

Colecção Breve

Antropologia

ICS

**Imprensa
de Ciências
Sociais**

Luís Silva
Casas No Campo
Etnografia do Turismo Rural
em Portugal

 Imprensa
de Ciências
Sociais

Imprensa de Ciências Sociais



**Instituto de Ciências Sociais
da Universidade de Lisboa**

Av. Prof. Aníbal de Bettencourt, 9
1600-189 Lisboa – Portugal
Telef. 21 780 47 00 – Fax 21 794 02 74

www.ics.ul.pt/imprensa
E-mail: imprensa@ics.ul.pt

Instituto de Ciências Sociais – Catalogação na Publicação

Lúis, Silva, 1971-

Casas no campo, etnografia do turismo
rural em Portugal/Lúis Silva
– Lisboa : ICS.

Imprensa de Ciências Sociais, 2009

ISBN 978-972-671-247-3

CDU 338.48(469)



Capa: João Segurado, com ilustrações de Inês e Maria Viseu

Paginação: Imprensa de Ciências Sociais

Revisão: Levi Condinho

Impressão e acabamento: Tipografia Guerra – Viseu

Depósito Legal: 295 502/09

1.ª edição: Julho de 2009

Índice

Agradecimentos.....	15
Introdução.....	17
Quadro teórico.....	22
Aspectos metodológicos.....	24
Plano do livro.....	33
1 Campos em mudança (1960-2007).....	35
A desruralização de Portugal.....	35
As políticas e as medidas de desenvolvimento rural...	38
O património.....	39
O turismo.....	40
Criação e diversificação do turismo em espaço rural em Portugal.....	49
Investimentos e sistemas de incentivo.....	55
2 A oferta do turismo em espaço rural.....	65
Evolução e distribuição espacial da oferta	65
Características da oferta.....	69
3 Os promotores e a promoção do turismo em espaço rural.....	89
Os promotores da oferta	89
As associações de proprietários.....	97

A promoção do sector	100
4 A procura do turismo em espaço rural.....	107
O ideário pastoral.....	107
As estatísticas da procura.....	112
As características da procura.....	116
A atracção pelo campo.....	120
A atracção pela História.....	130
Autenticidade, colecção de experiências e distinção social.....	133
5 Os impactos do turismo em espaço rural.....	143
Turismo e desenvolvimento rural.....	143
A opinião dos profissionais do sector.....	144
Percepções e verbalizações locais.....	151
Da esfera económica à esfera simbólica.....	162
Para lá do turismo em espaço rural.....	168
Conclusão.....	173
Bibliografia e fontes.....	185
Índice remissivo.....	203

Índice de gráficos e quadros

Gráficos

2.1	Número de estabelecimentos e de camas TER (1984-2007).....	66
2.2	Elementos decorativos dos espaços de uso comum das casas.....	71
4.1	Estimativa total de dormidas.....	113
4.2	Estimativa discriminada de dormidas.....	114
5.1	Modelo de desenvolvimento dos lugares turísticos (Butler 1980).....	155

Quadros

0.1	Modalidades de hospedagem de turismo em espaço rural.....	19
0.2	Amostra: classificação turística das unidades.....	25
0.3	Amostra: distribuição regional das unidades.....	25
0.4	Amostra: número de quartos das unidades.....	26
0.5	Amostra: número de camas das unidades.....	26
1.1	Programa de iniciativa comunitária LEADER I.....	60
1.2	Programa de iniciativa comunitária LEADER II.....	61
1.3	Programa de iniciativa comunitária LEADER + 2002-2007).....	62

2.1	Número de unidades hoteleiras e de camas em Portugal (2006)	67
2.2	Distribuição regional da oferta de turismo em espaço rural	68
2.3	Percentagem de estabelecimentos por modalidade.....	68
2.4	Tipologia arquitectónica das casas.....	69
2.5	Decoração dos espaços de uso comum das casas.....	70
2.6	As quintas e o turismo em espaço rural.....	82
2.7	Actividades de animação e serviços complementares.....	84
3.1	Proprietários e formas de exploração das casas.....	90
3.2	Região de origem dos responsáveis.....	91
3.3	Idade dos responsáveis.....	92
3.4	Habilitações académicas dos responsáveis.....	93
3.5	Profissões dos responsáveis.....	93
3.6	Meios de divulgação das casas.....	101
4.1	Estimativa de dormidas por modalidade.....	115
4.2	Escalões etários dos hóspedes.....	116
4.3	Profissões dos hóspedes.....	117
4.4	Tipos de clientes.....	129
5.1	Contributos do turismo em espaço rural para o desenvolvimento local.....	145

À memória de Guilherme Silva (1969-2005)

Da minha aldeia vejo quanto da terra se pode ver do Universo...
Por isso a minha aldeia é tão grande como outra terra qualquer,
Porque eu sou do tamanho do que vejo
E não do tamanho da minha altura...

Nas cidades a vida é mais pequena
Que aqui na minha casa no cimo deste outeiro.
Na cidade as grandes casas fecham a vista à chave,
Escondem o horizonte, empurram o nosso olhar para longe de
todo o céu,
Tornam-nos pequenos porque nos tiram o que os nossos olhos
nos podem dar,
E tornam-nos pobres porque a nossa única riqueza é ver.

Alberto Caeiro, in *O Guardador de Rebanhos*

Agradecimentos

Este livro beneficiou da vontade, saber, tempo e dedicação de várias pessoas e entidades a quem desejo expressar o meu sincero reconhecimento e gratidão. Espero que se revejam nesta nota de agradecimento todos os que contribuíram para a realização do estudo.

Agradeço ao Professor Doutor João Leal a amizade e o conhecimento que me transmitiu desde o início da minha formação académica, especialmente nos últimos doze anos, fornecendo inestimáveis contributos e incentivos para a concretização deste e de outros trabalhos.

Agradeço aos membros do júri de doutoramento as sugestões e comentários feitos no momento em prestei as respectivas provas.

Agradeço à minha amiga Ana Delicada as sugestões e os comentários feitos a propósito de uma versão preliminar deste texto.

Agradeço às instituições e às pessoas que forneceram o apoio e a informação necessários para a realização do estudo, entre as quais o Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, o Centro de Estudos de Antropologia Social e as populações de Estorãos (Ponte de Lima), Sortelha (Sabugal) e Monsaraz (Reguengos de Monsaraz).

Agradeço aos que têm acompanhado, de forma mais ou menos próxima, o meu percurso pessoal e académico, especialmente meus pais e meus amigos Catarina Mira, Lúcia Alves e Nuno Alves.

Agradeço à minha namorada tudo o que me tem proporcionado.

Agradeço à Fundação para a Ciência e a Tecnologia a bolsa de investigação que me permitiu efectuar o trabalho.

Agradeço, finalmente, à Imprensa de Ciências Sociais o facto de ter publicado este livro e ao *referee* da editora os comentários e sugestões tecidos a propósito do manuscrito submetido para publicação.

Introdução

Este livro apresenta elementos empíricos e teóricos de reflexão sobre o turismo em espaço rural (TER) em Portugal. Em termos jurídicos, o turismo em espaço rural define o «conjunto de actividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados [...] em zonas rurais» (Decreto-Lei n.º 54/2002). No âmbito deste texto, porém, usaremos o termo turismo em espaço rural para designar o conjunto de modalidades de hospedagem em zonas rurais, orientadas para a exploração dos seus recursos naturais e culturais.¹ Em Portugal, este sector inclui serviços de hospedagem em solares e casas apalaçadas, em quintas onde se desenvolvem actividades agrícolas, em casas rústicas, tomadas como exemplares da arquitectura popular de matriz rural, e ainda em hotéis rurais e parques de campismo rural. Estes serviços encontram-se

¹ Estas considerações são válidas para a maioria das unidades de turismo em espaço rural em Portugal, mas não se aplicam a um número residual de casos em que estas estão localizadas em meios urbanos de grande ou média dimensão, como ocorre com algumas unidades de turismo de habitação, como a Casa do Ameal, a Casa dos Costa Barros e a Casa Grande da Bandeira em Viana do Castelo. Este estudo não considera estas casas, especialmente no que aos proprietários e aos turistas diz respeito.

repartidos por sete modalidades de hospedagem, legalmente definidas: turismo de habitação, turismo rural, turismo de aldeia, agroturismo, casas de campo, hotéis rurais e parques de campismo rural (ver o quadro 0.1).

Actualmente, em resultado da aplicação do Programa de Simplificação Administrativa e Legislativa (SIMPLEX 2007) ao sector turístico, este quadro jurídico já não se encontra em vigor, tendo sido recentemente substituído por um outro (Decreto-Lei n.º 39/2008). Este novo diploma altera a configuração do turismo em espaço rural nos seguintes termos: 1) surge uma nova classificação dos empreendimentos turísticos, que no caso vertente distingue empreendimentos de turismo de habitação e empreendimentos de turismo no espaço rural; 2) os empreendimentos de turismo de habitação, que correspondem a solares e casas apalaçadas, passam a poder localizar-se em espaços rurais ou urbanos, o que já acontecia na prática (ver a nota 1); 3) os empreendimentos de turismo no espaço rural incluem quatro grupos: casas de campo, turismo de aldeia, agroturismo e hotéis rurais; 4) suprimem-se as categorias de turismo rural e parques de campismo rural; 5) deixa de ser obrigatória a presença dos empresários nas unidades durante o período de exploração, exceptuando nos empreendimentos de turismo de habitação; 6) o número máximo de alojamentos destinados a hóspedes nestes dois tipos de empreendimentos passa a 15, excepção feita aos hotéis rurais (Decreto-Lei n.º 39/2008; Portaria n.º 937/2008).² Este decreto tem a virtude de corrigir a complexidade que dificultava o entendimento do turismo em espaço rural como um produto turístico singular (Silva 2007a, 82-83,

² Note-se que «os empreendimentos de turismo no espaço rural [...] existentes dispõem do prazo de dois anos, contado a partir da data de entrada em vigor do presente Decreto-Lei, para se reconverterem nas tipologias e categorias agora estabelecidos» (Decreto-Lei n.º 39/2008, Artigo 74.º). As unidades de turismo rural serão certamente classificadas como casas de campo, o que algumas já eram na prática, por não haver coabitação entre hóspedes e hospedeiros, como mais à frente se verá. Os parques de campismo rural deverão ser inseridos nos parques de campismo e de caravanismo.

Quadro 0.1 – Modalidades de hospedagem de turismo em espaço rural

Turismo de habitação.	«Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas antigas particulares que, pelo seu valor arquitectónico, histórico ou artístico, sejam representativas de uma determinada época, nomeadamente os solares e as casas apalaçadas», devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma (Artigo 4.º).
Turismo rural.	«Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas rústicas particulares que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integrem na arquitectura típica regional», devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma (Artigo 5.º).
Agroturismo.	«Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado em casas particulares integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da actividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável», devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma (Artigo 6.º).
Turismo de aldeia.	«Serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de uma forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores», devendo, «pela sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitectura típica local» (Artigo 7.º).
Casas de campo.	«Casas particulares situadas em zonas rurais que prestem serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores», devendo, «pela sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitectura e ambiente rústico próprio da zona e local onde se situem» (Artigo 8.º).
Hotéis rurais.	«Estabelecimentos hoteleiros situados nas zonas rurais e fora das sedes de concelho cuja população, de acordo com o último censo realizado, seja superior a 20 000 habitantes [...], com fornecimento de refeições», devendo «pela sua traça arquitectónica, materiais de construção, equipamento e mobiliário, respeitar as características dominantes da região em que se situem» (Artigo 9.º).
Parques de campismo rural.	«Terrenos destinados permanentemente ou temporariamente à instalação de acampamentos, integrados ou não em explorações agrícolas, cuja área não seja superior a 5000 m ² » (Artigo 10.º).

Fonte: Decreto-Lei n.º 54/2002.

112-113), sem interferir com a actualidade das considerações tecidas neste texto a propósito da actividade; significa apenas que a expressão «turismo em espaço rural» utilizada neste trabalho corresponde aos actuais empreendimentos de turismo de habitação (sobretudo os localizados em zonas rurais, que são a maioria) e empreendimentos de turismo no espaço rural.

O turismo em espaço rural tem sido objecto de alguns estudos, parte dos quais sobre tópicos precisos associados ao sector: a política comunitária, o desenvolvimento regional, a expressão geográfica e a socioterminologia (Carqueja 1998; Casqueira 1992; Cavaco 1999b; Cunha 1986; 1988; Dias 1995; Figueira 1998; Leal 2001; Lourenço 1997; Moreira 1994; Rita 1999; Silva 1997). Não obstante, o conhecimento sobre o turismo em espaço rural no país é ainda relativamente incipiente, dado que a generalidade destes estudos ou está desactualizada ou detém um carácter eminentemente exploratório, com pouca profundidade teórica e empírica. Este trabalho pretende contribuir para colmatar a ausência de um estudo de conjunto sobre o sector, fornecendo elementos que nos permitam conhecer em pormenor o que se passa realmente em Portugal neste domínio de actividade.

Este texto não abrange a totalidade das modalidades de hospedagem afectas ao turismo em espaço rural em Portugal, dado que à data de início desta pesquisa (2000) os hotéis rurais e os parques de campismo rural não eram consideradas modalidades TER. Significa que este trabalho aborda essencialmente as unidades de turismo de habitação, turismo rural, turismo de aldeia, agroturismo e casas de campo.

Os dados compilados neste livro começaram a ser recolhidos no âmbito de um projecto de investigação intitulado *Casas no Campo: Um Estudo do Turismo de Habitação em Portugal*.³ Na sequência deste pro-

³ Desenvolvido entre Novembro de 2000 e Abril de 2002, este projecto foi financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, apoiado pela Direcção-Geral do Turismo, acolhido pelo Centro de Estudos de Antropologia Social e coordenado pelo Professor Doutor João Leal, tendo eu participado na condição de Bolseiro de Investigação (POCTI/ANT/35997/2000).

jecto, surgiu um trabalho que procurou capitalizar e aprofundar os conhecimentos então adquiridos através de três procedimentos: 1) o alargamento da pesquisa bibliográfica, teórica e comparativa referente a outros contextos etnográficos; 2) a elaboração de uma grelha teórica apropriada para enquadrar os materiais etnográficos; 3) o estudo intensivo e comparativo de três lugares situados em diferentes pontos do país. Esta tarefa foi efectuada no quadro dos trabalhos de preparação de uma dissertação de doutoramento em Antropologia, intitulada *Processo de Mudança nos Campos: O Turismo em Espaço Rural* (Silva 2007a). Este texto corresponde precisamente a uma versão reescrita e actualizada desta dissertação.

Em termos genéricos, este estudo procura concretizar os seguintes objectivos:

- Inserir o turismo em espaço rural nas dinâmicas da pós-ruralidade em Portugal, i. e., nas medidas de combate às consequências nefastas da desruralização do país iniciada sensivelmente em 1960.
- Identificar e caracterizar as unidades de turismo em espaço rural actualmente a funcionar no território nacional, bem como os principais actores sociais ligados à oferta, especialmente os proprietários das casas.
- Perceber quem procura este tipo de unidades e porquê. Os estudos já efectuados demonstram que os consumidores do turismo em espaço rural são pessoas oriundas das classes médias e altas que procuram alternativas ao turismo de massas e que apreciam os valores e as identidades culturais e locais (e.g. Capucha 1996; Leal 2001). A concretização deste objectivo passa pela caracterização mais precisa dos hóspedes, considerando aspectos como proveniência, condição socioeconómica, motivações e frequência com que procuram estas casas.
- Analisar as repercussões do turismo em espaço rural no território. Partindo da ideia de que o turismo promove o desenvolvimento das zonas rurais (Capucha 1996; Gannon 1994; Keane e Quinn 1990; Leal 2001; Pearce 1990; Verbole 1997), esta

pesquisa propõe-se estudar os impactos do turismo em espaço rural em termos de desenvolvimento regional e local, quer em termos perceptivos quer efectivos.

Quadro teórico

Este trabalho insere-se fundamentalmente na área da Antropologia do Turismo. O turismo, «responsável pelo maior movimento de serviços, mercadorias e pessoas em tempo de paz» (Greenwood 1976, 130), foi durante muitos anos uma actividade negligenciada nas Ciências Sociais, embora tenham sido produzidos alguns textos avulsos nas décadas de 1920 e 1930 (cf. Ramos 1996, 88; ver também Crick 1989, 310-311). Com efeito, foi somente no último quartel do século XX que o turismo ganhou o estatuto de objecto científico, assumindo-se como uma actividade merecedora de atenção especial por parte dos cientistas sociais. O facto de a Antropologia do Turismo ter sido fundada na década de 1970, através da publicação da obra *Hosts and Guests...* (Smith 1978a), adquire, neste ponto, um valor ilustrativo. As investigações que a partir da década de 1970 começaram a surgir de forma mais profusa acerca da actividade turística, particularmente no campo da Antropologia e da Sociologia, têm incidido sobre alguns temas nucleares. A Antropologia do Turismo, por si só, segundo Maria Carneira da Silva (2004, 8), tem sido marcada por três tendências, designadamente: 1) o estudo do «impacto do turismo de massa sobre as culturas locais»; 2) propostas de «teorização fundamentalmente centradas na ideia do turismo como forma de imperialismo e neocolonialismo»; 3) «interpretações mais coladas aos universos tradicionais da disciplina como o dos rituais: são as designadas abordagens turnerianas [...] do turismo como forma de peregrinação ou viagem sagrada». No nosso entender, porém, existe um outro tópico amplamente estudado, quer na Antropologia quer na Sociologia, que também deve ser mencionado: o das experiências e significados da activi-

dade turística para os seus praticantes (ver, por exemplo, Abram, Waldren e Macleod 1997; Bruner 1991; 1995; Timothy 2007; Uriely 2005; Urry 2002). A abordagem deste tópico visa capturar o ponto de vista *emic* ou dos observados, aquilo que também se procura efectuar neste trabalho. Refira-se, a propósito, que este trabalho está norteado pela ideia de que

o estudo do turismo envolve o estudo das pessoas fora do seu meio habitual (de residência e trabalho), dos estabelecimentos que dão resposta às necessidades de quem viaja e dos impactos que estes têm no bem-estar económico, físico e social dos seus hóspedes. Envolve também as motivações e experiências dos turistas, as expectativas e ajustamentos dos residentes nas áreas de destino e os papéis desempenhados pelas numerosas agências e instituições que intercedem entre eles [Mathieson e Wall 1982, 1].⁴

Este trabalho procura, assim, desenvolver a visão global e sistémica que no entender de Alister Mathieson e Geoffrey Wall (1982) envolve o estudo do turismo. Tal tarefa será levada a cabo através de uma abordagem que inclui várias dimensões, como o papel do Estado no desenvolvimento do turismo em espaço rural, a oferta e os seus promotores, a procura e as repercussões do sector em termos do desenvolvimento socioeconómico das áreas em que é implantado. Esta abordagem, apesar de ter um cunho fundamentalmente antropológico, procura ter alguma abertura a outras disciplinas, tal como é defendido por alguns antropólogos do turismo (Grabum e Jafari 1991, 5-6; Santana 1997, 17; Silva 2004, 7).

