 30                      | 16%         |
| <i>Olomouc</i>              | 28                      | 15%         |
| Boémia Central              | 17                      | 9%          |
| Boémia do Sul               | 6                       | 3%          |
| (Eslováquia)                | 5                       | 3%          |
| <i>Vysočina</i>             | 4                       | 2%          |
| Praga                       | 4                       | 2%          |
| <i>Liberec</i>              | 4                       | 2%          |
| <i>Plzeň</i>                | 4                       | 2%          |
| <i>Pardubice</i>            | 2                       | 1%          |
| <b>TOTAL</b>                | <b>187</b>              | <b>100%</b> |

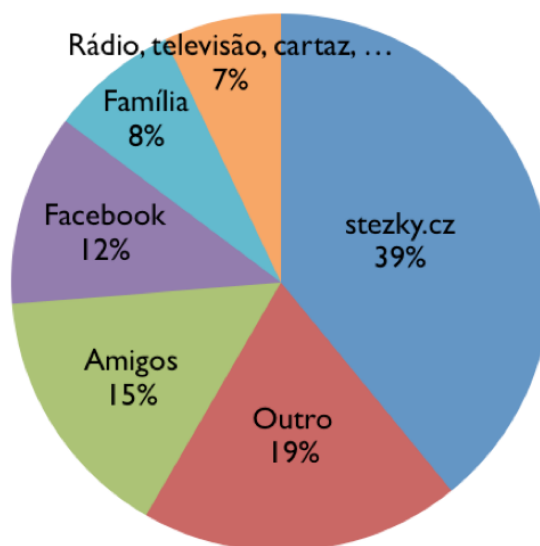
Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 29.** Diagrama circular com as percentagens quanto à origem dos clientes.

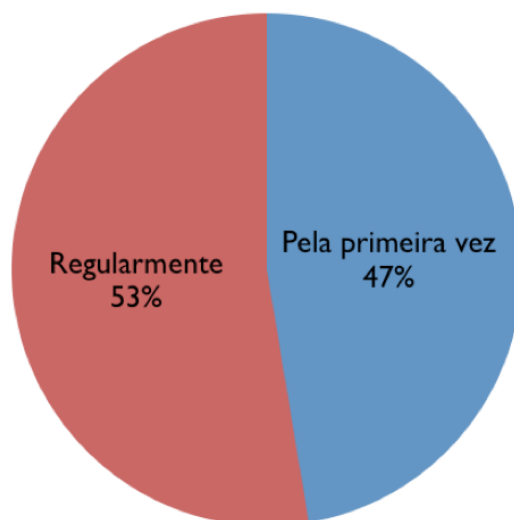
Tal como demonstrado no caso de *Velké Pavlovice*, a maior parte dos 187 turistas inscritas neste evento em *Strážnice* também reside na própria região: Moravia do Sul, isto é, 28%, conforme indica a figura 29.



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 30.** Diagrama circular com as percentagens quanto ao tipo de comunicação através do qual os participantes tomaram conhecimento do evento.

De acordo com a figura 30, dos 156 participantes que responderam a esta questão, a maioria, 39%, teve conhecimento do evento consultando o *site* das Rotas dos Vinhos da Morávia: *stezky.cz*.



Fonte: Nadace Partnerství (2017) (adaptado).

**Figura 31.** Diagrama circular com as percentagens quanto à frequência de participação dos clientes.

Quanto à frequência de participação neste tipo de eventos, responderam 171 turistas, dos quais 81 afirmaram estar presente pela primeira vez, ou seja, 47%. Por outro lado, 90 turistas, isto é, 53%, costumaram visitar este tipo de eventos regularmente, não sendo *Strážnice*, então, a primeira vez para eles (figura 31).

No evento “Vinho Vindo de Perto 2017 – Degustação de Verão no Jardim Aberto”, em *Brno*, participaram 150 pessoas (número limitado). Apenas foram recolhidos, pela equipa da Associação de Parceria Ambiental, endereços de correio eletrónico dos participantes, não se tendo realizado análise estatística para este evento.

## 5.2. Análise Conclusiva dos Dados

Uma vez analisados todos os dados e projeções resultantes do estudo, concluo que existem algumas semelhanças evidentes em todos os eventos:

- Tanto no evento em *Velké Pavlovice* como em *Strážnice*, a maioria dos participantes veio da mesma região de habitação: Morávia do Sul;
- Tanto no evento em *Velké Pavlovice* como em *Strážnice*, a maioria dos clientes participa frequentemente neste tipo de eventos;
- Tanto no evento em *Velké Pavlovice* como em *Strážnice*, a maioria dos participantes ficou a par do evento através do *site* de *internet stezky.cz*.

O primeiro evento mencionado foi, de longe, o mais complexo, em termos de preparação, organização e recepção, tendo-se verificado maior número de clientes.



