

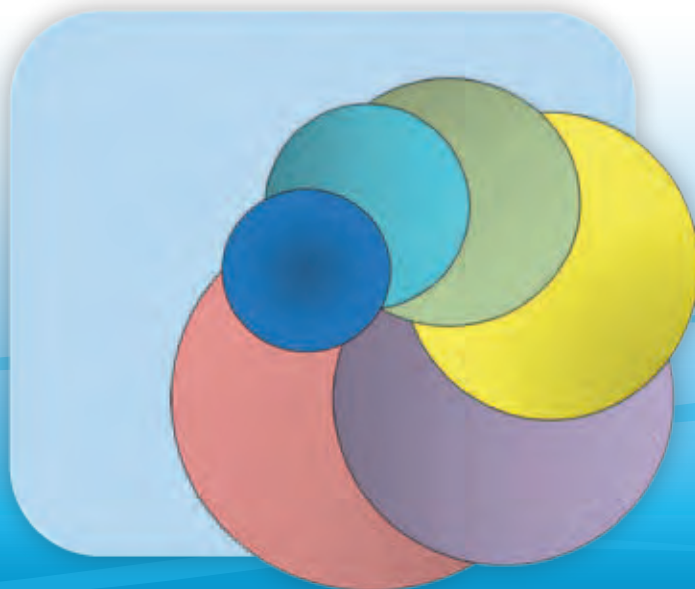


# farnet

G U I A # 5



## *Diversificação das Zonas de Pesca*



Comissão Europeia  
Assuntos Marítimos e Pescas

PT

# Índice

<b>Introdução .....</b>	<b>3</b>	<b>2.3 O ambiente e novas oportunidades na economia verde .....</b>	<b>16</b>
<b>1. Questões básicas acerca da diversificação ...</b>	<b>4</b>	Recolha de dados e investigação .....	17
<b>1.1 Porquê diversificar as zonas de pesca? .....</b>	<b>4</b>	Conservação .....	18
Declínio da rendibilidade e do emprego no sector das pescas .....	4	Serviços de limpeza e combate da poluição ...	20
Riscos associados à dependência de um pequeno número de indústrias principais ...	4	Energias renováveis .....	22
Declínio geral da economia local .....	5	Lições fundamentais.....	25
A marginalização do sector das pescas .....	5	<b>2.4 Turismo.....</b>	<b>25</b>
Novas oportunidades de crescimento inteligente, verde e inclusivo (e também azul).....	5	Alojamento .....	27
<b>1.2 O que é uma “estratégia de diversificação” das zonas de pesca? .....</b>	<b>6</b>	Alimentação .....	29
Conceito de “diversificação” .....	6	Actividades .....	31
Necessidade de uma abordagem estratégica ...	7	Agrupamento de produtos turísticos: rotas do património.....	34
<b>1.3 Diversificar em que direcção?.....</b>	<b>8</b>	Lições fundamentais.....	36
Sectores tradicionais ou novos? .....	8	<b>2.5 Indústrias criativas: a arte e a cultura como trampolim do desenvolvimento económico ...</b>	<b>37</b>
Assegurar adicionalidade e evitar o peso morto .8		Museus e exposições .....	37
<b>2. Que tipos de diversificação são possíveis? .....</b>	<b>10</b>	Aldeias temáticas .....	39
<b>2.1 Uma visão geral de possíveis opções de diversificação .....</b>	<b>10</b>	Festivais .....	41
Como é que os exemplos estão organizados? .....	10	Lições fundamentais.....	42
<b>2.2 Obter um rendimento adicional a partir de subprodutos da actividade da pesca.....</b>	<b>11</b>	<b>2.6 Serviços sociais e aquisição de competências..</b>	<b>43</b>
Farinha de peixe e alimentos para animais ....	13	Serviços de acolhimento e empresa social ....	43
Aduos e composto .....	13	Creches e acolhimento de crianças .....	46
Biocombustíveis.....	13	Coesão da comunidade.....	47
Novos produtos alimentares e suplementos dietéticos.....	15	Aquisição de competências .....	48
Cosméticos e produtos farmacêuticos .....	15	Lições fundamentais .....	52
Lições fundamentais.....	15	<b>3. Passos fundamentais para implementar uma estratégia de diversificação .....</b>	<b>53</b>
<b>2.3 O ambiente e novas oportunidades na economia verde .....</b>	<b>16</b>	<b>3.1 Introdução.....</b>	<b>53</b>
Recolha de dados e investigação .....	17	<b>3.2 Qual o papel dos FLAG? .....</b>	<b>54</b>
Conservação .....	18	Ideias: desencadear a mudança .....	54
Serviços de limpeza e combate da poluição ...	20	Pessoas: motores da diversificação .....	56
Energias renováveis .....	22	Pacotes de apoio coordenados .....	59
Lições fundamentais.....	25	Tempo .....	61
<b>2.4 Turismo.....</b>	<b>25</b>	Lugar .....	62
Alojamento .....	27	<b>Em conclusão.....</b>	<b>64</b>
Alimentação .....	29		
Actividades .....	31		
Agrupamento de produtos turísticos: rotas do património.....	34		
Lições fundamentais.....	36		
<b>2.5 Indústrias criativas: a arte e a cultura como trampolim do desenvolvimento económico ...</b>	<b>37</b>		
Museus e exposições .....	37		
Aldeias temáticas .....	39		
Festivais .....	41		
Lições fundamentais.....	42		
<b>2.6 Serviços sociais e aquisição de competências..</b>	<b>43</b>		
Serviços de acolhimento e empresa social ....	43		
Creches e acolhimento de crianças .....	46		
Coesão da comunidade.....	47		
Aquisição de competências .....	48		
Lições fundamentais .....	52		
<b>3. Passos fundamentais para implementar uma estratégia de diversificação .....</b>	<b>53</b>		
<b>3.1 Introdução.....</b>	<b>53</b>		
<b>3.2 Qual o papel dos FLAG? .....</b>	<b>54</b>		
Ideias: desencadear a mudança .....	54		
Pessoas: motores da diversificação .....	56		
Pacotes de apoio coordenados .....	59		
Tempo .....	61		
Lugar .....	62		
<b>Em conclusão.....</b>	<b>64</b>		

**Fotografias:**

FARNET (5, 7, 9, 20, 32, 45, 57, 62), The Thurso River (19), Verein Ökologisch Wirtschaften, Pellworm (23), Hotel Almadraba de Conil (27), The Captain's Galley Seafood Restaurant (30), Joao Quaresma (34), Zuzemberk Castle, Archive of the Heritage Trails, Dolenjska and Bela krajina (35), FLAG Var (39), Maria Idziak (40, 54), Paolo Zitti (41), Regenboogforel (44), Isabelle Possedon (47), FLAG Northern and Eastern Lapland (51), Istockphoto (59), PhotoDisc (61).

**Colaboradores:**

Urszula Budzich-Szukala, Monica Burch, Paul Soto, John Grieve, Eamon O'Hara, Gilles van de Walle, Serge Gomes da Silva, Susan Grieve.

**Agradecimentos:**

A Unidade de Apoio FARNET agradece a todas as pessoas que contribuíram para este Guia com informações e estudos de casos, em especial: Rémi Bellia (pesca-turismo); Kees Manintveld e Rosita Van Steenis (Quinta de acolhimento Truta Arco-Íris); Waclaw Idziak (Aldeias temáticas na Polónia); Marko Koščak (Rota do património em Dolenjska e Bela Krajina); Antonio Brenes e M<sup>a</sup> Dolores Caro (Hotel Almadraba de Conil); Hans Martin Lorenzen (Produção de energia renovável na ilha de Pellworm); Markku Ahonen (formação em turismo para pescadores na Finlândia); Louwe Post (Projecto consultoria de pesca); Katia Frangoudes (restaurantes locais em Tenerife e na Córsega); Maria Baptista (Museu em linha CCC em Portugal); Michael Gerber (Museu do Porto de Pesca de Bremerhaven); Tony Piccolo (biodiesel a partir de resíduos de peixe); Laura Gagliardini (Festival "Porti Aperti" em Ancona); Jim Cowie (Captain's Galley); Simon Laird (Projecto do rio Thurso); Deborah Gillatt (Parceria para a Ciência da Pesca); Jon Pressnell (Bar à Trucs)

**Produção:**

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

**Editor:** Comissão Europeia, Direcção-Geral dos Assuntos Marítimos e das Pescas, Director-Geral.

**Exoneração de responsabilidade:** Embora a Direcção-Geral dos Assuntos Marítimos e das Pescas seja responsável pela produção global desta publicação, não é, no entanto, responsável pela exactidão, conteúdo ou opiniões expressos nos seus artigos. A Comissão Europeia, salvo declaração em contrário, não adoptou nem aprovou de modo algum nenhuma opinião expressa nesta publicação e as declarações não devem ser consideradas como afirmações da Comissão nem opiniões da Direcção-Geral dos Assuntos Marítimos e das Pescas. A Comissão Europeia não garante a exactidão das informações incluídas nesta publicação, e declina, como também qualquer pessoa agindo em seu nome, toda a responsabilidade pelo uso que delas será feito.

© União Europeia, 2011.

Impresso na Bélgica em papel reciclado.

# Introdução

Os actuais desafios de natureza socioeconómica que se colocam ao sector das pescas na Europa exigem um vasto conjunto de medidas para melhorar os meios de subsistência dos pescadores e das famílias, bem como de outros habitantes de comunidades pesqueiras. Uma opção possível que o Eixo 4 do Fundo Europeu das Pescas (FEP) veio proporcionar foi a **diversificação económica das zonas de pesca**.

O Eixo 4 apoia o *“desenvolvimento sustentável das zonas de pesca”* através de estratégias elaboradas por parcerias locais representadas em Grupos de Acção Local de Pesca (os FLAG). Estas estratégias podem incluir actividades que diversificam as economias das respectivas zonas e proporcionam **empregos e rendimentos adicionais** às comunidades de pesca. As estratégias de alguns FLAG apenas fazem uma referência geral à diversificação; noutras, a parceria já introduziu ideias preliminares quanto à direcção que estas actividades de diversificação devem assumir; nos dois casos, as definições de diversificação podem variar, desde actividades que abrangem apenas os pescadores, até estratégias mais alargadas para a diversificação da zona.

**O presente Guia destina-se aos FLAG que incluem a diversificação como um dos objectivos das suas estratégias, assim como a eventuais beneficiários que desejem implementar projectos de diversificação.**

O Guia está organizado em três capítulos principais:

- > no Capítulo 1 apresentamos as questões básicas acerca da diversificação das zonas de pesca; serão perguntas que muitos FLAG se colocarão quando estiverem a elaborar ou a actualizar as suas estratégias ou no seu trabalho com promotores de projectos e na selecção de projectos;
- > no Capítulo 2 indicamos um vasto conjunto de potenciais actividades de diversificação que podem ser incluídas numa estratégia para diversificar as zonas de pesca; este capítulo é ilustrado com inúmeros exemplos de práticas actuais de desenvolvimento local;
- > no Capítulo 3 passamos em revista alguns dos aspectos fundamentais que os FLAG devem ter em conta para terem êxito na diversificação de uma zona de pesca.

O Guia fornece igualmente referências e ligações úteis.

# 1. Questões básicas acerca da diversificação

## 1.1 Porquê diversificar as zonas de pesca?

Podem indicar-se muitas razões para uma comunidade de pesca diversificar a sua economia local, mas as principais são:

responder ao declínio da rendibilidade e à diminuição do emprego no sector das pescas,

evitar os riscos associados ao excesso de dependência de uma ou de um pequeno número de indústrias principais,

fazer face a um declínio mais vasto da economia local,

contrariar a marginalização do sector das pescas em zonas em desenvolvimento,

beneficiar de novas oportunidades de crescimento inteligente, verde e inclusivo (e também azul).

### **Declínio da rendibilidade e do emprego no sector das pescas**

Nas últimas décadas o sector das pescas europeu viu-se confrontado com graves restrições que levaram à redução da sua rendibilidade e à perda de postos de trabalho. Estas restrições têm a ver com os esforços para preservar os recursos aquáticos vivos, mas também com a perda de quota de mercado a favor das importações e com o aumento do custo dos factores de produção.

De acordo com a Comissão Europeia, entre 2002 e 2008, o emprego no sector da captura de peixe caiu 31%<sup>1</sup>.

Os responsáveis políticos da UE tomaram medidas, através do Fundo Europeu das Pescas (FEP), para fazer face a estes problemas, mas apesar disso a maior parte das previsões sugere ser provável que o número de pescadores e de mulheres que conseguem viver apenas da pesca continue a diminuir. O impacto destas mudanças ultrapassa muitas vezes o sector das pescas e afecta as famílias dos pescadores e mesmo a comunidade no seu conjunto. É o que acontece em zonas que tradicionalmente estavam dependentes das actividades de pesca como uma das principais fontes de emprego e de rendimento.

### **Riscos associados à dependência de um pequeno número de indústrias principais**

A dependência de um ou dois sectores fundamentais constitui um risco para qualquer economia local, porque quando esses sectores começam com dificuldades (o que pode acontecer por razões que escapam ao controlo da comunidade local) toda a zona é afectada. Por conseguinte, mesmo que o sector das pescas seja relativamente próspero, é importante assegurar que a economia local é o mais diversificada possível. Demasiada dependência do turismo ou da produção alimentar é tão arriscado como a dependência da pesca. Este princípio também deve ser tido em conta quando os agentes locais tentam incentivar empresas externas a investir na zona. Os investidores externos podem ser uma importante fonte de capital e de emprego para as populações locais, mas é preciso tomar cuidado para não se criarem novas dependências.

<sup>1</sup> Relatório Económico Anual de 2010 sobre a Frota de Pesca Europeia, <https://stecf.jrc.ec.europa.eu/home>.

### Declínio geral da economia local

Algumas zonas de pesca costeiras e interiores atravessam um declínio económico geral, combinado muitas vezes com o envelhecimento da população ou o despovoamento. Trata-se frequentemente de comunidades pesqueiras remotas, em que muitas aldeias já quase não têm pescadores, porque os jovens foram para as cidades, para aproveitar melhores oportunidades de educação e de emprego. O resultado pode ser uma dupla queda em espiral, quer da economia local quer da prestação de serviços. As actividades que promovem a diversificação económica podem ajudar a insuflar uma nova vida nessas comunidades, beneficiando assim em última instância os pescadores, por assegurarem que as suas comunidades continuam a ser sítios viáveis para viver e trabalhar.

### A marginalização do sector das pescas

Muitas zonas de pesca estão muito perto ou estão localizadas em centros de forte crescimento económico (por exemplo, cidades costeiras atractivas e destinos turísticos), mas os benefícios deste crescimento nem sempre chegam à comunidade pesqueira. De facto, o aumento da pressão sobre os preços dos terrenos, a concorrência para a utilização do mar e o poder económico de sectores em crescimento, como o turismo, podem levar a que os pescadores sejam marginalizados e fiquem isolados. Nestes casos é importante aproveitar as oportunidades económicas que surgem na zona de modo a beneficiar igualmente os pescadores e as suas famílias.



### Novas oportunidades de crescimento inteligente, verde e inclusivo (e também azul)

As zonas costeiras representam mais de 40% da população da Europa e são um destino evidente para muitas das oportunidades de desenvolvimento previstas na Estratégia Europa 2020. A Comissão Europeia está a planear incentivar a criação de pólos de “crescimento azul”. Os lagos e as águas interiores da Europa também possuem um potencial inexplorado para criar emprego e rendimento para as populações locais. No entanto, muitas estratégias viradas para o futuro e programas de inovação e empreendedorismo nestas zonas são realizados à margem das comunidades pesqueiras. O Eixo 4 oferece uma importante oportunidade para juntar o potencial humano presente em comunidades pesqueiras com as oportunidades ambientais e económicas que estas zonas possuem.

**Um FLAG, ao decidir sobre a necessidade e a dimensão da diversificação na sua zona, terá de responder a questões como estas:**

- > Qual é o grau de dependência das pescas na zona? Como é que se prevê que a situação se altere nos próximos 5-10 anos?
- > Que sectores ou partes da sua zona de influência se encontram em declínio económico e quais (se existirem) estão em crescimento? Quais as consequências para os pescadores e suas famílias e para outros habitantes?
- > Existem comunidades na zona especialmente afectadas pela diminuição dos rendimentos da pesca?
- > Em que medida a comunidade local está preparada para a mudança? O que é que é preciso fazer neste domínio?



## 1.2 O que é uma “estratégia de diversificação” das zonas de pesca?

Neste Guia, a expressão “estratégia de diversificação” é usada para descrever uma abordagem coerente empreendida por um FLAG e por agentes locais para melhorar os meios de subsistência e reforçar as economias locais, fornecendo fontes de rendimento alternativas ou adicionais.

### Conceito de “diversificação”

O termo **diversificação** no contexto do sector das pescas pode ser entendido de muitas maneiras. Alguns autores, quando falam de “diversificação”, querem referir por exemplo:

1. diversificação de actividades primárias de produção (isto é, novas técnicas e novas artes de pesca), ou seja, diversificação dentro do sector das pescas;
2. diversificação de actividades dentro da cadeia de valor da pesca (passando muitas vezes para actividades que acrescentam valor aos produtos da pesca: vendas directas, marketing, etc.);
3. pluriactividade, no sentido de que os pescadores e as suas famílias continuam a ter algum rendimento da pesca, mas também realizam actividades complementares, como o turismo ou a restauração;

4. diversificação mais vasta da **área** da pesca para sectores não relacionados com esta área, como serviços sociais, energias renováveis ou outros sectores emergentes.

Algumas publicações FARNET, nomeadamente um número da Revista e um guia técnico, já abordaram a questão do aumento do valor dos produtos da pesca. Neste Guia ocupamo-nos principalmente dos **dois últimos tipos de diversificação**, (c) e (d), ou seja, as actividades fora do sector das pescas. Esta diversificação é importante para muitos tipos de zonas, proporcionando aos pescadores, às suas famílias e a outros membros da comunidade pesqueira uma possibilidade de criarem novas fontes de emprego e de rendimento, ao mesmo tempo que prestam serviços que ajudam a manter as zonas de pesca como sítios viáveis para viver, pescar e fazer negócios.

O quadro a seguir ilustra o conceito de “diversificação” usado neste Guia.

Pescadores e respectivas famílias	novas artes, técnicas, espécies, etc.	diversificação dentro do sector das pescas (a)
	novas actividades além da pesca	pluriactividade (c)
	novas actividades em vez da pesca	diversificação (d)
Produtos (peixe)	vendas directas, pequenas cadeias de distribuição, valorização dos produtos locais, transformação em pequena escala, etc.	valor acrescentado (b)
Zona	actividades em novos sectores para a zona, por exemplo turismo, cultura, serviços, sectores marítimos, etc.	diversificação (d)

### Necessidade de uma abordagem estratégica

O Eixo 4 do FEP salienta que é necessária uma “**abordagem estratégica**”, baseada nas características específicas da zona (normalmente abordada numa análise SWOT). Tal abordagem deve representar um pacote coerente de actividades que se complementam entre si para dar resposta aos desafios que o sector das pescas enfrenta, ao invés de se criarem acções isoladas. Esta coerência é necessária não só para garantir que qualquer projecto apoiado não contraria outro (por exemplo, se a localização de um parque eólico tiver um efeito prejudicial para a paisagem), mas também para obter sinergias (atingir vários objectivos com o mesmo projecto, como por exemplo atrair turistas e reforçar ao mesmo tempo a identidade local ou a criação de “empregos verdes”).

De acordo com esta abordagem, cada FLAG organiza as suas actividades em torno de uma estratégia de desenvolvimento para a sua zona; em muitos casos esta estratégia é completada por um “plano de acção” mais pormenorizado, que mostra como o FLAG pretende alcançar os seus objectivos estratégicos. Neste Guia usaremos a expressão “estratégia de diversificação” referindo-nos a todas as actividades do FLAG destinadas a conseguir uma maior diversificação da economia da zona. **Não estamos a propor que os FLAG desenvolvam uma estratégia separada especificamente**



**para a diversificação**, mas sim que as suas actividades de diversificação devem ser bem planeadas, sistemáticas e centradas nos objectivos estratégicos. Devem também ser revistas regularmente e o plano de acção deve ser actualizado de acordo com a alteração da situação e das necessidades.

**Um FLAG, ao implementar uma estratégia de diversificação da sua zona, deve responder às seguintes questões:**

- > *A nossa estratégia prevê actividades de diversificação?*
- > *Que tipos de actividades acrescentam mais valor para a comunidade pesqueira e para a zona?*
- > *Como é que as diferentes actividades estão interligadas e como é que se complementam?*
- > *Como é que asseguramos a cooperação de vários parceiros para obter sinergias em actividades de diversificação?*



## 1.3 Diversificar em que direcção?

É preciso ter em conta que nem todas as zonas têm o mesmo potencial de diversificação, por isso a escolha da estratégia deve ser ponderada cuidadosamente. Por exemplo, nem todas as zonas têm o mesmo poder de atracção do ponto de vista turístico, nem possuem recursos ambientais de igual valor. A diversificação para novas actividades também pode constituir um desafio em termos de competências e de adaptabilidade da população local. É por isso que a implementação da diversificação é um processo complexo, que exige uma combinação de acções de forma a garantir a criação das condições necessárias (ver Capítulo 3).

### Sectores tradicionais ou novos?

Muitas zonas de pesca decidem elaborar as suas estratégias de diversificação em torno de **recursos locais** que já foram identificados pela comunidade. Esses recursos incluem os recursos naturais, como a paisagem ou a biodiversidade, que podem atrair turistas, mas também activos menos tangíveis, como competências e tradições, que tornam possível desenvolver mercados de produtos alimentares ou eventos culturais excepcionais. Esta abordagem é adequada na fase inicial de uma estratégia de diversificação, uma vez que determinados pontos fortes endógenos da zona podem constituir um bom começo para desenvolver as economias locais.

No entanto, algumas zonas de pesca podem ter potencialidades para ir mais além do que estas actividades estritamente “locais”, empenhando-se em projectos mais alargados, relacionados, por exemplo, com as tecnologias da informação, o sector da energia ou outros sectores marítimos. Nesses casos o FLAG não deve recorrer unicamente às opções de diversificação conhecidas, mas tentar procurar **novas oportunidades** – não por “estarem na moda”, mas porque as oportunidades de mercado podem ser maiores e por vezes esses sectores proporcionam taxas de retorno mais elevadas do que os sectores tradicionais. É de esperar que esses sectores emergentes e o apoio à inovação façam parte no futuro das políticas da UE para as zonas de pesca.