Para além do turismo, este trabalho é susceptível de integração na área dos estudos sobre os espaços rurais. Nas últimas décadas, os espaços rurais de Portugal e de outros Estados-membros da União Europeia (UE) têm sofrido diversas transformações, cujo estudo tem vindo a assumir uma relevância particular nas Ciências

⁴ Todas as citações de textos e depoimentos em línguas estrangeiras foram traduzidas pelo autor.

Sociais (ver Black 1992; Brito, Baptista e Pereira 1996; Cavaco 1996; Chevallier 2000; Jollivet e Eizner 1996; Haan e Long 1997; Hoggart, Buller e Black 1995; Portela e Caldas 2003). Neste campo de pesquisa, este trabalho procura contribuir para o conhecimento das dinâmicas pós-rurais na sociedade portuguesa contemporânea. Resumidamente, a pós-ruralidade define o contexto de recomposição social, económica e funcional das zonas rurais de Portugal nos últimos anos do século XX e princípios do século XXI, resultante, por um lado, de mudanças estruturais ocorridas nas sociedades ocidentais e, por outro, da implementação de políticas nacionais e comunitárias de desenvolvimento local em meio rural.

Aspectos metodológicos

Os dados compilados neste texto foram recolhidos através de procedimentos usuais em Antropologia e nas Ciências Sociais: inquérito por questionário; trabalho de campo com observação directa; entrevistas abertas; pesquisa bibliográfica e documental, teórica e comparativa referente a outros contextos etnográficos.

Apesar de existir noutros países, entre os quais a França, o turismo em espaço rural não é uma actividade uniforme no espaço europeu, quer devido à falta de consenso relativamente à definição de espaço rural, quer devido às várias formas que este tipo de turismo assume nos diferentes países (cf. Joaquim 1999, 305-306). A par da discrepância de dados estatísticos, este factor dificulta a realização de um dos exercícios basilares da Antropologia, o da comparação intercultural.

Na abordagem ao sector utilizámos duas escalas de observação: o país (território continental) e três aldeias.

⁵ As funções da Direcção-Geral do Turismo passaram, em 2007, a ser desempenhadas pelo Turismo de Portugal, I. P., entidade pública responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da actividade turística (Decreto-Lei n.º 141/2007).

O estudo do turismo em espaço rural à escala do território nacional foi feito com recurso a um inquérito por questionário, doravante designado IUTER (Inquérito às Unidades de Turismo em Espaço Rural). Este foi enviado por via postal às 626 unidades constantes da base de registo oficial da extinta Direcção-Geral do Turismo (DGT) nos princípios de 2001, tendo sido obtidas 153 respostas.⁵ O inquérito teve, assim, um índice de resposta de 24%, o que é manifestamente satisfatório, atendendo à média típica de um inquérito postal. As respostas ao inquérito tiveram ainda a particularidade de assegurar uma boa representatividade da amostra relativamente ao universo em questão, como mostram os quadros 0.2, 0.3, 0.4 e 05.

Quadro 0.2 – Amostra: classificação turística das unidades

Modalidades de alojamento	Universo		Amostra		Taxa de resposta (%)
	N.º	%	N.º	%	
Turismo rural	273	43,6	64	41,8	23,4
Turismo de habitação	205	32,7	37	24,2	18,0
Agroturismo	120	19,2	30	19,6	25,0
Casa de campo	24	3,8	16	10,5	66,7
Turismo de aldeia	–	–	2	1,3	–
Sem classificação	4	0,6	4	2,6	100,0
Total	626	–	153	–	24,4

Quadro 0.3 – Amostra: distribuição regional das unidades

Região (NUT II)	Universo		Amostra		Taxa de resposta (%)
	N.º	%	N.º	%	
Norte	282	45,4	82	53,6	29,1
Centro	131	21,1	31	20,3	23,7
Lisboa	102	16,4	17	11,1	16,7
Alentejo	86	13,8	19	12,4	22,1
Algarve	20	3,2	4	2,6	20,0
Total	621	–	153	–	24,6

Quadro 0.4 – Amostra: número de quartos das unidades

Número de quartos por unidade	Universo		Amostra		Taxa de resposta (%)
	N.º	%	N.º	%	
Até 3 quartos	162	26,3	24	16,1	14,8
Entre 4 e 5 quartos	212	34,4	58	38,9	27,4
Entre 6 e 9 quartos	214	34,7	51	34,2	23,8
Mais de 10 quartos	29	4,7	16	10,7	55,2
Total	617	–	149	–	24,1

Quadro 0.5 – Amostra: número de camas das unidades

Número de camas por unidade	Universo		Amostra		Taxa de resposta (%)
	N.º	%	N.º	%	
Até 6 camas	168	27,4	44	30,1	26,2
Entre 7 e 10 camas	213	36,4	57	39,0	26,8
Entre 11 e 18 camas	204	33,2	36	24,7	17,6
Mais de 19 camas	29	4,7	9	6,2	31,0
Total	614	–	146	–	23,8

Como mostram os quadros acima apresentados, a amostra obtida é fiável. Porém, no tocante à distribuição regional, a amostra apresenta uma ligeira sobre-representação das unidades situadas na região do Norte e uma sub-representação das unidades da região de Lisboa, apresentando percentagens equilibradas nas restantes regiões; no que diz respeito às modalidades de hospedagem, existe uma sobre-representação das casas de campo e uma sub-representação das unidades de turismo de habitação, para além de a amostra conter uma modalidade inexistente na base de dados de referência (turismo de aldeia); no respeitante à dimensão dos estabelecimentos e tomando em consideração o número de quartos, sobressai uma sub-representação das unidades de menor dimensão e uma sobre-representação das unidades de maior dimensão. O facto de a amostra se encontrar sobredimensionada

no tocante às unidades localizadas no Norte do país e de maior número de quartos poderá ser explicado por uma maior disponibilidade e interesse dos proprietários deste tipo de unidades para a resposta ao inquérito.

Preenchido pelos responsáveis pelo funcionamento das unidades, a grande maioria dos quais proprietários ou membros de sociedades titulares, o inquérito continha um conjunto de questões discriminadas em seis grupos de tópicos: caracterização da propriedade, caracterização da unidade turística, serviços, empregados, clientes, administração/gestão da unidade.

O estudo do sector à escala do território nacional foi depois aprofundado, mediante a recolha de informação complementar em várias unidades de turismo em espaço rural, através do método de estudo de caso. Os estudos de caso implicaram observação directa, entrevistas abertas, registo fotográfico e consulta de livros de honra e livros de registo de clientes em 30 casas. Salvo uma excepção, estes estudos de caso envolveram a dormida do investigador nas unidades em questão, por períodos que oscilaram entre uma e quatro noites. Algumas destas casas foram objecto de uma segunda abordagem, tendo em vista a elaboração de entrevistas a hóspedes, uma vez que, em alguns casos, as unidades estudadas não tinham ocupação aquando da realização do estudo de caso e dada a pretensão de estudar a procura ao longo do ano. Estes estudos de caso foram realizados preferencialmente aos fins-de-semana, no decurso dos quais havia maior probabilidade de encontrar turistas, cobrindo um ciclo anual, onde se incluíram as consideradas épocas altas: Carnaval, Páscoa, mês de Agosto, Natal e Fim de Ano. No decurso destas abordagens, foram realizadas e gravadas 30 entrevistas a proprietários e 47 a turistas, entre os quais 15 estrangeiros, tendo sido consultados dez livros de honra e três livros de registo de clientes (anos de 2000 e 2001).⁶

⁶ As entrevistas foram feitas, normalmente, a mais de uma pessoa em simultâneo. Efectuaram-se 21 entrevistas na região Norte, 16 no Centro e 10 no Alentejo. O registo de hóspedes é obrigatório à luz da legislação do turismo

As entrevistas aos proprietários continham questões relacionadas com as suas trajectórias de vida, motivos de ingresso na actividade, meios de acesso à casa, investimentos e apoios associados ao arranque da actividade, equipamentos e serviços disponibilizados aos hóspedes, empregados, tipificação dos turistas, diferenciação entre turismo em espaço rural e outras formas de alojamento turístico, bem como benefícios e malefícios do turismo para a região e representações sobre o campo e a cidade.

As entrevistas aos turistas incidiram sobre as motivações e os moldes de visita à região, actividades desenvolvidas durante a estadia, relações estabelecidas com as populações locais, benefícios e malefícios do turismo para a região, proveniência e experiência anterior de turismo em espaço rural, assim como diferenciação entre turismo em espaço rural e outras formas de alojamento turístico e representações sobre o campo e a cidade.

A escolha das unidades estudadas nesta fase da pesquisa resultou da conjugação de um conjunto de critérios. Em primeiro lugar, a preocupação de cobrir três áreas distintas do território nacional de características marcadamente rurais e com uma forte implantação do turismo em espaço rural – Minho, Beira Interior e Alto Alentejo. Em segundo lugar, o desejo de estudar as componentes mais emblemáticas do turismo em espaço rural em Portugal no que concerne à tipologia arquitectónica das casas, nomeadamente os solares e casas apalaçadas no Minho, as casas rústicas na zona envolvente da Serra da Estrela e os montes e herdades no Alentejo. Em terceiro lugar, a preferência dada às casas cujos responsáveis responderam ao inquérito previamente enviado. Finalmente, a preocupação de respeitar a proporcionalidade da amostra relativamente ao universo em estudo. Estes critérios foram, entretanto, condicionados por alguns factores de natureza mais casuística, que acabaram por interferir no processo

em espaço rural em Portugal desde 1984 (Decreto-Lei n.º 250/84, Artigo 15.º). Acontece que muitas das casas por nós visitadas não o possuem, enquanto noutras não nos foi permitida a consulta.

de selecção, designadamente a indisponibilidade de alguns proprietários para colaborar com o presente estudo, o encerramento temporário de algumas unidades e a inexistência de aposentos vagos em outras aquando da presença do investigador em determinada zona do país. Assim, foram efectuados estudos de caso em 15 unidades situadas na região do Norte, a maioria das quais no Minho; em nove unidades na região do Centro, a maioria das quais na zona circundante da Serra da Estrela; e em seis unidades no Alentejo, a maioria das quais no distrito de Évora. Estas áreas estão integradas nas regiões do território nacional continental em que o turismo em espaço rural detinha, em meados de 2000, um maior peso no quadro da oferta hoteleira.

Tendo em vista um conhecimento mais aprofundado sobre o sector turístico nas áreas privilegiadas no âmbito dos estudos de caso, procedeu-se à recolha de dados e à realização de entrevistas abertas junto dos presidentes das recentemente extintas Regiões de Turismo do Alto Minho, da Serra da Estrela e de Évora.⁷ Estas entrevistas (gravadas) incidiram, entre outros assuntos, sobre a data de criação, os objectivos, as competências e as áreas de actuação da Região de Turismo, bem como sobre políticas e medidas de desenvolvimento do sector, valências do turismo em espaço rural, benefícios e malefícios decorrentes da actividade turística na zona e avaliação do actual estado do sector no interior da Região de Turismo.

Paralelamente, procedeu-se à realização de entrevistas abertas junto dos coordenadores e/ou directores técnicos de algumas Associações de Desenvolvimento Local que através do LEADER apoiaram a criação e/ou melhoramento de unidades de turismo

⁷ As Regiões de Turismo desapareceram em 2008, quando entrou em vigor o novo quadro regulamentar das entidades regionais de turismo (Decreto-Lei n.º 67/2008). Com este enquadramento surgiram cinco áreas regionais de turismo, correspondentes à nomenclatura das unidades territoriais para fins estatísticos de tipo II: Norte, Centro, Lisboa, Alentejo e Algarve, e seis pólos de desenvolvimento turístico inseridos nas áreas regionais: Douro, Serra da Estrela, Leiria - Fátima, Oeste, Litoral Alentejano e Alqueva.

em espaço rural nas áreas do Alto Minho, Serra da Estrela e Alto Alentejo. No Minho, contactámos com a Associação de Desenvolvimento Rural Integrado do Lima (ADRIL) e com a Associação de Desenvolvimento das Terras Altas do Homem, Cávado e Ave (ATAHCA). Na Beira Alta, contactámos com a Associação de Desenvolvimento Rural da Serra da Estrela (ADRUSE), com a Associação de Desenvolvimento Integrado da Raia Centro Norte PRÓ-RAIA e com a Associação Cultural de Municípios RIAA HISTÓRICA. No Alto Alentejo, contactámos com Associação para o Desenvolvimento Rural TRILHO e com a Associação de Defesa dos Interesses de Monsaraz (ADIM). Estas entrevistas incluíram tópicos tais como a data de criação da associação, composição, finalidades, área de intervenção, actividades desenvolvidas, razões pelas quais apoiam o turismo, particularmente o turismo em espaço rural, benefícios e malefícios resultantes do desenvolvimento da actividade turística e dificuldades com que se defronta o sector.

A recolha de dados e a realização de entrevistas gravadas também decorreram junto dos responsáveis por duas Associações de Proprietários de casas de turismo em espaço rural, nomeadamente a Associação de Turismo de Habitação/Solares de Portugal (TURIHAB) e a Associação Portuguesa de Turismo de Habitação (PRIVETUR). Nas entrevistas, abordaram-se temas como a data de fundação, objectivos, políticas/medidas de actuação e número de sócios da Associação, assim como vantagens e desvantagens decorrentes do desenvolvimento do turismo em espaço rural e dificuldades presentemente associadas ao sector.

O estudo do turismo em espaço rural à escala do país foi posteriormente complementado mediante a realização de um trabalho antropológico de recorte mais clássico em três povoações distintas: Estorãos (Ponte de Lima), Sortelha (Sabugal) e Monsaraz (Reguengos de Monsaraz). Em conjunto, estas aldeias representam as três «Divisões Fundamentais da Terra Portuguesa» em que, segundo o esquema de Orlando Ribeiro (1967), se divide o país: «Norte Transmontano», «Norte Atlântico» e «Sub». De aco-

do com o autor, o «Norte Transmontano» assenta a sua especificidade em condições climatéricas marcadas por Invernos longos e rigorosos que alternam com Verões quentes e secos, paisagens áridas e montanhosas, propícias ao cultivo de centeio e à criação de gado caprino, formas de povoamento de tipo concentrado, caracterizadas por habitações graníticas com telhados inclinados e sem chaminé. Por sua vez, o «Norte Atlântico» apresenta como traços distintivos um clima frio e chuvoso, uma paisagem mais verdejante pontuada por algumas cadeias montanhosas, pequenas propriedades dispersas, nas quais predomina o cultivo de milho, a produção de vinho verde e a criação de gado bovino, formas de povoamento disperso, caracterizado por habitações idênticas às do «Norte Transmontano». Finalmente, o «Sub» é caracterizado por um clima quente e seco, por uma paisagem plana, onde predominam os latifúndios (especialmente no Alentejo), nos quais se produz fundamentalmente trigo e se cria gado ovino e caprino, e por formas de povoamento concentrado, onde a habitação se destaca pela brancura das paredes e pelo formato cúbico.

A primeira destas áreas é, no quadro desta investigação, representada pela localidade beirã de Sortelha, a segunda pela freguesia minhota de Estorãos e a terceira pela aldeia alentejana de Monsaraz. Entre 2003 e 2004, foi aí desenvolvido um trabalho de campo com observação directa durante cerca de cinco meses em cada uma das povoações. Estes lugares foram seleccionados porque reuniam as condições ideais para a realização de um estudo antropológico de cariz mais clássico, que permitisse um conhecimento aprofundado sobre a matéria em apreço e a concretização de alguns objectivos nucleares da pesquisa, como a avaliação dos efeitos do desenvolvimento do sector nas comunidades de acolhimento e a percepção que os seus membros têm do turismo em espaço rural. Nos três casos, estamos perante pequenas povoações rurais que possuem um número considerável de unidades de turismo em espaço rural – os lugares estudados em Estorãos contabilizam 181 habitantes, seis unidades TER e 17 quartos duplos; Sortelha tem 256 habitantes, dez unidades

TER e uma oferta de 24 quartos duplos; Monsaraz tem 120 habitantes, três unidades TER e 18 quartos duplos, para além de cinco alojamentos turísticos de outra categoria, que oferecem um total de 30 quartos duplos; nos arredores desta povoação existem ainda outras quatro unidades de turismo em espaço rural e dois estabelecimentos hoteleiros de outra ordem, que oferecem cerca de 80 quartos para turistas.⁸ Considerando a oferta de turismo em espaço rural nestas três aldeias, registámos a presença de cinco modalidades de hospedagem: turismo rural, turismo de aldeia, turismo de habitação, casas de campo e hotel rural. Entretanto, note-se que a totalidade das unidades existentes em Estorãos está classificada como turismo rural, embora todas elas funcionem na prática como casas de campo, pois não existe coabitação entre hóspedes e hospedeiros. Em Sortelha, existem três casas classificadas como turismo rural e sete como casas de campo, sendo que também aqui pelo menos duas das unidades de turismo rural funcionam na prática como casas de campo. Em Monsaraz, por sua vez, existem quatro unidades de turismo rural, uma de turismo de habitação, uma de turismo de aldeia e um hotel rural.

Em Estorãos, estudaram-se cinco dos 19 lugares que compõem a freguesia, designadamente Igreja, Ponte, Penas, Tenães e Freixa.⁹ Em Sortelha e Monsaraz estudaram-se as denominadas *vila* e *arrabalde*.¹⁰ A pesquisa de terreno efectuada nestas três povoações passou, resumidamente, pelo contacto com as instituições, as casas e as pessoas ligadas ao sector, incluindo proprietários, funcionários e turistas, bem como com a restante população local. O levantamento e caracterização de vizinhos, a realização de

⁸ Estas contagens englobam alguns quartos individuais que foram considerados duplos quando perfaziam um par.

⁹ Entre os lugares estudados, apenas Tenães não possui alojamentos de turismo em espaço rural.

¹⁰ A expressão *vila* designa o núcleo urbano edificado no interior das muralhas da povoação, ao passo que a expressão *arrabalde* designa o espaço físico situado fora das muralhas.

entrevistas e conversas informais, a consulta de livros de honra e a observação directa foram, no essencial, as tarefas realizadas. Foram efectuadas sete entrevistas (gravadas) a proprietários, cerca de 50 a turistas, um terço dos quais estrangeiros, e três aos responsáveis pela secção do turismo das autarquias a que pertencem os lugares em análise, tendo sido consultados oito livros de honra.