## Conclusão

Neste trabalho procurei, num primeiro plano, fazer um levantamento dos conceitos de base para dar introdução ao meu tema de estágio e, num segundo, caracterizar detalhadamente as entidades de contacto e de acolhimento com as quais me envolvi, e expor as atividades realizadas para as mesmas no estágio curricular, no âmbito do Mestrado em Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis.

O estágio curricular permitiu-me ter um primeiro contacto com o mundo “real” da geografia e do turismo. Acabei por entender na realidade o quão interligados estes dois campos se encontram. Considero que adquiri experiência e competências essenciais para o início da minha carreira profissional, tendo-se revelado fundamental para os passos que estou entretanto a dar no mundo das duas áreas referidas. Em traços gerais, no estágio, melhorei as minhas capacidades de autonomia, aprendi a gerir o tempo e o espaço disponível para a realização de tarefas e a trabalhar em equipa com prazos variados e comecei a pôr em prática, sob orientação, com base o que tinha aprendido ao longo do primeiro ano de Mestrado.

As bases que me foram proporcionadas pelos seminários do Mestrado em Geografia Humana, Planeamento e Territórios Saudáveis revelaram-se fundamentais, tanto para o estágio como para a elaboração deste relatório. Apesar das importantes e diversificadas oportunidades de aprendizagem e reflexão facultadas em todas as unidades curriculares do mestrado, destaco, considerando a sua relevância sobretudo no contexto da natureza técnica dos eventos turísticos levados a cabo durante o estágio, os conhecimentos adquiridos nos seminários de Dinâmicas de Espaços Rurais, Planeamento Estratégico e também de Conhecimento, Inovação e Territórios Criativos. A primeira disciplina permitiu-me estabelecer as bases daquele que viria ser o meu perfil enquanto voluntário, na vertente do turismo, lazer e desenvolvimento rural. A segunda permitiu-me aprofundar essas bases e pôr em prática os conhecimentos adquiridos na primeira em ambiente académico, preparando-me a seguir para os desafios com que me fui deparando no estágio, destacando o estudo e *marketing* territorial. A última disciplina cultivou o interesse sério pela realização de um estágio no estrangeiro, especialmente após de o Professor Doutor Rui Gama ter referido Praga como destino interessante, existindo, com a Universidade de Coimbra, um acordo bilateral.

A teoria foi, sem dúvida alguma, muito mais posta em prática, e desta vez tendo em conta certos fatores a que nas aulas os alunos não estão expostos, tais como a gestão temporal e espacial,

o contacto com o cliente ou o facto de ter de trabalhar com horário fixo. Afirmando que este último não diz respeito ao meu caso, pois tive o privilégio de poder escolher o próprio ritmo e horário de trabalho, embora tive de marcar presença permanente obrigatória na maioria das situações, além de não poder abandonar o evento espontaneamente.

Pude ainda explorar e aprofundar as minhas capacidades que, apesar de incluídos no mestrado, não são, devido a constrangimentos de tempo, abordados de modo tão aprofundado como esta experiência me mostrou que seria desejável.

Avaliando o estágio realizado, de todas as perspetivas obtenho uma visão global que supera as minhas expectativas iniciais. Nomeadamente a equipa da Associação de Parceria Ambiental apresenta um fluxo de trabalho social altamente dinâmico e uma organização exemplar, o que me permitiu tirar o máximo partido desta experiência. Fui muito bem acolhido pela equipa e rapidamente me senti integrado no ritmo de trabalho, tendo aprendido bastantes mais coisas e estado em contacto com muitas mais vertentes do trabalho de enoturismo, cicloturismo e pedestrianismo do que esperava no início. O estágio curricular revelou-se uma excelente oportunidade de contacto com o mundo profissional destes campos, experiência essa que se revelou muito satisfatória. Apesar de, na prática, ter cumprido sobretudo tarefas no âmbito de turismo, desporto e lazer, os conhecimentos que adquiri no estágio não se limitaram, de facto, a esse domínio. A história patrimonial, a cultura e as tradições são alguns dos exemplos que daí advêm.

O reconhecimento do meu trabalho pela empresa e os incentivos que fui recebendo, bem como as confirmações de que as minhas tarefas foram alvo, constituíram uma motivação e um estímulo para a determinação que já tinha: tornar-me um bom profissional na área de geografia e turismo.

Pude acompanhar de perto todas as fases dos eventos de participação, observei como se efetua uma distribuição eficaz de trabalho de modo a maximizar a utilização dos recursos de que sobretudo a Associação de Parceria Ambiental dispõe, aprendi que o contacto e o relacionamento corretos com clientes são da mais vital importância (apesar de algumas lacunas linguísticas naturais por todas as partes) e, acima de tudo, adquiri contactos que foram, e poderão ainda vir a ser, essenciais para a minha vida profissional.

Acima de tudo, o estágio naquelas entidades permitiu-me começar a traçar o meu próprio trajeto profissional, que utilizarei como base para o desenvolvimento do presente relatório.