### Assegurar adicionalidade e evitar o peso morto

Um ponto importante a ter em conta quando se planeia a estratégia de diversificação é que os projectos apoiados pelo FLAG devem criar efectivamente **mais** rendimento e **mais** emprego e não substituir ou deslocalizar os existentes. Por exemplo, o FLAG pode decidir apoiar um restaurante local que promete criar cinco postos de trabalho a tempo inteiro. No entanto, a menos que este novo restaurante aumente de facto o mercado, provavelmente irá concorrer com outros restaurantes locais no mercado existente, tendo por isso um efeito negativo para a actividade destes restaurantes. Neste caso, o financiamento público pode criar 5 novos postos de trabalho, mas pode acabar por destruir outros tantos se os outros restaurantes forem obrigados a fechar ou a despedir pessoal.

Deve igualmente lembrar-se que alguns sectores de actividade podem ter mais potencialidades para criar novos empregos sem destruir os existentes: por exemplo, o sector social e as indústrias criativas, onde é provável que haja necessidades não satisfeitas e onde os mercados podem ser menos competitivos do que noutros sectores. Em sectores como o turismo e o comércio a retalho pode acontecer o contrário.

Quando se procuram projectos para a diversificação de uma zona de pesca, é importante evitar financiar os que provavelmente seriam implementados mesmo sem financiamento público – efeito conhecido por evitar o “peso morto”. O financiamento do Eixo 4 para actividades de diversificação deve concentrar-se nos projectos que de outra forma não seriam possíveis. No Guia FARNET intitulado “Passos para o sucesso” pode encontrar-se mais informações sobre princípios orientadores de uma selecção activa de projectos pelo FLAG.



**Um FLAG, ao implementar uma estratégia de diversificação da sua zona, deve responder às seguintes questões:**

- > *Quais são os principais recursos da zona que podem oferecer oportunidades de diversificação?*
- > *As oportunidades oferecidas por novos tipos de serviços e pelos sectores emergentes foram suficientemente exploradas?*
- > *A nossa estratégia ou os critérios de selecção asseguram apoio a uma gama suficientemente vasta de sectores económicos? Como é que podemos melhorar este aspecto?*
- > *Como assegurar que o apoio a alguns projectos não provoca efeitos de deslocalização noutras actividades económicas da zona? Como é que podemos evitar o efeito de “peso morto”?*

## 2. Que tipos de diversificação são possíveis?

### 2.1 Uma visão geral de possíveis opções de diversificação

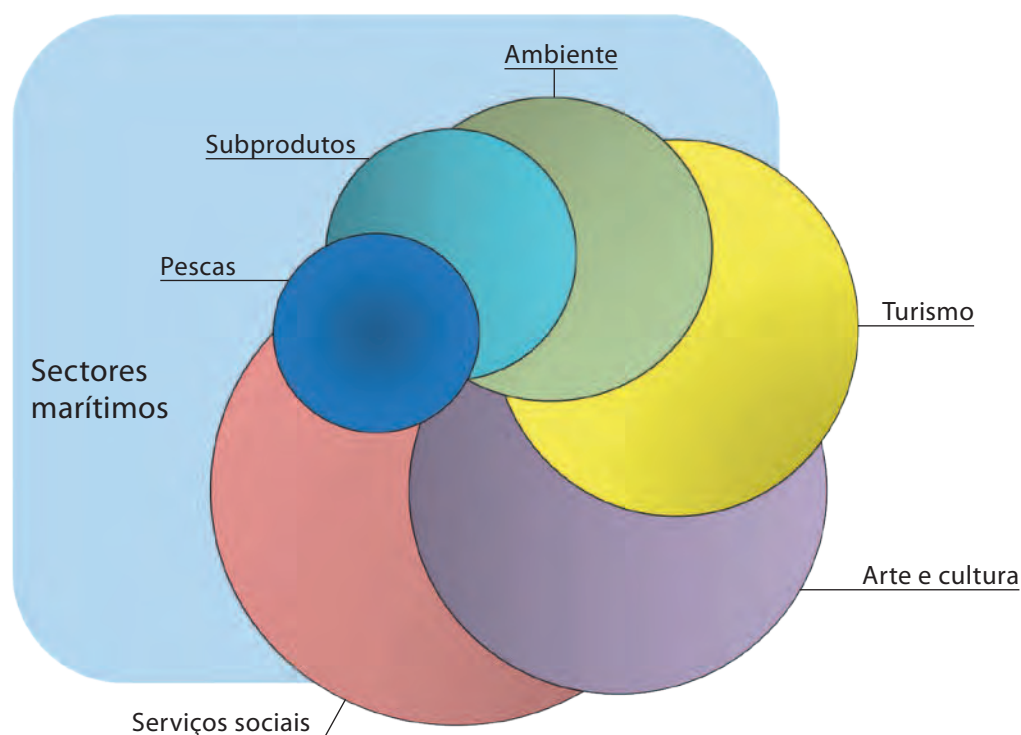
O presente capítulo do Guia visa mostrar um conjunto de actividades que podem ser realizadas no quadro da diversificação das zonas de pesca. A nossa sugestão não é que os exemplos apresentados sejam copiados noutros sítios; o que pretendemos sobretudo é incentivar os agentes locais a serem criativos nas suas estratégias de diversificação e a encontrarem as soluções mais adaptadas às suas necessidades.

#### Como é que os exemplos estão organizados?

A diversificação pode ser vista como uma “espiral de desenvolvimento” ou um “círculo virtuoso” que uma vez em andamento vai recolhendo nova energia em cada volta. No Eixo 4, o ponto fundamental e de partida

desta espiral é a pesca e as actividades que lhe estão estreitamente associadas. O FLAG tentará normalmente basear-se na economia, nas competências e na cultura da pesca para criar uma dinâmica que se espalhe por outras actividades em toda a zona. Podemos representar graficamente a gama de actividades de diversificação possíveis incluídas no Capítulo 2 através do seguinte diagrama em espiral, em que a pesca está no centro e de algum modo toca em cada uma das outras actividades. O diagrama ilustra igualmente como algumas zonas de pesca podem estabelecer ligações entre as actividades de diversificação e sectores marítimos mais vastos.

O conjunto de exemplos apresentados começa nos mais ligados ao sector das pescas e gradualmente alarga-se



para actividades mais afastadas deste sector, mas ainda assim relevantes para as zonas de pesca. Abrange por isso:

1. actividades associadas a subprodutos da pesca
2. oportunidades ligadas ao ambiente e à economia verde, incluindo recolha de dados e investigação, conservação, serviços de limpeza e combate à poluição e energias renováveis
3. actividades relacionadas com o turismo, que abrangem actividades de oferta de alojamento e alimentação (incluindo a pesca-turismo) e pacotes turísticos mais abrangentes, como rotas do património

4. utilização da arte e da cultura como trampolim para o desenvolvimento económico local

5. serviços sociais, como serviços de assistência e de recreio e aquisição de competências.

Em cada subcapítulo apresentamos algumas considerações gerais para desenvolver este tipo de actividade numa zona de pesca, um ou mais exemplos de como isso é feito (não financiado necessariamente pelo Eixo 4, onde os projectos concluídos ainda são relativamente poucos) e as lições fundamentais a retirar da implementação desses projectos.

## 2.2 Obter um rendimento adicional a partir de subprodutos da actividade da pesca

---

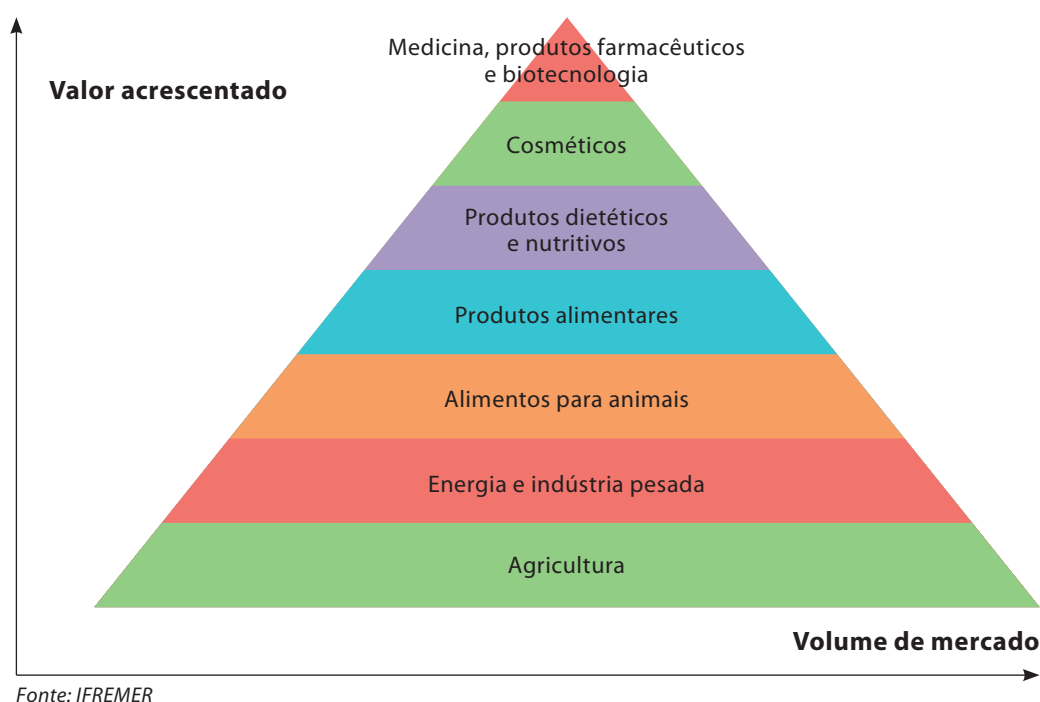
O principal produto da pesca e da aquicultura é, evidentemente, o peixe para consumo humano, mas também se podem fabricar outros produtos para gerar um rendimento adicional da pesca. Na verdade, dos mais de 140 milhões de toneladas de peixe e marisco disponíveis anualmente em todo o mundo provenientes do sector da pesca e da aquicultura, estima-se que apenas metade é utilizada para consumo humano<sup>2</sup>. A eliminação de grandes quantidades de resíduos orgânicos, seja no mar (em resultado de capturas acessórias, de devoluções e da transformação primária a bordo) ou em terra, implica um risco ambiental que pode alterar a estrutura global dos *habitats* marinhos e causar poluição em terra. Significa igualmente a perda de matérias-primas que poderiam ser utilizadas como material de base para produtos potencialmente valiosos.

No contexto da crescente pressão para as frotas de pesca da UE reduzirem as devoluções e as capturas acessórias indesejadas (países como a Noruega e a Islândia já adoptaram uma política de “zero devoluções”) e dos objectivos da UE de um crescimento inteligente e verde, está a tornar-se não só inteligente, mas também *necessário*, repensar muitos dos processos da indústria da pesca. Os FLAG podem ter um papel activo na promoção de práticas mais sustentáveis que optimizem a utilização dos recursos da pesca e ofereçam novas fontes de rendimento para as zonas de pesca.

---

<sup>2</sup> Revista *Eurofish*, Outubro de 2010.

### *Pirâmide do valor acrescentado das pescas por produtos*



Este gráfico dá uma visão geral do conjunto de utilizações dos desperdícios da pesca (pele, cabeça, fígado, vísceras e espinhas de peixe e conchas, etc.), que vão desde a agricultura, onde podem ser utilizados para produzir alimentos para animais ou adubos, até produtos altamente especializados, como produtos farmacêuticos. Indica igualmente que o valor acrescentado gerado varia consoante o produto final.

Os FLAG devem estar conscientes deste conjunto de oportunidades, bem como da série de aspectos essenciais a ter em conta ao tomarem decisões relativamente à utilização dos resíduos de peixe:

> Alguns produtos dos resíduos de peixe podem gerar valores mais elevados do que outros; contudo, muitas vezes exigem um investimento importante em conhecimentos e em capital e podem estar sujeitos a uma concorrência feroz. Os FLAG devem assegurar que os promotores de projectos que planeiam desenvolver e vender novos produtos sofisticados possuem os conhecimentos suficientes e contactos para o fazer.

- > Ficar colado ao sector primário pode ser um primeiro passo acertado e mais de acordo com as pessoas, as competências e as infra-estruturas existentes na zona de pesca.
- > O tratamento e a transformação dos resíduos de peixe pode por vezes tornar-se numa actividade geradora de odores que a tornam perturbadora. Por isso, é importante dedicar algum tempo a assegurar que essas actividades serão aceites pelo público. É importante ter em conta a localização quando se decide executar um projecto deste tipo.
- > Além de gerar um rendimento adicional para as comunidades pesqueiras, a utilização dos resíduos de peixe pode resultar em menor poluição. É preciso assegurar que os impactos ambientais também estão no centro das decisões.

Tendo em conta estas considerações, apresentam-se a seguir alguns exemplos das actividades em que as comunidades pesqueiras podem pensar quando ponderam a oportunidade de gerar um rendimento adicional e diversificar a economia local utilizando para tal os “desperdícios” do sector, minimizando ao mesmo tempo o impacto do mesmo sobre o ambiente.

### Farinha de peixe e alimentos para animais

Ricos em proteínas, os resíduos de peixe são utilizados como matéria-prima para alimentos de animais desde o final do Séc. XIX. São igualmente utilizados em farinha de peixe para a aquicultura. Actualmente a farinha de peixe é vendida no mercado mundial a preços elevados e o desenvolvimento técnico para a sua transformação, pode proporcionar às comunidades pesqueiras uma oportunidade de gerarem melhores rendimentos do que simplesmente vender a matéria-prima. Deve salientar-se, contudo, que é provável que os novos produtores se deparem com uma curva de aprendizagem acentuada de forma a melhor poder concorrer, tanto em termos de volume como de qualidade, naquilo que se transformou numa indústria altamente competitiva.

### Adubos e composto

A utilização de resíduos de peixe para produzir adubos é vista hoje como um renascimento nas sociedades ocidentais, na forma de “emulsões de peixe” e “peixe hidrolisado”, ambos ricos em azoto e fósforo orgânicos. A experiência na Irlanda<sup>3</sup> também aponta para a utilização de resíduos de peixe como composto. Numa altura em que a procura de produtos biológicos está a aumentar, os adubos e o composto com origem no peixe podem constituir uma alternativa interessante

para os adubos minerais. As zonas com uma elevada produção de crustáceos também podem ter interesse na exploração de opções de recolha de depósitos de cascas e conchas do fundo do mar para utilização em adubos. As cascas e as conchas dos crustáceos e moluscos que sobram das linhas de transformação também podem ser trituradas e utilizadas em explorações agrícolas para adicionar aos solos.

### Biocombustíveis

As políticas governamentais para dar resposta às alterações climáticas e as tecnologias emergentes contribuíram ambas para o crescimento do mercado do biodiesel<sup>4</sup>. Ao mesmo tempo, a adaptação da tecnologia para produzir biodiesel a partir de gordura animal a fim de permitir a utilização de resíduos de peixe está a começar a suscitar interesse. Em países como o Canadá e o Vietname, o biodiesel produzido a partir de óleo de peixe já é utilizado comercialmente. Esta tecnologia é transferível para muitas zonas de pesca na Europa, com um investimento relativamente reduzido em unidades locais de transformação e explorações piscícolas. É possível produzir localmente combustíveis renováveis não tóxicos e totalmente biodegradáveis, que oferecem uma nova fonte de rendimento e atenuam a pressão do custo dos combustíveis para os pescadores.

---

<sup>3</sup> [http://www.bim.ie/uploads/text\\_content/docs/3-Composting\\_Anaerobic\\_Digestion\\_Association\\_of\\_Ireland.pdf](http://www.bim.ie/uploads/text_content/docs/3-Composting_Anaerobic_Digestion_Association_of_Ireland.pdf)

---

<sup>4</sup> Biodiesel 2020: A Global Market Survey, 2.ª edição.



### *Resíduos de peixe para fábricas de biodiesel, Canadá*

Para produzir combustível é extraído óleo de peixe das vísceras/resíduos abandonados e depois é misturado com metanol e outros produtos, como soda cáustica. Este combustível é purificado com a adição de manganês e fica assim pronto para alimentar os motores<sup>5</sup>. As oportunidades de lançar este tipo de actividade variam em função das quantidades e das espécies de peixes capturados e transformados na zona. Por exemplo, os óleos de peixe que contêm ácidos gordos, como o ómega 3, podem atingir melhores preços na indústria farmacêutica. Para produzir 1 litro de biodiesel é utilizado cerca de 1 kg de desperdícios de peixe. O principal subproduto deste processo, a glicerina, pode ser vendida à indústria de cosméticos para produzir sabonetes e os restantes resíduos podem servir para farinha de peixe.

Em termos de investimento, alguns estudos apontam para um custo entre 130 000 e 350 000 dólares para construir uma fábrica de produção de biodiesel a partir de resíduos de peixe<sup>6</sup>. Um estudo de viabilidade realizado em 2007 pela sociedade Sustainable Community Enterprises, em Vancouver, Canadá, chegou a um preço de produção de \$1,10 por litro de biodiesel. Os sistemas analisados neste estudo produziam entre 227 100 e 250 000 litros de biodiesel por ano e o período de retorno do investimento ia de 4,2 a 7,7 anos.

No seu estudo sobre a utilização de resíduos de peixe para a produção de biodiesel<sup>7</sup>, Tony Piccolo aponta uma série de questões a observar por quem esteja a ponderar criar uma fábrica de biodiesel a partir de resíduos de peixe:

- > É preciso encontrar uma localização adequada, com acesso fácil e simples para os resíduos de peixe, a fim de minimizar os custos de transporte e reduzir a pegada de carbono da fábrica. Terá de ser realizada uma avaliação de impacto ambiental sobre a localização escolhida, que tenha em conta todo o ciclo da fábrica.
- > Deve haver bastante disponibilidade de resíduos, quer perto de um porto de pesca, quer dentro ou perto de uma unidade de produção de filetes ou de transformação de peixe ou de uma exploração piscícola.
- > É necessário um acesso fácil a metanol e soda cáustica para assegurar a produção contínua do biodiesel.
- > Um mercado de glicerina, a fim de assegurar um rendimento rápido resultante da produção e venda deste subproduto.
- > Recursos humanos: um gestor de projecto/fábrica a tempo inteiro para supervisionar a produção e, consoante a disponibilidade de matéria-prima e a produção, mais 8 a 10 empregados.
- > Facilidades de armazenagem para o óleo de peixe e o metanol e um armazém ou estação de bombagem do produto final.

Os portos de pesca podem querer criar cooperativas para recolher todos os resíduos de peixe e produzir o óleo e a farinha de peixe e o biodiesel. Tal significa a construção de uma única grande fábrica, em vez de muitas fábricas pequenas, o que reduz os custos e proporciona mais economias de escala.

<sup>5</sup> <http://www.fao.org/bioenergy/aquaticbiofuels/knowledge/fish-waste/en/>

<sup>6</sup> <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

<sup>7</sup> <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

### Novos produtos alimentares e suplementos dietéticos

A maior parte dos resíduos resultantes da transformação do peixe contém proteínas de elevado valor nutritivo, ácidos gordos polinsaturados, como o ómega 3, assim como antioxidantes, minerais e oligoelementos que podem trazer importantes benefícios para a saúde. Trata-se de substâncias com um elevado valor, mas que muitas vezes exigem conhecimentos especializados para aproveitar plenamente as suas potencialidades. Alguns projectos de investigação e a criação de ligações com intervenientes como universidades e empresas privadas, que possuem esse “saber-fazer”, podem ajudar as comunidades pesqueiras a aumentar a sua capacidade para poderem beneficiar destes recursos.

Além disso, a produção de alimentos alternativos com base no peixe pode ser igualmente uma actividade comercial interessante para quem procura otimizar a utilização dos recursos da pesca. O surimi, por exemplo, utiliza até 82% do peixe, comparado com um rendimento de 28% de um filete de peixe<sup>8</sup>. A produção de gelatina a partir de espinhas e pele de peixe constitui outra eventual oportunidade. Como ingrediente alimentar, a gelatina de peixe tem a vantagem de ser solúvel em água fria e é também aceite por todas as religiões (ao contrário da gelatina de suínos e bovinos).

### Cosméticos e produtos farmacêuticos

No cimo da pirâmide de valor acrescentado apresentada atrás está a utilização de subprodutos do peixe em cosméticos e produtos farmacêuticos. Existe uma

procura de substâncias “biologicamente activas” retiradas das cabeças, fígados, olhos de peixe, etc. – algumas reduzem os indícios de envelhecimento e são utilizadas por isso em produtos dermatológicos; outras estimulam a divisão das células e são muitas vezes utilizadas na investigação. Quanto às cascas de crustáceos, como camarões e lagostas, contêm quitina e chitosano, que se crê regular os níveis de colesterol, reforçarem o sistema imunitário e acelerarem a renovação das células. As zonas de pesca onde se descascam grandes quantidades de crustáceos antes da venda podem considerar proveitoso procurar fazer parcerias com empresas especializadas na produção de chitosano. A partir de 4500 kg de cascas de camarão podem produzir-se quase 100 kg de chitosano.

Os FLAG são incentivados a estudarem as especificidades da pesca ou da aquicultura na sua zona quando estiverem a ponderar as opções de diversificação que os seus subprodutos podem oferecer. Por exemplo, as zonas com importantes instalações de transformação em terra têm normalmente um grande potencial para actividades lucrativas a desenvolver em torno dos resíduos de peixe, já que as linhas de transformação tendem a orientar-se para tratar uma determinada espécie de peixe; assim, os resíduos tendem a ser altamente consistentes e portanto de confiança. As zonas de aquicultura costeira podem beneficiar dos impactos ambientais positivos resultantes de uma melhor gestão dos resíduos – o que não significa que essas actividades não possam igualmente ser rentáveis.

<sup>8</sup> Revista *Eurofish*, Outubro de 2010.