Plano do livro

Este texto está estruturado em cinco capítulos.

Utilizando diversas fontes bibliográficas e documentais, o capítulo 1 examina o processo de desruralização de Portugal e as medidas tomadas pelo Estado português e pela União Europeia para promover o desenvolvimento socioeconómico das áreas mais desfavorecidas do país, com destaque para o turismo. Paralelamente, integra o turismo em espaço rural no âmbito do turismo rural e alternativo e aborda o enquadramento legal do sector e os investimentos e sistemas de incentivo financeiro associados à criação e/ou melhoramento deste tipo de unidades.

Recorrendo a dados de cariz fundamentalmente quantitativo, o capítulo 2 delimita e caracteriza, de modo mais preciso, o objecto de estudo deste trabalho, o turismo em espaço rural, delineando a evolução e distribuição espacial da oferta, bem como as características desta.

Tomando como referência informação sobretudo de cunho qualitativo, o capítulo 3 aborda as características e motivações dos promotores deste tipo de unidades turísticas e as Associações de Proprietários do sector, assim como os meios de divulgação e promoção do TER em Portugal.

Utilizando materiais de natureza essencialmente qualitativa, o capítulo 4 identifica as principais componentes do ideário pastoral, adaptando-o às motivações, experiências e vivências dos hóspedes do turismo em espaço rural em Portugal, que também

serão objecto de uma caracterização mais fina, dando igualmente conta das especificidades associadas à frequência de solares e casas apalaçadas.

O capítulo 5 relembra a proeminência do turismo nas políticas nacionais e comunitárias de desenvolvimento local em meio rural, onde se inclui o turismo em espaço rural, e assinala os contributos do sector turístico para a prossecução dos objectivos que estiveram na origem da sua implantação, quer em termos reais, quer perceptivos.

I

Campos em mudança (1960-2007)

A desruralização de Portugal

Em meados do século XX, os campos do país entraram num processo de mudança traduzido num triplo movimento de perda demográfica, retracção dos usos agrícolas do solo e desenvolvimento da actividade turística. Por volta de 1960, as freguesias rurais de Portugal entraram num processo progressivo de perda demográfica que inverteu a tendência de crescimento contínuo que se vinha verificando desde os finais do Antigo Regime. Este decréscimo populacional deveu-se aos movimentos migratórios em direcção às áreas mais industrializadas de Portugal, da Europa e da América do Norte e à conseqüente emergência de uma taxa de crescimento demográfico negativa, em que o número de óbitos é superior ao número de nascimentos. A desertificação tendencial das zonas rurais e periféricas de Portugal observa-se no mapa da distribuição da população pelo território nacional. No limiar do século XXI, a maior parte da população reside no eixo litoral compreendido entre Braga e Setúbal, onde se regista a

presença de cerca de 85% da população e de 76% dos lugares do Continente (Instituto Nacional de Estatística 2002). João Ferrão e Raul Lopes (2003, 142) observam ainda que, em 2001, no interior do país, existem quatro dezenas de centros urbanos, mas só seis têm mais de 20 000 habitantes, designadamente Vila Real, Viseu, Covilhã, Castelo Branco, Évora e Beja. Acresce que 58% da população reside em lugares com 2000 ou mais habitantes, incluindo os 40% que vivem em aglomerados com 10 000 ou mais habitantes (Instituto Nacional de Estatística 2002).¹ O Instituto Nacional de Estatística (INE), de acordo com o recenseamento de 2001, indica que esta concentração populacional tem na última década crescido a um ritmo quatro vezes superior ao crescimento global da população, ao passo que nas regiões com menos de 2000 habitantes vem decrescendo cerca de 8%.² Numa escala de análise mais reduzida, Carminda Cavaco e António Ramos (1994, 54) constatarem que, na década de 1990, estes níveis de concentração populacional já se traduziam «na ‘desertificação’ humana de muitos espaços e núcleos populacionais não urbanos (com menos de 2000 habitantes)».

Este êxodo rural está intimamente associado à perda de importância da agricultura na economia e na sociedade portuguesas desde meados do século XX. Francisco Cordovil *et al.* (2004) notam que, nas últimas quatro décadas, a aplicação de novas tecnologias na produção agrícola conduziu a uma drástica diminuição do número de trabalhadores e do volume de trabalho.

¹ Estes valores tornam-se particularmente significativos quando temos em conta que, em 1900, a percentagem da população residente em povoações ou em grupos de freguesias com 10 000 ou mais habitantes era de 15% e de 8% nas freguesias ou povoações com um número de habitantes compreendido entre 5000 e 9999 habitantes (Imprensa Nacional 1905).

² Embora com intensidade e precocidade desiguais, o êxodo rural é um fenómeno que caracteriza todos os países da Europa (Mathieu 1996), levando a uma concentração da população em zonas específicas – 75% da população da União Europeia dos 15 reside apenas em 20% do território (Nilsson 2002, 7).

Em 1973, o sector agrícola empregava mais de 30% da população activa em Portugal, enquanto em 2001 este valor rondava os 9%. Os agricultores passaram em muitas comunidades rurais a constituir aquilo que H. Newby (1979, citado em Rogers 1989, 107) designa como «comunidades encapsuladas», sendo que a diminuta população agrícola, incluindo proprietários e trabalhadores, encontra-se rodeada por outros grupos sociais que não têm qualquer relação com a agricultura.³ De acordo com Fernando Oliveira Baptista (1996), em Portugal, no que concerne aos trabalhadores agrícolas, os assalariados deixaram de ser a principal força de trabalho, que passou a ser constituída pelo trabalho familiar, que cultiva mais de metade da área agrícola (57%), enquanto o cultivo da restante é repartido pelas unidades capitalistas privadas (36%) e por outros tipos de exploração (7%). Acresce que «a maior parte das famílias ligadas a explorações agrícolas vivem, hoje, de rendimentos exteriores às unidades de produção» (Baptista 1996, 47).

Como mostram Francisco Cordovil *et al.* (2004), a tendência para a diminuição da taxa de emprego no sector agrícola foi acompanhada por uma evolução similar a nível do peso relativo do sector primário na constituição do Produto Interno Bruto (PIB) português. Em 1960, a agricultura, a silvicultura e as pescas representavam um valor médio de 22%, decrescendo para cerca de 13% em 1970 e para aproximadamente 3% em 2001.

Nas áreas rurais do nosso país, para além da rarefacção e do envelhecimento da população residente, isto traduziu-se no resurgimento dos incultos, na falência dos serviços, na degradação dos patrimónios edificados e no empobrecimento do tecido produtivo (cf. Cavaco e Ramos 1994). Na origem desta situação

³ Este decréscimo do número de efectivos empregado na agricultura regista-se também noutros países. Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (1994, 17), apenas cinco dos países-membros desta organização apresentam uma taxa de emprego superior a 15% nos sectores agrícola, florestal e piscícola, existindo oito nos quais este valor é inferior a 5%.

encontra-se um modelo de desenvolvimento industrial assente numa relação desigual entre as áreas urbanas e as áreas rurais, uma vez que o desenvolvimento daquelas foi feito à custa da perda de importância e/ou deterioração dos recursos destas (Pérez Correa 2002, 25). Nos últimos anos do século XX, a tomada de consciência desta situação induziu a formulação e implementação de políticas e medidas de requalificação dos campos do país, cujas orientações analisaremos em seguida.

As políticas e as medidas de desenvolvimento rural

O processo de desruralização que procurámos caracterizar no ponto anterior tem sido acompanhado, especialmente a partir do momento em que Portugal integrou a União Europeia, em 1986, pela formulação e implementação de políticas e medidas nacionais e comunitárias de desenvolvimento local em meio rural, destinadas a promover o crescimento das áreas mais desfavorecidas do ponto de vista social e económico, incluindo o Alto Minho, Trás-os-Montes e Alto Douro, Beira Interior, Alentejo e Algarve (Barrocal e Serra). De modo mais preciso, pretende-se

fixar a população rural, diversificar a actividade económica no meio rural, defender e valorizar os produtos tradicionais de qualidade, agro-alimentares ou de artesanato, preservar e valorizar o património histórico, cultural, biológico e paisagístico, e melhorar as condições de vida das populações, [Jordão 2002, 321].

Esta fórmula de desenvolvimento tem a particularidade de assentar numa política de matriz global e territorial que procura combater os problemas dos espaços rurais e melhorar a qualidade de vida das populações que neles habitam de um modo sustentável, em lugar de uma política sectorial centrada na agricultura. Para além de ter uma forte sensibilidade ambiental e ecológica, este modelo de desenvolvimento rural confere especial aten-

ção aos recursos endógenos e às populações locais, que passaram a constituir os principais intervenientes deste processo, a par do Estado e das instituições públicas (cf. Pérez Correa 2002; Ferrão e Lopes 2004). Em traços largos, este modelo de desenvolvimento aposta em, e dirige o investimento público para, três frentes: agricultura, património e turismo. Existe, por um lado, a tentativa de aproveitamento do potencial agrícola dos campos através da aposta nos produtos agro-alimentares biológicos e de origem controlada, como o vinho e o azeite (ver Carvalho 2003; Fragata 2003; Simões 2003). Existe, por outro lado, a patrimonialização de uma panóplia de recursos locais, como o natural, o histórico e o monumental. Existe, finalmente, a tentativa de exploração turística destes patrimónios e a turistificação geral das zonas e comunidades rurais. Este texto apresenta elementos empíricos e teóricos de reflexão em torno destas duas últimas dimensões, tomando como referência o caso do turismo em espaço rural.

O património

A noção de património é habitualmente associada à ideia de bens que um grupo humano herda e procura transmitir às gerações futuras, resgatando-os ao fluxo da vida quotidiana e ao eventual desaparecimento (cf. Gravari-Barbas 2005, 11; Kirshenblatt-Gimblett 1998, 149; Peixoto 2004, 202). Entretanto, o património não é uma coisa natural, nem tampouco universal, mas sim um artifício produzido por alguém num determinado momento e lugar, *i. e.*, uma construção social (Prats 2004, 19-20). Por outras palavras, o património é um produto socialmente construído, resultante de «uma operação dinâmica, enraizada no presente, a partir do qual se reconstrói, selecciona e interpreta o passado» (Rosas Mantecón 2005, 66). Trata-se, pois, de uma operação que envolve disputas e conflitos em torno da selecção dos referentes que devem ser positivamente valorados, preservados e inscritos na memória de uma comunidade. Uma vez inclusos na rubrica do

património, estes referentes adquirem carta de naturalização, novos significados e, inclusivamente, «uma segunda vida» (Kirshenblatt-Gimblett 1998). Llorenç Prats (2004) designou este processo de «activação patrimonial», através do qual se escolhem determinados referentes culturais ou naturais, se expõem e sacralizam, adquirindo um carácter simbólico, decorrente da sua capacidade para representar simbolicamente uma identidade. De acordo com este autor (*ob. cit.*, 33-34), as activações patrimoniais foram principalmente realizadas pelo poder político, embora também possam ser realizadas pela sociedade civil, mas é certo que sem poder (força social capaz de activá-lo) não existe património.

Inicialmente aplicada a um reduzido leque de referentes, a noção de património foi nos últimos anos do século XX objecto de um considerável alargamento temático, cronológico e espacial (cf. Choay 2006; Lowenthal 1998). A expressão «património» reporta-se actualmente a um leque de referentes extremamente alargado, que abrange bens de ordem excepcional e ordinária, erudita e popular, material e imaterial, natural e cultural, como monumentos históricos, tecidos urbanos, saber-fazer, paisagens, festividades e sonoridades. Tal significa que o património deixou de estar confinado aos interesses e às coisas das elites culturais para integrar, ainda que de modo diferenciado, interesses e coisas de outras classes sociais. A emergência da noção de património rural adquire, neste ponto, um valor lapidar. Esta reporta-se a um conjunto variado de referentes empíricos, incluindo a arquitectura popular, o património histórico edificado, os vestígios arqueológicos, as paisagens, as festas, feiras e romarias, as práticas alimentares, o artesanato, o folclore e a medicina tradicional (cf. AAVV 1995; Alves 2004; Chevallier 2000).

O turismo

De acordo com David Lowenthal (1998; 1985) e Raphael Samuel (1994), os anteriormente referidos processos contempo-

râneos de alargamento da noção de património decorrem de um conjunto de circunstâncias conducentes a uma representação do passado como um tempo perdido ou uma época dourada. Na sua óptica, a patrimonialização de referentes culturais surge como uma estratégia de protecção face aos fantasmas da ruptura e da desordem criados pelas forças da globalização, o desconforto do presente e as incertezas do futuro, baseada na conservação de identidades centradas, unidas e coerentes, mediante a valorização do património e da memória. As forças da globalização são, nesta perspectiva, encaradas como indutoras de uma forma de declínio e de ameaça à estabilidade da segurança e identidade dos indivíduos, conduzindo à preservação do passado, de modo a assegurar a continuidade de símbolos e significados que proporcionem uma adequação à crise mediante o reforço do sentido de coesão e de identidade colectiva.

Contudo, no Ocidente, o alargamento do parque patrimonial também está estreitamente associado à formulação e implementação de políticas de desenvolvimento local em meio rural e urbano que vêem no património um recurso susceptível de rentabilização social e económica pela via do turismo. É, neste ponto, elucidativo que o património seja presentemente activado mais por razões de ordem turística e comercial do que por razões de ordem identitária (cf. Bazin 1995, 16-17; Prats 2004, 42; Kirshenblatt-Gimblet 1998, 151). Em Portugal e noutros países europeus e não europeus, há cada vez mais experiências e projectos ligados à indústria do património, como museus locais, sítios históricos e arqueológicos, lugares sagrados e revitalizações do artesanato e de outras produções culturais, especialmente nos campos (Chevallier 2000; Godinho 2006; Pereiro Pérez 2003; Peralta e Anico 2006; Pujadas e Moncusí 2005; Rosas Mantecón 2005; Sharpley e Sharpley 1997; Sobral 2004; Sousa 2007; Sucarrat 2008). E apesar de promoverem a construção da identidade cultural das comunidades locais, estas experiências e projectos estão fundamentalmente associadas a estratégias de rentabilização económica, através do turismo, visando o desenvolvimento local.

Para o efeito, procede-se a uma reformulação e reenquadramento de alguns elementos presentes num determinado espaço físico ou social, perspectivando a sua mercantilização, num processo que envolve a transformação de um valor cultural num valor comercial. Denis Chevallier, Isac Chiva e Françoise Dubost (2000) referem que a patrimonialização de diferentes componentes da ruralidade não visa a conservação das relíquias do passado, mas antes a inserção dos objectos presentes na actividade dos indivíduos que vivem nos espaços rurais numa economia à escala da Europa das Regiões. Acontece que um dos meios preferenciais para a execução desta empresa passa pela integração das áreas e comunidades rurais no circuito nacional e internacional do turismo. Como diria Barbara Kirshenblatt-Gimblet (1998, 152), os meios rurais convertem-se, deste modo, em «destinos, em representações de si próprios que viabilizam o turismo».

A inserção do património no mercado turístico remete para uma concepção «produtivista» do património, no âmbito da qual o património é entendido «como um recurso para o turismo cultural e para outras actividades económicas», «como uma mercadoria que deve satisfazer o consumo contemporâneo» (Pereiro Pérez 2003, 234). O património é, nesta perspectiva, visto como objecto de um consumo e de uma procura que ao longo dos últimos anos tem vindo a crescer a bom ritmo, facto que é concordante com o argumento de David Lowenthal, segundo o qual os processos contemporâneos de alargamento de noção de património têm sido acompanhados pela democratização do interesse por este recurso:

O património expande-se sobretudo porque mais pessoas participam nele. No passado, apenas uma minoria procurava os antepassados, reunia antiguidades, apreciava os mestres da pintura e frequentava os museus e sítios históricos. Estas diversões atraem agora as multidões. Já não são só os aristocratas a serem obcecados pelos antepassados, nem os muito ricos a coleccionar velharias, nem os académicos interessados por antiguidades, nem a nobreza

a visitar museus; milhões procuram agora as suas raízes, protegem paisagens amadas, valorizam recordações e na generalidade mostram afecto pelo tempo que passou [Lowenthal 1998, 10-11].

No caso português, não há dúvidas de que tem havido uma tentativa sistemática de explorar turisticamente o património, na circunstância, o património existente nos campos do país. A oferta turística em meio rural detém uma natureza variada, integrando o turismo de natureza, o turismo cultural, o enoturismo, o turismo cinegético, o turismo alimentar, o turismo em espaço rural e o turismo activo (aventura e desporto). Estes tipos de turismo podem ser agrupados no chamado turismo rural e alternativo.

Em termos básicos, a noção de turismo rural define o turismo que se desenrola nos espaços rurais (Lane 1994a, 9; Sharpley e Sharpley 1997). O problema está em definir estes dois conceitos, o turismo e o rural.

O turismo tem sido objecto de múltiplas definições no quadro das Ciências Sociais. Para Davydd Greenwood (1976, 129), trata-se «de uma forma de recreação expressa através de uma viagem ou de uma mudança temporária de residência». Nelson Graburn (1978) define-o como «uma viagem sagrada» e John Urry (2002, 2) como «uma actividade de lazer que pressupõe o seu oposto, nomeadamente o trabalho regulado e organizado». Para a Organização Mundial de Turismo, o turismo internacional pressupõe a estadia de visitantes temporários por mais de 24 horas num país visitado por motivos de lazer ou negócios (Lieper 1979, citado em Santana 1997, 49). Tais definições têm em comum o facto de tomar como ponto de referência as acções e os movimentos do turista, negligenciando uma componente fulcral do turismo que reside nos serviços prestados e nos actores neles envolvidos. Na sequência de tal constatação, Stephen Smith é de opinião que

o turismo é o conjunto das actividades que directamente providenciam bens ou serviços de comércio, prazer e lazer às pessoas que estão fora do seu ambiente quotidiano [Smith 2002, 183].

Embora pertinente, a contribuição deste autor acaba por cometer um erro idêntico ao que se propõe corrigir, na medida em que se focaliza exclusivamente nos serviços prestados ao turista, deixando de lado o próprio turista, que também é uma parte essencial do sistema. Com efeito, ao encararmos o turismo de um ponto de vista económico, temos de ter em conta não só o conjunto de actividades económicas de suporte ao turismo, como também quem as consome. Assim sendo, a definição que, do nosso ponto de vista, melhor ilustra a complexidade do conceito é da autoria de Alistair Mathieson e Geoffrey Wall. Na óptica destes autores,

o turismo engloba o movimento temporário de pessoas para destinos fora do seu local habitual de residência e de trabalho, as actividades desempenhadas durante a sua estadia nestes destinos e os serviços criados para satisfazer as suas necessidades [Mathieson e Wall 1982, 1].