Esta foi a oportunidade que esperava para estabelecer a ponte entre o mundo académico e o mundo profissional, tendo-me permitido alargar horizontes e conhecimentos de grande

importância. Por toda a justificação mencionada, louvo a possibilidade de realizar estágios desta natureza, por cima no estrangeiro, no âmbito da formação ao nível do mestrado. Este tipo de atividade complementa, inquestionavelmente, a formação dos alunos e a sua participação para o mundo do trabalho.

Uma vez elaborado este relatório de estágio, posso tirar como conclusão que tanto a Região da Boémia do Sul como a da Morávia do Sul apresentam uma série de ofertas turísticas magníficas dentro da sua paisagem pitoresca única, relativamente a viagens de lazer, negócios e visitas de familiares e amigos. Verifica-se que as regiões estão a evoluir positiva e gradualmente ao longo dos anos, acrescentando que as organizações e parcerias de suporte, mencionados anteriormente, garantirão financiamento que deverá gerar várias oportunidades de desenvolvimento em muitos aspetos turísticos, tais como o aumento do interesse no enoturismo (com especial ênfase à degustação de vinhos e à enogastronomia), cicloturismo e pedestrianismo, tanto por parte das gerações rurais como das urbanas, vindo de perto ou de longe. As referências às vinhas, ao vinho, às rotas pedonais e de ciclismo nas regiões demonstram a sua forte importância e potencial social, económico, ambiental e cultural ao longo da história. Cabe então às gerações futuras continuar a promover todo esse desenvolvimento regional sem, contudo, se opor à evolução natural, nos seus múltiplos aspetos: o meio ambiente, a história, a gastronomia, o artesanato, o património, a cultura, a ciência.

## Bibliografia

- Alonso, A.; Fraser, R.; Cohen, D. (2007). *Investigating differences between domestic and international winery visitors in New Zealand*. International Journal of Wine Business Research, Vol. 19, No. 2, pp. 114-126.
- Alves, L.; Carvalho, P. (2015). *Biocaching: lazer, turismo e património*. Cadernos de Geografia n° 34 – 2015. Imprensa da Universidade de Coimbra, FLUC, pp. 101-106.
- Asesores en Turismo Hotelaría y Recreación (THR) (2006). *Turismo de Natureza – 10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Lisboa, Turismo de Portugal, p. 9. [ONLINE] Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documentos/Turismo%20de%20Natureza%202006.pdf> [Acessado 9 outubro 2017].
- Asociace Cestovních Kanceláří České Republiky (ACK ČR) (2017). *Introduction*. [ONLINE] Disponível em: <http://en.ackcr.cz/introduction/> [Acessado 19 Setembro 2017].
- Bartoš, M.; Kušová, D. (2005). *“Amenitní” migrace jako specifická forma globální migrace obyvatel a její vliv na kvalitu života*. Životné prostredie, Vo. 39, No. 6, pp. 315-318.
- Bietolini, A. (2007). *Manual de Caminhada – Trekking*. Arte Plural Edições, p. 8.
- Braga, T. (2007). *Pedestrianismo e Percursos Pedestres*. Açores: Associação Ecológica Amigos dos Açores.
- Brandau, M. A. (2014). *Electric Bike and Scooter Rentals*. Elektromobilitätsforum E.ON Czech and e-mobility. 20 Oktober 2014, Düsseldorf. [ONLINE] Disponível em: [http://www.mzv.cz/file/1259971/E.ON\\_Brandau.pdf](http://www.mzv.cz/file/1259971/E.ON_Brandau.pdf) [Acessado 12 Setembro 2017].
- Carlsen, J. (2004). *A Review of Global Wine Tourism Research*. Journal of Wine Research, Vol. 15, No. 1, pp. 5-13.
- Carvalho, P. (2015). *Lazeres Ativos I*. Eumed, Universidade de Málaga.
- Černá, O.; Dulfer, R. (2011). *Peasant and Emigration Museum Kojákovice*. [Brochura]. Společnost Rožmberk o.p.s., with financial support of South Bohemian Region, WSPK and Municipality of Jílovice, Czech Republic.
- Charters S.; Ali-Knight J. (2002). *Who is the wine tourist?* Tourism Management, Vol. 23, No. 3, pp. 311-319.