#### Lições fundamentais

- > Os subprodutos da indústria da pesca são ricos em muitas substâncias, a que pode ser dado uma boa utilização (e lucrativa).
- > As zonas de pesca podem prever controlos mais rigorosos das eliminações dos resíduos de peixe e devem, por isso, pensar em práticas mais amigas do ambiente integrando nas suas estratégias projectos que utilizem matérias-primas rejeitadas.
- > Ao considerarem os subprodutos como uma opção de diversificação, os FLAG devem adaptar as suas estratégias às especificidades dos resíduos da pesca ou da aquicultura na sua zona.
- > A transformação de subprodutos em novos produtos lucrativos exige frequentemente conhecimentos especializados e pode ser útil para os FLAG estudar opções para apoiar acções de formação específicas e/ou desenvolver relações com empresas ou pessoas que possuam esses conhecimentos.

## 2.3 O ambiente e novas oportunidades na economia verde

Dada a crescente pressão para assegurar a **sustentabilidade do ambiente**, *bem como* a rendibilidade do sector das pescas, abordagens inteligentes e verdes estarão no centro da futura política de pescas da UE. O Eixo 4 permite às comunidades pesqueiras irem além de simples adaptações que tornem as suas práticas de pesca mais sustentáveis e passem a ser proactivas na integração da sustentabilidade no tecido económico e na governação da zona no seu conjunto.

É verdade que a sobreexploração de certas espécies de peixes é referida regularmente no contexto do impacto do sector das pescas sobre o ambiente. Contudo, as alterações climáticas e a poluição proveniente de fontes situadas tanto em terra como no mar ao longo de muitas zonas costeiras e orlas marítimas também estão a colocar os nossos **ecossistemas marinhos e águas interiores em risco** e a ameaçar a sua capacidade de produção. Os FLAG podem desempenhar um papel importante reunindo os diferentes intervenientes para dar resposta a estes problemas e podem apoiar a criação de **actividades económicas novas** que tragam benefícios tanto para a comunidade pesqueira como para o ambiente em que esta vive. O próprio sector das pescas, com um conhecimento profundo dos mares e das águas interiores da Europa, pode dar um contributo valioso para estes objectivos.

Este potencial é reconhecido no Livro Azul de 2007 da Comissão Europeia sobre “Uma Política Marítima Integrada para a União Europeia”, que refere o papel que os pescadores podem ter como **‘guardiões do mar’**, prestando ‘serviços ambientais e de outros tipos à comunidade’. As áreas que podem ser exploradas pelos FLAG vão desde a recolha de dados e a investigação até serviços de limpeza, combate de riscos ambientais e conservação marinha.

Para além da protecção do ambiente, a Estratégia Europa 2020 procura igualmente promover o crescimento da **economia verde**. Está a ser dada especial atenção ao **sector das energias renováveis**, esperando-se um importante contributo da energia eólica *offshore* e da energia das ondas e das marés. Também aqui, com o apoio direccionado do FLAG, se podem

explorar os conhecimentos, a experiência e a base de recursos do sector das pescas, oferecendo um âmbito mais vasto para a diversificação nas comunidades de pesca.

Contudo, existem alguns aspectos que os FLAG devem ter em consideração ao conceber uma estratégia de diversificação centrada no ambiente:

- > O FLAG implica os **intervenientes relevantes** do território (institutos de investigação, grupos ambientais, empresas e parques nacionais, etc.) na sua parceria ou nos projectos a fim de aproveitar os conhecimentos existentes e as competências necessárias para moldar a estratégia e tomar decisões específicas relativas à selecção de projectos ambientais?
- > Tal como acontece com todos os projectos de diversificação, os pescadores devem avaliar o impacto provável na sua actividade actual. Se, por exemplo, estiverem a planear recolher resíduos no mar, de que espaço no barco precisarão para esses resíduos e qual o impacto que isso poderá ter na capacidade de armazenar peixe? Muitas destas actividades também exigem uma mão-de-obra importante e a manipulação de resíduos ou de materiais perigosos pode envolver certos riscos que têm de ser avaliados.
- > O envolvimento no sector das energias renováveis exige não só competências, mas também capital. No entanto, se este sector for entregue apenas a terceiros, as zonas de pesca verão a maior parte dos benefícios potenciais dos recursos locais (vento, sol, ondas) ser sorvidos por investidores estrangeiros. Os FLAG devem estudar cuidadosamente os meios, os riscos e as oportunidades resultantes do envolvimento local e/ou da comunidade em programas de energias renováveis.

A seguir apresentamos alguns exemplos de projectos e de iniciativas que estão na vanguarda nestas áreas, fornecendo ideias e inspiração para novas oportunidades de diversificação relacionadas com o ambiente em zonas de pesca.

### Recolha de dados e investigação

Embora por vezes exista a ideia de que os trabalhos da comunidade científica são contrários aos interesses do sector das pescas, reconhece-se cada vez mais que só é possível conseguir uma gestão sustentável dos recursos da pesca com mais cooperação, partilha de dados e compreensão mútua entre cientistas e pescadores.

O conhecimento prático que os pescadores têm do mar e das características e comportamento de diferentes espécies marinhas pode ser valiosíssimo para a recolha de dados científicos. A presença e a grande dispersão de barcos de pesca nos nossos mares e lagos oferece igualmente uma infra-estrutura preparada para actividades de controlo e observação que podem assegurar um rendimento adicional aos pescadores. Estas acções podem incluir: controlo de aves e/ou de cetáceos; inquéritos sobre a actividade da pesca e espécies bentónicas (espécies que sobrevivem nos fundos marinhos) inquéritos sobre a densidade do tráfego marinho; acções de fiscalização das redes de arrasto no leito do mar; e verificação da remoção de destroços.

Reconhecendo este potencial, muitos institutos de investigação estão actualmente à procura de parceiros nesta indústria para desenvolver projectos de investigação em cooperação, que também são incentivados pelo *Sétimo Programa-Quadro de Investigação* da União Europeia. Por exemplo, cientistas do CEFAS, Centro para a Ciência do Ambiente, Pescas e Aquicultura do Reino Unido, já estão a trabalhar em conjunto com pescadores no quadro da inovadora Parceria para a Ciência das Pescas também do Reino Unido (ver caixa).

A nível local, os FLAG também podem fomentar este tipo de cooperação entre pescadores e a comunidade científica, tendo em vista promover uma melhor gestão do ambiente e criar fontes de rendimento adicionais para os pescadores. No entanto, devem ter em conta não só que é preciso convencer os pescadores do valor desses projectos, mas que os mesmos também exigem novas competências e conhecimentos.

#### *Parceria para a Ciência das Pescas, Reino Unido*

A Parceria para a Ciência das Pescas (Fisheries Science Partnership – FSP) envolve a colaboração da Federação Nacional das Organizações de Pescadores, de pescadores a título individual e de cientistas do CEFAS (Centre for Environment, Fisheries & Aquaculture Science). Esta parceria fornece um mecanismo que permite aos cientistas aproveitarem os vastos conhecimentos dos pescadores para obter informações mais exactas sobre a situação dos recursos aquáticos vivos. Os pescadores, por sua vez, beneficiam do programa por terem um envolvimento directo na proposta, concepção e participação em projectos de investigação e também pela oportunidade que têm de diversificar as suas actividades e obter um rendimento adicional.

Desde a sua criação em 2003, o projecto recebeu cerca de 1 milhão de libras por ano de financiamento governamental, visando envolver mais pescadores na realização de investigação científica. Especificamente, a FSP encomenda estudos que:

- > fornecem informações sobre capturas de pesca comerciais relativas às espécies principais;
- > respondem às próprias preocupações dos pescadores sobre avaliações científicas ou espécies que não são avaliadas actualmente;
- > investigam *métodos científicos inovadores* ou métodos de pesca mais selectivos/mais amigos do ambiente;
- > apoiam o trabalho dos conselhos consultivos regionais.

[www.cefas.co.uk/our-science/fisheries-information/marine-fisheries/fisheries-science-partnership.aspx](http://www.cefas.co.uk/our-science/fisheries-information/marine-fisheries/fisheries-science-partnership.aspx)

Não se deve subestimar a importância de apoiar relações construtivas entre pescadores e cientistas, especialmente à luz das **condições de trabalho e da linguagem, muito diferentes, dos pescadores e dos cientistas**. Em Marennes Oléron, França, o facto de facilitar uma melhor comunicação entre as comunidades pesqueira e científica é considerado tão importante que **foi criado um posto de trabalho a tempo inteiro**, financiado parcialmente pelo *FLAG local*, para funcionar como canal de comunicação entre as duas comunidades. Este trabalhador desempenhará um papel fundamental na tradução de material científico para a comunidade pesqueira e, por sua vez, na representação dos pescadores no conselho de administração multisectorial de uma nova reserva marinha, que está a ser criada no seu território. Podem ser obtidas *mais informações* sobre este projecto no sítio web FARNET.

### Conservação

A conservação dos recursos aquáticos vivos e dos *habitats* marinhos constitui um requisito prévio para o desenvolvimento sustentável da pesca e de outros recursos marinhos. Os pescadores têm um papel fundamental neste processo e, embora a conservação por vezes signifique restrições na captura de certas espécies ou do tipo de equipamento que pode ser utilizado, pode também proporcionar rendimentos ou oportunidades de negócio alternativos para os pescadores. A gestão sustentável dos recursos da pesca também pode suportar outra actividade económica na zona, proporcionando mais benefícios para a economia local.

No quadro do regime dos contratos azuis, gerido pelo Estado em França (ver abaixo), os pescadores também são activamente implicados em actividades que contribuem para a conservação. Estas actividades incluem a vigilância das águas em certas zonas de conservação, especialmente por causa de marés negras ou surgimento de predadores indesejáveis, bem como a recolha de dados e a participação em trabalhos científicos. Nalguns casos, os barcos de pesca também podem acomodar a bordo elementos conservacionistas, quer para trabalho de observação, quer para a execução de acções de conservação.

#### *“Contratos azuis”, França*

Baseados no conceito das medidas agro-ambientais da Política Agrícola Comum (PAC), os contratos azuis (*Contrats Bleus*) foram introduzidos pelo governo francês em 2008, a fim de incentivar uma abordagem mais sustentável e responsável da pesca. No quadro dos contratos azuis, os barcos de pesca que optem por participar neste regime são compensados por realizarem certas medidas que contribuem para uma pesca mais sustentável ou para a protecção do ambiente marinho. As medidas incluídas nos contratos azuis dividem-se em três categorias:

- > Parcerias entre pescadores e cientistas em domínios como a recolha de dados, controlo de zonas protegidas, registo de dados oceanográficos e participação em missões científicas;
- > Adopção de práticas de pesca mais sustentáveis, redução das devoluções de pescado ou de capturas acessórias e redução da dimensão global das capturas;
- > Protecção do ambiente, como actividades de limpeza. Esta medida destina-se a limitar os impactos indirectos da pesca sobre o ambiente marítimo.

### *Pesca no rio Thurso, Escócia*



Na região norte da Escócia, os gestores do rio Thurso desenvolveram uma iniciativa integrada, investindo e associando uma melhor gestão do recurso natural que é o salmão atlântico e o seu *habitat* com a pesca à linha e o turismo.

Durante muitos anos funcionou na foz do rio uma estação costeira de colocação de redes, que capturava entre 2 000 e 5 000 peixes numa base indiscriminada. Embora este peixe representasse uma fonte directa de rendimento para os proprietários, as capturas do rio eram reduzidas, o que também reduziu a atracção da zona para a pesca à

linha. Um hotel existente na margem do rio e que servia os pescadores à linha foi abandonado, devido ao baixo volume de negócios e à falta de investimentos. Por fim, os direitos de pesca e o hotel foram postos à venda.

Os novos proprietários reconheceram o elevado valor potencial deste recurso da pesca à linha e adoptaram uma estratégia a longo prazo e baseada no investimento. As redes costeiras foram removidas, levando à entrada de maior volume de peixe no rio. O hotel também foi adquirido e substancialmente melhorado, as instalações no rio para os pescadores à linha foram melhoradas e a qualidade do *habitat* do rio e dos seus arredores foram igualmente extraordinariamente melhoradas. A pessoa anteriormente empregada na estação de redes passou a trabalhar no rio e foram contratados três jovens guias a tempo inteiro. O emprego no hotel também aumentou de 12 para 20 pessoas e com melhores condições de trabalho.

O número médio de salmões apanhados pelos pescadores à linha em cada um dos cinco anos anteriores ao investimento foi 654, o que contrasta enormemente com a média de 1 686 nos cinco anos a seguir. Apesar deste aumento do número de salmões pescados à linha, o número líquido de peixes mortos foi reduzido consideravelmente, uma vez que a maioria dos peixes capturados foram devolvidos ao rio para a desova. O número de pescadores à linha que arrendam pontos de pesca aumentou consideravelmente, bem como a ocupação do hotel. O rio e o hotel agora atraem visitantes e portanto também o investimento. Os níveis de ocupação e de receitas aumentaram bastante e um edifício antigo e desocupado foi convertido para assegurar alojamento com muito maior qualidade.

[www.thurso-river.co.uk](http://www.thurso-river.co.uk) e [www.ulbsterarmshotel.co.uk](http://www.ulbsterarmshotel.co.uk)



### Serviços de limpeza e combate da poluição

Os resíduos no mar, incluindo os desperdícios do sector das pescas, representam uma ameaça grave para o ambiente e para as actividades económicas do próprio sector. As redes perdidas ou abandonadas (“redes fantasmas”), por exemplo, continuam a apanhar peixes, aves e mamíferos marinhos durante muitos anos, contribuindo assim para a diminuição dos recursos aquáticos vivos e para a degradação do ambiente marinho. A redução ou a perda de capturas por causa do lixo nas artes de pesca ou a perda de tempo de pesca devido a reparações/limpeza também tem impacto na rentabilidade das empresas de pesca.

Os pescadores têm por isso duas boas razões para se interessarem pelo negócio dos resíduos: primeiro, para melhorarem o desempenho das suas empresas de pesca; e segundo para participarem nas muitas oportunidades de negócio que se estão a desenvolver em torno da recolha e gestão de resíduos. Existem já numerosos exemplos de iniciativas que envolvem pescadores profissionais na recolha de resíduos.

#### *Pesca de resíduos, Suécia*



Reconhecendo uma oportunidade de diversificação e de potenciais benefícios para o ambiente, o *FLAG do Báltico Sul* e o *FLAG de Gotland*, na Suécia, estão a colaborar num projecto de cooperação centrado na pesca de resíduos marítimos e de redes fantasmas.

Nas zonas participantes do FLAG, os barcos de pesca são contratados para executar actividades de recolha de resíduos.

Estes resíduos recolhidos durante as actividades normais de pesca são armazenados a bordo dos barcos. Alguns barcos são igualmente contratados para participar em “campanhas de recuperação de redes fantasmas” e procurarão localizar e recuperar redes que se perderam ou foram abandonadas no mar. Voltando a terra, o projecto vai organizar pontos onde os materiais recuperados poderão ser depositados e integrados em planos de reciclagem locais.

Foi proposto que o projecto fosse conduzido e baseado na experiência da KIMO International, uma organização que representa mais de 100 municípios costeiros da Bélgica, Reino Unido, Noruega, Suécia, Dinamarca, Alemanha, Ilhas Faroé, Países Baixos, República da Irlanda e, desde 2007, dezassete municípios da Suécia, Polónia, Letónia, Lituânia e Estónia. A KIMO já foi pioneira de uma iniciativa de “pesca de resíduos” no mar do Norte.

[www.kimointernational.org/FishingforLitter.aspx](http://www.kimointernational.org/FishingforLitter.aspx)

Em França, os pescadores que participam no regime dos contratos azuis podem receber uma compensação pela recolha de resíduos no mar. Na região da Bretanha, por exemplo, 49 barcos de pesca registaram-se em 2009 para participar neste regime, assinando contratos de três anos. A compensação varia desde uma taxa fixa de 900 EUR por ano para fornecer dados sobre as capturas, até 10% do volume de negócios diário dos barcos para actividades de limpeza ou participação em acções de investigação científica.

As informações disponíveis em 2010 indicam que a recolha de resíduos no mar é a medida mais popular dos contratos azuis entre pescadores e mariscadores: mais de 86% dos pescadores e de 43% dos mariscadores inscritos actualmente no regime participam na recolha de resíduos no mar.

A experiência de desastres marítimos como a maré negra do Prestige, em 2002 salienta o eventual custo ecológico e económico da poluição marinha e de outros riscos ambientais. À luz deste e de outros incidentes, a maior parte dos países marítimos da Europa criou mecanismos de resposta para mobilizar rapidamente e num prazo muito curto os recursos disponíveis. Também aqui o desafio da protecção dos nossos mares e oceanos pode oferecer oportunidades de diversificação ao sector das pescas.

### ***Arrasto de petróleo, França***

Um antigo pescador de anchovas da região da Vendeia, em França, Thierry Thomazeau, ofereceu-se para usar o seu barco nas operações de limpeza depois da maré negra do Erika em 1999. Nessa altura foram-lhe fornecidas redes pela Marinha francesa, mas ele achou que não eram muito eficazes. Na sequência da crise lançou-se na concepção de uma alternativa e, após três anos de desenvolvimento, nasceu a rede de arrasto antipoluição THOMSEA.

A primeira oportunidade para testar a nova rede surgiu durante o derrame de petróleo do Prestige e o rendimento das redes foi tão impressionante que a Marinha francesa decidiu comprar todas as redes. Encorajado por esta experiência, em 2006 o Sr. Thomazeau decidiu abandonar a pesca e dedicar-se a tempo inteiro à sua nova empresa. A partir daí a empresa desenvolveu-se rapidamente, atingindo um volume de negócios de 1 milhão de euros em 2009.

A THOMSEA Company emprega actualmente quatro pessoas. As suas actividades incluem o fabrico e venda de redes, bem como acções de formação sobre como usar as redes.

[www.thomsea.fr](http://www.thomsea.fr)

No entanto, o combate de riscos ambientais de menor dimensão é igualmente importante e também pode representar actividades novas ou adicionais para os pescadores. A **qualidade da água** constitui uma preocupação fundamental para a pesca e para as explorações de aquicultura e constitui um requisito prévio para qualquer zona que esteja a pensar em usar as suas águas para fins turísticos. Além disso, a Directiva-Quadro da UE sobre a água (2000)<sup>9</sup> exige que todas as águas da UE atinjam um “bom estado ecológico” até 2015, enquanto a Directiva-Quadro da Estratégia Marinha (2008)<sup>10</sup> impõe aos Estados-Membros que tomem as medidas necessárias para “obter um bom estado ambiental das águas marinhas da UE até 2020 e para proteger a base dos recursos de que dependem as actividades económicas e sociais relacionadas com o mar”.

Isto implica ao mesmo tempo responsabilidades e eventuais oportunidades para as zonas de pesca. Estas oportunidades estão relacionadas com o elevado valor natural de muitas zonas costeiras, bem como de zonas de pesca interiores com lagos, rios e tanques de piscicultura, que podem ser uma importante fonte de biodiversidade ou constituir uma paisagem excepcional. Os projectos relacionados com a qualidade e a conservação da água podem beneficiar igualmente de sinergias com os GAL locais do Leader e outros intervenientes do território. Por exemplo, a associação de agricultores, pescadores e outros agentes cujas actividades tenham impacto na qualidade da água pode fomentar práticas e empresas mais sustentáveis, bem como criar empregos na área do controlo e da recolha de dados. É o que acontece, por exemplo, no sul da Bretanha (França), onde a associação CAP 2000 está empenhada em criar grupos de agentes locais para permitir a identificação e a redução de fontes de poluição da água com impacto nas zonas de produção de crustáceos e moluscos. O FLAG local (*Pays d'Auray*) também está envolvido. Para mais informações contactar: [assocap2000@wanadoo.fr](mailto:assocap2000@wanadoo.fr).

## Energias renováveis

Proteger o ambiente significa mais do que a conservação e a gestão dos resíduos. A sociedade e a economia estão intrinsecamente dependentes da exploração de recursos naturais e é por isso que hoje a transição para formas de produção e de consumo mais sustentáveis estão no centro da estratégia a longo prazo da Europa para uma economia inteligente, verde e inclusiva.

Um pilar fundamental desta estratégia é o desenvolvimento de fontes de energias renováveis. A energia eólica *offshore* é actualmente uma das fontes mais competitivas de energia renovável e a energia das ondas e das marés também são domínios que atraem o interesse de investidores. Contudo, a rápida expansão do sector da energia renovável *offshore* também aumenta a possibilidade de conflitos com a indústria da pesca, uma vez que os bancos de pesca tradicionais são por vezes deslocados.

No entanto, os pescadores possuem um conjunto de activos (barcos, acesso aos portos e às águas, capacidade para manejar máquinas pesadas com ventos fortes e mar encrespado, conhecimento das águas e do leito marinho, etc.) que lhes permitem gerar um rendimento financeiro e obter maior influência no desenvolvimento de parques eólicos *offshore*. Os FLAG têm um papel a desempenhar para assegurar que os pescadores não se tornam vítimas do desenvolvimento de energias renováveis *offshore*, mas que em vez disso beneficiam das novas oportunidades disponíveis neste sector emergente.

<sup>9</sup> [http://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index\\_en.html](http://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index_en.html)

<sup>10</sup> <http://ec.europa.eu/environment/water/marine/ges.htm>



Há uma série de casos em que os pescadores estão a receber rendimentos adicionais graças ao fornecimento de serviços a parques energéticos *offshore*. Estes serviços podem incluir o fornecimento de barcos, transporte, barcos de guarda, apoio logístico, acções de vigilância e de manutenção *offshore*. Por exemplo, a NFFO Services Ltd, a divisão comercial da Federação Nacional das Organizações de Pescadores, o organismo representativo dos pescadores na Inglaterra, País de Gales e Irlanda do Norte, presta serviços a sectores localizados *offshore*, incluindo o sector das energias renováveis. Desta forma, não só os pescadores obtêm um rendimento adicional, mas também se reduz ao mínimo a possibilidade de conflito entre o sector das pescas e o funcionamento das instalações *offshore*. Em função da presença do sector da energia *offshore* na sua zona e da organização do sector das pescas, os FLAG podem ajudar as empresas de pesca a entrarem neste mercado ou incentivar uma maior colaboração entre pescadores para prestarem estes serviços – neste caso a influência do sector nas decisões tomadas será provavelmente maior.