Esta perspectiva parece-nos profícua na delimitação do turismo em termos espaciais e temporais, dando também conta da natureza multidimensional e multifacetada de uma actividade social e económica estreitamente associada ao lazer, entendido como o período de tempo de que os indivíduos dispõem após a realização do trabalho e de outras obrigações culturalmente definidas, entre as quais as domésticas. Perspectivado enquanto forma de lazer, o turismo estrutura o ciclo de vida dos indivíduos, propiciando-lhes períodos alternados de trabalho e de relaxamento (Graburn 1978, 1718). Apoiado na ideia de Denison Nash (1978), segundo a qual o turismo depende da elevada produtividade da sociedade industrial e lembra o consumo periódico dos excedentes durante as festas nas culturas tradicionais, Michael Harkin (1995, 651) considera que o lazer envolve não só a distinção entre trabalho e descanso, mas também a distinção entre produção e consumo.

Apesar de haver registo da sua existência em épocas anteriores, o turismo só se massificou na segunda metade do século XX,

graças à melhoria das vias de comunicação e dos meios de transporte, bem como ao aumento dos tempos livres e da disponibilidade financeira de uma parte importante da população (cf. Sharpley 1996; 1999). Estes factores contribuíram decisivamente para o desencadear de um processo que John Urry (2002, 16) considera fulcral no desenvolvimento do turismo moderno, a «democratização das viagens». Embora mais recente, devido à sua estreita relação com os processos de industrialização e urbanismo iniciados no século XVIII, o turismo rural conheceu uma evolução similar (cf. Sharpley 1996; Sharpley e Sharpley 1997, 1).

Como refere Marc Mormont (1996), o rural é uma categoria historicamente situada e que emerge com o processo por intermédio do qual as forças conjugadas da urbanização e da industrialização integram progressivamente os campos num sistema económico, social e político unificado. Apesar de não existir uma definição do rural extensível ao contexto europeu (Epagneul 1996), pelo menos a nível do senso comum o rural é habitualmente definido por oposição ao urbano, facto que se torna problemático em função da ausência de uma linha de separação nítida entre o campo e a cidade. É justamente por este motivo que alguns autores sugerem que a diferenciação entre o campo e a cidade deve ser considerada no seio de um *continuum* rural-urbano, dentro do qual podem enquadrar-se diferentes tipos de áreas rurais (Williams 1993, 1; Lane 1994a, 12). Na nossa perspectiva, estas considerações devem ser tidas em conta no momento em que se procura pensar o espaço rural em Portugal. Numa conceptualização que integra território e processos sociais, José Madureira Pinto considera que «os traços específicos do espaço social rural» assentam

em três grandes blocos de características: dependência em relação aos processos naturais e estreita ligação ao espaço local de grande parte dos agentes sociais que nele habitam; importância das relações de interconhecimento na configuração dos principais processos sociais locais; persistência do grupo doméstico enquanto unidade de produção, consumo e residência [Pinto 1985, 74].

Esta definição integra duas dimensões – o interconhecimento individual e a dependência dos recursos naturais – que se nos afiguram generalizáveis a uma grande multiplicidade de espaços sociais rurais no contexto do território português. Não obstante, incorpora uma outra dimensão que presentemente só é adequada aos meios rurais de predominância camponesa, a do entendimento «do grupo doméstico enquanto unidade de produção, consumo e residência». Deste modo, parece-nos apropriado recorrer à definição de espaço social rural proposta por Paulo Pedroso. Na óptica do autor, os espaços sociais rurais marcados pelo assalariamento apresentam os seguintes traços distintivos:

- a) baixas densidades populacionais, com diversas formas de povoamento (dos pequenos aglomerados ao povoamento disperso), implicando amplas paisagens de dominante não construída;
- b) dependência económica e simbólica de formas de exploração dos recursos naturais (agrário, florestais, aquáticos, do subsolo), quer na produção (agrícola, agro-industrial e mineira) quer nos serviços (turismo);
- c) um modo de vida centrado na intensidade das relações locais baseadas no interconhecimento e na ligação à natureza como factores de identidade colectiva (dos residentes) e de produção de alternativa aos meios urbanos (para os novos residentes e os consumidores de origem urbana) [(Pedroso 1998, 8-9)].

Num outro nível de análise, interessa observar que o turismo rural envolve um conjunto extremamente variado de actividades turísticas (cf. Lane 1994a; Leal 2001; Sharpley 1996; Sharpley e Sharpley 1997). É no alojamento que se encontra, entretanto, um dos seus principais componentes. Independentemente da categoria em que se insere (hotéis, pensões, TER...), é o alojamento que distingue o turismo rural das actividades de recreio e lazer aí

desenvolvidas por excursionistas e locais, uma vez que o turismo envolve a estadia de pessoas fora dos seus locais habituais de residência e trabalho por um período superior a 24 horas (Oppermann 1996, 88; Pearce 1995, 1), pernoitando mediante remuneração, o que exclui as residências secundárias e as casas de familiares e amigos.⁴

Entendido como o conjunto das modalidades de hospedagem em zonas rurais orientadas para a exploração dos seus recursos naturais e culturais, o turismo em espaço rural constitui uma forma de turismo rural, fenómeno que nas últimas décadas tem vindo a expandir-se de modo significativo em Portugal e noutros países. Por outro lado, como teremos ocasião de mostrar em seguida, o turismo em espaço rural também pode ser perspectivado como uma forma de turismo alternativo.

O turismo foi, em dada altura, visto como uma actividade económica desprovida de efeitos perniciosos. A partir da década de 1970, porém, esta visão começou a ser contrariada pela percepção dos efeitos negativos decorrentes do desenvolvimento do turismo de massas no ambiente físico, social e cultural dos destinos e comunidades de acolhimento, assim como pela constatação de que estas não beneficiavam dos dividendos económicos retirados da indústria turística. O entendimento do turismo como «forma de imperialismo» (Nash 1978) adquire sentido neste contexto, o mesmo acontecendo com a ideia de que a mercantilização capitalista da cultura tem um efeito destrutivo sobre a mesma (Greenwood 1978). A tomada de consciência desta realidade impulsionou a idealização de diferentes soluções: a supressão de todos os voos internacionais associados ao turismo (Misham 1969, citado em Urry

⁴ Ao adoptarmos este posicionamento, colocamo-nos em conformidade com o pensamento de Oppermann (1996), para quem as residências secundárias não fazem parte das unidades de alojamento afectas ao turismo rural, contrariamente àquilo que é defendido por outros autores (Jaakson 1986; Pearce 1990; Sharpley 1999; 1996; Strapp 1988).

2002, 40), a melhoria das condições de vida diária das populações e a conseqüente redução da necessidade de as mesmas irem de férias a fim de escapar ao quotidiano (Krippendorf 1986), e a criação de práticas de turismo alternativo ao turismo de massas, incluindo o ecoturismo, o turismo verde e o turismo rural, entre outras terminologias (cf. Smith e Eadington 1992).

O conceito de turismo alternativo, que Denison Nash (1992, 216) entende curial substituir pelo termo «formas alternativas de turismo», em contraste com o turismo convencional ou de massas, sugere um turismo localmente controlado, de pequena escala e em harmonia com o ambiente físico, social e cultural das comunidades de acolhimento (cf. De Kadt 1992, 50; Figueira 1998, 28-29; Sharpley 1999, 240). Para Dernoï, o turismo alternativo caracteriza-se por um determinado tipo de alojamento, como decorre da indicação de que «no turismo alternativo (TA) o 'cliente' recebe acomodação directamente na casa do anfitrião, juntamente com outros eventuais serviços e equipamentos aí existentes» (Dernoï 1981, citado em Pearce 1992, 17). A análise semântica efectuada por Marie-Françoise Lanfant e Nelson Graburn revela uma posição idêntica:

Como forma de alojamento, o Turismo Alternativo diz respeito à escala humana, ao local de pequena ou média dimensão, a empresas familiares ou comunitárias, bem integrado na área. Qualquer outra coisa que não os estabelecimentos turísticos de betão do costume pode ser considerada Turismo Alternativo. Conota-se com artesanato local, madeira, materiais de boa qualidade e arquitectura local típica [Lanfant e Graburn 1992, 92].

Como veremos mais à frente, as modalidades de turismo em espaço rural analisadas neste trabalho enquadram-se nesta concepção. Entretanto, cumpre salientar que estas «formas alternativas de turismo» (Nash 1992, 216) são teoricamente concordantes com o conceito de turismo sustentável, que consubstancia uma tentativa

de maximização dos benefícios do desenvolvimento da actividade e de minimização dos malefícios (Bramwell e Lane 1993, citados em Lane 1994a, 19), num processo que pressupõe a participação dos turistas e das comunidades de acolhimento, assim como a gestão dos recursos naturais e culturais. Ao mesmo tempo, vão de encontro à noção de desenvolvimento sustentável. Segundo a Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento, esta noção corresponde a um «tipo de desenvolvimento que procura resolver as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras resolverem as suas» (Figueira 1998, 49; ver também De Kadt 1992, 49).

Criação e diversificação do turismo em espaço rural em Portugal

Um dos passos dados pela administração central do país tendo em vista a exploração turística do património habitacional foi a regulamentação da actividade. O historial deste processo de regulamentação merece uma análise detalhada. A primeira proposta de regulamentação do turismo em espaço rural, mais precisamente do turismo de habitação, surgiu em Portugal em Maio de 1978, através de um documento no qual se apresentam «os preceitos que se afigura deverem constituir as normas por que deve reger-se a actividade». Elaborado pela principal responsável pelo desenvolvimento inicial do sector em Portugal, então funcionária da Direcção-Geral do Turismo, Maria Laura de Melo Achemann (1978), esta proposta adquire uma primeira expressão através do Decreto Regulamentar n.º 14/78. Este documento, «para efeitos de inventário e divulgação no mercado turístico», visa a constituição de «um registo dos alojamentos particulares susceptíveis de serem utilizados pelos turistas, designadamente dos quartos particulares, moradias e apartamentos», sendo o mesmo requerido voluntariamente pelos proprietários à Direcção-Geral

do Turismo, que determina a sua adequação para os fins em vista (Artigos 41.º e 42.º).

Em 1982, através do Despacho n.º 102/82, é lançado o programa de turismo de habitação com o objectivo de

aumentar a capacidade de recepção para dormidas onde esta é quase nula ou insuficiente, quer em qualidade quer em quantidade, e, também, contribuir para o desenvolvimento turístico e socioeconómico de tais zonas, constituindo ainda um instrumento de conservação do património artístico-arquitectónico nacional com o aproveitamento de casas antigas, apalaçadas ou senhoriais para o turismo de qualidade.

Ao mesmo tempo, definem-se áreas prioritárias – as regiões do Minho, de Basto e do Vale do Douro, os Parques da Peneda-Gerês e Natural da Serra da Estrela, as vilas medievais de Sortelha, Marvão, Óbidos e Monsaraz – e incentiva-se a prospecção de outras áreas com potencial.

Em 1983, através do Decreto-Lei n.º 423/83, a expressão «turismo de habitação» é legalmente consagrada e as unidades afectas a este tipo de turismo passam a poder usufruir, caso preencham determinados requisitos, do estatuto de utilidade turística e dos apoios financeiros do Estado ao sector turístico.

Em 1984, através do Decreto-Lei n.º 251/84, define-se, ainda que de modo experimental, o regime de inserção do turismo de habitação na oferta turística portuguesa, decretando-se que o mesmo «não se esgota na exploração de alojamento turístico, podendo também prosseguir a oferta de serviços de interesse turístico nos domínios da animação, do artesanato, da cultura e até do desporto e do recreio dos turistas». As casas integradas no turismo de habitação são também objecto de diferenciação em dois tipos: «Tipo A – quando se trata de uma edificação do tipo solar, casa apalaçada ou moradia unifamiliar, com valor arquitectónico, amplas dimensões, mobiliário e decoração de qualidade,

instalações sanitárias condizentes»; «Tipo B – quando se trate de edificação localizada em meio rural, de natureza rústica ou de características regionais evidentes e com mobiliário e decoração adequados, além de instalações sanitárias funcionais» (Artigo 9.º).

Em 1986, através do Decreto-Lei n.º 256/86, é criada a figura legal do turismo em espaço rural (TER), tendo em vista «o fomento do turismo rural e o incremento do turismo de habitação nas zonas rurais», estabelecendo duas novas modalidades de hospedagem: turismo rural e agroturismo. As Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira são, pela primeira vez, objecto de menção (Artigo 28.º). No mesmo ano, com o Despacho Normativo n.º 86/86, definem-se as condições de regulação dos empréstimos a conceder pelo Fundo de Turismo ao turismo de habitação, turismo rural e agroturismo, tendo ficado estabelecido que «os financiamentos [...] não poderão exceder 50% do investimento em capital fixo na parte afectada à exploração turística» (Artigo 1.º).

Em 1987, através do Decreto Regulamentar n.º 5/87, são especificadas, de forma pormenorizada, as várias modalidades de turismo em espaço rural enunciadas no Decreto-Lei n.º 256/86, procedendo-se igualmente à criação de símbolos próprios para as unidades inscritas na Direcção-Geral do Turismo. Pela primeira vez, de uma forma explícita, observa-se que estas unidades constituem «formas de acolhimento de natureza familiar destinadas a prestar aos turistas um serviço personalizado e a facilitar-lhes o contacto com o mundo rural» (Artigo 1.º). É também estabelecido o número máximo de seis quartos destinados à exploração para o caso do turismo rural e de seis quartos no edifício principal quanto às casas de agroturismo e de turismo de habitação, «não podendo, em qualquer caso, exceder o total de dez o número de quartos existentes no conjunto do edifício principal e anexos» (Artigo 5.º, n.º 1). Um mês depois, através do Despacho Normativo n.º 20/87, determinam-se as formas de relacionamento entre hóspedes e proprietários e indicam-se algumas das

actividades complementares de diversão e animação que podem/devem ser objecto de promoção, como, por exemplo, desportos náuticos, caça e pesca. Em 4 de Dezembro, o Decreto Legislativo Regional n.º 24/87/A adapta à Região Autónoma dos Açores o Decreto-Lei n.º 256/86.

Em 1989, através do Decreto Regulamentar n.º 8/89, é criada uma nova figura de turismo em espaço rural, os hotéis rurais.

Em 1997, o Decreto-Lei n.º 169/97, ao substituir o Decreto-Lei n.º 256/86, fornece um novo enquadramento legal às actividades associadas ao turismo em espaço rural, definido enquanto «conjunto de actividades e serviços realizados e prestados [...] em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de actividades e serviços complementares de animação e diversão turística» (Artigo 1.º).⁵ No Artigo 4.º é operada a distinção entre modalidades de hospedagem (turismo de habitação, turismo rural, agroturismo, turismo de aldeia e casas de campo) e empreendimentos turísticos (hotéis rurais e parques de campismo rural).⁶ A 25 de Setembro, o Decreto Regulamentar n.º 37/97 vem estabelecer os procedimentos administrativos de licenciamento e requisitos de funcionamento dos estabelecimentos de acordo com o novo quadro legal. No que concerne às áreas destinadas aos hóspedes, nas modalidades de hospedagem, é definido o número mínimo e máximo de quartos, respectivamente três e dez, excepção feita às unidades de turismo de aldeia, onde em cada casa não podem existir mais de três quartos. Nos hotéis rurais, o número mínimo de quartos ou *suites* é dez e o número máximo trinta.

⁵ As zonas rurais são vistas como «áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural» (Artigo 3.º), definição que se mantém na actualidade (Portaria n.º 937/2008, Artigo 4.º).

⁶ Diferentemente das casas de campo e do turismo de aldeia, nas outras modalidades de hospedagem e nos hotéis rurais é obrigatória a residência dos empresários durante o período de exploração. Os parques de campismo rural foram criados em 1982, pelo Decreto-Lei n.º 192/82.

A emissão de parecer pelos órgãos regionais ou locais de turismo e pela Direcção-Geral do Desenvolvimento Rural é um dos aspectos salientes do documento em causa. No dia 23 de Outubro surgem três Portarias, a n.º 1068/97, a n.º 1069/96 e a n.º 1070/97, que aprovam um conjunto de disposições relativas às casas e empreendimentos de turismo em espaço rural, como, por exemplo, o modelo das placas de classificação, revogado em 2000 pela Portaria n.º 25/2000.

Em 2002, através do Decreto-Lei n.º 54/2002, transfere-se «para os municípios o processo de licenciamento e de autorização para a realização de operações urbanísticas das casas e empreendimentos de turismo em espaço rural», assumindo as Direcções Regionais de Economia as competências antes exercidas pela Direcção-Geral do Turismo (por exemplo, aprovar o nome e a classificação quanto à modalidade de hospedagem). Além disto, passou «a existir uma única licença de utilização», «emitida pela respectiva câmara municipal», considerando o parecer dos órgãos regionais e locais de turismo, da Direcção-Geral de Desenvolvimento Rural e das direcções regionais do Ministério da Economia. O turismo em espaço rural passa a ser definido nos moldes descritos na apresentação deste trabalho, sendo anulada a distinção anteriormente existente entre modalidades de hospedagem e empreendimentos turísticos, em função da sua agregação. A 12 de Março, através do Decreto Regulamentar n.º 13/2002, definem-se os procedimentos administrativos de licenciamento e requisitos mínimos de funcionamento (comuns e específicos de cada modalidade), de acordo com o novo quadro legal.⁷ Este novo enquadramento jurídico passa, assim, a incluir no turismo

⁷ Neste documento não se realizam quaisquer alterações ao Decreto Regulamentar n.º 37/97 quanto ao número máximo e mínimo de quartos, excepto na elisão deste último nas modalidades de turismo rural, agroturismo e casas de campo.

em espaço rural as sete modalidades de hospedagem descritas na «Introdução» (quadro 0.1).

Em 2005, através do Decreto-Lei n.º 156/2005, é tornada obrigatória a existência e disponibilização do livro de reclamações a todos os estabelecimentos de venda ao público e de prestação de serviços, incluindo o alojamento turístico, cujo modelo, edição, preço, fornecimento e distribuição foi definido pela Portaria n.º 1288/2005 e alterado pela Portaria n.º 896/2008.

Em 2007, o Decreto-Lei n.º 37/2007 aprova normas destinada a proteger os cidadãos da exposição involuntária ao fumo do tabaco.