- Chen, C. F.; Cheng, W. C. (2016). *Sustainability SI: Exploring Heterogeneity in Cycle Tourists' Preferences for an Integrated Bike-Rail Transport Service*. Networks and Spatial Economics, Vol. 1, No. 16, pp. 83-97.
- Correia L.; Ascensão, M. J. P.; Charters S. (2004). *Wine Routes in Portugal: A Case Study of the Bairrada Wine Route*. Journal of Wine Research, Vol. 15, No. 1, pp. 15-25.
- Cramer, M. (2016). *Cycling in Europe*. Closing Plenary Velo-City Global, Taipei. [ONLINE] Disponível em: <https://goo.gl/pl8phZ> [Acessado 27 setembro 2017].
- Croce, E.; Perri, G. (2008). *Il turismo enogastronomico. Progettare, gestire, vivere l'integrazione tra cibo, viaggio, territorio*. FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.
- Dimitrios, B. (1999). *Marketing the competitive destination of the future*. Department of Tourism, University of Westminster, London. [ONLINE] Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.500.88&rep=rep1&type=pdf> [Acessado 23 outubro 2017].
- Dodd, T. H. (1995). *Opportunities and pitfalls of tourism in a developing wine industry*. International Journal of Wine Marketing, Vol. 7, No. 1, pp. 5-16.
- Duarte, M. (2014). *City Branding – Cidade de Fátima*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, pp. 1-66.
- Dulfer, R. (2007). *Craft Workshops. Daniel Cerny – Blacksmith in Blata*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.danielcerny.cz/en/?act=41> [Acessado 27 Junho 2017].
- Dulfer, R. (2007). *Novohradská Forge*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.danielcerny.cz/en/?act=31> [Acessado 27 junho 2017].
- Environmental Partnership Association (EPA). *EPA*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.environmentalpartnership.org/Who-we-are/EPA.aspx> [Acessado 27 junho 2017].
- European Cyclists' Federation (ECF). *Structure*. [ONLINE] Disponível em: <https://ecf.com/who-we-are/structure> [Acessado 19 setembro 2017].
- European Cyclists' Federation (ECF). *Our Mission*. [ONLINE] Disponível em: <https://ecf.com/who-we-are/our-mission> [Acessado 19 setembro 2017].
- European Cyclists' Federation (ECF) (2015). *ECF Cycling Barometer 2015: technical document*. Disponível em: <https://goo.gl/YjzBa1> [Acessado 27 setembro 2017].
- European Cyclists' Federation (ECF) (2017). *Annual Report 2016*. [ONLINE] Disponível em:

[https://ecf.com/sites/ecf.com/files/d.%20ECF%20Annual%20Report%202016\\_topic\\_7.pdf](https://ecf.com/sites/ecf.com/files/d.%20ECF%20Annual%20Report%202016_topic_7.pdf) [Acessado 29 outubro 2017].

- EuroVelo (2016). *EuroVelo Routes*. [ONLINE] Disponível em: <http://goo.gl/kO0VRG> [Acessado 27 setembro 2017].
- EuroVelo (2017). *Home*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.eurovelo.org/> [Acessado 27 junho 2017].
- Falcade, I. (2001). *O espaço geográfico e o turismo na Região da Uva e do Vinho no nordeste do Rio Grande do Sul*. Encontro Estadual de Geografia. Caxias do Sul, RS: Educ, p. 21.
- Festival Otevřených Sklepů. (2017). *Mutěnsko - kraj malovaných búd a kouzelných sklepních uliček*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.otevrenesklepy.cz/Aktuality/Mutensko-kraj-malovanych-bud-a-kouzelnych-sklepnic.aspx> [Acessado 27 Junho 2017].
- Horáková, H.; Fialová, D. (2015). *Transformace venkova – Turismus jako forma rozvoje*. Univerzita Karlova v Praze, Přírodovědecká fakulta. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje (Centrum výzkumu geografie volného času). Metropolitní univerzita Praha. [ONLINE] Disponível em: <http://geography.cz/wp-content/uploads/2015/02/Fialov%C3%A1-Hor%C3%A1kov%C3%A1-Venkov-2015-.pdf> [Acessado 7 março 2017].
- Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism: Management, Development and Destinations*. Cognizant, New York.
- Getz, D.; Brown, G. (2006). *Benchmarking wine tourism development: The case of Okanagan Valley, British Columbia, Canada*. International Journal of Wine Marketing, Vol. 18, No. 2, pp. 78-97.
- Girard, T.C.; Gartner, W.C. (1993). *Second Home Second View: Host Community Perceptions*. Annals of Tourism Research, Vol. 20, No. 4, pp. 685-700.
- Greenways.cz (2017). *EuroVelo v ČR*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.greenways.cz/EuroVelo/EuroVelo-v-CR.aspx> [Acessado 27 junho 2017].
- Greenways.by (2006). *Moravia Wine Trails*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.greenways.by/index.php?content&id=111&lang=en> [Acessado 27 junho 2017].