No entanto, assim como podem prestar serviços a terceiros em instalações *offshore*, as comunidades locais, incluindo os próprios pescadores, podem por vezes tomar a iniciativa de desenvolver novas fontes de rendimento a partir de fontes de energias renováveis na sua zona. É o que está a fazer o sector das pescas em Nova Jérсия, EUA, que vai instalar um parque eólico *offshore* baseado na comunidade, com 8 turbinas, que se espera venha a produzir 3 000 MW por ano em 2020. Para além das receitas e dos postos de trabalho verdes que o empreendimento irá criar, o parque eólico terá capacidade para abastecer de electricidade cerca de 6 000 casas. Estes exemplos ainda são raros, mas demonstram que associando-se a parceiros que possuam os conhecimentos e competências relevantes (neste caso: engenheiros, especialistas de energias renováveis e de construção, peritos financeiros, institutos de investigação, programadores de sítios web, etc.), os pescadores e as suas comunidades podem ganhar significativamente com as novas oportunidades da economia verde. Para mais informações: [www.fishermensenergy.com](http://www.fishermensenergy.com).

O exemplo europeu apresentado a seguir mostra como uma comunidade local pode beneficiar do investimento em recursos renováveis e, embora os pescadores não liderem esse investimento, como é que eles também podem beneficiar de tais iniciativas.

### *Produção de energia renovável na ilha de Pellworm, Alemanha*

Em 1990, a comunidade local da ilha frísia de Pellworm defrontou-se com a perspectiva de grandes restrições nas suas actividades agrícolas, piscatórias e turísticas, na sequência da designação da ilha como parque natural. Em resposta, os líderes locais criaram a associação Oekologisch Wirtschaften para explorar novas oportunidades de negócio em torno da produção de energia renovável, agricultura biológica, marketing directo, ecoturismo e conservação da natureza. O seu principal objectivo era reduzir a saída de valor acrescentado da ilha e também assegurar que se tinha em conta uma série de interesses e de pontos de vista no desenvolvimento da zona.

Graças a esta iniciativa, 50 habitantes da zona contribuíram com fundos privados para criar um parque eólico com 8 turbinas. Garantiu-se assim que os benefícios financeiros não iam para investidores estrangeiros, mas ficavam na comunidade. O parque eólico foi limitado em dimensão e concentrou-se numa parte da ilha para evitar prejudicar o potencial turístico. Foi obtido financiamento da UE (do programa ALTENER) para apoiar a iniciativa. O parque eólico está agora a funcionar com êxito, permitindo que a ilha seja auto-suficiente em produção de energia e que venda o excesso de electricidade para a rede do continente. A nova unidade contribui igualmente com cerca de 60 000 EUR por ano em impostos para o município local. A pensar no futuro, foi desenvolvido um plano para combinar diferentes tipos de energia e está em curso um debate mais vasto a nível comunitário sobre armazenamento de energia e produção combinada de calor e electricidade.

A actividade da associação local ajudou a mediar os inevitáveis conflitos entre os diferentes intervenientes locais: município, agricultores, operadores turísticos, ambientalistas, etc. Contribuiu igualmente para aumentar a esperança na comunidade, para criar novas oportunidades de negócio, como o aluguer de bicicletas, que já emprega duas pessoas a tempo inteiro, e para se ramificar para novas actividades. Antes desta iniciativa só havia três pescadores na ilha; agora há nove e há mais jovens interessados nesta profissão, porque se restaurou na comunidade a esperança no futuro.

[www.pellworm.de](http://www.pellworm.de)

O próximo Guia FARNET abordará especificamente a utilização e a gestão eficaz dos recursos ambientais e incluirá um estudo mais aprofundado de algumas das questões referidas nesta e noutras secções,

nomeadamente o importante conceito de parques marinhos, em cuja gestão os pescadores estão cada vez mais envolvidos.

### Lições fundamentais

- > *O ambiente e as energias renováveis são sectores em crescimento e em que é provável o aparecimento de novas oportunidades no futuro (Pesca de resíduos, Parque eólico de Pellworm).*
- > *Os pescadores possuem conhecimentos, competências e experiência que podem ser aplicados a estes sectores onde existem oportunidades de diversificação.*
- > *Os benefícios a curto prazo nem sempre serão económicos, mas o envolvimento em actividades relacionadas com o ambiente pode ajudar a reforçar a imagem de comunidades locais e assegurar a sua presença no processo de tomada de decisões sobre investimentos que as poderão afectar.*
- > *A cooperação entre pescadores e investigadores produz benefícios mútuos, mas é necessário um esforço consciencioso de ambos os lados para desenvolver a confiança e um entendimento comum dos objectivos (Parceria Ciência das Pescas, Contratos azuis).*
- > *A mobilização de uma comunidade local em torno de um conceito de desenvolvimento comum pode beneficiar os pescadores de forma indirecta, mesmo que este conceito não esteja directamente relacionado com as pescas (Pellworm).*

## 2.4 Turismo

O turismo tende a surgir entre as primeiras ideias que vêm à cabeça quando se pensa em opções para diversificar a economia local das zonas de pesca. Com efeito, as zonas de pesca normalmente possuem muitos recursos naturais e culturais (mar, lagos, florestas, portos e aldeias de pescadores) e oferecem uma variedade de actividades que podem atrair turistas.

É verdade que as actividades turísticas têm um grande potencial para **criar emprego**, não apenas directamente (por exemplo em hotéis), mas também indirectamente, em ligação com os produtos e serviços de que os visitantes precisam. Estima-se que um posto de trabalho na hotelaria pode criar 3 a 4 nos sectores de apoio. Além disso, o turismo é um **sector em crescimento** – mesmo depois da crise, calcula-se que o crescimento neste sector em 2011 atinja 4,5%, com a criação de 3 milhões de postos de trabalho em todo o mundo. Na UE, o turismo representa 9,7 milhões de postos de

trabalho directos (incluindo uma percentagem significativa de empregos para jovens), ou seja, 5,2% da mão-de-obra total. Se incluirmos todos os sectores associados, o turismo é responsável por 12% do emprego e por 10% do PIB na UE.

Contudo, os FLAG devem estudar cuidadosamente os seus recursos locais para garantir que os projectos que apoiam beneficiam a comunidade pesqueira local. Muitas zonas de pesca já são destinos turísticos bem conhecidos, mas os benefícios desta actividade podem não ir necessariamente para as comunidades pesqueiras. Outras zonas podem estar longe ou simplesmente afastadas das rotas turísticas típicas. Nestes casos, o Eixo 4 pode ajudar com actividades de comunicação e de promoção, bem como apoiar projectos concretos para melhorar os serviços turísticos na zona.



Embora não haja dúvidas que o turismo oferece um enorme potencial para as zonas de pesca, há alguns aspectos que os FLAG têm de ter em conta ao avaliarem as suas opções de desenvolvimento turístico:

1. Os turistas têm muitas necessidades (um sítio para dormir, alguma coisa para comer, algo para fazer e uma infra-estrutura adequada de transportes) e qualquer projecto isolado (por exemplo, apenas um hotel ou apenas um restaurante), por muito bom que seja, é pouco provável que tenha êxito se a zona não der resposta a este conjunto de necessidades. Os produtos turísticos bem sucedidos são sempre «pacotes» de recursos, bens e serviços cuidadosamente misturados. Portanto, o FLAG terá de envolver **vários intervenientes** na elaboração de uma **estratégia coerente** para garantir o desenvolvimento dos diversos elementos de uma oferta turística global.
2. As comunidades locais esquecem frequentemente que não basta ter uma boa oferta – é preciso ter uma oferta que seja **melhor ou diferente do que a dos outros**, tendo em conta o preço e a acessibilidade, bem como a qualidade; a concorrência no turismo é grande, incluindo de outras zonas de pesca! Isto significa, por um lado, que deve ser garantido um nível de serviços aceitável e, por outro, que os intervenientes locais devem procurar maneira de as suas zonas se poderem diferenciar das outras. A ligação a produtos locais (gastronomia, artesanato, etc.) constitui uma boa forma de distinguir a sua zona e atrair visitantes.
3. Os turistas precisam de algo mais do que apenas uma linda paisagem e bom tempo; entrarão invariavelmente em contacto com as populações locais e estas **pessoas devem possuir os conhecimentos e as competências** para lidar com visitantes (conhecimento da zona, uma atitude de boas-vindas, conhecimento básico de línguas estrangeiras, etc.). Se quisermos assegurar que os pescadores podem obter um rendimento extra como guias turísticos, por exemplo, precisam de ter estas competências.
4. A **informação** e a **promoção** são de uma importância fundamental; o FLAG (possivelmente recorrendo a consultores especializados) deve assegurar que a mensagem certa é enviada à clientela-alvo certa. Os turistas devem saber com que contar quando visitam uma zona, seja a qualidade dos restaurantes ou o nível do alojamento – incluindo nas residências privadas de agricultores ou pescadores –, os serviços locais e o ambiente envolvente. A aplicação de padrões reconhecidos universalmente é um bom instrumento neste caso. O FLAG também tem de encontrar um equilíbrio entre incentivar melhorias da qualidade e da quantidade da sua oferta e promover a procura, para evitar problemas de excesso de capacidade ou expectativas frustradas.
5. A indústria do turismo nalgumas partes da Europa é altamente **sazonal**. É importante, por um lado, tentar alargar a época (por exemplo, organizando festivais e outros eventos ou incentivando as visitas de homens de negócios ou de estudantes fora da época principal) e, por outro, planear o investimento de forma a assegurar que os custos de manutenção ou de emprego podem ser reduzidos na época baixa.
6. Quando se tentam atrair pessoas, deve ter-se sempre em conta a **“capacidade de acolhimento”** da região; o turismo de massas pode prejudicar o ambiente e “espantar” alguns turistas com mais valor, por isso é necessário um consenso local e uma participação activa da comunidade para assegurar que o turismo continua a ser sustentável.

Apresentamos a seguir algumas áreas-chave em que os FLAG podem apoiar o desenvolvimento turístico nos seus territórios:

### Alojamento

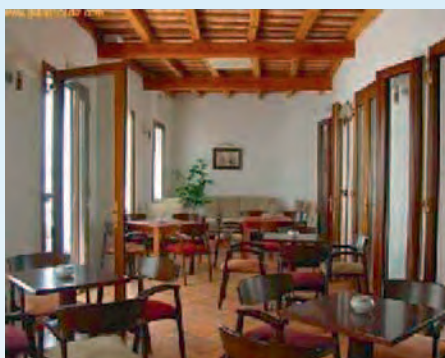
Tal como referimos anteriormente, o alojamento tem grandes potencialidades para criar postos de trabalho; e ter um local adequado para ficar é um dos aspectos essenciais que os turistas têm em conta quando escolhem o destino das suas viagens. Portanto, hotéis, parques de campismo ou instalações de *bed-and-breakfast* também criam condições para os outros serviços (restauração, diversões, cultura) que podem ser oferecidos por uma zona de pesca.

Ao decidir que tipos de alojamento poderão beneficiar o território, os FLAG devem olhar para a oferta existente e para a respectiva utilização (ou seja, as taxas de ocupação) na zona e determinar que tipo de alojamento adicional ou melhorado tornará a zona mais competitiva. Vale igualmente a pena ter em conta o papel que

os pescadores e as suas famílias podem desempenhar na oferta de alojamento tradicional, porque pode ser um modo eficaz de diferenciar a zona e capitalizar o seu património de pesca (ver “*ittiturismo*”, p. 32).

Em qualquer caso, a qualidade e o tipo de alojamento devem estar de acordo com as atracções oferecidas pela zona, facto que deve ser tido em conta na estratégia do FLAG e nos critérios de selecção dos projectos. O grupo-alvo de um estabelecimento (por exemplo, famílias jovens, casais à procura de férias na praia, amantes de desportos ao ar livre, reformados, etc.) afectará todo o projecto, desde o tipo de construção ou dos trabalhos de adaptação a realizar (tipo de acesso necessário, tipos de pavimento, dimensão dos quartos, piscina, etc.) até à alimentação oferecida e à estratégia de comunicação e de marketing.

#### *Hotel “Almadraba Conil”, Andalusia, Espanha*



Este hotel com gestão familiar, situado no centro histórico de Conil, constitui um exemplo de como uma zona de pesca pode beneficiar quando a população local tem um papel activo no desenvolvimento da oferta de alojamento do território. Neste caso, foi renovado um edifício classificado, foi reforçado o património de pesca da cidade, foram criados seis novos postos de trabalho e foi arranjada clientela para outros negócios locais. Além disso, o hotel dá resposta à elevada procura de alojamento turístico na zona, oferecendo ao mesmo tempo uma opção mais personalizada do que os grandes hotéis que existiam anteriormente.

Conil é uma cidade costeira com uma população que nos meses de Verão sobe de 10 000 para 100 000 habitantes. No entanto, para superar a sazonalidade do turismo, um hotel que queira ter êxito precisa de oferecer mais do que simplesmente acesso a sol e mar. Foi o que aconteceu com o Hotel Almadraba de Conil, um pequeno hotel com 17 quartos, que tem uma ocupação de 80-90% ao longo de 10 meses no ano graças ao seu carácter distintivo e à atenção que dedica ao cuidado com os clientes.

A história de Conil está fortemente enraizada na pesca, tendo como elemento central a prática da “*almadraba*” (almadrava, armação de pesca) que já vem do tempo dos Fenícios, de captura de atum em redes colocadas de uma maneira especial ao longo da costa. A cidade cresceu em torno da pesca e os proprietários do hotel quiseram que a sua renovação assentasse nessa identidade, daí o nome de “Hotel Almadraba de Conil”. Este tema percorre o *design* e o carácter do hotel, onde cada quarto tem um nome específico relacionado com a *almadraba* e uma pintura específica que ilustra o seu nome. Os proprietários arranjaram fotografias, redes e anzóis antigos pertencentes a membros da comunidade e que estão expostos no hotel.





Antonio Brenes e a mulher, M<sup>a</sup> Dolores Caro (Lola), levaram dois anos a planear e desenvolver o hotel a partir de uma casa familiar degradada. Enquanto Antonio trabalhava noites e fins-de-semana no projecto, Lola abandonou o emprego para se dedicar a tempo inteiro a este trabalho. Quatro anos depois da inauguração, em 2003, o hotel tornou-se um negócio viável e lucrativo, onde Antonio também começou a trabalhar a tempo inteiro.

Desafios:

- > Falta de experiência na indústria do turismo e da hotelaria
- > Encontrar localmente pessoal que falasse inglês e alemão
- > Custos imprevistos devido a deficiências estruturais do edifício, bem como à necessidade de vidros duplos adicionais por causa do nível relativamente elevado de ruído no centro da cidade
- > Relutância inicial dos operadores turísticos em promover um hotel tão pequeno.

Recomendações:

- > É importante realizar cedo estudos pormenorizados, para se tomarem decisões fundamentadas. Por exemplo, os operadores turísticos não queriam promover hotéis com menos de 3 estrelas. É importante saber isto antes de escolher a clientela-alvo.
- > Estabeleça relações fortes com outros hotéis na cidade. Em geral os outros hotéis não gostam de mais concorrência na mesma cidade, mas os hotéis novos podem aprender muito com agentes mais experientes – bem como receber alguns clientes por eles enviados – se for dedicada alguma energia a tais relações.
- > Esteja disponível (e informado!) para contar aos hóspedes a história e as tradições da cidade. Disponha de algum tempo para falar com os clientes e para os conhecer pessoalmente.
- > Incentive os hóspedes a recomendar o seu hotel.
- > Prepare-se para empenhar a alma e **montes de tempo** no projecto! Os primeiros anos podem ser um trabalho extremamente difícil e 16 horas por dia era normal para Lola e Antonio. A sua dedicação, contudo, compensou e o hotel agora sustenta uma família de cinco pessoas e emprega a tempo inteiro seis trabalhadores.

Custo: 1 000 000 EUR; apoio do Leader+: 203 000 EUR (20,3%)

*Nota: o custo estimado do projecto era inicialmente de 700 000 EUR e a subvenção do Leader cobria 27% deste custo. No entanto, devido aos custos de construção imprevistos, o custo efectivo veio a ser substancialmente mais elevado.*

Contacto e-mail: [lola@hotelalmadrabaconil.com](mailto:lola@hotelalmadrabaconil.com) / [reserva@hotelalmadrabaconil.com](mailto:reserva@hotelalmadrabaconil.com)

### Alimentação

As comunidades locais concentram-se muitas vezes activamente em assegurar que os turistas fiquem na sua zona (isto é, em fornecer “um sítio para dormir” e “algo para visitar”), esquecendo-se que a alimentação também pode ser um importante chamariz. Muitos turistas adoram comidas e bebidas que estejam ligadas ao carácter específico da zona. Por vezes dispõem-se a viajar muitos quilómetros para saborear uma **especialidade local** e – quando deparam com algo especialmente interessante – gostam de passar a mensagem aos amigos e familiares. Parcerias locais podem assim criar rendimentos adicionais para a sua zona através da promoção e marketing do património culinário local.

Naturalmente que nas zonas de pesca é provável que haja muitos projectos ligados ao peixe capturado localmente e que pode ser vendido directamente aos consumidores, fresco ou transformado. No nosso anterior guia sobre a *Valorização dos Produtos da Pesca Local e da Aquicultura* são indicados exemplos dessas actividades. No entanto, uma zona de pesca também se pode virar para outros tipos de comidas e bebidas que possam aumentar o seu grau de atracção global para os visitantes. A abordagem de que estamos a falar é por vezes designada por Sistemas de Alimentação Local<sup>11</sup>, que envolve não só alimentos produzidos localmente, mas igualmente **relações** estreitas entre produtores e consumidores. Estes sistemas podem envolver peixe e produtos sem ser peixe, que podem estar disponíveis através de canais de distribuição como:

- > Vendas directas (directamente do barco ou da quinta);
- > Mercados ao ar livre, como mercados de agricultores geridos pelos produtores ou comerciantes locais;
- > Eventos regulares, como festivais gastronómicos locais;
- > Sistemas de cabazes, geridos por um único produtor ou por um grupo de produtores, em que os consumidores recebem um fornecimento regular de bens alimentares produzidos localmente;

- > Lojas e restaurantes especializados, que oferecem especialidades locais (também podem centrar-se em tipos específicos de alimentos, por exemplo biológicos).

É importante assegurar que os turistas e visitantes potenciais tenham acesso a boas informações sobre as fontes de peixe fresco e de outros produtos.

Os restaurantes que servem pratos de peixe locais de qualidade podem tornar uma zona muito mais atractiva e são ao mesmo tempo uma grande oportunidade de negócio em si mesmo. Com efeito, a abertura de um restaurante pode constituir uma boa oportunidade para acrescentar valor à pesca local e a um conjunto de outros produtos locais, ajudando também ao mesmo tempo a criar postos de trabalho para a comunidade local. Os FLAG devem estar conscientes, no entanto, de que o sector da restauração pode ser extremamente competitivo e deve ser feito um estudo aprofundado para desenvolver este tipo de projecto. Os novos restaurantes apoiados pelo Eixo 4 devem dar resposta a uma lacuna da oferta (por exemplo, no caso da Córsega e de Tenerife, a seguir) ou devem oferecer algo diferente, eventualmente associado a padrões de qualidade (por exemplo, o Captain's Galley, abaixo).

Estes restaurantes podem ganhar boa reputação porque o peixe que oferecem é muito fresco e têm uma ligação clara com os pescadores locais. Os restaurantes devem ser encorajados a oferecer e publicitar os seus pratos locais; na verdade, uma estratégia de comunicação eficaz em torno da qualidade da cozinha local pode melhorar a imagem da alimentação e da zona.

Um estudo completo sobre o “*De Boet*”, um restaurante apoiado pelo Eixo 4 nos Países Baixos, também está disponível no sítio web do FARNET.

<sup>11</sup> “Local Food Systems in Europe”, IFZ Graz, 2010, [www.faanweb.eu](http://www.faanweb.eu)

### *Restaurantes locais em Tenerife e na Córsega*

Na pequena aldeia piscatória de Tajao, no sul de Tenerife, não havia qualquer restaurante até 1980. Foi então que a mulher de um dos pescadores começou a preparar pratos de peixe e a vendê-los aos turistas e trabalhadores locais. O rendimento desta actividade permitiu-lhe comprar um terreno e construir um restaurante. No início, a empresa empregava mulheres da aldeia e membros da família, que vinham ajudar nas horas de ponta. Algumas destas mulheres decidiram depois criar os seus próprios restaurantes e hoje em dia a comunidade tem 8 restaurantes, geridos na sua maior parte por famílias de pescadores, que valorizam o peixe que eles e os seus vizinhos pescam.

Na Córsega, o porto de pesca de Centuri é famoso pelas suas lagostas e para complementar o rendimento da pesca foram aí abertos vários restaurantes familiares que oferecem marisco apanhado no local. Estes restaurantes são na sua maior parte geridos por mulheres de pescadores, enquanto os maridos andam no mar. Durante a época turística também criam uma série de postos de trabalho adicionais. Uma vez recuperado o investimento inicial, estas actividades podem tornar-se muitas vezes a principal fonte de rendimento familiar.

### *The Captain's Galley, Escócia*



Farto de ver espécies de peixe de boa qualidade, mas menos conhecidas, não serem devidamente utilizadas ou serem desperdiçadas ou enviadas para fora da sua zona, o comerciante de peixe escocês Jim Cowie reciclou-se como chefe de cozinha, juntamente com a mulher, Mary, e abriu o seu restaurante de peixe e marisco em Scrabster, na costa norte da Escócia, em Outubro de 2002. O restaurante fica num antigo armazém de gelo localizado na zona do porto.

A política dos Cowie consiste em servir comida típica dos Highlands da maior qualidade: fresca, sazonal e local. O menu é decidido diariamente depois de Jim ter visto o que está disponível, quer directamente dos barcos ou no mercado de peixe. O peixe é complementado pelas hortaliças, saladas e ervas que Mary produz na sua própria horta.

O Captain's Galley respeita rigorosamente as normas ambientais, como abastecer-se de todos os produtos num raio de 50 milhas à volta do restaurante, utilizando apenas espécies de peixes não sujeitas a pressão e apanhados em zonas onde as unidades populacionais são sustentáveis e até quando é a época apropriada desses peixes. Jim valoriza enormemente as suas estreitas relações com os pescadores que o abastecem e os seus conhecimentos dos recursos piscícolas. Salienta que o peixe da época é peixe saudável e a importância da sazonalidade para a saúde dos recursos aquáticos vivos, para a qualidade do produto, para o negócio e em última instância para o consumidor. A política do Captain's Galley em matéria de abastecimento foi aprovada pelo Conselho de Protecção Marinha em 2009.