Mais recentemente, em 2008, com o Decreto-Lei n.º 39/2008, surgiu um novo regime jurídico de instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos que altera a configuração do turismo em espaço rural definida pelo Decreto-Lei n.º 54/2002 e que reúne num único documento as disposições comuns a todos os empreendimentos. Como já foi sublinhado, este quadro legal agrupa as unidades anteriormente afectas ao turismo em espaço rural em dois tipos de estabelecimentos turísticos – os estabelecimentos de turismo de habitação e os estabelecimentos de turismo no espaço rural –, exceptuando o turismo rural e os parques de campismo rural, que desaparecem enquanto categoria. Por outro lado, as autarquias mantêm as competências para classificar, fixar a capacidade máxima e licenciar o funcionamento e a realização de obras nestes empreendimentos, excepto no caso dos hotéis rurais (Artigos 22.º e 27.º), considerando o parecer vinculativo do Turismo de Portugal, I.P. No mesmo ano, através da Portaria n.º 937/2008, definem-se os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural, enquanto a Declaração de Rectificação n.º 25/2008 rectifica o Decreto-Lei n.º 39/2008. Como foi observado na «Introdução», esta mudança de regime jurídico faz que a expressão «turismo em espaço rural» utilizada neste texto

corresponda a dois tipos de empreendimentos turísticos, os de turismo de habitação e os de turismo no espaço rural.

Investimentos e sistemas de incentivo

Um outro passo dado pela administração central do país no intuito de desenvolver o turismo em espaço rural consistiu na concessão de apoios e incentivos financeiros aos promotores da oferta, justificada pelo já referido alargamento do estatuto de utilidade turística a este tipo de unidades. Ao abrigo deste estatuto, os promotores do sector passaram a ter acesso aos sistemas de apoio ao turismo concedidos pelo organismo estatal responsável pelo sector – o Fundo de Turismo, numa primeira fase, o Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (IFT), numa segunda fase, e o Turismo de Portugal, I. P. (TP), na actualidade. Estes incentivos merecem um escrutínio mais detalhado.

Segundo Castelão Costa (1988, 18), no triénio 1985-1987 o Fundo de Turismo financiou 81 unidades de turismo em espaço rural, que envolveram um investimento de 482 000 contos (2,41 milhões de euros), 206 000 dos quais comparticipados. Este esquema de financiamento revestiu a forma de empréstimo, cobrindo os seguintes tipos de investimento: obras de melhoramento com vista à conservação das casas ou à sua adaptação; equipamento e mobiliário; construção de infra-estruturas de animação (campos de ténis, piscinas, etc.); construção de edifícios destinados às modalidades de turismo rural ou agroturismo com características do meio rural em que se insiram (Costa *idem*, 5).

No período compreendido entre 1988 e 1993, o Fundo de Turismo apoiou financeiramente 390 projectos (de ampliação, remodelação e/ou construção) de unidades de turismo em espaço rural, que cumularam um investimento de 8,8 milhões de contos (44 milhões de euros), 4 milhões dos quais concedidos como apoios financeiros (Carvalho e Gago 1994, 83). Estas verbas foram

atribuídas através de três programas: Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo (SIFIT) I (1988-1991), SIFIT II (1992-1993), Costa Verde (1990-1991) e Financiamento Directo. Embora não estejamos na posse de elementos que nos permitam definir o programa denominado Costa Verde, sabe-se que só foi aplicado no período referido às regiões do Minho e do Douro. O SIFIT, por seu lado, revestiu a forma de movimentos a fundo perdido e integrou-se no Programa Nacional de Interesse Comunitário de Incentivos à Actividade Produtiva (PNICIAP), previsto no regulamento do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER).⁸

Entre 1994 e 1999, no âmbito do Quadro Comunitário de Apoio (QCA) II (1994-1999), considerando a informação facultada pelo Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo (IFT), o Estado apoiou financeiramente o turismo em espaço rural mediante três programas: Sistema de Incentivos Regionais (SIR), SIFIT e Empréstimos em Condições Preferenciais (ECP). Este último programa aplicou-se a 2 projectos de hotéis rurais na região do Alentejo. O SIFIT beneficiou 49 projectos, 20 dos quais relativos a hotéis rurais. O SIR – que, ao contrário dos anteriores programas, não se restringe ao sector turístico –, revestindo a forma de aplicações a fundo perdido e reembolsável, apoiou 227 projectos. Os projectos afectos a estes três programas implicaram um investimento de 19,6 milhões de contos (98 milhões de euros), 9,2 milhões dos quais financiados pelo IFT.

Entre 2000 e 2006, no âmbito do QCA III (2000-2006), considerando a informação fornecida pelo Turismo de Portugal, o Estado financiou 183 projectos de turismo em espaço rural, que implicaram um investimento de cerca de 116,8 milhões de

⁸ O FEDER tem por objectivo a redução das assimetrias regionais, designadamente no que concerne ao mapa da implantação geográfica das actividades industriais, artesanais e turísticas, com capitais comunitários e nacionais, englobando os seguintes campos de aplicação: investimentos produtivos; infra-estruturas; desenvolvimento endógeno – desenvolvimento local e PME; projectos-piloto.

euros (23,36 milhões de contos), metade dos quais comparticipados. Esta comparticipação foi feita no quadro de oito sistemas de incentivo, com destaque para o Sistema de Incentivo a Produtos Turísticos de Vocação Estratégica (SIVETUR) NACIONAL – que apoiou 65 projectos –, o SIVETUR – que apoiou 59 projectos – e o Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial (SIME) – que apoiou 41 projectos.

Para além destes, existiram outras entidades e programas de financiamento de projectos de turismo em espaço rural que cabe mencionar. O programa de iniciativa comunitária LEADER assumiu, neste ponto, uma posição de destaque. O LEADER I, inserido no QCA I (1989-1993), considerou 213 projectos, que comportaram um investimento de 3,3 milhões de contos (16,5 milhões de euros), 1,7 milhões dos quais comparticipados (Ministério da Agricultura, Instituto de Estruturas Agrárias e Desenvolvimento Rural 1995).⁹ O LEADER II, incluído no QCA II, financiou 270 projectos, que significaram um investimento de 1,7 milhões de contos (8,5 milhões de euros), 843 000 dos quais pagos pela União Europeia (Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Direcção-Geral de Desenvolvimento Rural 1999). O LEADER +, inserido no QCA III, também concedeu incentivos financeiros ao sector, mas a informação disponível não permite precisar os números relativos a esta rubrica.¹⁰

Um outro programa de financiamento do sector em Portugal foi o Programa de Promoção do Potencial de Desenvolvimento

⁹ Este programa não contém uma selecção e uma classificação que nos permita distinguir os projectos TER dos projectos de alojamento de outra natureza, pelo que fomos obrigados a tomar como base de referência o nome do mesmo, introduzindo, por isso, uma plausível margem de erro.

¹⁰ Apesar de termos solicitado repetidamente a informação desejada a quem de direito, esta não nos foi fornecida em tempo útil. Mas sabe-se que o projecto “o TER do Minho ao Brasil” foi em 2006 contemplado com 90 000 euros e o projecto “o TER em Angola” com 65 000 euros (www.leader.pt/Noticias/2008/43_08.htm).

Regional (PPDR). Este concedeu-lhe um incentivo estimado de 2,2 milhões de contos (11 milhões de euros), 1,7 milhões dos quais comparticipados pelo FEDER.

O turismo em espaço rural obteve ainda sustentação financeira através dos Sistemas de Apoio a Jovens Empresários, designadamente o SAJE e o SAJE 2000, geridos pela Secretaria de Estado da Juventude e dos Desportos. O primeiro deles financiou 16 projectos, que implicaram um investimento de 5,6 milhões de euros (1,12 milhões de contos), 2,5 dos quais comparticipados a fundo perdido. O segundo apoiou 7 unidades, 6 das quais pelo SIME e 1 pelo Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais (SIPIE), envolvendo um investimento de 3,3 milhões de euros (0,66 milhões de contos), cerca de metade dos quais comparticipados.

O Instituto de Financiamento e Apoio ao Desenvolvimento da Agricultura e Pescas (IFADAP) é outra das entidades que concederam apoios financeiros ao turismo em espaço rural, especialmente ao agroturismo, através de programas como o PAMAF, o AGRO e o AGRIS, decerto relacionados com a iniciativa comunitária Fundo Europeu de Orientação e Garantia Agrária (FEOGA). Infelizmente, não dispomos de dados que nos permitam aferir da sua contribuição efectiva.¹¹ Esta lacuna é extensível a outros programas que se sabe terem directa ou indirectamente apoiado o turismo em espaço rural, entre os quais o INTERREG, iniciativa comunitária gerida pela Direcção-Geral de Desenvolvimento Regional.

Estes dados mostram que a criação do turismo em espaço rural em Portugal tem implicado avultados investimentos, cerca de 61,2 milhões de contos (306,1 milhões de euros), aproximadamente 50% dos quais feitos com capitais públicos. Tal significa que o Estado não se tem limitado a definir medidas de desenvolvimen-

¹¹ Embora o IFADAP nos tenha facultado dados relativos ao PAMAF, a forma de organização dos mesmos não nos permite retirar conclusões relativamente ao turismo em espaço rural, na medida em que existe uma agregação multifacetada denominada «turístico-artesanais».

to local em meio rural, investindo igualmente recursos públicos na implementação destas medidas. A este respeito, pode inclusivamente observar-se que a requalificação das zonas rurais foi fundamentalmente impulsionada e patrocinada pela administração central, que em Portugal tem tido um papel decisivo na conversão dos espaços rurais em espaços turísticos (cf. Cavaco 1999b; Ribeiro 2003a; Silva 2007b). Mas é preciso notar que os investimentos feitos no âmbito da aplicação das referidas medidas de desenvolvimento rural provieram, maioritariamente, dos fundos estruturais concedidos pela União Europeia. A criação de museus locais, de unidades de turismo rural e de trilhos, bem como a reabilitação de patrimónios edificados, a recuperação de aldeias (históricas e rústicas) e a valorização de sítios arqueológicos foram financiados através de programas comunitários, como o FEDER, o INTERREG e o LEADER. Os materiais disponíveis relativamente ao LEADER adquirem, neste ponto, um valor ilustrativo, pondo igualmente a descoberto a proeminência do turismo no quadro das respectivas aplicações financeiras. O quadro 1.1 contém uma síntese das rubricas abrangidas pela iniciativa LEADER I. A leitura deste quadro permite constatar que a medida «turismo em espaço rural», onde se inclui o objecto de estudo da presente investigação, abarca 46% dos projectos apoiados pelo LEADER I e 56% do investimento, colocando-a numa posição de relevo em relação às restantes, tal como sucede noutros países europeus (Sharpley e Sharpley 1997, 37).¹² A «valorização e comercialização de produtos locais» surge como a segunda medida no que respeita ao número de projectos (17%) e ao investimento (12%). A medida «PME, artesanato e

¹² A rubrica «turismo em espaço rural» possui no LEADER uma aceção distinta e mais alargada daquela que temos utilizado neste trabalho, pois abarca campos como os que se seguem: estruturas do turismo rural/apoio à recuperação de quartos/alajamento (onde se incluem as denominadas «moradias turísticas»); promoção/divulgação turística; adaptação de infra-estruturas; valorização dos recursos naturais; estudos de mercado; trilhos; ajudas à recuperação de espaços para fins gastronómicos/organização da oferta gastronómica/restaurantes típicos; parques de merendas.

serviços de apoio», por seu lado, detém valores relativamente inferiores aos da anteriormente referida no número de projectos (16%), mas envolve um investimento idêntico (12%).

Quadro 1.1 – Programa de iniciativa comunitária LEADER I

Medidas	Projectos		Investimento	
	N.º	%	Unidade: 1000 escudos	%
1. Apoio técnico ao desenvolvimento rural	176	8	701 397	4
2. Formação profissional e ajudas à contratação	100	5	407 067	2
3. Turismo em espaço rural	990	46	9 428 617	56
4. PME, artesanato e serviços de apoio	342	16	2 023 321	12
5. Valorização e comercialização de produtos locais	366	17	1 966 934	12
6. Outras medidas	160	7	794 120	5
7. Funcionamento do grupo de acção local	3	0	1 417 549	8
Total	2137	99	16 739 005	99

Fonte: Ministério da Agricultura, Instituto de Estruturas Agrárias e Desenvolvimento Rural 1995 I, 14.

A preponderância do turismo em meio rural regista-se igualmente no contexto do LEADER II (ver o quadro 1.2). Este quadro permite observar que a área de «apoio à diversificação das actividades económicas» teve o maior volume de investimento aplicado (38%), muito por causa do «turismo em meio rural», que granjeou 70% do investimento aplicado na área em questão. A área «preservação e valorização do ambiente e qualidade de vida» registou o segundo maior volume de investimento aplicado (18%), seguida pela área «valorização e comercialização de produtos agrícolas, silvícolas e pesca locais» (12%).

No que diz respeito ao LEADER +, a forma como é apresentado o relatório de execução financeira impede o conhecimento das rubricas inclusas em cada categoria analítica, não sendo possível aferir os montantes concedidos ao turismo, sector que entretanto sabemos ter sido apoiado (ver o quadro 1.3).

Quadro 1.2 – Programa de iniciativa comunitária LEADER II

		Execução financeira/médias e áreas				2001-12-31		Unidade: 1000 Esc.	
		Programado		Aprovado		Aplicado			
Medidas/áreas		Inv. total	Comp. CCE	Inv. total	Comp. CCE	Inv. total	Comp. CCE	Inv. total	Comp. CCE
a) Aquisição de competências		85 510	62 574	85 510	62 574	85 510	62 574	85 510	62 574
Programas de inovação rural									
b)1 Grupos de desenvolvimento local		42 195 032	25 924 010	42 595 534	26 107 492	45 068 043	25 965 484	45 068 043	25 965 484
1. Apoio técnico ao desenvolvimento rural		3 232 734	2 196 094	3 200 398	2 195 712	3 327 147	2 186 062	3 327 147	2 186 062
2. Formação profissional esp. e ajudas à contratação		611 298	412 033	588 003	397 812	575 712	383 551	575 712	383 551
3. Apoio à diversificação das actividades económicas		16 213 677	9 153 953	16 055 551	8 982 175	17 251 831	8 946 619	17 251 831	8 946 619
3.1. Turismo em meio rural		11 119 251	6 214 987	11 097 136	6 214 185	12 015 099	6 202 788	12 015 099	6 202 788
3.2. Artesanato		1 598 867	933 155	1 484 430	873 197	1 552 918	871 094	1 552 918	871 094
3.3. Modernização empresarial de PME		2 660 392	1 503 970	2 684 327	1 430 529	2 849 539	1 418 926	2 849 539	1 418 926
3.4. Outros		835 167	498 842	789 659	464 264	834 275	453 812	834 275	453 812
4. Valorização e comercialização de produtos agrícolas, silvícolas e pesca locais		5 163 442	3 030 580	5 381 356	3 057 456	5 636 511	3 037 876	5 636 511	3 037 876
4.1. Espécies animais autóctones		661 047	391 043	634 224	371 841	656 787	371 299	656 787	371 299
4.2. Variedades vegetais nacionais		468 485	282 352	489 794	295 032	506 253	294 513	506 253	294 513
4.3. Produtos da agro-indústria familiar		2 207 926	1 261 391	2 416 644	1 323 574	2 522 115	1 309 163	2 522 115	1 309 163
4.4. Outros		1 825 984	1 095 794	1 840 694	1 067 009	1 951 356	1 062 901	1 951 356	1 062 901
5. Preservação e valorização do ambiente e qualidade de vida		7 801 491	4 568 398	7 793 928	4 620 309	8 473 154	4 593 421	8 473 154	4 593 421
6. Acções em cooperação		978 125	669 891	952 013	673 625	931 856	633 262	931 856	633 262
6.1. Nacional		503 757	338 038	511 042	359 038	488 523	321 577	488 523	321 577
6.2. Transnacional (*)		474 369	331 853	440 971	314 587	443 333	311 685	443 333	311 685
7. Outros		2 252 585	1 437 644	2 514 812	1 538 842	2 647 870	1 534 002	2 647 870	1 534 002
8. Funcionamento do GAL		5 941 678	4 455 417	6 109 473	4 641 561	6 223 961	4 650 691	6 223 961	4 650 691
8.1. Remuneração à mão-de-obra		3 960 610	2 962 887	3 876 469	2 954 128	3 949 494	2 948 868	3 949 494	2 948 868
8.2. Despesas de funcionamento		1 428 764	1 076 795	1 656 403	1 253 433	1 701 164	1 272 592	1 701 164	1 272 592
8.3. Equipamento		422 385	318 604	445 377	335 582	445 498	333 546	445 498	333 546
8.4. Estudos		129 919	97 131	131 223	98 417	127 805	95 686	127 805	95 686
b)2 Outros actores colectivos		385 145	288 859	432 111	324 083	438 629	324 083	438 629	324 083
c) Cooperação transnacional		474 369	331 853	440 971	314 587	443 333	311 685	443 333	311 685
d) Acompanhamento e avaliação		552 638	414 479	448 817	336 613	448 817	336 613	448 817	336 613
Total		43 218 325	26 689 921	43 561 972	26 830 762	46 041 000	26 688 754	46 041 000	26 688 754

Fonte: Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas 2003.