- Hall, C. M.; Mitchell, R. (2000). *Wine tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development*. Thunderbird International Business Review, Vol. 42, No. 4, pp. 445-465.
- Han, H.; Meng, B.; Kim, W. (2017). *Bike-traveling as a growing phenomenon: Role of attributes, value, satisfaction, desire, and gender in developing loyalty*. Tourism Management, Vol. 59, pp. 91-103.
- Ho, C. I.; Liao, T. Y.; Huang, S. C.; Chen, H. M. (2015). *Beyond environmental concerns: using means-end chains to explore the personal psychological values and motivations of leisure/recreational cyclists*. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 23, No. 2, pp. 234-254.
- Jaffe, E.; Pasternak, H. (2004). *Developing Wine Trails as a Tourist Attraction in Israel*. The International Journal of Tourism Research, Vol. 6, No. 4, pp. 237-249.
- Jamal, T.; Robinson, M. (Eds.) (2009). *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. London, SAGE Publications.
- Jensen, S. (2007). *Pedestrian and bicyclist level of service on roadway segments*. Transportation Research Record Journal of the Transportation Research Board, Vol. 2031, pp. 43-51.
- Jornal de Negócios (2017). *Turismo mundial cresceu 3,9% em 2016*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo---lazer/detalhe/turismo-mundial-cresceu-39-em-2016> [Acessado 2 janeiro 2018].
- Kavaratzis, M.; Ashworth, G. J. (2010). *Place branding: Where do we stand?* In Ashworth G. J. e Kavaratzis, (2008) M. (eds.), *Towards Effective Place Brand Management: Branding European Cities and Regions*, Cheltenham, UK e Northampton, MA, USA: Edward Elgar, pp. 1-14.
- Kouchner, F.; Lyard, J. (2001). *A valorização do turismo de passeio pedestre nos territórios rurais – Guia pedagógico para a elaboração e execução de um projecto de passeio pedestre*. Inovação em Meio Rural, Caderno n.º 12, Observatório Europeu Leader, p. 5. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/walking/walking.pdf> [Acessado 9 outubro 2017].
- Kulczyckia, C.; Halpenny, E. A. (2014). *Sport cycling tourists' setting preferences, appraisals and attachments*. Journal of Sport & Tourism, Vol. 19, No. 2, pp. 169-197.
- Kulturní a centrum informační (KCI) Nove Hradý (2017). *Novohradská kovárna*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.kicnovehrady.cz/informacni-centrum/pamatky-a-expozice/2->

informacni-centrum/pamatky-a-expozice/48-novohradska-kovarna [Acessado 17 agosto 2017].

- Lane (1999) In Rodrigues, A. (2004). *Trilhos Pedestres e Turismo: uma análise exploratória ao mercado dos trilhos pedestres em Portugal*. [ONLINE] Dissertação de Mestrado. Universidade de Aveiro, pp. 83-289. Disponível em: <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/17980/1/Tese.pdf> [Acessado 11 dezembro 2017].
- Latorre, F. M. F. (2015). *Los flujos turísticos, capital territorial y uso de la bicicleta. Andalucía como modelo de destino emergente en cicloturismo*. Revista de Estudios Andaluces, No. 32, p. 76-107.
- Lee, C. F.; Chen, P. T.; Huang, H. I. (2014). *Attributes of destination attractiveness in Taiwanese bicycle tourism: The perspective of active experienced bicycle tourists*. International Journal of Hospitality and Tourism Administration, Vol. 15, No. 3, pp. 275-297.
- LVI. *European Cyclists' Federation*. [ONLINE] Disponível em: [http://www.lvi.lu/ecf/ecf\\_f.htm](http://www.lvi.lu/ecf/ecf_f.htm) [Acessado 29 outubro 2017].
- Martins, J.; Silva, S. (2013). *Como comunicar uma cidade?* Universidade Católica do Porto. Revista Hipersur.
- Menezes, M. R. C. e (2009). *Turismo no Minho: Uma Abordagem de Rede*. Dissertação de Mestrado em Engenharia e Gestão Industrial, Universidade de Aveiro, p. 21.
- Mitchell, R.; Hall, C. M. (2006). *Wine Tourism Research: The State Of Play*. Tourism Review International, Vol. 9, pp. 307-332.
- Moral-Moral, M. (2016). *El desarrollo del Cicloturismo como una modalidad turística sostenible*. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). [ONLINE] Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/cicloturismo.html> [Acessado 27 junho 2017].
- Moravské Vinařské Stezky (2012). *Moravian Wine Trails*. [ONLINE] Disponível em: <http://vinarske.stezky.cz/Uvod.aspx?lang=en-US> [Acessado 27 junho 2017].
- Moravské Vinařské Stezky (2012). *Brno Wine Trail*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.stezky.cz/Moravske-vinarske-stezky/Brnenska-vinarska-stezka.aspx?lat=49.0815135201382&lon=16.538524199999983&z=11> [Acessado 19 setembro 2017].