O resultado é um restaurante de excelente qualidade e sempre cheio, onde uma refeição de três pratos custa aproximadamente 50 EUR por pessoa. Ganhou numerosos prémios, nomeadamente: "Highlands dining out experience", "Highlands & Islands Tourism Awards 2006" e "Seafood Restaurant of the Year" do RU, bem como "Seafish 2009 Awards".

[www.captainsgalley.co.uk](http://www.captainsgalley.co.uk)

### Actividades

Por último, uma zona tem de oferecer aos turistas “algo para fazer ou para visitar”. Os FLAG precisam de analisar quais os recursos locais que podem ser aproveitados como atracções turísticas, bem como os tipos de visitantes que querem atrair quando desenvolvem a sua estratégia para a zona. Além disso, devem examinar qual o papel que os pescadores e as suas famílias podem ter ao darem resposta a algumas das perguntas.

### Pesca-turismo

Uma das actividades mais óbvias que as zonas de pesca podem oferecer aos turistas é a **pesca-turismo**. Por outras palavras, a actividade em que os turistas são levados a bordo de barcos de pesca profissionais para ver como os pescadores trabalham e descobrir o seu mundo. Por vezes estes turistas podem saborear o peixe que foi pescado, seja quando voltam ao porto ou ainda a bordo.

A pesca-turismo é praticada em vários países, nomeadamente a Itália, Estónia e Finlândia. Contudo, um dos principais desafios para a realização de actividades de pesca-turismo nos Estados-Membros da UE tem a ver com questões legislativas. Para além da Itália, onde as condições para a realização de pesca-turismo constam de duas leis, parece que **existe pouca legislação** na UE que trate especificamente do turismo em barcos de pesca profissionais. A falta de legislação específica faz com que essas actividades tendam a ser realizadas como actividades comerciais que, além do mais, estão sujeitas às **condições** aplicáveis ao transporte de passageiros. Essas condições podem implicar por vezes exigências irrealistas para os barcos de pesca.

Em países como a Espanha, uma **legislação nacional rigorosa** impede os barcos de pesca profissionais de levarem turistas a bordo, tornando assim essas actividades impossíveis. Os pescadores podem reconverter os seus barcos para serem utilizados no turismo, mas não podem continuar registados como barcos de pesca e ao mesmo tempo realizarem actividades turísticas.

Um segundo desafio é a **fiscalidade**. Nalguns países aplica-se um regime fiscal específico à pesca profissional. É o caso da França, onde a pesca está isenta de alguns impostos, nomeadamente do IVA. No entanto, não estão reguladas actividades que vão além das directamente relacionadas com a própria pesca, o que significa que os pescadores teriam de criar um sistema paralelo de contabilidade para a pesca-turismo. Estão a ser estudadas em França propostas para eliminar esta barreira, permitindo que os pescadores beneficiem das mesmas isenções fiscais que os agricultores têm para o agro-turismo<sup>12</sup>.

Por último, além de ter de satisfazer exigências regulamentares, a pesca-turismo tem de respeitar as exigências de qualquer actividade turística. É fundamental a prestação de um **serviço de qualidade aos clientes**, por exemplo na demonstração das técnicas de pesca, para a actividade poder atrair clientes e transmitir uma imagem positiva da pesca profissional ao grande público. Ao mesmo tempo, é preciso chegar a um equilíbrio entre atender as exigências dos turistas e preservar a natureza autêntica da actividade, que muitos intervenientes na pesca-turismo estão cientes de que não deve dar lugar a uma representação folclórica da profissão.

<sup>12</sup> Desde que estas actividades adicionais não representem mais de 50% da sua actividade de pesca e não ultrapassem um certo limiar.



### *“Pescaturismo” e “ittiturismo” em Itália*

A Itália constitui uma prova dos potenciais benefícios da pesca-turismo, com base nos resultados do seu trabalho de diversificação da pesca para o turismo. A pesca-turismo demonstrou aqui que, em comparação com um dia normal de pesca, que assegura um lucro de cerca de 350 EUR para uma tripulação de dois pescadores, trabalhando 13 horas e pescando 25 kg de peixe a um preço médio de €20/kg, um dia de pesca-turismo rende 360 EUR à mesma tripulação, trabalhando 11 horas menos extenuantes com 10 turistas que pagam 40 EUR cada. Em média, poderão pescar-se 2 a 5 kg de peixe, reduzindo assim a pressão sobre os recursos aquáticos vivos.

Tal como a pesca-turismo, a Itália também pratica o “ittiturismo”, que significa à letra “turismo de pesca”. Ambos são regidos por uma regulamentação regional que é reforçada por legislação nacional. O “ittiturismo” é uma abordagem integrada para satisfazer a procura turística e que assenta sobretudo no património da pesca de uma zona. Consiste na oferta de alojamento e de alimentação local a turistas em casas tradicionais dos pescadores, reconvertidas especialmente para esta actividade. Paralelamente são geralmente oferecidas viagens de pesca-turismo. A criação destas actividades foi possível graças à criação de um consórcio de cooperativas.

[www.ittiturismo.it](http://www.ittiturismo.it)

### *Pesca-turismo no Var: um projecto do Eixo 4, França*



Inspirada na experiência italiana, a ONG francesa «Marco Polo Échanger Autrement», especializada no desenvolvimento local sustentável, desenvolveu um projecto de pesca-turismo com o apoio do FLAG do Var e em estreita colaboração com o comité local de pesca e aquicultura do Var. O projecto-piloto, designado “Pescatourisme 83”, foi lançado em 2009 com a participação de uma vasta parceria de intervenientes públicos e privados dos sectores da pesca, do turismo e do ambiente.

O projecto centrou-se na criação das condições necessárias para pôr em prática a pesca-turismo na zona, adaptando a experiência obtida em Itália ao contexto do Var, onde os barcos de pesca têm normalmente apenas 7-10 metros e apenas um tripulante e onde não existe actualmente um quadro legal para a pesca-turismo. Foi obtido um estatuto experimental para testar as actividades de pesca-turismo e até agora já se realizaram duas voltas do pacote desenvolvido. O pacote consiste numa manhã (3-4 horas) de pesca-turismo, saindo antes da alvorada para puxar as redes lançadas no dia anterior e observar e aprender as técnicas de pesca tradicionais na zona.

Em termos de desenvolvimento do projecto foram seguidos os seguintes passos:

- > Um estudo de viabilidade da implementação das actividades de pesca-turismo no Var, definindo as regras de segurança a respeitar, as adaptações que era preciso realizar nos barcos de pesca, as necessidades de formação e os possíveis impactos ambientais.





- > Determinação de como tais actividades funcionariam na prática: o papel dos pescadores a título individual e o das outras organizações envolvidas, nomeadamente os serviços de turismo; e o tipo de campanha de comunicação.
- > Definição de possíveis actividades complementares (por exemplo, alojamento de turistas, venda de produtos locais, etc.).

O projecto foi gerido por uma equipa central de agentes locais e regionais, mas envolveu igualmente uma parceria mais vasta de intervenientes para promover e divulgar a informação sobre o projecto nas respectivas instituições. Além disso, o projecto criou três grupos de trabalho temáticos sobre as seguintes questões: 1) segurança; 2) pesca e turismo; e 3) comunicação. Em cada um destes grupos os **pescadores trabalharam lado a lado com especialistas** dos diferentes domínios para desenvolver a pesca-turismo no Var.

O valor acrescentado da pesca-turismo apontado por este projecto enquadra-se em quatro categorias principais:

- > Económico – em termos de fornecer um rendimento adicional para pescadores (entre 30-70%, consoante a dimensão do barco, para os dias de pesca-turismo).
- > Social – aumentando a sensibilização e o reconhecimento do trabalho árduo dos pescadores e a imprevisibilidade das quantidades e dos tipos de peixe capturados. Por sua vez, isto contribui para desenvolver na comunidade o apoio ao sector e aumenta a sensibilização entre os consumidores no que se refere à sua escolha do peixe.
- > Cultural – capitalizando e promovendo o património e a tradição que a pesca e a sua história e respectivas técnicas representam na zona.
- > Ambiental – através da redução das capturas, mas especialmente colocando os pescadores no centro do esforço para preservar os recursos de pesca. De facto, o promotor do projecto aponta uma mudança radical na atitude dos pescadores e a sua participação em discussões com outros intervenientes locais sobre temas que incluem a pesca, mas também vão além da pesca.

Custo: 277 590 EUR; apoio do Eixo 4: 86 140 EUR (31,9%)

Um estudo completo de *Pescatourisme* 83 pode ser consultado no sítio web do FARNET, incluindo elementos de contacto para a ONG Marco Polo.

### Outras actividades e atracções

Para além da pesca-turismo, existe um conjunto de outras actividades associadas à água e aos barcos que podem ser oferecidas pelas zonas de pesca. Entre elas incluem-se a pesca recreativa, o turismo de pesca (actividades baseadas na actividade de pesca e no património da zona, como visitas aos locais onde são apanhados/produzidos crustáceos e moluscos ou à lota ou excursões turísticas a barcos de pesca desactivados) e o turismo marítimo (mais geralmente turismo no mar, por exemplo visitas a parques marinhos), bem

como desportos náuticos, como o mergulho, o surfe e a vela. Quando os FLAG escolhem apoiar actividades fora do sector das pescas, é importante que os laços com os intervenientes locais da pesca sejam fomentados, promovendo um ambiente de cooperação que pode proporcionar benefícios reais à comunidade no seu conjunto. Excursões organizadas, como a observação das baleias nos Açores (ver a seguir), podem assegurar um equilíbrio que dê resposta às necessidades dos pescadores, dos turistas e dos ambientalistas.

### Observação de baleias nos Açores



No final da década de 1980, o Fundo Internacional para o Bem-Estar Animal (IFAW) efectuou um estudo de viabilidade da possibilidade de desenvolver a observação de baleias nos Açores como meio de substituir alguns dos rendimentos perdidos pelos açorianos quando terminou a caça à baleia em 1987.

Em resultado deste estudo desenvolveram-se várias empresas, a maior parte delas com o objectivo simultâneo de conservação e de criação de empresas sustentáveis e lucrativas. A mais integrada destas empresas designa-se Espaço Talasso.

A principal actividade desta empresa é a organização de excursões para a observação de baleias. A Espaço Talasso possui uma frota de quatro barcos semi-rígidos e organiza uma sessão de 20 minutos de 'instruções educativas' antes de cada viagem, explicando os cetáceos do mar dos Açores e o seu *habitat*. O sucesso da empresa em detectar baleias e golfinhos provém da utilização de antigas torres de vigia, que foram preservadas desde os tempos dessa pesca. Empregam um especialista na observação de baleias, que herdou os conhecimentos do pai, que foi um dos fundadores da empresa.

Juntamente com as excursões a empresa tem uma pequena loja, snack-bar e hotel no limite do porto, que emprega nove pessoas a título permanente. A Espaço Talasso está situada a seguir ao Museu da Baleia nas Lajes e entre os dois estabeleceram-se relações estreitas.

A observação de baleias ajudou os Açores a captar um nicho de mercado no ecoturismo e o impacto para as ilhas foi significativo. A maior parte das empresas comercializam uma série de 'pacotes' residenciais que ajudam a manter os turistas na ilha por períodos mais alargados, normalmente até oito dias. A maior parte das empresas também organiza excursões de um dia e meio-dia destinadas aos turistas ocasionais. O aluguer a equipas de filmagens, cientistas, etc., também é um sector em crescimento deste mercado.

[www.espacotalassa.com](http://www.espacotalassa.com)

### Agrupamento de produtos turísticos: rotas do património

Uma estratégia de desenvolvimento local que vise uma oferta turística *global* é susceptível de atrair mais turistas e incentivá-los a permanecer mais tempo na zona do que uma série de produtos separados e sem qualquer relação. Uma possibilidade consiste em desenvolver uma "rota do património", construída em torno dos recursos locais e que envolva uma vasta participação local. Esta abordagem é especialmente adequada no contexto do Eixo 4, dada a variedade de intervenientes locais que envolve. Estes intervenientes locais podem colaborar para analisar em conjunto as atracções locais

(recursos naturais, monumentos culturais e históricos, gastronomia local, etc.), escolher as mais adequadas e conceber um pacote turístico coerente que pode trazer benefícios para a zona, ficando ao mesmo tempo dentro dos limites da sustentabilidade.

O FLAG pode ter um papel importante reunindo os intervenientes e apoiando as actividades de promoção e de marketing. Também são possíveis rotas do património que abranjam várias zonas FLAG (por exemplo, ao longo de uma parte da costa) e que podem contribuir para o aumento da cooperação entre grupos vizinhos.

### *Rota do património em Dolenjska e Bela Krajina, Eslovénia*



A rota do património na zona de Dolenjska e de Bela Krajina, na Eslovénia, foi lançada nos anos 1990. A zona era considerada potencialmente atractiva para turistas devido à sua bela paisagem intacta e a uma longa tradição de alimentação e vinhos de qualidade. No entanto, os intervenientes locais estavam plenamente conscientes dos perigos do turismo em larga escala e a baixos preços, que podem prejudicar o ambiente e a cultura de um destino turístico. Fizeram questão de ter este aspecto em conta e de desenvolver uma forte apropriação do projecto pela comunidade local e em oferecer os lucros líquidos à comunidade.

A Câmara de Comércio regional, com a ajuda de consultores externos, identificou cerca de 150 sítios potenciais interessantes, 28 dos quais foram seleccionados para serem incluídos na rota do património. A ideia era desenvolver um produto turístico que pudesse oferecer oportunidades de estadias até sete dias na região. Este trabalho estimulou igualmente a criação de uma parceria regional de 32 organizações dos sectores público e privado e de ONG.

O projecto implicou um esforço promocional significativo ao longo de vários anos, incluindo a utilização de um serviço de consultoria especializado para elaborar a rota do património como um produto reconhecido pelos operadores turísticos. De momento existem dois pacotes ligados às maiores atracções da Eslovénia (como o lago Bled e a capital eslovena, Liubliana) para turistas activos interessados em fazer caminhadas, andar de bicicleta, andar a cavalo e remar na região. As rotas ligam sítios do património natural e cultural da região com outras ofertas turísticas, como alojamento, informação, serviços, etc.

O número de visitantes da região tem crescido 10-15% ao ano desde 2002, criando assim fontes de rendimento adicionais na zona. Foram certificados aproximadamente 600 fornecedores locais de actividades suplementares, que beneficiam com este crescimento. Além disso, o desenvolvimento da rota do património contribuiu para uma série de projectos de cooperação transfronteiriços e bilaterais com outros países.

Principais aspectos a considerar:

- > O desenvolvimento de um verdadeiro “pacote turístico” numa zona que não é conhecida do público em geral como atracção turística típica pode ser difícil e exige muito tempo e esforço, incluindo a promoção profissional;
- > O papel de um “animador” é fundamental para assegurar o envolvimento da comunidade num produto turístico complexo como a rota do património.

Custos totais: cerca de 2 115 000 EUR

Total das subvenções recebidas: cerca de 1 700 000 EUR (de várias fontes nacionais e da UE). Fundos municipais: cerca de 190 000 EUR. Contribuições em espécie: cerca de 225 000 EUR

[www.slovenia.info/?pot\\_dediscine=2058&lng=2](http://www.slovenia.info/?pot_dediscine=2058&lng=2)

### Lições fundamentais

- > *Distinga entre zonas que já são importantes destinos turísticos, zonas situadas perto de grandes centros populacionais e zonas que estão longe e por isso ainda são destinos desconhecidos. Adapte a estratégia em conformidade;*
- > *Seja claro acerca das potencialidades dos produtos, dos processos e da cultura da pesca para melhorar a oferta turística. Cada vez mais turistas procuram novas “experiências” como parte das suas férias, mas a combinação destes elementos com serviços turísticos mais normais exige grande cuidado;*
- > *Conheça a sua clientela-alvo e adapte-se às suas expectativas (por exemplo, Hotel Almadraba);*
- > *Seja realista: adapte a sua oferta aos recursos da zona (por exemplo, restaurantes de peixe) e às competências específicas da comunidade (por exemplo, observação de baleias);*
- > *Os projectos de diversificação podem trazer benefícios ao sector das pescas (pesca-turismo no Var, observação de baleias nos Açores), mas é importante ser realista acerca das verdadeiras vantagens, bem como dos riscos e das limitações de quaisquer actividades turísticas novas para a comunidade pesqueira. Qual é o alcance do envolvimento local, como empresários ou empregados? Estas actividades irão melhorar as vendas de peixe local ou proporcionar rendimentos adicionais aos membros da família? Existe algum risco de concorrência no mar ou em terra (por exemplo, para edifícios perto da costa)? Identifique de forma realista o que se pode fazer para ultrapassar as barreiras e maximizar os benefícios, tanto para os pescadores como para os residentes locais em geral.*
- > *Assegure-se de que é oferecida aos visitantes a combinação adequada de serviços: se oferecer apenas alojamento, ou apenas restauração, terá menos probabilidades de atrair visitantes do que se oferecer um pacote global (por exemplo, rotas do património, “ittiturismo”);*
- > *Um dos maiores contributos que os FLAG podem dar é apoiar o trabalho “a montante” (reunir e dar formação aos diferentes promotores de projectos, estudos de mercado e de viabilidade, superação das dificuldades legais e administrativas, etc.) necessário para preparar o terreno para os produtos turísticos e depois assegurar que estes produtos funcionam apoiando-os com actividades promocionais específicas “a jusante”. Os FLAG têm de conceder tempo e recursos suficientes e ter procedimentos suficientemente flexíveis para facilitar tudo isto (por exemplo, rotas do património, Hotel Almadraba).*



## 2.5 Indústrias criativas: a arte e a cultura como trampolim do desenvolvimento económico

Ao pensarem nas várias opções para diversificar uma zona de pesca, algumas parcerias locais podem querer explorar a oportunidade de desenvolver a arte e a cultura. Ao longo das últimas décadas muitas comunidades em todo o mundo descobriram que o aproveitamento da criatividade dos seus habitantes tem potencial para **gerar novas actividades** e emprego e, por outro lado, para reforçar o **sentimento de identidade local**, desenvolvendo ao mesmo tempo a **confiança** na comunidade e no seu futuro. Existem muitas artes e ofícios tradicionais importantes (artesanato, música, têxteis, etc.) associados ao sector das pescas. Além disso, as comunidades pesqueiras podem contar com meios financeiros do Eixo 4 para apoiar actividades culturais inovadoras.

Dados da Comissão Europeia revelam que as indústrias criativas geraram um volume de negócios de mais de 654 mil milhões de euros na Europa em 2003, a que corresponde 2,6% do PIB, e empregaram 5,8 milhões de pessoas. Com efeito, no âmbito do Ano Europeu da Criatividade e da Inovação (2009), tornou-se evidente que construir territórios criativos pode ser um modelo bem sucedido de desenvolvimento e de criação de emprego, não apenas em grandes cidades, mas também em pequenas e médias cidades. Além disso, trata-se de um sector que teve um crescimento mais rápido do que o resto da economia e que pode ter um grande efeito multiplicador graças ao seu contributo criativo para outros sectores e devido à sua crescente ligação à digitalização. Para mais informações sobre pólos criativos ver [www.urbact.eu](http://www.urbact.eu).

Os projectos centrados na arte e na cultura podem atrair a atenção de visitantes (artistas, críticos, profissionais da comunicação social e turistas), bem como audiências locais, que muitas vezes têm menos oportunidades de participar em actividades culturais numa base diária. Os festivais de arte e os seminários, exposições e museus, oferecem à comunidade local o sentimento de ser produtora assim como consumidora de arte, e podem ser uma forma de descobrir e de valorizar

importantes recursos locais ligados à paisagem, arquitectura, trajes, histórias e cantigas folclóricas, tradições e imaginação, passadas e presentes.

Embora existam exemplos de sucesso de galerias, museus ou mesmo teatros privados (normalmente em grandes cidades e menos frequentemente em zonas afastadas e menos populosas), é importante lembrar que, ao contrário do turismo, que pode ser impulsionado exclusivamente pelo sector empresarial, a diversificação baseada na arte e cultura requer normalmente um envolvimento significativo do sector público ou do sector das ONG. Os habitantes locais com conhecimentos das tendências da arte contemporânea e com boas ligações à comunicação social são um recurso valioso. Os FLAG podem ter um papel importante promovendo iniciativas para o grande público e assegurando que toda a comunidade, incluindo os pescadores e as suas famílias, beneficiem dessas actividades culturais.

Quando uma parceria local decide incluir a cultura e a arte na sua estratégia, a gama de possibilidades pode ser impressionante. Nas secções a seguir apresentamos apenas alguns exemplos: um museu local da Estónia, aldeias temáticas da Polónia e um festival de grafitos num porto em Itália. Ao lerem estes exemplos, os FLAG devem ponderar quem podem envolver nas suas zonas de pesca e como construir territórios criativos que ofereçam empregos de qualidade e estimulem o conhecimento e a riqueza.

### Museus e exposições

Os museus e as exposições locais constituem muitas vezes uma oportunidade para promover a história, as tradições e a produção de uma determinada zona. Além disso, organizar exposições pode ser uma boa forma de envolver a população (que pode ser solicitada para contribuir com objectos ou instrumentos históricos), reforçando assim o orgulho local e estimulando a criatividade.



Uma parceria em Portugal, por exemplo, criou uma rede de pessoas – ou “guardiãs da cultura costeira” – para desenvolver uma base de dados em linha, [www.ccc.mutuapescadores.pt](http://www.ccc.mutuapescadores.pt), sobre aspectos culturais e de desenvolvimento do oceano e das pescas. A base de dados está organizada em torno de temas como as pessoas, organizações, objectos, construções (edifícios/barcos), documentos, histórias, acontecimentos e técnicas. O projecto foi liderado por uma cooperativa de seguros de pescadores (“*Mútua dos Pescadores*”) e envolve associações locais de desenvolvimento e do património, a rede portuguesa de mulheres da pesca, bem como duas universidades e um museu. Esta abordagem destina-se a sensibilizar as pessoas para a cultura relacionada com a pesca e a estimular iniciativas de desenvolvimento local. Proporciona igualmente formação, em que são fornecidos meios de concretização de acções, nomeadamente seminários *on-line* de natureza prática (em que, por exemplo se pode seguir diariamente a construção de um barco tradicional de madeira).