Quadro 1.3 – Programa de iniciativa comunitária LEADER + (2002-2007)

Execução financeira: vector/medida	Total (31-12-2007)					
	Custo total (1) = (2) + (5)	Despesa pública		Recursos públicos nacionais (4)	Financia- mento privado (5)	
		Despesa pública total (2) = (3) + (4)	FEOGA (3)			
Vector 1 - Apoio a estratégias territoriais de desenvolvimento rural, integradas e de carácter piloto	230 477	166 888	120 921	403,88	45 967 252,55	63 588 878,45
	534,88	656,43				
	154 500					
	026,27	98 774 894,11	69 792 617,87	28 982 276,24	55 725 132,16	
Medida 1 - Investimentos	42 180 784,37	34 317 038,08	25 777 787,23	8 539 250,85	7 863 746,29	0,00
Medida 2 - Ações imateriais	151 800,26	151 800,26	113 850,19	37 950,07		0,00
Medida 3 - Aquisição de competências	33 644 923,98	33 644 923,98	25 237 148,59	8 407 775,39		0,00
Medida 4 - Despesas de funcionamento dos GAL.	10 544 724,85	9 584 820,12	6 394 555,15	3 190 264,97		959 904,73
Vector 2 - Apoio à cooperação entre territórios rurais	6 620 110,53	5 868 777,24	3 774 620,75	2 094 156,49		751 333,29
Medida 1 - Cooperação interterritorial	1 832 967,41	1 624 395,97	1 051 198,61	573 197,36		208 571,44
Medida 2 - Cooperação transnacional	2 091 646,91	2 091 646,91	1 568 735,79	522 911,12		0,00
Medida 3 - Assistência técnica	1 811 767,86	1 811 767,86	1 358 825,89	452 941,97		0,00
Vector 3 - Colocação em rede	2 376 020,45	2 376 020,45	1 782 015,31	594 005,14		0,00
Vector 4 - Gestão, acompanhamento e avaliação	245 210	180 661	130 456			
	048,05	264,86		800,23	50 204 464,63	64 548 783,19
Total						

Fonte: www.leader.pt/EXEC_FIN_02_07.HTM

Em jeito de conclusão, pode referir-se que os campos de Portugal foram nas últimas décadas objecto de uma série de transformações sociais, económicas e demográficas – sangria populacional, declínio da agricultura e desenvolvimento do turismo –, conducentes a um quadro pós-rural. Tal significa que a desruralização do país e a desagrarização dos campos abriram caminho à patrimonialização e turistificação do mundo rural. Estes processos de patrimonialização e turistificação derivam de uma intervenção política estatal que define medidas de desenvolvimento local em meio rural e investe recursos públicos (nacionais e comunitários) na sua implementação. O assunto tratado neste texto, o turismo em espaço rural, ilustra esta situação. É, pois, lícito referir que a actual configuração do mundo rural deriva, em boa medida, de uma modelação feita por forças que lhe são exteriores, mediante a elaboração e concretização de políticas e medidas de desenvolvimento rural que promovem e financiam a multifuncionalidade dos campos e, inclusivamente, as actividades produtivas de quem neles habita. Isto não significa a ausência total de protagonismo e de algum poder de decisão por parte das populações locais, mas sim a existência de uma relação de poder desigual, na qual o exterior contribui decisivamente para a configuração do «campo de possibilidades» das populações rurais, para utilizar uma expressão formulada por Gilberto Velho (1995: 230). No caso concreto de Portugal, esta situação emergiu fundamentalmente a partir do momento em que o país passou a ser um Estado-membro da União Europeia (1986), desempenhando as Associações de Desenvolvimento Local o papel de mediação entre os centros de decisão nacionais e comunitários e os actores locais. Em Espanha, regista-se uma situação com contornos semelhantes, inclusive no que diz respeito à configuração socioeconómica das zonas rurais (cf. Aguilar Criado, Merino Baena e Migens Fernandez 2003).

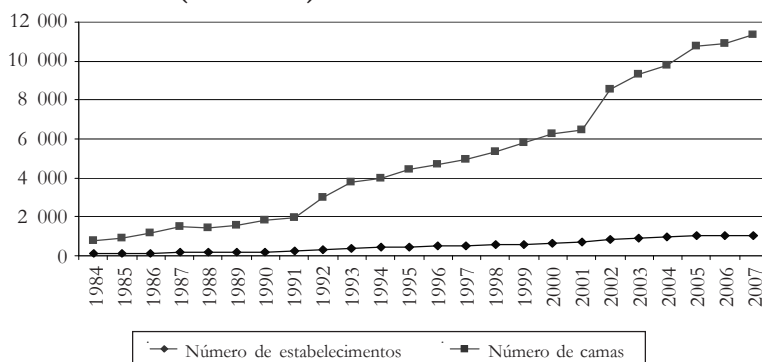
A oferta do turismo em espaço rural

Evolução e distribuição espacial da oferta

Sob a forma de turismo de habitação, o turismo em espaço rural foi lançado experimentalmente em Portugal em 1978, em quatro áreas - piloto (Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa), tendo sido posteriormente alargado, primeiro, a zonas do interior com disponibilidade limitada de alojamento, mas com uma frequência turística assinalável, depois, às regiões dos vales do Douro e do Vouga e, finalmente, à totalidade do território (cf. Moreira 1994, 128-129). Desde então, não sem algumas hesitações e dificuldades, o turismo em espaço rural tem vindo a assumir uma expressão crescente no país. Entre 1984 – ano em que surgiram as primeiras estatísticas oficiais sobre o sector – e 2007, o número de estabelecimentos inscritos no organismo da administração central responsável pelo turismo teve um crescimento médio anual superior a 10%, aumentando de 103

para 1023 unidades, enquanto a respectiva capacidade de alojamento aumentou de 763 para 11 327 camas – ver o gráfico 2.1.¹ Este gráfico mostra que o número de camas tem vindo a aumentar de forma muito mais acentuada do que o número de estabelecimentos afectos ao turismo em espaço rural, o que decerto decorre do aumento da capacidade de alojamento de cada unidade e do aparecimento de unidades com maior número de camas, como os hotéis rurais.

Gráfico 2.1 – Número de estabelecimentos e de camas TER (1984-2007)



Nota: As fontes utilizadas não contabilizam o turismo de aldeia, os hotéis rurais e os parques de campismo rural, excepção feita às do quadriénio 2002-2005, nas quais se contam as unidades de turismo de aldeia, e do triénio 2006-2008, que englobam o turismo de aldeia e os hotéis rurais.

Fonte: DGT, 2000, 2001a, 2002a, 2004, 2005, 2006; TP, 2007a; TP 2008a.

O peso relativo do número de estabelecimentos de turismo em espaço rural e da respectiva capacidade de alojamento no quadro mais vasto da oferta hoteleira em Portugal assumem contornos merecedores de abordagem. As 1012 unidades e as 10 866 camas existentes em 2006 – pois não há dados disponíveis

¹ Os dados do turismo em Portugal em 2008 ainda não estão disponíveis.

relativamente a 2007, devido ao modo como o Turismo de Portugal organiza a informação (ver TP 2008b) – correspondem a cerca de um terço da oferta nacional de unidades de alojamento turístico e a um valor residual da capacidade de alojamento global, cerca de 4% (ver o quadro 2.1)².

Quadro 2.1 – Número de unidades hoteleiras e de camas em Portugal (2006)

Tipos de estabelecimento	Estabelecimentos		Camas	
	Número	%	Número	%
Hotéis	622	20,0	127 423	44,9
Hotéis/Apartamentos	132	4,3	35 215	12,4
Pousadas	42	1,4	2 273	0,8
Estalagens	100	3,2	6 058	2,1
Motéis	22	0,7	2 058	0,7
Pensões	877	28,3	42 159	14,8
Colónias de férias e pousadas da juventude	64	2,1	9 169	3,2
Aldeamentos turísticos	31	0,9	12 347	4,3
Apartamentos turísticos	202	6,5	36 504	12,9
Turismo em espaço rural	1 012	32,6	10 866	3,8
Total	3 104	–	284 072	–

Fonte: TP 2007a; 2007b, 40.

A oferta distribui-se de forma desigual pelo território nacional, concentrando-se essencialmente na região do Norte (44%), sendo Lisboa e o Algarve as regiões com menor oferta (3%) (ver o quadro 2.2). Tal situação estará associada ao facto de ser no Norte que encontramos o maior número de estruturas físicas suscetíveis de adaptação ao turismo e um espírito mais em-

² Esta tipologia de estabelecimentos prestadores de alojamento foi alterada pelo Decreto-Lei n.º 39/2008, que institui a existência de alojamento local e de oito tipos de empreendimentos turísticos: estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos turísticos, apartamentos turísticos, conjuntos turísticos (*resorts*), empreendimentos de turismo de habitação, empreendimentos de turismo no espaço rural, parques de campismo e de caravanismo, empreendimentos de turismo da natureza.

preendedor por parte dos proprietários. É nesta área do país que existe o maior número de solares e casas apalaçadas, muitos deles afectos ao turismo de habitação, especialmente no Minho, que é justamente considerado o berço desta forma de alojamento turístico. Acresce que muitas destas casas dispõem também de quartos afectos ao turismo rural, construídos em anexos.

Quadro 2.2 – Distribuição regional da oferta de turismo em espaço rural

NUTS	%
Norte	43,8
Centro	21,9
Lisboa	2,7
Alentejo	15,8
Algarve	3,0
Região Autónoma da Madeira	4,8
Região Autónoma dos Açores	8,0

Fonte: TP 2008a.

No que concerne às modalidades de hospedagem, o turismo rural é a modalidade prevalecente no território nacional (38,1%), encontrando-se o turismo de aldeia no extremo oposto (0,7%), como informa o quadro 2.3.

Quadro 2.3 – Percentagem de estabelecimentos por modalidade

Modalidade de hospedagem	%
Turismo rural	38,1
Turismo de habitação	22,7
Casas de campo	22,9
Agroturismo	13,3
Hotéis rurais	2,3
Turismo de aldeia	0,7

Fonte: TP 2008a.

Características da oferta

Anteriormente, o turismo em espaço rural foi definido como sendo o conjunto das modalidades de hospedagem em zonas rurais, orientadas para a exploração dos seus recursos naturais e culturais, onde se incluem serviços de alojamento em casas de diferentes estilos arquitectónicos. De acordo com quem preencheu o inquérito postal, em termos arquitectónicos, o edifício principal das unidades de turismo em espaço rural corresponde, na maioria dos casos, a uma casa rústica (36,5%), embora a soma dos solares e casas apalaçadas dê um valor ligeiramente mais elevado (37,1%) (ver o quadro 2.4). As unidades existentes nas povoações que foram objecto de trabalho de campo também são predominantemente rústicas, incluindo a antiga casa de hóspedes pertencente aos proprietários de uma casa solarenga situada no *arrabalde* de Sortelha e a casa que em Monsaraz está classificada como turismo de habitação.

Quadro 2.4 – Tipologia arquitectónica das casas

Tipo de edifício	%
Casas rústicas	36,5
Casas solarengas/apalaçadas	23,6
Casas de campo	18,2
Palácios/solares	13,5
Outros	8,1

Fonte: IUTER 2001.

Conforme apurado através do inquérito postal, estas casas foram construídas em anos e épocas distintas, num intervalo temporal que vai desde o século XII até à década de 1990 – 63% das mesmas remontam aos séculos XVII, XVIII e XIX e 26% ao século XX (maioritariamente até aos anos 80).

As imagens do exterior e interior destas casas – que em 86% dos casos estão abertas ao público durante todo o ano (IUTER

2001) – deixam antever uma tentativa de os promotores adequarem o seu produto turístico aos conhecidos desejos e expectativas da procura, contribuindo igualmente para a idealização do habitat rural. Nos casos em que não existe coabitação entre hóspedes e hospedeiros, esta situação regista-se um pouco por todo o edifício, incluindo salas, quartos e cozinhas. Nos casos em que há coabitação entre hóspedes e hospedeiros, esta situação reflecte-se essencialmente nos espaços de uso comum e na respectiva decoração. Entre estas zonas de uso comum, ocupam lugar de relevo as salas de estar e lazer, as salas de refeições e os espaços complementares: cozinhas, adegas e jardins.

Na óptica de quem preencheu o inquérito, a decoração dominante nestes espaços de uso comum entre hóspedes e hospedeiros é, na maioria dos casos, «rústica» (55,7%), embora em muitos outros seja «de estilo» (33,4%) (quadro 2.5).

Quadro 2.5 – Decoração dos espaços de uso comum das casas

Tipo de decoração	%
Rústica	55,7
De estilo	33,4
Incaracterística	5,7
Moderna/contemporânea	4,1

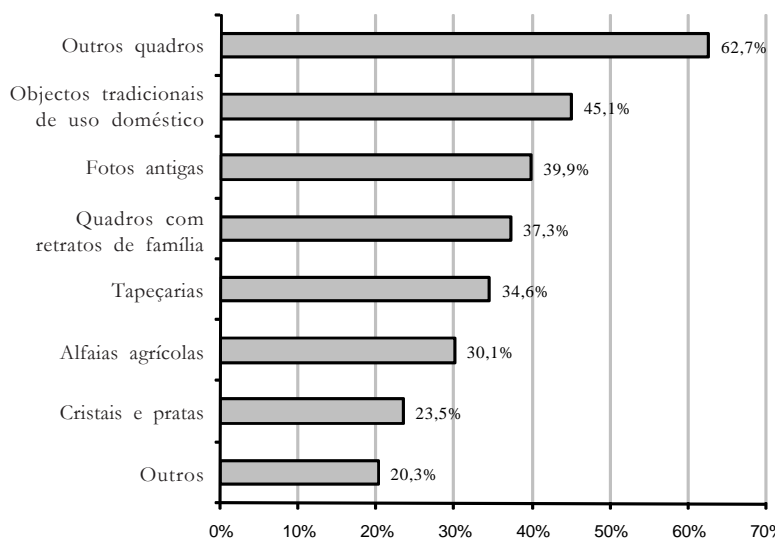
Fonte: IUTER 2001.

Os elementos decorativos que compõem estes espaços de uso comum surgem inscritos no gráfico 2.2.

A leitura deste gráfico permite constatar a existência de um elevado número de unidades que possuem «objectos tradicionais de uso doméstico» e «alfaias agrícolas» enquanto elementos decorativos dos espaços de uso comum aos hóspedes e às famílias, expressando uma identidade rural, reforçada pelo facto de a categoria «Outros quadros» incluir muitas vezes motivos

bucólicos, bem como pela circunstância de a categoria «Outros» incluir potes de ferro, artesanato, faianças e cerâmicas tradicionais. Um dado adicional é que estes elementos decorativos de cunho rústico se encontram presentes em todas as modalidades de alojamento, incluindo o turismo de habitação. A maioria das unidades inscritas nesta modalidade, que corresponde ao serviço de alojamento prestado em solares e casas apalaçadas, possui entretanto um mobiliário e uma decoração que os inquiridos definem

Gráfico 2.2 – Elementos decorativos dos espaços de uso comum das casas



Fonte: IUTER 2001.

como sendo «de estilo», criando um ambiente requintado ou senhorial. Como tivemos ocasião de verificar durante os estudos de caso efectuados em diferentes pontos do país, os cristais e as pratos, as tapeçarias, os quadros de Escola, os brasões e os retra-

tos de família são, nestes casos, usuais. Este ambiente senhorial acentua-se no mobiliário dos quartos, onde se destaca a *chaise-longue* e o tálamo de ferro com Coroa de Rei, bem como as camas de estilo Dona Maria, Dom Luís, Dom José e de dossel, materiais geralmente de família ou adquiridos em antiquários, que procuram reflectir a longa duração ou cariz multissecular das casas e das famílias que as possuem.³ Nas casas que procuram recriar um ambiente rústico, o mobiliário e a decoração dos quartos são em geral concordantes com este mesmo ambiente idealizado, incluindo camas de ferro, armários embutidos na parede, chãos de pedra e objectos tradicionais de uso quotidiano (ferros de engomar, gasómetros, penicos e recipientes de cobre...). Os elementos religiosos marcam presença de uma forma recorrente nas unidades de turismo em espaço rural, com oratórios, crucifixos e iconografia associada, bem como capelas no caso dos solares e das casas apalaçadas.

Estes dois tipos de decoração e mobiliário – o rústico e o de estilo – enformam as duas categorias de alojamento de turismo em espaço rural existentes no mercado nacional: a que seria típica dos camponeses com algumas posses e a que se associa à antiga nobreza de província.⁴ Descritos num livro promocional ou guia

³ Num artigo relacionado com um estudo efectuado numa freguesia rural beirã, José Sobral (1999, 75-76) descreve de forma detalhada o recheio de uma casa senhorial que é similar àquele que encontramos em muitas unidades de turismo de habitação: «O [...] actual representante [de uma casa de grandes proprietários] vive só numa residência onde se acumulam objectos procedentes da história familiar. Móveis, pinturas – alguns retratos de família –, loiças, pratas, uma biblioteca formada no século XIX, uma preciosa colecção de armas, constituem os elementos destacados do recheio.»

⁴ As casas rústicas constituem o modelo de habitação mais simples e próximo daquele que seria típico dos camponeses com algumas posses, já que os mais humildes, como verificou José Sobral (1999, 77) numa freguesia rural beirã, quando possuíam casa, mantinham-na com um recheio «escasso e pobre: alguma cama, mesa ou cadeira, roupas».

selectivo de 100 unidades de turismo rural em Portugal, os casos seguidamente apresentados ilustram estas duas situações:

Caso 1 – Azenha de Estorãos (Estorãos, Ponte de Lima)

Numa bonita curva do rio Estorãos e junto de uma ponte medieval do século XIV, ergue-se este encantador moinho de pedra, cuja roda de madeira permanece ainda activa, movida pela água que corre mansa antes de chegar ao largo leito do Lima. A construção, bastante pequena, foi objecto de um cuidadoso restauro e está em perfeita harmonia com o ambiente rural, ainda em estado puro, que a rodeia. [...] O mobiliário é rústico, composto por diversas peças de madeira talhada. As peneiras, as medidas para o grão e outros acessórios relacionados com a moagem rodeiam os mecanismos do velho moinho, integralmente recuperados. As velhas vigas do tecto, a lareira e a pedra à vista servem de cenário bucólico ao ruído da água, que chega através de janelas e que deixa no hóspede recordações inesquecíveis (Ricci s. d., 15).

Caso 2 – Paço de Calheiros (Calheiros, Ponte de Lima)

Numa situação privilegiada, na parte mais alta de um monte coberto de vinhedos, de onde se abarca o vale e a cidade de Ponte de Lima, eleva-se este paço magnífico, propriedade do Conde de Calheiros, bastante representativo da arquitectura senhorial do Norte de Portugal e pertença da mesma família desde a sua origem, quando os títulos se obtinham nas lutas contra os árabes. [...] Entre o mobiliário antigo, bastante bem conservado e com peças de grande valor, destacam-se as cristaleiras, com excelentes colecções de loiças, cristais e pratas. As paredes exibem numerosos retratos familiares e os tectos espectaculares lustres de lágrimas. Os elementos decorativos incluem também tapeçarias, livros antigos, objectos diversos e belas lareiras de pedra. [...] A quinta dispõe ainda de jardins e campos de ténis e, junto do edifício, uma bonita capela que conserva um valioso altar barroco (Ricci s. d., 17).