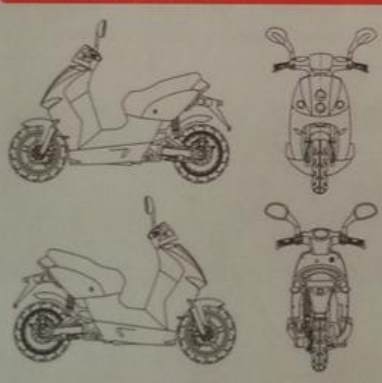
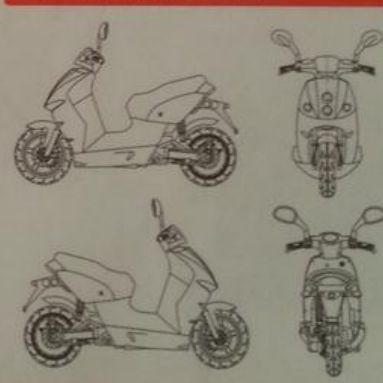
- Moravské Vinařské Stezky (2012). *Mutěnice Wine Trail*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.stezky.cz/Moravske-vinarske-stezky/Mutenicka-vinarska-stezka.aspx?lat=48.81356522275263&lon=17.038430049999988&z=10> [Acessado 19 setembro 2017].
- Moravské Vinařské Stezky (2012). *Strážnice Wine Trail*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.stezky.cz/Moravske-vinarske-stezky/Straznicka-vinarska-stezka.aspx?lat=48.93224789949195&lon=17.359255849999954&z=11> [Acessado 19 setembro 2017].
- Moravské Vinařské Stezky (2012). *Uherskohradištská Wine Trail*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.stezky.cz/Moravske-vinarske-stezky/Uherskohradistska-vinarska-stezka.aspx?lat=49.004141650664565&lon=17.392390400000068&z=11> [Acessado 19 setembro 2017].
- Moravské Vinařské Stezky (2012). *Velké Pavlovice Wine Trail*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.stezky.cz/Moravske-vinarske-stezky/Velkopavlovicka-vinarska-stezka.aspx?lat=48.912228609576374&lon=16.84204678499998&z=11> [Acessado 19 setembro 2017].
- Morgan, N.; Pritchard, A.; Pride, R. (2002). *Destination branding: creating the unique destination proposition*. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Mrnjavac, E.; Kovacic, N.; Topolšek, D. (2014). *The logistic product of bicycle destinations*. Tourism and Hospitality Management, Vol. 20, No. 2, pp. 171-184.
- Nadace Partnerství. *Cena Josefa Vavrouška*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.nadacepartnerstvi.cz/Vzdelavani/Prestizni-Cenu-Josefa-Vavrouska-ziskali-ochrance-S> [Acessado 17 setembro 2017]
- Nadace Partnerství. *Environmental Partnership*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.nadacepartnerstvi.cz/About-us/About-us> [Acessado 27 junho 2017].
- Neves, J. M. O.; Esperança, J. P. (2011). *Bike usage and cycle tourism: the pattern of portuguese associated bike riders*. Tourism & Management Studies. No 1 Extra (Proceedings International Conference Tourism & Management Studies), pp. 191-200.
- OpenStreetMap Wiki (2017). *Plan*. [ONLINE] Disponível em: [http://wiki.openstreetmap.org/wiki/WikiProject\\_Europe/EuroVelo](http://wiki.openstreetmap.org/wiki/WikiProject_Europe/EuroVelo) [Acessado 17 setembro 2017].

- Otevřená Zahrada (2017). *Open Gardens*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.otevrenazahrada.cz/> [Acessado 17 setembro 2017].
- Palós, E. M. i; Troyano, C. (2014). *El impacto económico del cicloturismo en Europa*. Fundación de los Ferrocarriles Españoles (F.F.E). Vías verdes. [ONLINE] Disponível em: <http://goo.gl/ozu1vb> [Acessado 27 setembro 2017].
- Pereira, P. S. (2013). *Branding de Cidades, O caso de Santiago de Compostela*. Tese de dissertação, LSEG.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York, NY: Free Press.
- Ritchie, W. B. (1998). *Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: planning and management issues*. *Tourism Management*, Vol. 19, No. 6, pp. 567-582. [ONLINE] Disponível em: [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00063-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00063-6) [Acessado 17 setembro 2017].
- Rožmberk Society (2015). *Welcome to our English homepage*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.rozmbek.org/> [Acessado 25 junho 2017].
- Sečková, L. (2007). *Slovácko a moravští Slováci: Pokus o vymezení pojmu*. Olomouc [cit. 2015-08-21]. 69 s. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Přírodovědecká fakulta, Katedra geografie. Vedoucí práce Miloš Fňukal, s. 18. [ONLINE] Disponível em: [http://geography.upol.cz/soubory/studium/dp/2007/2007\\_Seckova.pdf](http://geography.upol.cz/soubory/studium/dp/2007/2007_Seckova.pdf) [Acessado 28 junho 2017].
- Serra, M. S. i (2016). *El cicloturismo y las vías verdes como ejemplo de turismo sostenible*. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, Vol. 113, pp. 187-209.
- Studyin.cz (2010). *Hiking trails*. Guide to studying and living in the Czech Republic. Centre for International Services (published for the National Agency for European Educational Programmes). ISBN 978-80-87335-13-0 [ONLINE]. Disponível em: <http://prareas.fsv.cuni.cz/front.file/download?file=Studying-and-living-in-the-CZ.pdf> [Acessado 27 setembro 2017].
- Sustrans (1999). *Cycle tourism (Vol. Information pack TT 21)*. Sustrans, Bristol, UK.
- Trasmediterranea (2014): *Planes con bici* [ONLINE]. Disponível em: <http://w3.trasmediterranea.es/es/guia-del-pasajero/default/planes-bici/> [Acessado 27 setembro 2017].