A cooperativa de pescadores (ou “*Cofradía*”) de L’Escala, Espanha, demonstrou que este tipo de actividades também podem ser empreendimentos rendíveis, tendo vencido o prémio da Melhor Iniciativa de Empresa na Convenção de Girona de 2009, pelo seu centro de interpretação do peixe. Atraindo simultaneamente jovens e idosos, este centro integra-se numa zona de porto dinâmica, onde a *Cofradía* explora um restaurante, ao mesmo tempo que oferece seminários, ateliês e visitas

guiadas ao ponto de desembarque e à lota. A exposição permanente oferece informações sobre a vida e o trabalho dos pescadores locais e promove a pesca responsável e o respeito pelo ambiente. Uma das suas actividades mais populares é a “sessão de improvisação” de culinária, em que chefes famosos são convidados a improvisar receitas de peixe perante uma audiência. A seguir há sessões de provas em que a audiência determina a receita favorita dos chefes participantes. Para mais informações visite: [www.maram.cat/en/](http://www.maram.cat/en/)

A promoção de um museu ou de uma exposição exige uma abordagem profissional, bem como a cooperação com vários parceiros; os FLAG podem ter um papel importante ao associarem estas diferentes partes. O museu pode, por outro lado, fazer parte de um pacote turístico global. Logo que a fama do museu estiver estabelecida, este pode ajudar por sua vez a promover outras atracções e produtos locais.

Foi o que aconteceu com o Museu das Populações Costeiras na Estónia, que para além das suas exposições oferece uma série de outros serviços, como a organização de piqueniques e de festas familiares, bem como a venda de cestos de comida de produtos locais estónios. Desta forma, o espaço do museu é multiusos e também ajuda a gerar um rendimento para outros intervenientes locais. Além disso, está associado a três outros museus locais, um dos quais realiza um mercado de agricultores todos os sábados.

### ***Porto de pesca de Bremerhaven, Alemanha***

Em Bremerhaven, um museu, as tradições da pesca e a cultura estão combinados na parte histórica do porto. Além das lojas marítimas, dos restaurantes e dos cafés, há um centro de informações e de eventos (Forum Fischbahnhof) num pavilhão restaurado de expedição de peixe; um aquário com água do mar, designado Atlanticum, um estúdio de cozinha de peixe do mar, bem como um teatro e outras atracções (incluindo o lendário arrastão GERA, agora convertido em museu flutuante da pesca em alto mar). Actualmente o FLAG de Bremerhaven, juntamente com um instituto local envolvido na avaliação da qualidade do peixe, estão à procura de maneiras para continuar a desenvolver o pacote turístico em torno do Forum Fischbahnhof.

[www.fbg-bremerhaven.de](http://www.fbg-bremerhaven.de)



Os museus e as exposições também podem beneficiar das oportunidades oferecidas pelas **novas tecnologias** e os FLAG podem ser proactivos e incentivar promotores de projectos a ser inovadores quando concebem as actividades. O *FLAG do Var*, em França, por exemplo, apoiou um projecto para digitalizar dados sobre o património costeiro local e torná-los acessíveis através de códigos de barra que contêm os dados e que foram colocados perto dos recursos locais em questão. Os elementos do público podem fazer a leitura digital dos códigos de barras com os seus telefones e têm acesso a um conjunto de informações, incluindo vídeos, sobre esse recurso cultural ou natural. O projecto também inclui material exposto no museu local de arqueologia marítima e já está a obter resultados positivos em termos de alcançar novo público, em especial jovens. O projecto criou igualmente emprego para pessoas da região numa série de domínios – que vão desde a recolha e digitalização de dados até à manutenção do sistema informático – e para guias locais, a fim de ajudarem os utilizadores a familiarizarem-se com o conceito.

### Aldeias temáticas<sup>13</sup>

O conceito de “aldeias temáticas” está ligado, por um lado, ao declínio económico das aldeias resultante das transformações na agricultura, pesca e outras indústrias primárias e, por outro, ao crescente interesse na “economia da experiência” (ou seja, a ideia que as pessoas procuram uma experiência invulgar, uma aventura em que não sejam simplesmente observadores, mas sejam elas próprias intervenientes).

As cidades ou aldeias temáticas proporcionam aos visitantes este tipo de experiência única, centrada num tema seleccionado. Alguns exemplos incluem a Aldeia de Poppyseed (Áustria) ou a Aldeia de Hobbit (Polónia). É oferecida aos visitantes uma série de jogos e de histórias em que podem tomar parte, acompanhados e ajudados por habitantes da aldeia treinados (com maquilhagem e vestuário temáticos) e o aspecto da aldeia é adaptado gradualmente ao tema.

Esta “tematização” constitui uma opção particularmente adaptada para zonas onde as grandes indústrias (por exemplo, a pesca) estão em declínio e que não são suficientemente atractivas para um desenvolvimento turístico pleno. Desenvolver um tema é não só uma forma de obter um rendimento adicional (normalmente proveniente de estadias curtas), mas também – o que é mais importante – de oferecer aos habitantes da aldeia uma nova razão de ser e, uma vez que requer a criatividade e o envolvimento de muitas pessoas, tanto jovens como menos jovens, pode reforçar a integração comunitária. Como resultado, estas aldeias mostram um desenvolvimento social e económico mais intenso do que outras aldeias com recursos semelhantes.

<sup>13</sup> Esta temática inspira-se largamente nas investigações de Wacław Idziack, professor na Universidade de Koszalin.

### *Aldeias temáticas na Polónia*



Esta abordagem teve grande êxito em muitas das aldeias sublitorais no norte da Polónia, com o desemprego – associado principalmente à decadência das explorações agrícolas estatais – a atingir por vezes mais de 25% e que já afecta a segunda geração das famílias das aldeias. Nestes lugares, as comunidades possuem uma forte motivação para se lançarem num novo tipo de actividade e são muitas vezes as camadas mais carenciadas da população, incluindo as mulheres, que se envolvem mais.

Foi criado um grupo de cinco “aldeias temáticas” na região da Pomerânia Ocidental, na Polónia, no período 2005-2008, com o apoio da iniciativa comunitária EQUAL. O projecto implicou uma série de reuniões com os habitantes para os familiarizar com o conceito; uma análise dos recursos e a selecção de um tema; a preparação de um plano para criar a aldeia temática; o estabelecimento de cooperação com parceiros externos (por exemplo, universidades ou associações que conhecem o tema), administração local, escola, igreja, etc.; a realização de análises de mercado; formação e preparação da infra-estrutura técnica e organizativa; marketing do “produto”, com avaliação da satisfação dos clientes e alargamento sistemático da oferta (por exemplo, de sazonal para durante todo o ano). Foram utilizados consultores externos, mas o grande envolvimento da comunidade foi de enorme importância.

Foi preparada uma vasta gama de produtos nessas aldeias, incluindo jogos ao ar livre na aldeia de Hobbit (Sierakowo), uma rota de ensino de vida saudável (Dąbrowa), jogos de campo e sessões de produção de artigos de vime na aldeia Labyrinth (Paprotty), descoberta das tradições do Natal e da Páscoa na “Aldeia do Fim do Mundo” (Iwięcino) e contos de fadas e ciclismo (Podgórkki). Muitos dos visitantes são alunos da pré-primária e da primária, mas algumas aldeias também atraem adultos.

A experiência mostrou-se atractiva para outras aldeias na Polónia. Por exemplo, Karwno na Pomerânia, onde em 2008 o centro municipal da segurança social e outros intervenientes (conselheiro local, proprietário da exploração agrícola privatizada, etc.) lançaram uma iniciativa para criar uma aldeia temática. A decisão sobre o tema demorou seis meses e por fim Karwno tornou-se a “Aldeia da Imaginação”, oferecendo um jogo de campo, seminários de artesanato e jogos de imaginação. Em 2010 já teve 700 visitantes. As actividades de animação (envolvendo entre 23 e 37 adultos, bem como muitas crianças) levaram à criação de uma associação de aldeias e de uma banda de tambores e onde antes costumava haver apenas uma unidade de alojamento de turismo rural, agora existem quatro (um total de 45 camas) e também foi criada uma empresa de restauração. A aldeia, bem como as casas individualmente, melhoraram o seu aspecto e as pessoas sentem-se mais confiantes.

O custo total do projecto (formação e animação) foi de aproximadamente 45 000 EUR, plenamente financiado pelo FSE.

[www.wioskitematyczne.org.pl](http://www.wioskitematyczne.org.pl)

### Festivais

Os eventos culturais e os festivais ajudam não só a criar um ambiente criativo, mas também a estabelecer uma ligação efectiva entre a política cultural e a política local de desenvolvimento económico. Os festivais podem fundar-se em torno de produtos alimentares locais, mas as comunidades pesqueiras também se podem

virar para áreas mais arrojadas, como a música ou a arte. Chamar a atenção para uma zona de pesca graças ao envolvimento de artistas de fama internacional pode não ser uma solução acessível a todas as zonas de pesca, mas será interessante para alguns dos FLAG mais conhecidos ou mais ambiciosos. A cidade de Ancona, em Itália, conseguiu fazer isto com grande êxito.

#### *Festival de arte “Porti Aperti”, Itália*



As autoridades de Ancona tentaram durante alguns anos aumentar a atracção da região e promover uma imagem amigável das artes. Esta tentativa foi ligada a outra iniciativa relacionada especificamente com o património de pesca de Ancona, o festival dos “Portos Abertos”, que envolve todos os portos ao longo da costa da região das Marcas. O objectivo desta iniciativa era a abertura de portos de pesca, integrando o sector da pesca na vida urbana, dando relevo à rica história da pesca da região e promovendo o consumo do peixe local. Foi lançado inicialmente em 2005 com

o apoio do IFOP<sup>14</sup>, mas nos últimos anos foi financiado por fundos regionais e municipais.

No quadro deste festival, o município de Ancona desenvolveu em 2010 o projecto ICTYS ou “festival de arte e peixe”. O festival implicou a cooperação entre o sector das pescas e a arte contemporânea para aumentar a atracção da zona do porto. Durante um fim-de-semana em Setembro, o porto de pesca foi transformado em palco para diferentes realizações artísticas: uma exposição de fotografia (fotopoesia) sobre a vida da pesca em Ancona, a exibição ao ar livre de filmes descrevendo vários aspectos da vida da pesca, espectáculos musicais, provas de peixe local, etc. O ponto alto do evento foi a exposição de trabalhos de artistas urbanos de todo o mundo, que decoraram os cascos dos barcos de pesca e de outros edifícios do porto com grafitos ligados ao tema do mar.

O evento atraiu mais de 2000 visitantes e recebeu uma importante cobertura da comunicação social. Vinte e um artistas de rua (incluindo cinco artistas locais) decoraram os cascos de 11 barcos de pesca e numerosos edifícios do porto. O festival foi desenvolvido com a colaboração entre a cidade de Ancona, associações de pescadores locais e uma associação cultural que promove a reabilitação cultural dos territórios através da arte.

O custo do projecto foi aproximadamente de 25 000 EUR, dos quais 20 000 EUR provenientes de financiamento nacional e 5 000 EUR do município.

[www.portiaperiti.regione.marche.it](http://www.portiaperiti.regione.marche.it)

<sup>14</sup> Instrumento Financeiro de Orientação para as Pescas (IFOP), vide Regulamento do Conselho 1263/1999: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/maritime\\_affairs\\_and\\_fisheries/fisheries\\_sector\\_organisation\\_and\\_financing/l60017\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/maritime_affairs_and_fisheries/fisheries_sector_organisation_and_financing/l60017_en.htm)

### **Lições fundamentais**

- > *A criatividade humana é uma componente fundamental do desenvolvimento local e os FLAG devem ir buscar e apoiar os membros criativos da comunidade;*
- > *Os projectos artísticos e culturais não têm de ser caros, o que é necessário é capacidade para aproveitar a criatividade dos habitantes locais (assegure-se do envolvimento das mulheres e das crianças!), que podem surgir com ideias simples, mas extraordinárias (por exemplo, pintura de cascos de barcos em Ancona);*
- > *É possível desenvolver actividades criativas mesmo em pequenas cidades e zonas rurais remotas; ajuda o facto de ser numa grande cidade ou perto (Ancona, Bremerhaven), mas por vezes basta a proximidade de estâncias de férias em voga (muitas aldeias temáticas no “interior” da costa do mar Báltico);*
- > *As actividades criativas e eventos podem ajudar a atrair e a conservar pessoas com talento e a criar oportunidades para os jovens;*
- > *Incentive os promotores de projectos a recorrerem a novas tecnologias, que permitam introduzir formas inovadoras de fazer as coisas;*
- > *As actividades de arte e cultura devem começar por “eventos” (por exemplo, espectáculos e festivais), mas numa fase posterior os projectos apoiados pelo FLAG devem procurar ser sustentáveis a longo prazo (por exemplo, museus, eventos periódicos em vez de pontuais, que criem ligações permanentes com figuras essenciais do mundo da arte, etc.);*
- > *Os eventos e os equipamentos culturais podem ser utilizados como catalisadores para aprofundar o desenvolvimento.*



## 2.6 Serviços sociais e aquisição de competências

---

O envelhecimento das populações, o aumento da participação das mulheres na força de trabalho e o aumento da diversidade social e cultural são alguns dos factores que modelam actualmente a sociedade europeia. Estes factores representam ao mesmo tempo oportunidades e desafios que são relevantes para as zonas de pesca que procuram fomentar a integração social e a igualdade de oportunidades, bem como assegurar que os membros das suas comunidades se mantêm activos, qualificados e informados. No contexto da Estratégia Europa 2020, que pretende promover uma economia com emprego elevado e coesão social e territorial, a secção a seguir debruça-se sobre alguns exemplos dos tipos de serviços que os FLAG podem pensar em apoiar para transformar as respectivas zonas em sítios mais atractivos para viver, trabalhar... e acolher reformados!

### Serviços de acolhimento e empresa social

Muitas estratégias dos FLAG apontam o envelhecimento das populações como um ponto fraco das suas zonas, mas um aumento do número de idosos e de membros da comunidade dependentes oferece igualmente algumas oportunidades. Os idosos possuem conhecimentos e experiência que podem ser mobilizados por projectos imaginativos que pretendam explorar este recurso; tendem igualmente a dispor do tempo que rareia cada vez mais à população trabalhadora. Quanto aos dependentes, sejam crianças, idosos ou deficientes, representam um mercado para os serviços de cuidados que se prevê crescer significativamente no futuro. E as estruturas de acolhimento prestam serviços essenciais às comunidades, tentando conjugar as exigências dos membros dependentes das famílias e as aspirações a uma vida de trabalho activa.

A prestação de serviços aos idosos e a dependentes não só torna uma zona mais atractiva, mas também ajuda a criar empregos e novas actividades económicas para as comunidades locais, não apenas através de centros de prestação de cuidados e serviços semelhantes, mas também através das empresas que os fornecem. As zonas de pesca podem atrair residentes de longo prazo que procuram cuidados, por exemplo, numa zona costeira ou num local calmo numa zona rural para passarem à reforma. No caso de lares de reformados ou de centros de cuidados para idosos, existem muitos exemplos de empresas sociais, mas também de empresas privadas, que prestam serviços sociais essenciais com um modelo de negócio viável. As receitas podem provir dos pagamentos da segurança social e/ou de contribuições privadas.

Algumas das unidades de prestação de cuidados com maior êxito são, contudo, as mais imaginativas e combinam os cuidados com outras actividades. Em contrapartida, alguns hotéis de praia e hotéis rurais procuram activamente os idosos e os deficientes com ofertas especiais e pacotes fora da época para alargar a sua época turística. O exemplo a seguir mostra como uma exploração piscícola conseguiu combinar cuidados a deficientes com pesca de recreio para turistas.



### **Quinta de acolhimento Truta-Arco-Íris, Países Baixos**



*De Regenboogforel* (Truta-Arco-Íris) é uma quinta com dois hectares e uma exploração de aquicultura e um centro de pesca à linha, situada na aldeia de Meerkerk, no sul da Holanda. As trutas são compradas com um peso vivo de 300-600 g (1 EUR por kg) e libertadas num tanque de peixe isolado. A pesca à linha realiza-se principalmente no Verão, mas pescadores entusiastas também aparecem no Inverno. Pagam 17,50 EUR por meio-dia (manhã, tarde ou fim do dia) e podem ficar com o peixe capturado.

Em 2009, a proprietária da quinta, a Sr.<sup>a</sup> Rosita van Steenis, começou a oferecer serviços de acolhimento a jovens e adultos com deficiências físicas e mentais. Actualmente, quatro rapazes com problemas de autismo estão na quinta alguns meios-dias por semana como clientes de cuidados.

O preço oficial é de 45 EUR por cada cliente em acolhimento e por meio-dia e, nos Países Baixos, os cuidados prestados por este tipo de propriedades estão isentos de IVA.

As actividades centram-se principalmente no trabalho: limpeza, ajudar a libertar os peixes, alimentar os peixes e outros animais, receber os pescadores, preparar as canas e o isco, responder às perguntas dos pescadores, etc. Ajudam igualmente a fumar as trutas, trabalham na horta ou no refeitório e por vezes têm tempo para pescar. As actividades, como em qualquer quinta, variam consoante a época: no Verão a atenção vira-se para a pesca à linha, enquanto a manutenção é mais intensiva no Inverno.

A Sr.<sup>a</sup> Van Steenis está entusiasmada com o facto de o trabalho na exploração piscícola oferecer oportunidades de acolhimento e de aprendizagem para estes jovens e de contribuir claramente para o seu desenvolvimento pessoal. Dá prioridade à qualidade sobre a quantidade e por isso só aceita o número de pessoas que permita um nível de cuidados que ajude cada um a desenvolver as suas competências sociais a um ritmo que se lhes adapte. A Sr.<sup>a</sup> Van Steenis colabora activamente com a Associação de Quintas de Acolhimento em Utreque para encontrar hóspedes, avaliar as suas experiências e melhorar a qualidade dos cuidados prestados na quinta. A interacção com os pescadores à linha oferece uma excelente oportunidade para este tipo de hóspedes estabelecerem contactos sociais com pessoas normais, enquanto os clientes pescadores asseguram a viabilidade económica da quinta.

Informações para contacto: [info@forelvisvijverszederik.nl](mailto:info@forelvisvijverszederik.nl)

O projecto a seguir é outro exemplo de inclusão social, mas desta vez através de emprego remunerado. Esta empresa social preenche uma função social, oferecendo aos deficientes uma oportunidade de terem um

papel activo numa empresa em funcionamento, em que podem dar o seu contributo com as competências e/ou conhecimentos que possuem, bem como uma função económica, ao gerar rendimentos e empregos na zona.

### ***Entre mar e terra:***

#### ***promover o emprego de pescadores deficientes, França***



A associação “Navicule Bleue”, com o apoio do *FLAG de Marennes Oléron*, desenvolveu um conjunto de ferramentas, incluindo formação e aconselhamento, para permitir que pescadores feridos no mar sejam reintegrados no mercado de trabalho. O projecto incluiu uma análise global das necessidades de antigos pescadores com deficiência, bem como a criação de oportunidades de emprego adaptado ou protegido em actividades de pesca e outras actividades marítimas.

Foi criada uma empresa social, sob a forma de um ateliê adaptado (“Atelier des Gens de Mer”), com seis postos de trabalho equivalentes a tempo inteiro. O financiamento do Eixo 4 foi utilizado, nomeadamente, para a aquisição de equipamento

adaptado às necessidades dos trabalhadores deficientes. O ateliê fornece serviços de pessoal qualificado a clientes no porto, assegurando uma qualidade adequada do serviço e mantendo ao mesmo tempo a comunicação e o aumento da sensibilização dos clientes.

As lições a tirar deste projecto incluem:

- > a necessidade de competências especializadas para identificar as necessidades e as limitações em relação ao tipo de deficiência e ao contexto social;
- > a importância de envolver os próprios beneficiários enquanto agentes da mudança;
- > a necessidade de adaptabilidade, ou seja, uma avaliação constante das capacidades dos trabalhadores para determinar a estrutura de apoio necessária;
- > a necessidade de sustentabilidade: desenvolvimento de um modelo económico auto-suficiente e de um “plano de actividades sociais”.

Está a ser aplicada actualmente uma abordagem semelhante, em maior escala, noutra zona de pesca em França (*Arcachon*), com o objectivo de criar 60 postos de trabalho a tempo inteiro, incluindo trabalho numa incubadora local, reparação de redes e actividades conexas no porto.

Custo total: 89 300 EUR; apoio do Eixo 4: 30 000 EUR

Contacto: [thleques@wanadoo.fr](mailto:thleques@wanadoo.fr)

<http://naviculebleue.com/>

### Creches e acolhimento de crianças

Mais do que simples oportunidade empresarial, a prestação de serviços de acolhimento de crianças e de actividades centradas nas crianças pode dar um importante contributo para aumentar a qualidade de vida em zonas de pesca. E constitui um elemento essencial para permitir aos membros da comunidade, em especial às mulheres, terem acesso à formação e ao emprego.

Daí também um importante benefício económico na prestação flexível de serviços de acolhimento de crianças, na medida em que tem potencialidades para criar emprego, nomeadamente aumentar as taxas de emprego das mulheres, e como veremos no exemplo a seguir pode igualmente completar actividades turísticas e de lazer e reforçar ao mesmo tempo a coesão da comunidade.

#### *Jardim de infância e parque de aventuras interior “Little Rascals”, Irlanda*

O jardim de infância e parque de aventuras “Little Rascals”, situado na cidade de Mallow, Condado de Cork (Irlanda), foi desenvolvido como uma estrutura de bem-estar tanto para os visitantes como para os habitantes da zona. Oferece serviços regulares de acolhimento de crianças aos membros da comunidade, bem como uma zona de recreio interior para crianças com equipamentos maleáveis, como piscinas de bolas, escorregas e infra-estruturas para escalar e entreter crianças dos seis meses aos doze anos. É dada grande ênfase ao desenvolvimento do centro, permitindo o acesso a crianças com deficiência, com uma gama de ateliês e actividades destinadas a iniciar as crianças na música e na dança. Existe igualmente uma zona maleável para as crianças mais velhas jogarem basquetebol e futebol.

O GAL local do LEADER, Blackwater Resource Development Ltd., apoiou o desenvolvimento destas instalações com actividades de tutoria e de aconselhamento, promoção e publicidade e também com uma subvenção em capital. Com efeito, este projecto veio complementar a estratégia local do GAL, preenchendo uma lacuna identificada na oferta de acolhimento de crianças. O GAL também considerou haver fortes benefícios sociais e económicos para a zona, nomeadamente um impacto positivo para o turismo.