Nas povoações onde fizemos trabalho de campo, as casas tentam reproduzir o modelo popular da habitação, tanto em termos arquitectónicos quanto decorativos. Em Estorãos, em termos arquitectónicos, as casas apresentam uma construção de cunho rústico, sendo o granito o elemento principal, sobressaindo claramente do restante casario. Em termos de recheio, incluindo mobiliário e decoração, as coisas passam-se de forma semelhante, na medida em que se procura recriar o ambiente de uma casa de aldeia tradicional (idealizada). Esta situação encontra-se, por exemplo, na Azenha de Estorãos e na Casa do Tamanqueiro. Em Sortelha, em termos arquitectónicos, as casas também apresentam uma construção de cunho rústico, sendo o granito o elemento principal, que é mantido à vista em conformidade com as casas que se encontram no centro histórico. Em termos de recheio, incluindo mobiliário e decoração, as coisas passam-se de maneira idêntica, dado que se procura recriar o ambiente de uma casa de aldeia tradicional. As Casas do Campanário têm, neste ponto, um valor ilustrativo. As casas inclusas no turismo em espaço rural dentro do perímetro urbano de Monsaraz também apresentam uma traça arquitectónica semelhante à do restante casario, onde sobressai a brancura das paredes, tal como é usual no Alentejo. No que diz respeito ao mobiliário e à decoração, sobressai a simplicidade dos elementos, sem grande preocupação de utilização de artefactos tradicionais ou típicos. Esta situação, no que concerne aos interiores, contrasta com a que se regista fora da *vila*, especialmente nas unidades de turismo rural e turismo de aldeia, onde o recurso ao mobiliário e aos elementos decorativos associados à vida rural agrária têm uma presença constante. O turismo rural existente na zona envolvente de Monsaraz reproduz a situação verificada na região do Alentejo em termos arquitectónicos, já que este se desenvolve nos típicos montes alentejanos, de que é exemplo o Monte Alerta.

Os proprietários com quem contactámos no quadro desta pesquisa, tanto à escala do país como das três aldeias, declararam

que o objectivo da decoração consiste em espelhar de algum modo a forma como se vivia antigamente, os modos de vida e os objectos de então, no enquadramento particular de cada unidade, por exemplo, no que diz respeito à sua tipologia arquitectónica e funções, mantendo a autenticidade aliada às comodidades do mundo actual. Nos casos em que as unidades se localizam em edifícios do tipo rústico, os proprietários procuram modelar o interior e o exterior das casas de modo concordante com esta matriz popular, incluindo artesanato, alfaías agrícolas e outros objectos associados à vida campestre. Reportando-se à questão relacionada com o mobiliário das casas, os excertos de entrevista abaixo apresentados adquirem, neste ponto, um valor ilustrativo:

Quando elaborei os projectos de recuperação dos edifícios e projectei a sua decoração, tive *a preocupação de criar uma casa e um ambiente rurais típicos da nossa zona* [Abreu, 63 anos, entrevistado em Estorãos].⁵

Tentamos sempre *transmitir o antigo* [...]. *Tentamos sempre pôr aqui o antigo, com a pedra à vista...* Por isso é que se optou por este mobiliário... Aliás, todas estas casas, na minha opinião, deviam ter este tipo de mobiliário rústico, porque para moderno lá está... vamos para os hotéis, nos quais temos ali o ar condicionado, aquelas camas, que é tipo dois colchões, não sei quê. Depois, os guarda-fatos exteriores, por exemplo, como estão aqui... são todos para o antigo, era isso que antigamente se utilizava nas casas, porque antigamente não havia nenhum roupeiro aí embutido nas paredes como hoje se vê... *Antigamente os guarda-fatos eram soltos, um armário para as roupas como nós temos aqui*. E é precisamente isso

⁵ Para salvaguardar a identidade dos informantes, optámos por utilizar nomes fictícios em todos os casos em que fazemos uso das suas afirmações, mantendo reais a idade, a origem e o local de entrevista. Por outro lado, optámos por realçar, muitas vezes através do uso de formatação em itálico, as expressões mais significativas dos enunciados transcritos relativamente ao tema em questão.

que eu pretendo, é de facto este tipo de mobiliário rústico [Patrício, 44 anos, entrevistado na região do Centro].

Nos casos em que as unidades funcionam em solares ou casas de feição senhorial, os proprietários procuram preencher os seus interiores com objectos antigos e de estilo, representativos da história das casas, uns provenientes de heranças familiares, outros adquiridos em antiquários. Reportando-se à questão relacionada com o mobiliário das casas, os excertos de entrevista seguidamente apresentados ilustram esta realidade:

Eu tenho a possibilidade de ter uma *decoreção autêntica*, de acordo com a época. [...] É tudo de família, passou toda a vida de geração em geração. Quer dizer, de uma maneira geral tudo o que existe tem um passado, desde os tapetes... [...] Uma das coisas que é apreciada aqui em casa é exactamente as coisas terem vivência, terem passado [...] para que as pessoas se sintam transportadas às gerações anteriores. Pensarem assim: ‘o que é que teria acontecido aqui?’ [Fátima, idade indeterminada, entrevistada na região do Norte].

Fomos sempre arranjando a casa. Entretanto a casa foi classificada como imóvel de interesse público por causa desta ala *manuelina*. Sabe que não há muitas *salas destas onde tudo é verdadeiro*, nada é postiço! [...] As peças que não puderam ser restauradas foram substituídas por materiais dentro do espírito da obra inicial. [...] Aqui é a biblioteca. Este tecto nunca foi arranjado. É do século XVII. Os móveis da casa são de herança. Os quadros [...] são dos nossos antepassados [Lurdes, 60 anos, entrevistada na região do Centro].

Idealizando os modos de habitar tradicionais dos campos portugueses, a intenção subjacente ao mobiliário e aos elementos decorativos das unidades de turismo em espaço rural que acabá-

mos de passar em revista surge de uma forma categórica no discurso publicitário produzido pela TURIHAB:

O deslumbramento inicial provocado pela autenticidade do recheio e pelo pormenor da decoração de cada casa serve de passaporte imediato para uma viagem imaginária pelos segredos que as suas paredes de séculos encerram [TURIHAB 1999].

A forma como os turistas percebem o espaço interno e externo das habitações encontra-se, geralmente, em consonância com as já descritas intenções dos proprietários, que querem proporcionar uma sensação de viagem no tempo:

Durante a infância tive a oportunidade de viver em casas de aldeia no Alto Douro e isto é a *recordação da vivência de uma casa de aldeia* [Simão, 36 anos, entrevistado numa unidade de turismo rural situada na região do Norte].

Esta moradia [dá] a todas as pessoas que por aqui passam a *oportunidade de recuar no tempo e lembrar a maneira como viviam os nossos antepassados* [Livro de honra de uma casa situada em Sortelha].

Como observámos anteriormente, os estabelecimentos de turismo em espaço rural podem ser segmentados em duas categorias, em função da traça arquitectónica dos edifícios e do seu respectivo recheio: uma mais próxima do modelo de habitação característico de uma certa nobreza de província e que corresponde aos solares e casas apalaçadas, outra relacionada com o padrão de habitação característico das pessoas do campo com algumas posses e que se encontra nas denominadas casas rústicas. Ambas partilham, no entanto, um denominador comum: o facto de serem como que uma versão fac-similada e idealizada da arquitectura popular e erudita de matriz rural, mantendo as traças arquitectónicas e as fachadas dos edifícios de um modo que procura mimetizar o passado, preenchendo os seus interiores com símbolos deste mesmo tem-

po, através da inclusão de elementos religiosos, lareiras, utensílios agrícolas e outros artefactos ligados à vida campestre. Por outras palavras, estas casas, especialmente as rústicas, são uma versão actual e, de algum modo, ficcionada de dois modelos de habitação que, em rigor, têm pouca ou nenhuma correspondência com o que realmente existia no passado, podendo assim ser vistas como recriações criativas. O uso de faianças e alfaias agrícolas enquanto elementos decorativos é, a este respeito, elucidativo. A par destes elementos associados à tradição, estas casas contêm outros habitualmente vinculados à modernidade, como a televisão, o telefone, a electricidade, a água canalizada, o saneamento básico, o aquecimento central e casas de banho devidamente equipadas. Os elementos modernos encontram-se ainda presentes nos equipamentos e actividades de animação postos à disposição dos hóspedes, entre os quais as piscinas e os campos de ténis. Tal combinação corrobora o argumento de Marie-Françoise Lanfant (1995b), segundo o qual a tradição e a modernidade deixaram de ser vistas enquanto domínios opostos, justamente na esfera do turismo:

Com o turismo internacional a descontinuidade entre modernidade e tradição é ultrapassada. A modernidade já não pressupõe a ruptura com a tradição, mas a sua absorção. Inversamente, a tradição não é reanimada como forma de protesto contra a modernidade, mas está incorporada na modernidade [*idem*, 36].

Estas características da oferta têm por objectivo satisfazer as exigências e expectativas de um segmento de mercado específico, de que falaremos mais à frente. O que acabam por produzir, entretanto, é uma versão idealizada do mundo rural, na qual este surge desprovido dos seus aspectos mais incómodos, como os dejectos e cheiros nauseabundos decorrentes da criação de um grande número e variedade de animais – aves, bovinos, caprinos, equinos, ovinos e suínos. Por outro lado, as pessoas que os turis-

tas vão encontrar nestas unidades pertencem, de algum modo, a uma classe social idêntica à sua, em razão do seu considerável capital cultural e económico. Ao mesmo tempo, proporcionam aos seus hóspedes alimentos que satisfazem as condições actuais de higiene e segurança alimentar.

Torna-se também relevante referir que os proprietários do turismo em espaço rural têm o expresso objectivo de proporcionar aos seus hóspedes uma acomodação radicalmente distinta da dos meios de alojamento convencionais, como os hotéis e pensões. O modo como concebem esta diferença surge delineado nos seguintes excertos de entrevista:

(Em que se distingue o turismo em espaço face a hotéis e pensões?) Eu acho que *a diferença está* precisamente aí, *no calor humano* que a gente tem, não é? *Há mais a ligação familiar*, há mais um *atendimento personalizado*, não é? Eu acho que é isso. Porque nos hotéis, claro... até têm salões de baile e de fumo e sala para isto e para aquilo, que nós não temos. Só que, realmente, aqui conta muito o calor das pessoas e o empenhamento que nós demonstramos... alugamos, mas não viramos as costas às pessoas que chegam [Margarida, 62 anos, entrevistada em Estorãos].

(Em que se distingue o turismo em espaço face a hotéis e pensões?) É *o contacto humano*. O senhor está a ver a decoração, já nos enche os olhos também. E temos a parte humana, *aqui há sempre os dois dedos de conversa*. Mas em geral, eu diria 99% dos casos, há o contacto humano, acabamos sempre por saber o que é que as pessoas fazem, donde vêm, o que é que fazemos, damos sempre as nossas sugestões [Rogério, 50 anos, entrevistado em Sortelha].

Para os proprietários, o ambiente familiar e o atendimento personalizado surgem, assim, como os principais traços distintivos das unidades de turismo em espaço rural face aos meios de alojamento convencionais, desempenhando um papel crucial na

construção de uma ideologia que procura assentar a singularidade do sector no carácter personalizado das relações que se desenvolvem entre hóspedes e hospedeiros. O lastro ideológico e propagandístico deste argumento decorre do facto de haver muitos casos em que estas relações não diferem significativamente das que são proporcionadas por hotéis e pensões. No turismo em espaço rural há, de facto, situações em que o hóspede é conduzido ao seu quarto ou à casa em que vai permanecer alojado, toma o pequeno-almoço e entrega a chave no momento da saída como o faz nos meios de alojamento convencionais, sem mais contactos de qualquer espécie com quem os recebe, que não raro é um funcionário e não o dono da casa, diferentemente do que afirmam os proprietários por nós contactados, os meios de divulgação e promoção do sector e, inclusivamente, a maioria dos seus hóspedes. Acresce que, se por um lado, esta situação é mais frequente nos casos em que não existe coabitação entre hóspedes e hospedeiros, por outro, ela também se verifica nas situações em que os hóspedes ficam alojados no edifício habitado por quem explora a unidade. Além de mais, também é preciso referir que existem hotéis e pensões que proporcionam realmente um atendimento personalizado aos seus hóspedes, como ocorre numa residencial em Monsaraz e noutras unidades hoteleiras à escala internacional (cf. Urry 2002, 65).

É de salientar que, à escala do território nacional, cerca de um terço dos quartos e camas disponibilizados pelas unidades TER estão localizados em edifícios anexos à casa principal (IUTER 2001). Por regra, os anexos recuperados tinham funções associadas à agricultura, como casas de caseiros, cavalariças, celeiros, alpendres, cortes de gado e lojas de arrumações, facto que evidencia a correlação positiva existente entre a desagrarização e a turistificação dos campos de Portugal. No plano local, as coisas passam-se de forma similar. Em Estorãos, regista-se a conversão de antigas azenhas e uma serração de madeira movidas pela força da água, bem como casas de caseiros em alojamentos de turismo em espaço rural. Em Sortelha, adaptaram-se casas de habitação,

uma casa de hóspedes e o antigo quartel da legião portuguesa. Por sua vez, em Monsaraz, adaptaram-se casas de habitação e antigas instalações agrícolas, como celeiros e arrumos.

Em face da retracção dos usos agrícolas do solo mencionada no capítulo 1, não surpreende que cerca de três quartos das unidades de turismo em espaço rural em Portugal estejam inseridas em quintas ou herdades, de variadas dimensões, na maioria das quais se desenvolvem actividades agrícolas (ver o quadro 2.6). Em Estorãos, Sortelha e Monsaraz encontramos distintas situações. Em Estorãos, a maioria das casas estão no interior de propriedades rurais ou quintas, onde se desenvolve fundamentalmente o cultivo da vinha, o mesmo acontecendo com três estabelecimentos sediados em redor da povoação de Monsaraz, nos quais se procede à criação de animais e ao cultivo de olival. As restantes unidades estudadas nesta povoação alentejana, à semelhança do sucedido na maioria das casas inventariadas em Sortelha, estão integradas nos respectivos núcleos urbanos.

Quadro 2.6 – As quintas e o turismo em espaço rural

Unidades TER integradas numa quinta	%
Não	28,0
Sim	72,0
Dimensão da quinta	
< 6 há	44,0
6-20 há	35,0
>21 há	21,0
Com actividades produtivas	
Não	37,8
Sim	62,2
Actividades produtivas	
Agrícolas	56,9
Pecuárias	19,6
Artesanais	13,7

Fonte: IUTER 2001.

As quintas providenciam uma das mais populares formas de alojamento turístico no espaço rural, dentro e fora da Europa (cf. Nilsson 2002; Sharpley e Sharpley 1997). Em alguns países, a sua capacidade de alojamento atinge valores elevados no conjunto da respectiva oferta hoteleira, como ocorre na Áustria, onde este valor ascende a 18% (Embacher 1994, 64). Em Portugal, este valor é bastante inferior, dado que o turismo em espaço rural oferece apenas 4% da capacidade de alojamento existente no país, com cerca de três quartos deste tipo de unidades situados em quintas. Somos assim confrontados com dados que corroboram a indicação da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (1994, 17), segundo a qual o turismo rural não é redutível ao turismo praticado em quintas, que em muitos países é denominado agroturismo.

A par do alojamento, que inclui obrigatoriamente o pequeno-almoço, existe em muitas casas um conjunto de outros serviços e actividades de animação à disposição dos hóspedes. Assim, 32% das unidades inquiridas disponibilizam almoços ou jantares exclusivamente aos seus hóspedes e 10% servem refeições a qualquer pessoa. Em conformidade com o estabelecido na lei – Decretos Regulamentares n.º 5/87 (Artigo 6.º) e n.º 27/97 (Artigo 26.º) e Portaria n.º 937/2008 (Artigo 18.º) –, este serviço de refeições inclui pratos tradicionais da respectiva região, sendo que em 77% dos casos são utilizados, na sua confecção, produtos oriundos das propriedades em que se inserem.⁶ Tal indicação é reforçada pelo facto de o pequeno-almoço ser normalmente composto por alimentos caseiros e frescos, como pão, bolos, compotas, manteigas, queijos, doces, leite, sumos naturais e frutas. O serviço de refeições é geralmente condicionado pelo número

⁶ Este serviço também está abrangido por normas europeias relativas à higiene dos géneros alimentícios ([Regulamento (CE) n.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho; Rectificação ao Regulamento (CE) n.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho]).

de hóspedes e requer marcação prévia. As papas de sarrabulho (Minho), a chanfana (Beira Alta), as açordas, o ensopado de borrego e as migas de espargos (Alentejo), a feijoada à transmontana (Trás-os-Montes) e o cabrito assado na brasa (Beira Interior) são alguns dos pratos tradicionais disponibilizados neste serviço. Entretanto, refira-se que um dos problemas de que padece o turismo em espaço rural é o de muitas vezes não existirem nas proximidades das casas estabelecimentos que prestem serviços de restauração de qualidade. O caso de Estorãos adquire, neste ponto, um valor ilustrativo, já que não existe na freguesia um local apropriado onde os turistas possam alimentar-se, tendo por isso de se deslocar de automóvel a Ponte de Lima (a cerca de oito quilómetros de distância) ou a outra localidade para o efeito. Tal situação é fonte de desagrado para alguns turistas com quem dialogámos, dado que os obriga a fazer algo que pretendem evitar quando se deslocam para este tipo de unidades, designadamente as deslocações em automóvel.

Paralelamente, cerca de três quartos das casas oferecem diversas actividades complementares de animação e diversão turísticas, com destaque para piscinas, equitação e visitas e passeios (ver o quadro 2.7). A maioria destas actividades é desenvolvida fora das propriedades de inserção das unidades de turismo em espaço rural, em regime de cooperação informal. Tal significa que o sistema de funcionamento em rede, que para alguns autores é condição de desenvolvimento local e regional (cf. Giménez Guerrero 1996), é praticamente inexistente, o mesmo acontecendo a nível da restauração. Esta asserção é fundamentalmente válida para o caso das redes formais, pois as informais apresentam um desenvolvimento significativo. As casas situadas nas aldeias estudadas no quadro desta pesquisa ajustam-se ao referido. Em Estorãos, há uma unidade que dispõe de uma piscina, em Sortelha há uma outra que disponibiliza bicicletas e em Monsaraz há casas que têm piscina, sala de jogos e passeios a cavalo e de *charrette*. Para comer e ocupar os tempos livres, os

hóspedes recorrem, muitas vezes, a lugares recomendados pelos proprietários das casas, onde trabalham pessoas da sua confiança, mas com as quais não há um acordo de cooperação formal.

Quadro 2.7 – Actividades de animação e serviços complementares

Actividades complementares de animação e de diversão			
Não	25,2%		
Sim	74,8%		
Tipos de actividades	Dentro da unidade	Fora da unidade com acordo	Fora da unidade sem acordo
Piscina	78,7%	2,7%	18,6%
Ténis	48,3%	10,3%	41,4%
Equitação	31,3%	20,9%	47,8%
Visitas e passeios	25,4%	27,1%	47,5%
Caça e pesca	18,9%	12,1%	69,0%
Desportos radicais	2,6%	30,8%	66,7%
Golfe	2,6%	28,8%	68,4%
Outras	67,4%	8,7%	23,9%
Serviços complementares ao turismo			
Não	52,9%		
Sim	47,1%		
Acolhimento de reuniões, colóquios e seminários	34,0%		
Acolhimento de casamentos, baptizados e festas	32,0%		
<i>Raves</i>	26,8%		

Fonte: IUTER 2001.