- Thach L.; Mason B.; Amspacher W., (2007). *Perceptions of Cellar Door Hospitality: Lessons for Improving Customer Service and Sales*. Paper presented at the Third International Interdisciplinary Wine Conference in Niagara, Bacchus at Brock.
- Tovar, Z.; Carvalho, P. (2010). *Percursos pedestres e turismo de passeio pedestre em Portugal*. Imprensa da Universidade de Coimbra, pp. 413-436 [ONLINE]. Disponível em: <https://digitalis-dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/37375/1/Percursos%20pedestres%20e%20turismo.pdf> [Acessado 30 setembro 2017].
- Tovar, Z. (2010). *Pedestrianismo, Percursos Pedestres e Turismo de Passeio Pedestre em Portugal*. Dissertação de Mestrado. Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril, pp. 19-33 [ONLINE]. Disponível em: [https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2409/1/2010.04.013\\_.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2409/1/2010.04.013_.pdf) [Acessado 6 dezembro 2017].
- União Europeia (UE) (2010). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: “Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo”*. [ONLINE] Disponível em: <http://goo.gl/hT5kXc> [Acessado 27 setembro 2017]
- Valduga, V. (2012). *O Desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/BRASIL)*. CULTUR – Revista de Cultura e Turismo, Vol. 6, No. 2, pp. 127-143.
- Vieira, J. (2007). *Planeamento e ordenamento territorial do turismo: uma perspectiva estratégica*. Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo.
- Weston, R.; Davies, N.; Lumsdon, L.; McGrath, P.; Peeters, P.; Eijgelaar, E; Piket, P. (2012). *The European Cycle Route Network EuroVelo*. [ONLINE] Disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/studies> [Acessado 27 setembro 2017].
- World Travel & Tourism Council (2016). *Travel & Tourism Economic Impact 2016 Annual Update Summary*. Trad. Observatório de Turismo do Rio Grande do Sul.

# Anexos

e-on
PŘEDÁVACÍ PROTOKOL K VOZIDLU

|  |   |
|--|---|
| <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">NÁJEMCE</div> <p>Jméno a příjmení řidiče: _____</p> <p>Bydliště: _____</p> <p>Číslo řidičského průkazu: _____</p> <p>Číslo občanského průkazu: _____</p> <p>Telefon: _____</p>  | <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">PRONAJÍMATEL</div> <p>Předávající osoba: _____</p> <p>Společnost: _____</p> <p>Provozovna: _____</p> <p>Kontaktní telefon: _____</p>   |
| <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">ODJEZD</div> <p>Datum / hodina zápůjčky vozidla: _____</p> <p>Předání zálohy: <input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE</p> <p>Stav tachometru: _____</p> <p>Provedeno zaškolení užívání vozidla: <input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE</p> <p>Závada / poškození: <input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE</p> | <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">RZ</div> <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">PŘIJEZD</div> <p>Datum / hodina vrácení vozidla: _____</p> <p>Vrácení zálohy: <input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE</p> <p>Stav tachometru: _____</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> kontrola plastových dílů</li> <li><input type="checkbox"/> kontrola kol a světel</li> <li><input type="checkbox"/> kontrola upevnění přední a zadní nápravy</li> <li><input type="checkbox"/> doklady vozidla, klíče, nabíjecí kabel</li> </ul> <p>Závada / poškození: <input type="checkbox"/> ANO <input type="checkbox"/> NE</p> |
| <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">ZAKRESLENÍ ZÁVADY / POŠKOZENÍ</div>    | <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">ZAKRESLENÍ ZÁVADY / POŠKOZENÍ</div>    |
| <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">PŘEDAL</div>  | <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">PŘEDAL</div> <p><small>Svým podpisem stvrzuji, že jsem po dobu užívání vozidla nepřítomil žádnou škodu na jiném vozidle, o které bych pronajímateli neinformoval.</small></p>  |
| <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">PŘEVZAL</div>   | <div style="background-color: #e67e22; color: white; padding: 2px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">PŘEVZAL</div> <p><small>V případě závady nebo poškození zaplete osazenými protokoly na adresu <a href="mailto:escoter-info@e-on.cz">escoter-info@e-on.cz</a>, následně budete kontaktováni servisními pracovníky.</small></p>  |

V případě vzniku jakékoli škody na vozidle nebo pojistné události související s jeho provozem (jakékoli poškození vozidla, dopravní nehoda, odcizení vozidla, odcizení částí nebo vybavení vozidla), je nájemce povinen zaplatit pronajímateli opravu vozidla dle platného ceníku.