O parque de aventuras “Little Rascals” tem actualmente seis anos de existência. Emprega 10 pessoas e pode acolher até 250 crianças ao mesmo tempo. A estrutura está a ser promovida pelas autoridades turísticas nacionais e regionais como “a festa ideal para as crianças e para os pais” e é vista como aumentando significativamente a atracção turística da zona. Quanto às famílias locais, mais de 400 recorrem regularmente aos seus serviços e a estrutura, com um espaço para os adultos conviverem enquanto os filhos são devidamente cuidados, tornou-se um centro social na comunidade.

Ao longo dos anos, o LEADER na Irlanda apoiou muitos centros de recreio e de aventuras baseados na comunidade e privados, destinados às famílias e às crianças. Estes projectos têm um importante benefício económico, mas também está provado que melhoram o espírito comunitário.

Custo total: 130 000 EUR. Subvenção do LEADER: 65 000 EUR (50%) no quadro da medida de turismo local

[www.avondhublackwater.com](http://www.avondhublackwater.com) e [www.littlerascals.ie](http://www.littlerascals.ie)

### Coesão da comunidade

Como a economia se tornou cada vez mais diversificada, é raro hoje em dia que as comunidades desfrutem dos laços sociais que resultam de uma dependência comum de um sector único, como a pesca ou a agricultura. Além disso, à medida que a mobilidade aumenta e a migração se torna comum, os recém-chegados, muitas vezes sem quaisquer laços anteriores com os membros de uma comunidade, aparecem cada vez mais em muitas zonas. No entanto, a importância da coesão da comunidade e um sentimento de identidade partilhado não deve ser subestimado.

Isto é especialmente verdade em zonas de pesca, onde as comunidades estão cada vez mais a perder contacto com o seu património da pesca. Com efeito, as comunidades locais coesivas, com mais consciência e orgulho

nas suas tradições e no seu património, estão melhor colocadas para mobilizar os recursos que as suas zonas têm para oferecer e para beneficiar do capital social e construir zonas interessantes, agradáveis e acolhedoras para as pessoas viverem e visitarem.

Os FLAG podem fazer muito para fomentar a coesão comunitária, incluindo a promoção de projectos que reúnam diferentes grupos de interesses em torno de um objectivo comum. No entanto, o processo de criar laços comunitários mais fortes pode começar por simplesmente proporcionar um espaço para os membros da comunidade se encontrarem e interagirem. Estes projectos começam frequentemente numa base voluntária, mas com o tempo podem tornar-se igualmente empresas viáveis em si mesmas.

#### O bar “comunitário”, França



Desde 2009 que a pequena aldeia de Lherm (230 habitantes), no sudoeste da França, encontrou um novo dinamismo graças à abertura do *Bar à Trucs*, um bar-restaurante animado e gerido por uma associação local sem fins lucrativos.

Numa aldeia que a pouco e pouco perdeu todos os seus estabelecimentos comerciais, os residentes foram obrigados a pensar de forma criativa para restabelecer aquilo que consideravam essencial para o

modo de vida local. A resposta foi o *Bar à Trucs*, uma empresa comunitária que presta um conjunto de serviços e actividades e que proporciona um novo ponto central para interacção local.

Mais do que um simples bar-restaurante, o *Bar à Trucs* tornou-se um local popular de música ao vivo, que acolhe muitas bandas locais num programa bem preenchido de concertos ao fim-de-semana. Também existe uma “micromercearia” bem abastecida, que vende bens essenciais para a cozinha e para o lar e uma série de produtos locais adquiridos num raio de 10 milhas à volta de Lherm. Uma entrega diária de pão fresco dá igualmente aos habitantes locais oportunidade de visitarem o bar para tomar rapidamente um café, conversar ou ler o jornal, enquanto compram a *baguette* para o almoço. Em cima existe uma biblioteca pública, com acesso à Internet, que aumenta ainda mais a natureza colectiva e de multisserviços do edifício.

O facto de ser gerida por uma associação, com uma equipa de voluntários a ajudar, fez do bar uma empresa participativa, o que, juntamente com o apoio incondicional do presidente da câmara e do conselho municipal, é considerado um motivo fundamental do seu sucesso.

Graças a este apoio local, o *Bar à Trucs* tornou-se um negócio bem sucedido e viável. Ao lado dos muitos benefícios sociais que traz à aldeia, tem igualmente um valioso papel económico, assegurando que a aldeia beneficie dos muitos turistas que atrai todos os anos e dando emprego a tempo inteiro a três habitantes.

Contacto: [baratrucs.lherm46@yahoo.fr](mailto:baratrucs.lherm46@yahoo.fr)

### **Aquisição de competências**

O recurso mais importante em qualquer zona são as pessoas. Afinal são as pessoas os protagonistas de qualquer diversificação. Fornecer às pessoas as competências não só para trabalharem, mas também para serem competitivas num mundo cada vez mais globalizado e em mudança, deve ser um elemento fundamental de qualquer estratégia de desenvolvimento local.

Nas comunidades pesqueiras normalmente não havia qualquer necessidade premente de um nível educativo mais elevado ou de competências específicas em tecnologias de informação e comunicação (TIC). No entanto, com a reestruturação em curso do sector, as coisas estão a mudar. Os pescadores e as mulheres agora têm de ser pessoas que sabem mais do que apanhar peixe. As competências empresariais, de informática e de comunicação podem todas contribuir para assegurar que a pesca e as actividades relacionadas são lucrativas e adaptadas à vida moderna: eficientes, sustentáveis e acessíveis. Com a diminuição do número de empregos na pesca, muitos serão igualmente forçados a mudar para outros sectores e a formação que irá apoiar estas pessoas para terem êxito nestes diferentes sectores é fundamental em qualquer estratégia de diversificação.

O mesmo se diga em relação à formação de outras pessoas na comunidade, sejam do sector da transformação, proprietários de lojas ou operadores turísticos. É necessário um conjunto de actividades de formação e de reciclagem e, com base nas características dos seus territórios, os FLAG devem pensar nas necessidades e exigências de formação para aproveitar ao máximo os recursos das suas zonas. Devem pensar que tipo de projectos de formação equipará melhor as suas comunidades com as competências necessárias e úteis.

### ***Competências empresariais e especializadas***

Apoio empresarial gratuito ou subsidiado a empresários e a PME já é concedido em muitas zonas e, sempre que possível, os FLAG devem ter conhecimento dos cursos que são oferecidos localmente e ser proactivos a incentivar a frequência desses cursos. Consoante o país, esses cursos podem ser oferecidos pelos serviços de emprego locais, por faculdades ou por agências especializadas e é importante para os FLAG estabelecer e manterem boas relações com essas organizações. O exemplo a seguir mostra como as zonas de pesca podem beneficiar quando os membros da comunidade frequentam acções de formação especializadas.

### ***Consultoria de pescas, Países Baixos***

Post Consultancy não é uma empresa normal de contabilidade. O Sr. Post, com 39 anos, director e fundador desta empresa, que agora emprega cinco pessoas, foi um pescador profissional durante 13 anos. Em 2007, para ajudar o negócio da família em dificuldades (uma empresa de pesca que possuía um único barco), o Sr. Post ficou em terra para tratar dos aspectos contabilísticos da empresa – e para se reciclar e passar a ser contabilista. Realizou a sua formação paralelamente às actividades de pesca e, com o novo diploma na mão, utilizou-o para reformular o negócio familiar.

O Sr. Post explica que os pescadores passam a maior parte do tempo no mar, realizando um trabalho difícil, e o pouco tempo que lhes resta em casa querem passá-lo com a família. Tornarem-se empresários ou pensarem noutros aspectos da sua actividade que não estejam intimamente relacionados com a pesca (debates políticos, regulamentação, impostos, contabilidade...) não fazem parte das suas prioridades. Mas todas estas questões são hoje cruciais na vida dos pescadores, na medida em que têm um impacto forte e directo no futuro da sua indústria.

Tendo salvo a empresa de pesca familiar da falência e tendo-a colocado numa situação saudável, o Sr. Post vendeu-a um ano mais tarde e desde 2007 presta consultoria empresarial e contabilística a empresas e trabalhadores da pesca, que em conjunto representam cerca de 60% do seu volume de negócios. O seu conhecimento excepcional do sector assegura-lhe uma forte vantagem competitiva, uma vez que fala a mesma linguagem que os seus clientes. Estes não têm de perder tempo a dar explicações sobre quotas, zonas de pesca, regulamentação das capturas, etc. E ele compreende as complexidades da contabilidade de barcos que arvoram diferentes pavilhões.

#### **Desafios**

É evidente que não se devem subestimar os requisitos inerentes a estas novas actividades. Para além da adaptação a um estilo de vida muito diferente, com um horário de trabalho específico, para ser contabilista também é preciso, por exemplo, dar uma atenção especial aos pormenores, ter vontade de acompanhar regulamentos que estão constantemente a evoluir e, além disso, é necessário estudar para obter um diploma! Também tem de ter um escritório, investir em equipamento, como computadores e telefones... e, um custo a não subestimar, encontrar e adquirir software de contabilidade adequado.

Actualmente, o Sr. Post continua comprometido com a indústria da pesca e mantém contactos com os seus antigos colegas, porque procura olhar pelos seus interesses.

*[www.post-consultancy.nl](http://www.post-consultancy.nl)*



Os FLAG podem ser igualmente proactivos na identificação e análise das lacunas quanto ao tipo de formação oferecida num território e, quando necessário, tomar medidas para colmatar estas lacunas: encontrando um promotor de projectos com competências e entusiasmo para criar soluções a longo prazo ou contraindo um centro ou uma pessoa para dar um curso de formação específico. A seguir incluímos uma série de exemplos que podem dar alguma inspiração aos FLAG.

### **TIC**

A aplicação das tecnologias da informação e comunicação fornece uma excelente oportunidade às regiões para competirem eficazmente e portanto para gerar desenvolvimento económico. A formação nas TIC é um meio de desenvolver as competências, a capacidade e a confiança (proporcionando novas oportunidades de emprego) para poder controlar e trabalhar com estas tecnologias modernas.

#### ***Formação em informática para mariscadores, Espanha***

A *Cofradía* (cooperativa de pesca) de Barqueiro-Bares, Galiza, recebeu uma subvenção do FLAG local para oferecer formação no domínio das TIC aos mariscadores, a fim de poderem ter um papel mais activo no marketing e na venda dos seus produtos.

A capacidade de navegar na Internet, por exemplo, e de descarregar e preencher formulários de venda e de entrega foi considerada essencial, uma vez que sem essa capacidade estes mariscadores estavam dependentes da presença de um intermediário na *Cofradía*.

O curso forneceu-lhes competências básicas para trabalharem com o computador e o teclado, incluindo uma introdução ao Word, para poderem escrever cartas, criar quadros e guardar informações. Também lhes deu formação de base sobre a Internet para poderem ter acesso a informações como os planos de gestão locais relativos aos seus recursos e para descarregarem documentos como os formulários de entrega que têm de ser preenchidos aquando da primeira venda.

Custo total: 2 450 EUR, financiado a 100% pelo FLAG.

Dados para contacto: [gac1@accioncosteira.es](mailto:gac1@accioncosteira.es)

### *Cursos direccionados*

Com base numa análise das necessidades, os FLAG podem querer dar formação específica (por exemplo, a pescadores e mulheres), sejam cursos orientados para as TIC ou outros. Esta formação pode ir de simples

cursos que fornecem competências básicas, mas essenciais, até pacotes de formação mais integrados.

No Capítulo 3, secção 3.2, podem encontrar-se mais orientações para os FLAG sobre o papel que podem ter no desenvolvimento do potencial humano no seu território.

### *Cursos para pescadores que querem trabalhar no turismo, Finlândia*



Os pescadores do nordeste da Finlândia estavam cientes de que podiam obter um rendimento adicional se fizessem uma diversificação para o turismo, mas faltavam-lhes as competências e os conhecimentos para que tal se pudesse tornar uma realidade. O FLAG contactou em seu nome o responsável pelo turismo da cidade de Sodankylä e, com base nos resultados de um inquérito e de reuniões entre os pescadores, as autoridades locais e o FLAG, foi concebido um pacote para dar resposta às suas necessidades específicas.

Foram oferecidos sete cursos sobre segurança, de 1 a 4 dias cada um, que abrangeram questões como a documentação de segurança necessária, primeiros socorros e como manejar um barco com turistas a bordo. No final deste conjunto de cursos os 14 pescadores participantes obtiveram as respectivas licenças para levar turistas a bordo.

Além disso, foi oferecida formação no domínio do serviço a clientes e da criação de um produto turístico, para ajudar os pescadores a compreender e desenvolver actividades empresariais viáveis, adaptadas ao perfil dos turistas visados. Nesta fase houve trabalho de grupos, assim como estudo individual e apoio personalizado, para permitir o intercâmbio de ideias, mas também para os pescadores obterem comentários sobre ideias de negócios que não queriam partilhar com potenciais concorrentes.

Por último, o projecto incluiu visitas de estudo a empresas bem sucedidas e outras menos bem sucedidas da zona. Isto permitiu aos pescadores ficarem com uma percepção directa do trabalho das empresas turísticas, bem como fazer contactos importantes que os podem levar até clientes.

Custo total: 78 000 EUR. Apoio do Eixo 4: 70 200 EUR (90%)

Promotor do projecto: autarquia de Sodankylä

### **Lições fundamentais**

- > *As actividades que prestam um benefício social também podem ser rendíveis! Por vezes é necessário combinar actividades complementares para assegurar a viabilidade económica (Quinta Truta Arco-Íris; “Little Rascals”).*
- > *As pessoas são o maior “capital” das zonas de pesca. Invista para lhes dar competências para diversificarem as respectivas zonas (variedade de cursos).*
- > *Incentive eventuais promotores de projectos e outros intervenientes a reflectir em soluções adaptadas às necessidades específicas da comunidade (pacote turístico para pescadores, Finlândia).*
- > *Seja imaginativo! Transforme as “fraquezas” em oportunidades (actividades de recreio e de acolhimento de idosos, aproveitando mais a experiência de pescadores deficientes do que permitindo que se tornem dependentes).*
- > *Não perca de vista os fundamentos empresariais: todas as empresas, quer sejam orientadas para o lucro ou sem fins lucrativos, devem ser viáveis para poderem sobreviver. Em especial na prestação de serviços sociais, os promotores não devem ignorar os elementos essenciais da boa gestão financeira (bar “comunitário”).*

## 3. Passos fundamentais para implementar uma estratégia de diversificação

### 3.1 Introdução

O presente capítulo debruça-se sobre as medidas concretas que os FLAG podem tomar para incentivar um processo de diversificação sustentável em termos económicos, sociais e ambientais.

Quando nos referimos a uma “estratégia de diversificação” não se trata simplesmente daquilo que foi escrito na proposta de financiamento do Eixo 4. Este será sempre o ponto de partida, mas muitas vezes foi redigido em termos relativamente gerais para permitir uma flexibilidade operacional. Por estratégia queremos significar apenas que as actividades realizadas pelo FLAG para apoiar a diversificação devem ser bem planeadas, sistemáticas e centradas em prioridades claras.

Esta estratégia deve ponderar uma série de elementos estreitamente ligados e que podem ser classificados de diferentes formas. A fim de fornecer aos FLAG uma estrutura operacional simples, identificámos **cinco domínios** que devem ser abrangidos na elaboração de uma boa estratégia de diversificação.

Embora os FLAG tenham de começar por clarificar as ideias essenciais para a diversificação e identificar as pessoas que os apoiam, todos estes campos interagem entre si e por isso **têm de ser considerados em conjunto**.

**Ideias.** Quais são os principais objectivos e prioridades da diversificação? Quais são as ameaças comuns ou os temas unificadores que asseguram que os recursos são orientados para as intervenções com o máximo efeito multiplicador? Quais são os recursos e actividades locais com maiores potencialidades? Qual é a melhor forma de estimular o pensamento criativo e novas ideias de projectos?

**Pessoas.** Quem são os intervenientes principais – líderes de projectos, promotores, catalisadores, financiadores, utilizadores? Como assegurar que grupos imprescindíveis, como pescadores, mulheres e jovens, participem e beneficiem da diversificação?

**Apoio coordenado.** Que formas e combinações de apoio são mais adequadas em cada contexto? Quem deve fazer o quê e como assegurar que as acções se reforçam, em vez de se contrariarem?

**Tempo.** Quando são necessárias as diferentes intervenções, por que ordem e qual o calendário e os prazos de intervenção?

**Lugar.** Quais são os locais mais adequados para as novas actividades no território (atendendo à acessibilidade, às infra-estruturas e aos equipamentos locais)?

## 3.2 Qual o papel dos FLAG?

O âmbito de acção e o conjunto de funções dos FLAG dependem fortemente do contexto local e, em especial, do seu orçamento, da quantidade de pessoal e das respectivas competências, da sua posição nos sistemas de governação local, da existência de outras agências locais e de eventuais regulamentações específicas nacionais ou regionais. Com excepção de algumas zonas onde estão a operar quase isolados, os FLAG terão sempre de trabalhar paralelamente e, se possível em aliança, com outras organizações locais. Em todos os casos, contudo, os FLAG são mais do que um simples serviço descentralizado para conceder subvenções.

### Ideias: desencadear a mudança

Se um FLAG quiser promover uma verdadeira mudança é muito importante desenvolver uma visão comum do tipo de diversificação que gostaria de incentivar nos próximos 5 a 10 anos, digamos, e garantir um acordo (escrito ou não) sobre como chegar lá. A não ser assim existe o perigo de prevalecer uma abordagem do tipo “atendimento por ordem de chegada”, com os projectos a serem apresentados pelos ‘suspeitos do costume’ e serem projectos-tipo ou avessos ao risco. Uma verdadeira mudança exige visão e normalmente implica pelo menos dois processos complementares:



> Primeiro, implica “regressar à rua” e aprofundar a criatividade e o diálogo com os intervenientes locais, que se iniciou quando a estratégia do FLAG foi elaborada. Trabalhar com as pessoas, criar ideias, utilizar grupos de trabalho sectoriais ou temáticos, *task-forces*, incentivar fóruns locais, reais ou virtuais, plataformas, visitas de estudo, intercâmbios e tutoria. São tudo instrumentos criativos importantes que promovem a aprendizagem mútua e o enriquecimento cruzado de ideias, captam novas ideias e envolvem as populações locais na implementação dessas ideias. Se quiserem mais do que uma simples lista de sectores ou projectos promissores e decisões sobre rubricas orçamentais, os FLAG também podem procurar identificar:

- Um ou dois **temas unificadores** essenciais enraizados na história, ambiente, economia ou sociedade da zona, que podem ser traduzidos num fio condutor que atravesse a estratégia de diversificação;
  - Os **recursos e as actividades locais** com mais potencialidades;
  - Possíveis **projectos estratégicos** (emblemáticos) que efectivamente reflectam estes temas, de preferência com fortes efeitos multiplicadores ou unificadores;
  - **Projectos-piloto** (tanto individuais como colectivos), primeiros triunfos que podem motivar outros projectos pela apresentação de resultados tangíveis.
- > Segundo, olhar antes de avançar, ser intransigente e objectivo na verificação da realidade sobre os temas unificadores e as actividades prioritárias. O pessoal de apoio e os intervenientes mais entusiastas podem deixar-se empolgar pelo sector mais na moda, mas como vimos no Capítulo 2 a concorrência é intensa em muitos destes sectores modernos e emergentes. É preciso estabelecer

certas condições antes de os temas poderem ser considerados como uma opção de diversificação realista. Se o FLAG vai promover a diversificação, precisa de pensar nas condições de entrada em cada novo sector de actividade. Pense em delinear o seu apoio de forma integrada, o que ajuda a ultrapassar os verdadeiros estrangulamentos. Com o

tempo os FLAG ganharão experiência sobre o que é viável em cada sector nas suas zonas, mas inicialmente vale a pena investir na consulta de especialistas sobre as condições de entrada para os promotores de projectos privados, utilizando grelhas como o exemplo a seguir.

Condições de entrada na actividade/sector <sup>15</sup>	Classificação
Carácter distintivo do produto/serviço proposto	
Volume dos investimentos necessários	
Dimensão/tendências do mercado existente/potencial	
Grau de concorrência interna e externa	
Grau de acessibilidade do mercado	
Nível de controlo local da tecnologia/processo de produção	
Competências disponíveis localmente	
Barreiras jurídicas, administrativas e fiscais	
Qualidade da infra-estrutura e dos serviços complementares	
Outras: necessidade de mão-de-obra (tempo), sazonalidade, compatibilidade/ligações com a pesca, etc.	

Os FLAG também precisam de examinar os **projectos públicos ou os projectos que não geram receitas**, como investimentos em infra-estruturas ou formação, por causa da contribuição que podem dar para a diversificação. Os membros dos FLAG têm de distinguir entre os investimentos que proporcionam benefícios gerais para a zona (por exemplo, acções de formação genéricas em línguas ou competências informáticas) e os que realmente criam as condições de diversificação e promovem uma mudança efectiva (por exemplo, formação específica adaptada às necessidades bem definidas de projectos de diversificação). Neste caso pode ser útil um aconselhamento profissional e acções de formação para os membros do FLAG.

Logo que a incidência de uma estratégia de diversificação seja identificada, o FLAG tem de comunicar mensagens claras, através de uma eficaz campanha de comunicação interna e externa. Se o FLAG não tiver competências internas para isso, deve mobilizar o apoio de profissionais experientes em design, marketing e marcas territoriais, que podem ajudar a reforçar o impacto.

<sup>15</sup> A Agro Campus Ouest elaborou vários guias úteis com a classificação das condições de entrada dos pescadores em certas actividades estreitamente relacionadas, mas continuando a pescar: *Guide des Activités de Pêche et de Conchyliculture en Bretagne e Diversification des Activités de Pêche en Bretagne*.