Fonte: Própria.

**Figura I.** Protocolo de Vendas ao Veículo (página 1), relativo às scooters elétricas adquiridas pela Rožmberk Society.

**e-on** PŘEDÁVACÍ PROTOKOL K VOZIDLU

**NÁJEMCE**

Jméno a příjmení řidiče: \_\_\_\_\_

Bydliště: \_\_\_\_\_

Číslo řidičského průkazu: \_\_\_\_\_

Číslo občanského průkazu: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

**PRONAJÍMATEL**

Předávající osoba: \_\_\_\_\_

Společnost: \_\_\_\_\_

Provozovna: \_\_\_\_\_

Kontaktní telefon: \_\_\_\_\_

**ODJEZD**

Datum / hodina zápůjčky vozidla: \_\_\_\_\_

Předání zálohy:  ANO  NE

Stav tachometru: \_\_\_\_\_

Provedeno zaškolení užívání vozidla:  ANO  NE

Závada / poškození:  ANO  NE

**PŘÍJEZD**

Datum / hodina vrácení vozidla: \_\_\_\_\_

Vrácení zálohy:  ANO  NE

Stav tachometru: \_\_\_\_\_

kontrola plastových dílů  
 kontrola kol a světel  
 kontrola upevnění přední a zadní nápravy  
 doklady vozidla, klíče, nabíjecí kabel

Závada / poškození:  ANO  NE

**ZAKRESLENÍ ZÁVADY / POŠKOZENÍ**

**ZAKRESLENÍ ZÁVADY / POŠKOZENÍ**

**PŘEDAL**

\_\_\_\_\_

**PŘEVZAL**

\_\_\_\_\_

**PŘEDAL**

Svým podpisem stvrzuji, že jsem po dobu užívání vozidla nepřivléhl žádnou škodu na jiném vozidle, o které bych prošel/měla neinformoval.

**PŘEVZAL**

V případě závady nebo poškození zařadíte odkamovaný protokol na adresu [escoter-info@e-on.cz](mailto:escoter-info@e-on.cz), následně budete kontaktováni servisním pracovníkem.

V případě vzniku jakékoli škody na vozidle nebo pojistné události související s jeho provozem (jakékoli poškození vozidla, dopravní nehoda, odcizení vozidla, odcizení části nebo vybavení vozidla), je nájemce povinen zaplatit pronajimateli opravu vozidla dle platného ceníku.

Fonte: Própria.

**Figura II.** Protocolo de Vendas ao Veículo (página 2), relativo às scooters elétricas adquiridas pela Rožmberk Society.

## Pravidla pro bezpečnou jízdu

1. Během zaškolení k manipulaci s vozidlem se nebojte pokládat dotazy. Obsluha je ráda zodpoví.
2. Vozidlo je určeno výhradně pro provoz na zpevněném povrchu.
3. Nenajíždějte s vozidlem na vyšší obrubníky a jiné pevné vertikální překážky.
4. V rámci dosažení nejlepšího komfortu a vysokého dojezdu doporučujeme využívat vozidlo pouze jedním jezdcem.
5. Vždy používejte dostupné bezpečnostní a ochranné prvky.
6. Dojezd skútru je v závislosti na stylu jízdy zhruba 65 km. V případě plánované delší trasy počítejte s časem nutným k nabíjení vozidla.

### ROZJEZD/ZPĚTNÝ CHOD

Potřebujete si zacouvat? Ovladač **zpětného chodu** Vám s tím pomůže.

Ovladač  
zpětného chodu



Před rozjezdem zmáčkněte krátce zelené tlačítko (funguje jako pojistka před nežádoucím rozjetím). Potřebujete zacouvat? Držte při couvání ovladač zpětného chodu a pomalu „přidávejte plyn“.

### BLINKR

Odbočujete? Signalizujte „**blinkrem**“ změnu směru jízdy.

Přepínač  
dálkového světla

Přepínač blinkrů

Klakson



### ZPĚTNÁ ZRCÁTKA

Máte na silnici rádi přehled? Nastavte si před jízdou **zpětná zrcátka**.



### TLAČÍTKO BOOST

Jízda na „plný plyn“? Použijte tlačítko **Boost**.

Přepínač informací  
o skútru

Přepínač světla

Přepínač režimu jízdy



### HLAVNÍ STOJAN

Stavíte na zmrzlinu? Na nerovném povrchu použijte raději **hlavní stojan**.

Boční stojan

Hlavní stojan



### LIBILA SE VÁM PROJÍŽDKA?



Zašlete Vaši fotografii na skútru na náš **Facebookový profil E.ON CZ** a podělte se s ostatními o radost z jízdy.

Fonte: Própria.

Figura III. Protocolo de Vendas ao Veículo (página 3), relativo às scooters elétricas adquiridas pela Rožmberk Society.