#### *Instrumentos possíveis*

- > Utilização plena dos órgãos de decisão e da parceria para mobilizar o apoio dos líderes locais para a via escolhida;
- > Acordo sobre **temas unificadores** e possíveis **projectos estratégicos** e **projectos-piloto**;
- > Reuniões temáticas ou com intervenientes detentores de interesses geográficos definidos; grupos de trabalho utilizando diferentes técnicas de participação (planificação do cenário, diálogo sobre o futuro, etc.);
- > Selecção das actividades, sectores e subsectores promissores que representam oportunidades ou lacunas a colmatar (considerando as questões do “peso morto” e os sectores tradicionais e emergentes, tal como mencionado no Capítulo 1);
- > Aconselhamento de especialistas e ou de empresários de diferentes sectores sobre as condições de entrada em certos sectores fundamentais e sobre o potencial do mercado;
- > Envolvimento de profissionais na concepção e no marketing territorial para desenvolver uma estratégia de comunicação;
- > Envolvimento dos meios de comunicação locais (artigos na imprensa local, entrevistas na rádio ou televisão local, meios de comunicação na Internet) para atingir e incentivar eventuais promotores de projectos;
- > Pavilhões de informação organizados pelo FLAG em eventos locais;
- > Elaboração (ou levar os beneficiários a elaborar) de curtas descrições dos projectos (estudos de casos) escritas numa linguagem simples e não técnica;
- > Criação de uma base de dados de fotografias, filmes e outros materiais visuais relativos aos projectos.

#### **Pessoas: motores da diversificação**

As pessoas são o recurso **mais** importante de todas as estratégias de diversificação local. Embora as novas ideias permitam desencadear uma estratégia de diversificação bem sucedida sem o envolvimento de pessoas motivadas na sua realização, a verdade é que as mesmas não se desenvolverão como verdadeiros projectos activos e sustentáveis. A contribuição crítica do FLAG consiste em identificar, aconselhar, motivar, dar formação e ajudar a organizar as pessoas, os promotores de projectos e os trabalhadores que estarão efectivamente à frente de uma verdadeira diversificação.

Estas pessoas, os empresários e os trabalhadores têm de possuir as competências adequadas para fazer avançar a diversificação e realizar acções sustentáveis. Nem todos os FLAG terão todos os recursos ou competências para dar apoio às empresas ou dar formação directamente aos promotores de projectos e não cabe aos FLAG fornecer a formação profissional de carácter geral na zona. Contudo, o FLAG está muitas vezes excepcionalmente posicionado para promover uma **abordagem estratégica dos recursos humanos**. Pode fazer uma análise e desenvolver uma visão geral da procura local de competências e da oferta disponível e a partir daí definir as necessidades da zona, em especial as lacunas que têm de ser colmatadas para apoiar uma diversificação com êxito.

O FLAG também pode desempenhar um papel fundamental ajudando a melhorar o ajustamento entre as necessidades e a oferta de formação, funcionando como um **intermediário** entre as populações locais, as organizações de formação e de apoio às empresas existentes e os empregadores. Existem muitas possibilidades: por exemplo, o próprio FLAG pode conceber um projecto de formação, contratar um formador ou assegurar ele próprio a formação; noutros casos pode trabalhar com uma instituição de formação local e/ou uma ONG que tenha apresentado uma candidatura ao FLAG.

A experiência revela que os grupos de acção local tendem a prestar três tipos principais de formação:

- > Fomento de capacidades para o desenvolvimento local (para grupos comunitários e para o FLAG);
- > formação específica em empreendedorismo; e
- > formação para assegurar as competências específicas e genéricas necessárias para actividades e sectores emergentes.

A prioridade, o verdadeiro valor acrescentado do FLAG em todos estes casos, não é apenas colmatar as lacunas com cursos normais, mas conceber uma sucessão de abordagens de acção-aprendizagem adaptadas às verdadeiras necessidades de diversificação da zona e dos seus projectos.

Quais são os grupos prioritários para as intervenções do FLAG nos recursos humanos?

Primeiro os **pescadores**. Um dos principais objectivos de todas as estratégias de diversificação nas zonas de pesca deve ser assegurar que os pescadores são colocados no centro da mudança económica e das novas

oportunidades e actividades e que beneficiam delas. Os pescadores possuem inúmeros conhecimentos do mar e das actividades marítimas, do ambiente costeiro e dos recursos marítimos, mas o potencial destes conhecimentos e a sua relevância alargada não é muitas vezes reconhecida nem devidamente valorizada. A exploração deste potencial exige conhecimentos de desenvolvimento de projectos e de empreendedorismo, marketing, relações com clientes, segurança dos passageiros, TI, línguas e outras competências específicas e genéricas que os pescadores podem não ter ou ter dificuldades em desenvolver.

O segundo grupo representa as **mulheres** locais – as mulheres ou companheiras dos pescadores e outras mulheres que trabalham no sector das pescas ou em actividades auxiliares (nomeadamente na transformação, apanha de crustáceos e moluscos, reparação das redes, etc.). Estas últimas actividades incluem muitos trabalhadores em tempo parcial, para os quais a realização de actividades locais pode proporcionar uma boa oportunidade de complementar os seus rendimentos e melhorar a segurança financeira. As mulheres e as companheiras dos pescadores trabalham muitas vezes sem serem remuneradas, administrando e apoiando as operações de pesca, em pequena escala, dos maridos, uma contribuição essencial para a sua sobrevivência. Estas mulheres tomam frequentemente a iniciativa de uma diversificação para actividades conexas, como a comercialização directa, a transformação em pequena escala, o fornecimento de refeições, restaurantes e alojamento e serviços culturais e sociais. Contribuir para esta transição através de apoio e formação específicos para aumentar a confiança e desenvolver capacidade empresarial e outras competências específicas e genéricas, motiva e melhora as possibilidades de sucesso tanto na nova actividade como na actividade de base. Frequentemente não se dá prioridade às necessidades das mulheres, mas a sua participação pode ser facilitada assegurando critérios favoráveis de selecção de projectos, o seu envolvimento nos órgãos de decisão do FLAG e investindo ou de qualquer modo assegurando acesso a serviços de apoio, como serviços de acolhimento de crianças, a um preço acessível.



Para que a pesca e as zonas de pesca tenha futuro, precisam de encontrar maneiras de estabelecer ligações com os **jovens**. A situação actual, em que a média etária dos pescadores é superior à idade oficial da reforma em muitas zonas de pesca, é insustentável. É por isso que a atracção e conservação de jovens é apontada como um importante desafio para o sector em muitas zonas de pesca. Estes jovens possuem energia e imaginação e estão familiarizados com novas tecnologias para conduzir as suas zonas de pesca para novas direcções. Para que contribuam eficazmente devem ser

apoiados quando lhes falta experiência ou capital, ser integrados no processo de tomada de decisões e ser-lhes dadas responsabilidades concretas. Os FLAG têm de ser proactivos, assegurar que os jovens estão representados na administração, incentivar jovens promotores de projectos a avançarem com ideias e fornecer-lhes meios para se associarem a outros que os possam ajudar a transformar essas ideias em realidade. Há muitas oportunidades para associar os conhecimentos e a experiência das pessoas mais idosas da zona com a energia e o entusiasmo dos jovens.

#### *Instrumentos possíveis*

- > Trabalho de animação (por exemplo, através de sessões regulares de aconselhamento local ou virtualmente) com grupos prioritários, como os pescadores, as mulheres e os jovens, pode ajudar os FLAG a compreenderem melhor as reais necessidades, motivações, interesses comuns, conflitos potenciais e obstáculos ao envolvimento;
- > Identificação de líderes e de actividades em pequenas escala, assegurando primeiros triunfos que podem criar consideração e confiança. Concentrar-se primeiro nas oportunidades e depois tratar das carências;
- > Fazer o levantamento das competências (formais e tácitas) disponíveis, da oferta de ensino e formação existente e das necessidades de qualificações em empresas existentes e novos projectos potenciais;
- > Identificar as lacunas no apoio às empresas e na formação, por grupos prioritários, zonas e sectores;
- > Criar um fórum ou grupo de trabalho que reúna as organizações de ensino e formação e que dão apoio às empresas, bem como os empregadores;
- > Dar prioridade e incentivar as iniciativas locais de formação e de apoio às empresas que dêem resposta a necessidades identificadas;
- > Criar uma base de dados de consultores, formadores e outros especialistas locais que possam dar assistência especializada aos beneficiários dos projectos (por exemplo, em questões financeiras ou técnicas). Esta base deve ser actualizada regularmente, tendo em conta as recomendações dos clientes;
- > Arranjar espaço e instalações para acções de formação e reuniões entre promotores de projectos e consultores;
- > Apoiar visitas de estudo e regimes de tutoria, trazendo conferencistas à zona.

## Pacotes de apoio coordenados

Um papel essencial do FLAG numa série de domínios é funcionar como intermediário; o que significa isso neste caso? O FLAG intermediário avalia aquilo que se pode fazer internamente, verifica o apoio local e mais alargado disponível de outras agências e depois certifica-se de que os elementos estão coordenados e trabalham em conjunto para otimizar as condições de diversificação. Esta intermediação exige a atitude e a competência de um “empresário territorial”, respondendo rapidamente e de forma imaginativa a oportunidades de inovação na zona. As autoridades de gestão têm de ter cuidado para assegurar que os procedimentos do Eixo 4 não impedem isto e que são suficientemente flexíveis.

Os FLAG podem desempenhar este papel de coordenação de três maneiras diferentes pelo menos.

Primeiro, os FLAG podem assegurar a coordenação entre diferentes **medidas de apoio** recorrendo ao conjunto de instrumentos (medidas) à sua disposição. A arte de cada FLAG reside exactamente na sua capacidade para aparecer com o pacote de medidas de apoio adequado no lugar e no momento certo para criar as condições óptimas de diversificação<sup>16</sup>. Não serve de nada distribuir subvenções se as competências não existirem e se as tecnologias forem desconhecidas. É inútil investir na formação se o investimento essencial para produzir de forma competitiva for inacessível ou se o mercado já estiver saturado. O verdadeiro valor acrescentado do FLAG está na capacidade de ouvir directamente os promotores do projecto, compreender a situação local e as oportunidades de mercado e coordenar-se com outras agências. Nesta base pode a seguir conceber pacotes de apoio rápidos e flexíveis adaptados às necessidades locais.

A segunda coisa que os FLAG podem fazer é melhorar a coerência entre diferentes projectos de diversificação e os investimentos, podendo assegurar complementaridade entre os projectos. Por exemplo, podem ajudar a assegurar a existência da infra-estrutura necessária para um projecto (isto é, acesso, paisagismo, melhorias ambientais), evitar conflitos entre projectos (por exemplo, não apoiar um parque eólico que produz impactos negativos na pesca local) e promover



sinergias (por exemplo, uma exploração de trutas que desenvolve a identidade e as tradições locais, fornecendo ao mesmo tempo serviços especiais para crianças deficientes).

Estas duas formas de coordenação envolvem a **associação de esforços de vários intervenientes locais**, podendo ser os produtores locais se se quiser criar uma marca local, ou os fornecedores de alojamento e outras atracções para visitantes se for para desenvolver um pacote turístico coerente. Devem igualmente ser incentivados outros intervenientes – organizações de ensino e de formação, centros de apoio a empresas, bancos e outras instituições financeiras, etc. – a ponderar qual a melhor forma de dar resposta ao objectivo da diversificação na sua actividade diária.

O quadro a seguir fornece um exemplo de uma lista de medidas de apoio à diversificação. Os FLAG podem conceber essas medidas para responder às necessidades de diferentes sectores e visar os grupos em causa, decidindo quais as que podem fornecer efectivamente e quais as que são melhor prestadas por outra agência. Em última análise, o importante é que alguém assuma a responsabilidade da coordenação e assegure a existência das condições principais para uma diversificação bem sucedida.

<sup>16</sup> [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/policy/future/pdf/report\\_barca\\_v0306.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/pdf/report_barca_v0306.pdf)

<b>Lista de medidas de apoio dirigidas a grupos e sectores prioritários</b>	<b>Fornecidas pelo FLAG</b>	<b>Fornecidas por outras organizações</b>
Actividades realizadas (ou contratadas) principalmente pelo próprio FLAG:		
Informação, animação, trabalho de proximidade, facilitação	Actividades destinadas a todos os grupos-alvo	Organizações de intervenientes, organizações locais de mulheres + jovens
Identificação, motivação, formação para «campeões» de projectos, promotores de projectos e trabalhadores	Algumas acções de formação de grupos prioritários	Serviços de ensino e formação activos na zona
Aconselhamento a empresas e apoio específico a projectos	Primeira fase, pequena escala	Segunda fase pelas agências regionais de apoio às empresas
Trabalho proactivo para ultrapassar os estrangulamentos administrativos (licenças, autorizações, impostos, direitos de propriedade, requerimentos, etc.)	Aumento de sensibilização, trabalho com o sector público local	Iniciativas próprias, por exemplo pelo município
Actividades apoiadas financeiramente sobretudo pelo FLAG:		
Estudos e pesquisas de mercado e tecnológicas	Adaptação dos requisitos de co-financiamento aos tipos de projectos e promotores*	Universidade, centros de investigação
Controlo de qualidade, traçabilidade, certificação	Como acima	Regimes de qualidade regionais e nacionais
Marcas, promoção e marketing	Como acima	Como acima
Investimentos em projectos produtivos	Como acima	Grandes subvenções das agências de desenvolvimento regionais, empréstimos de bancos, etc.
Infra-estruturas complementares	Subvenções para infra-estruturas de pequena dimensão e com forte impacto directo	Investimentos nacionais, regionais ou municipais em infra-estruturas de maior dimensão

\* Os FLAG podem solicitar um nível mais elevado de co-financiamento privado para projectos não prioritários ou quando o beneficiário estiver em posição de contribuir mais do que o montante mínimo estabelecido no Regulamento do FEP.



## Tempo

Este processo de diversificação é comparável a uma viagem que começa devagar, com muitos pequenos passos, até ganhar dinâmica; mas cuidado: por vezes pode dar lugar a exageros, criando excesso de oferta.

Nas fases iniciais, muitas das condições de entrada, mesmo os pequenos passos, podem parecer intransponíveis, desanimando investidores privados que podem não estar preparados para assumir o risco. Como é que um FLAG pode intervir para ajudar? Uma abordagem consiste em o FLAG avaliar se vale a pena reduzir essas barreiras, facilitando o acesso através da realização de **investimentos pré-concorrenciais**, destinados a preparar o caminho. Tal pode envolver estudos de mercado e de viabilidade, parcerias com centros de investigação para testar novas tecnologias, investir no melhoramento de recursos naturais e culturais importantes, identificar potenciais intervenientes, assegurar formação, etc. A maior parte destas iniciativas serão conduzidas pelo sector público, a menos que a zona tenha a sorte de ter organizações da sociedade civil muito fortes e motivadas. Este tipo de investimento preparatório é muitas vezes uma condição prévia absoluta para o arranque de um novo sector ou de uma nova actividade, mas também é intrinsecamente arriscado.

Logo que estejam criadas as condições de base, é mais provável que os promotores de projectos privados comecem a mostrar algum interesse. O FLAG pode muito bem ter ainda de conceder apoio à primeira vaga de projectos até a actividade atingir uma dinâmica e o processo se tornar auto-sustentável. Nesta altura o FLAG pode muitas vezes reduzir o seu apoio. No entanto, mesmo nesta altura o FLAG pode ajudar a consolidar os benefícios, concedendo apoios mais a jusante, em áreas como a promoção e o marketing, e apoiando a actividade até atingir a maturidade. Trata-se de um processo dinâmico, em que por vezes existe o perigo de o mercado poder ficar saturado e o FLAG pode ter de admitir desencorajar activamente mais projectos do mesmo tipo.

O mesmo se aplica ao tempo necessário para promover projectos entre os **grupos prioritários** descritos acima. No início de vida de um FLAG é provável que o maior número de candidaturas tenha origem nos operadores locais de maior dimensão e mais experientes – tanto do sector privado como do público – que propõem



projectos em domínios testados e comprovados. Trata-se dos “frutos mais fáceis de colher” e podem ser valiosos para criar uma dinâmica. É provável que os pescadores, as mulheres e os jovens levem mais tempo a criar a confiança necessária, a motivação, as competências e o capital, mas é essencial que o FLAG reserve recursos para o trabalho preparatório sobre eventuais projectos com estes grupos prioritários.

Outro ponto crucial a ter em conta é a necessidade de um **equilíbrio** entre **as intervenções** do lado da oferta e da procura do mercado e de distinguir entre sectores maduros e emergentes. Por exemplo, se uma zona quiser lançar-se numa nova actividade num sector relativamente maduro, pode conseguir transferir e adaptar as tecnologias existentes, aperfeiçoar as competências locais (oferta) e integrar-se nos circuitos comerciais existentes (procura) de forma mais ou menos rápida. Contudo, tem de assegurar que o novo produto ou serviço local pode sobreviver num ambiente competitivo, não deslocaliza empresas já existentes e evita mercados saturados.

O tempo das diferentes intervenções exige uma planificação e coordenação cuidadas. A entrada num novo produto ou num sector de mercado relativamente jovem pode exigir o aperfeiçoamento de processos produtivos e ao mesmo tempo a criação de mercados totalmente novos. A expansão demasiado rápida da produção pode conduzir a um excesso de capacidade prejudicial (por exemplo, para um novo produto turístico), enquanto se o mercado for estimulado antes de haver uma massa crítica de produtos de qualidade para fornecer, o interesse dos clientes pode perder-se



e nunca mais voltar. Os FLAG têm de ter este dado em conta quando analisam o tempo e o tipo de apoio que prestam. Apresentamos a seguir duas dicas úteis sobre o tempo para os FLAG:

> Divida os projectos mais novos e mais arriscados em **passos mais pequenos ou fases** antes de fazer qualquer investimento em grande escala ou concretizar um aumento importante da produção. Por exemplo, dê os passos necessários para conseguir as competências localmente, isto é, formação em marketing, criar protótipos, testar tecnologias ou mercados, reforçar os melhoramentos na qualidade. Para que isto aconteça, os procedimentos dos convites à apresentação de projectos têm de ser suficientemente flexíveis.

> Em vez de esperar simplesmente que os promotores apresentem as candidaturas, os FLAG podem tomar a iniciativa de ir ao seu encontro para criar uma **carteira de projectos potenciais** ao longo do tempo. Alguns FLAG formalizam este passo solicitando manifestações de interesse por escrito. Se o FLAG conseguir avaliar o nível de pedidos de apoio (a oferta potencial de projectos) pode planear mais facilmente as suas intervenções ao longo do tempo. Se a procura for suficiente, pode apertar as condições em relação aos projectos mais fortes e mais convencionais, concedendo simultaneamente mais apoio para projectos e grupos prioritários.

#### *Instrumentos possíveis – conseguir o tempo certo*

- > Identificar áreas de investimento pré-concorrencial, projectos potenciais de grupos prioritários, sectores maduros e emergentes;
- > Desenvolver e actualizar constantemente uma carteira de projectos com o calendário de apoio e investimentos;
- > Dividir os projectos mais novos e mais arriscados em fases mais pequenas e passo a passo.

## Lugar

Uma das decisões mais difíceis a que frequentemente as administrações e os gestores dos FLAG têm de fazer face é a questão do lugar **onde** apoiar novas actividades, mais do que quais as actividades a apoiar. Isto deve-se em parte ao facto de logo que é feito um investimento numa cidade, numa aldeia ou num porto, é provável que outros solicitem o mesmo. O resultado pode ser uma competição entre diferentes partes do mesmo território para criarem museus e outros equipamentos semelhantes, o que pode levar a duplicações ou deslocalizações, a uma diminuição da qualidade dos investimentos ou a uma massa crítica insuficiente em qualquer das localizações.

Uma forma de tratar este problema consiste em incluir um elemento participativo de ordenamento do



território na estratégia de diversificação para a zona do FLAG. Isto pode ajudar os intervenientes locais a compreenderem o potencial e as prioridades da zona e que alguns lugares são mais adequados para certos tipos de investimentos. Deve assim chegar-se a um resultado em que há acordo quanto ao facto de os investimentos serem distribuídos equitativamente segundo o que cada zona faz melhor.

Um exemplo óbvio é quando algumas partes de um território são mais adequadas para turismo e actividades de recreio, enquanto outras se adequam melhor a níveis mais elevados de pesca e actividades industriais. Os grandes projectos emblemáticos e os critérios de selecção de projectos podem organizar-se de modo a basear-se nas vantagens específicas das diferentes partes do território (por exemplo, dando ênfase a diferentes tradições da pesca ou a aspectos do património histórico, natural ou cultural). Do mesmo modo, os projectos podem basear-se nas infra-estruturas existentes: em zonas de concentração, por exemplo portos ou equipamentos turísticos, podem desenvolver-se iniciativas complementares, conseguir-se economias

de escala e os projectos podem ser mais sustentáveis e representar uma melhor relação custo-benefício do investimento do FLAG.

Se a localização certa pode dar um grande contributo para o êxito dos projectos e da estratégia de diversificação, a localização errada pode causar muitos prejuízos. Assim, nos dois exemplos anteriores, pense nos efeitos do lançamento de uma unidade industrial num sítio turístico, do aumento do excesso de procura das infra-estruturas ou da criação de uma nova empresa num mercado já saturado. O FLAG deve considerar como melhor localização, aquela onde os projectos podem dar um maior contributo e onde a localização pode contribuir mais para o êxito da iniciativa.

No fim de contas, isto pode conduzir a uma maior diversidade da zona, equilibrando as forças em termos de recursos e de actividades da zona de uma maneira estratégica e complementar para conseguir um verdadeiro valor acrescentado para o território e para as suas populações.

#### *Instrumentos possíveis – Lugar*

- > Grupos de trabalho ou plataformas baseadas em aldeias ou cidades para identificar os recursos locais fundamentais e os domínios em que são particularmente adequadas novas actividades;
- > Planos de acção locais e carteiras de projectos locais;
- > Acordos sobre a distribuição de projectos de maior dimensão ou emblemáticos;
- > Critérios que favoreçam zonas com pontos fortes ou necessidades especiais;
- > Antenas e sessões locais de informação e aconselhamento;
- > Concepção de itinerários com sinais indicativos do que cada zona tem para oferecer.

# Em conclusão

Ao acabar de ler este Guia deve ter ficado com algumas orientações úteis sobre

- > porque é que as zonas de pesca podem querer enveredar pela diversificação;
- > os diferentes tipos de diversificação possíveis;
- > o conjunto de oportunidades a que as zonas de pesca têm acesso;
- > alguns dos passos essenciais para ter êxito.

No entanto, todas as zonas de pesca são diferentes, por isso terá – não tenha dúvidas – de adaptar esta combinação e acrescentar muitos ingredientes seus. Mantenha-nos informados das novas ideias que resultaram bem e das velhas ideias que não funcionam.

Boa sorte!





# **FARNET Support Unit**

Rue Saint Laurent 36-38 – B-1000 Bruxelles

T +32 2 613 26 50 – F +32 2 613 26 59

info@farnet.eu – www.farnet.eu