O quadro 2.7 informa ainda que cerca de metade dos estabelecimentos existentes no país prestam também diversos serviços complementares ao turismo, arrendando espaços para a realização de festas de casamentos e baptizados, colóquios e conferências, bem como para a rodagem de filmes e telenovelas. O facto de um episódio da série televisiva (que passou na RTP 1)

Um Estranho em Casa ter cenas rodadas em duas unidades de Sortelha ilustra-o.

Os preços de estadia por noite não se encontram legalmente definidos em Portugal, mas oscilarão entre 40 e 150 euros, considerando a época alta (Carnaval, Páscoa, o mês de Agosto, Natal e Fim de Ano) e a época baixa.⁷ Tendo em conta os dados apurados através do inquérito, em ambas as épocas o turismo rural e as casas de campo são as modalidades que praticam preços mais baixos. As unidades de turismo de habitação, por sua vez, são aquelas que apresentam preços mais elevados. Fazendo uma leitura dos preços médios do alojamento por localização geográfica, verifica-se que, tanto na época alta como na época baixa, a região de Lisboa é, no cômputo geral, aquela onde se praticam preços mais elevados, logo seguida pela região do Centro. A região do Algarve, por seu lado, é aquela onde se praticam preços mais baixos.

Num outro nível de análise, deve chamar-se a atenção para o facto de o anteriormente referido esforço de adaptação da oferta à procura assumir uma relevância particular no quadro da cultura de consumo das sociedades contemporâneas. Segundo Mike Featherstone (1990), é possível identificar três perspectivas ou estádios evolutivos no âmbito da cultura de consumo: 1) a produção do consumo; 2) os modos de consumo; 3) o consumo de sonhos, imagens e prazeres. Resumidamente, a primeira perspectiva corresponde a um estádio marcado pela subordinação do consumo à produção, cujos agentes têm o poder de determinar como e quando se consome. A segunda reporta-se a uma inversão nas relações de poder entre o consumo e a produção, sendo aquele usado como meio de distinção social por parte dos consumidores. A última refere-se a uma fase em que o consumo não é determinado pela produção nem tão-pouco tem em vista a

⁷ Os preços foram facultados pelos responsáveis pelo preenchimento do IUTER em 2001, tendo hoje apenas um valor indicativo.

diferenciação social dos indivíduos, mas sim a satisfação de sonhos, prazeres e imagens pessoais. Ao adaptarmos este modelo ao turismo, parece-nos indubitável que nos últimos anos a perspectiva de consumo prevalecente é aquela que se reporta ao consumo como meio de diferenciação social e aos consumidores como independentes do controlo dos operadores turísticos, o que nos remete para a segunda perspectiva do consumo no modelo acima apresentado. O primeiro aspecto será objecto de abordagem no capítulo 4. Relativamente ao segundo aspecto, entrámos numa fase em que os turistas passaram a condicionar a oferta e deixaram de estar totalmente dependentes dos produtos tradicionalmente oferecidos pelos operadores turísticos. Estes estão cada vez mais confrontados com a necessidade de oferecer produtos adequados às necessidades e expectativas dos consumidores (cf. Sharpley 1999, 177). Os investigadores no terreno deparam-se muitas vezes com uma realidade que corrobora esta asserção, na qual as populações cujas localidades são objecto de frequência turística procuram oferecer uma imagem de si próprias que satisfaça as expectativas do mercado (cf. Lanfant 1995b, 38; Tucker 1997; 2001; Nuttall 1997). O turismo rural apresenta um enquadramento análogo. Como observa A. Gannon,

a imagem modelo desfocada do turismo rural chegou aos seus limites. Se se pretender que se concretize efectivamente o seu potencial como vector de uma nova fase de desenvolvimento para as comunidades rurais, ter-se-á de adaptar aos mecanismos de mercado actuais de forma a responder às necessidades dos consumidores. O produto já não pode ser construído em torno da ideia de «vender o que podemos produzir», mas sim seguir o lema de «produzir o que podemos vender», com uma orientação para o consumidor [Gannon 1994, 54].

É justamente esta situação que existe presentemente em Portugal, não só no contexto do turismo em espaço rural, como

também no do turismo rural em geral. Este esforço de adaptação da oferta à procura tem sido desenvolvido por dois promotores (o Estado e a sociedade civil), umas vezes em parceria, outras de forma isolada. O Estado desempenha um papel fundamental na prossecução deste objectivo através de uma multiplicidade de meios, como o reconhecimento das potencialidades em termos de desenvolvimento económico e social, a regulamentação da actividade, a criação de instrumentos económicos e financeiros impulsionadores do crescimento da oferta, a promoção e *marketing* dos produtos turísticos, a construção de acessibilidades e a criação de atracções turísticas. A sociedade civil, para além de investir, tem a responsabilidade de promover e gerir os serviços de alojamento, comércio e restauração.

No que diz respeito ao turismo em espaço rural, o que se pretende é proporcionar aos hóspedes a desejada experiência de estadia numa casa no campo que seja emblemática da tradição e da ruralidade, seja ela rústica ou senhorial. Cientes das imagens e das expectativas que os cidadãos têm relativamente ao campo, os proprietários do turismo em espaço rural, muitos dos quais nasceram e tiveram uma experiência de vida na cidade, procuram formatar o produto turístico que oferecem de acordo com estes conhecimentos, contribuindo para a idealização do habitat rural. No capítulo 4 teremos ocasião de desenvolver esta linha de argumentação.

Os promotores e a promoção do turismo em espaço rural

Os promotores da oferta

Como sucede numa economia de mercado, «o turismo é um sector económico de vocação essencialmente privada» (Cavaco 1999a, 281). Os estabelecimentos ligados ao turismo rural, incluindo o alojamento e a restauração, filiam-se na mesma tendência (Sharpley e Sharpley 1997, 69, 85). O turismo em espaço rural não constitui excepção. Como informa o quadro 3.1, a maioria das unidades TER existentes no país pertencem a um só indivíduo e são exploradas pelo próprio, que normalmente é responsável pelo seu funcionamento. Nas povoações de Estorãos, Sortelha e Monsaraz o turismo em espaço rural também é titulado por privados e detém habitualmente um carácter familiar, sendo escassos os casos em que as unidades são tituladas por empresas de média dimensão ou instituições, como ocorre com o Hotel Rural Horta da Moura e as Casas do Telheiro na área envolvente de Monsaraz, que pertencem a sociedades não familiares. Além de mais, o turismo em espaço rural é nestas povoações

normalmente explorado de forma directa pelos seus proprietários, escasseando os casos em que esta exploração é feita de modo indirecto, mediante a celebração de um contrato de arrendamento, como acontece em algumas casas situadas no perímetro urbano de Monsaraz. Todavia, diferentemente do sucedido no plano nacional, nestas povoações a maioria das unidades não pertence a um só indivíduo, mas sim a sociedades familiares.

Quadro 3.1 – Proprietários e formas de exploração das casas

Propriedade das unidades TER	
Um indivíduo	65,5
Uma sociedade familiar	33,1
Uma sociedade não familiar	1,4
Exploração das unidades TER	
Proprietários	96,7
Arrendatários	2,0
Comodatários	1,3
Responsável pela unidade TER	
Arrendatário	2,0
Comodatário	2,0
Assalariado	0,7

Fonte: IUTER 2001.

O facto de os proprietários serem quase sempre responsáveis pelo funcionamento das unidades permite-nos cumprir um dos objectivos deste trabalho – o da caracterização dos promotores da oferta –, dado que o inquérito por questionário foi justamente preenchido por estes últimos.

Considerando esta fonte, verifica-se que a maioria das unidades de turismo em espaço rural é gerida por indivíduos nascidos nas regiões de inserção das unidades, à excepção do Alentejo, onde cerca de três quartos das casas estão a cargo de forasteiros, maioritariamente originários da região de Lisboa (ver o quadro 3.2). Por outro lado, é significativo que se registre a presença de estrangeiros, alguns deles filhos de imigrantes portugueses, em todas as regiões,

particularmente no Algarve, em Lisboa e no Alentejo. Sobressai ainda o facto de serem os indivíduos originários da região de Lisboa aqueles que apresentam uma maior mobilidade, marcando presença em todas as regiões, sendo plausível que uma grande parte dos mesmos efectue deste modo um movimento inverso aos dos seus ascendentes, que deixaram o campo em direcção à cidade. As povoações estudadas mais em pormenor no âmbito desta investigação tendem a reproduzir aquilo que se regista à escala do território nacional. Em Estorãos, todas as casas pertencem à mesma sociedade familiar, cujos membros são da terra. Em Sortelha, as coisas passam-se de maneira similar, exceptuando duas unidades, que pertencem à família de uma espanhola que se radicou na povoação por via do casamento com um membro da elite local. Em Monsaraz, existem unidades tituladas por pessoas da região e unidades tituladas por forasteiros, alguns dos quais oriundos da região de Lisboa.

Quadro 3.2 – Região de origem dos responsáveis

Região da unidade TER	Região de origem do responsável					
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Estrangeiro
Norte	85,1%	2,7%	9,5%	-	-	2,7%
Centro	10,7%	64,3%	21,4%	-	-	3,6%
Lisboa	-	12,5%	75,0%	-	-	12,5%
Alentejo	5,9%	5,9%	52,9%	23,5%	-	11,8%
Algarve	-	-	25,0%	-	50,0%	25,0%

Fonte: IUTER 2001.

Relativamente às características dos indivíduos aqui em estudo, o inquérito permite constatar que 50% dos responsáveis pelo funcionamento das unidades de turismo em espaço rural em Portugal são do sexo feminino.¹ Este valor traduz o

dinamismo e [o] protagonismo que as mulheres portuguesas vêm detendo nas actividades de acolhimento turístico em espa-

¹ Sobre a relação entre turismo e género, particularmente no agroturismo, ver Nilsson (2002).

ço rural, uma situação que é, de resto, comum a muitos outros países [...]. A taxa de feminização da titularidade dos estabelecimentos de TER prende-se, inquestionavelmente, com o facto de um grande número de tarefas, directa e indirectamente ligadas ao acolhimento e atendimento de turistas, se inscreverem numa linha de continuidade com as que os padrões vigentes de divisão do trabalho por sexos lhes atribuem quase a título de exclusividade [(Ribeiro 2003a, 211)].

Por outro lado, a maioria dos indivíduos em questão possui entre 45 e 60 anos e detém formação académica superior (ver os quadros 3.3 e 3.4). Muitas destas pessoas (51%), para além das funções desempenhadas na casa, exercem outra actividade profissional, que tende a corresponder às suas respectivas habilitações académicas (ver o quadro 3.5). Com efeito, mais de metade dos indivíduos nestas condições exercem profissões intelectuais e científicas, sendo a segunda categoria mais representada a dos agricultores e criadores de animais, o que remete para a complementaridade entre o turismo e a agricultura almejada por Bruxelas e que traduz o peso relativo do agroturismo no conjunto das modalidades TER (14%). Os proprietários das casas situadas nos lugares estudados de modo mais aturado no contexto da presente investigação têm características similares às dos proprietários do turismo em espaço rural no país. Nas três aldeias, estamos perante indivíduos de ambos os sexos, pertencentes a diferentes escalões etários, com considerável capital económico e cultural. Por outro lado, também aqui existem indivíduos que exercem uma actividade paralela ao turismo, embora alguns já sejam pensionistas.

Quadro 3.3 – Idade dos responsáveis

Grau Académico	%
Até 45 anos	29,1
De 45 a 60 anos	39,2
Mais de 60 anos	31,8

Fonte: IUTER 2001.

Quadro 3.4 – Habilitações académicas dos responsáveis

Grau académico	%
4.ª classe	6,0
9.º ano	15,4
12.º ano	22,8
Ensino superior	55,7

Fonte: IUTER 2001.

Quadro 3.5 – Profissões dos responsáveis

Categoria profissional	%
Profissões intelectuais e científicas	51,9
Agricultores e criadores de animais	20,8
Pessoal do comércio e vendedores	14,3
Directores e quadros superiores administrativos	5,2
Pessoal dos serviços	3,9
Pessoal administrativo e similar	2,6
Trabalhadores da produção	1,3

Fonte: IUTER 2001.

Cumprе referir que 37% dos responsáveis pelo turismo em espaço rural à escala do território nacional detinham conhecimentos da actividade turística antes de começar a exercê-la. A grande maioria iniciou a sua actividade turística entre 1990 e 2001. A entrada dos proprietários na actividade, de acordo com as entrevistas levadas a cabo em diferentes pontos do país, foi impulsionada num grande número de casos pela intenção de recuperação e rentabilização de imóveis e outras estruturas, a maioria dos quais herdados, como demonstra o depoimento abaixo transcrito:

Ora bom, a casa é nossa, é de *família*, da minha sogra, portanto desde o século XIII. Com respeito à ideia do turismo, a *manutenção da casa* é muito elevada e pensou-se então em fazer turismo e a partir daí, então, desde 88, que estamos abertos ao turismo [Susana, 42 anos, entrevistada na região do Norte].

Mas também há quem tenha adquirido e restaurado imóveis com o intuito de criar um negócio rentável. Esta situação ocorre fundamentalmente no caso do turismo de aldeia, turismo rural, casas de campo e agroturismo, sendo menos frequente no caso do turismo de habitação, por razões que se prendem com o mais baixo custo e a maior oferta de casas rústicas ou de outro tipo face aos solares e casas apalaçadas. A compra de um solar em Moimenta da Beira para a instalação de uma unidade de turismo de habitação tem, neste ponto, um valor exemplificativo, o mesmo acontecendo com a aquisição de duas casas rústicas em Castelo Rodrigo (Figueira de Castelo Rodrigo) para construção de uma casa de campo e de uma unidade de turismo rural. Nas povoações que foram objecto de estudo de caso as coisas passam-se de maneira semelhante, pois a entrada dos proprietários na actividade foi fundamentalmente motivada pelo desejo de recuperar e rentabilizar imóveis maioritariamente obtidos por herança:

([Este projecto de turismo de aldeia]) surgiu porque havia a hipótese de *recuperar as casas para o turismo*. Os donos das casas fizeram uma sociedade para desenvolver aqui a aldeia e aproveitar os apoios que vinham através do LEADER +. Já previa essa possibilidade de aproveitar e renovar as casas que estavam degradadas. (Os proprietários são daqui ou de fora?) As duas coisas. Tem pessoas daqui, tem pessoas que estão fora, porque eram heranças de pais ou avós e que não estão cá a morar. Tem um bocadinho de tudo [Sofia, 28 anos, entrevistada no Telheiro – Monsaraz].

Mas nestas povoações também há quem tenha aderido ao turismo em espaço rural com o intuito de criar um negócio ou um meio de captação de divisas, quer através da aquisição de imóveis, quer através do arrendamento de casas já afectas ao sector:

A ideia da formação das casas de turismo foi vindo de França, tive um restaurante, fartei-me do restaurante, vendi a casa e fiquei

sem qualquer actividade. *Apareceram estas casas que já tinham sido de família há alguns anos atrás à venda, já não se podiam chamar casas mas sim ruínas, comprei e meti mãos ao trabalho e deu no que deu* [Rogério, 50 anos, entrevistado em Sortelha].

A segmentação dos proprietários elaborada por Manuela Ribeiro (2003a, 208-210) a propósito do modo como os promotores da oferta desenvolvem a actividade é, neste ponto, particularmente feliz. Existe, por um lado, uma parcela de indivíduos que enveredou pela actividade com um móbil de recuperação de patrimónios arquitectónicos e que tem uma atitude claramente reactiva face ao mercado em razão do seu fraco espírito empresarial, contrariamente aos que procederam à recuperação do património com o intuito de criar um negócio rentável e que, por isso, apresentam uma atitude pró-activa face à procura. Estas duas estratégias de ingresso na actividade e de atitude face ao mercado, de alguma maneira, dão conta dos distintos agentes envolvidos na promoção do sector. Embora não estejamos na posse de dados que nos permitam tecer considerações definitivas relativamente à caracterização dos proprietários, os materiais compilados nesta investigação permitem-nos identificar, ainda que de forma preliminar, quatro grandes grupos de actores:

- Os proprietários ligados à antiga nobreza de província, que ingressaram na actividade fundamentalmente para recuperar e manter na família o património herdado dos seus ascendentes, com destaque para solares e casas apalaçadas.
- Os agricultores e criadores de animais que procuram rentabilizar antigas instalações agrícolas, como celeiros, casas de caseiros e arrumos.
- Os indiferenciados, indivíduos que recuperam e adaptam antigas habitações, situadas em aldeias ou nouro tipo de povoações, a fim de retirar dividendos da sua exploração turística.

- Os prevaricadores, indivíduos que ingressaram na actividade para usufruir de incentivos financeiros à recuperação e melhoria de casas, que muitas vezes funcionam como residência secundária e não como unidades de alojamento turístico.²

Em Estorãos, Sortelha e Monsaraz existem proprietários que se ajustam aos três primeiros perfis, não existindo prevaricadores, que são o grupo menos numeroso no país.

Pode, então, concluir-se que os proprietários do turismo em espaço rural em Portugal, que normalmente têm a carga a responsabilidade pelo funcionamento das casas, não formam um grupo homogéneo. Todavia, a maioria dos proprietários tem entre 45 e 60 anos e formação superior, exercendo uma profissão intelectual ou científica paralela à sua actividade gestora da unidade de turismo em espaço rural, que foi criada mediante o aproveitamento de imóveis e outras estruturas físicas pertencentes à família. Possuem, em resumo, características similares às apontadas por Fernando Moreira (1994, 161) num estudo sobre o sector efectuado nos finais da década de 1980, como sejam um grau académico superior e um elevado padrão socioeconómico. Fernando Oliveira Baptista refere, a propósito:

A propriedade fundiária, os grupos sociais possuidores de grandes domínios fundiários, mantêm posições destacadas no

² Os beneficiários dos sistemas de incentivo e apoio financeiro concedidos pelo Estado ao sector turístico estão obrigados a períodos mínimos de cinco ou dez anos de afectação dos empreendimentos à actividade turística, coisa que os prevaricadores não cumprem. Findo este período mínimo, alguns membros dos restantes grupos de proprietários deixam de exercer a actividade, como sucedeu em dois casos em Sortelha e em muitos outros em distintas povoações. O Decreto-Lei n.º 39/2008 (Artigo 49.º) informa que «Sem prejuízo de disposição legal ou contratual, nomeadamente no tocante à atribuição de utilidade turística ou de financiamentos públicos, os empreendimentos turísticos podem estabelecer livremente os seus períodos de funcionamento». À data de realização da pesquisa de terreno, estas casas deviam estar abertas ao público durante todo o ano, podendo excepcionalmente fechar durante um máximo de 90 dias (Decreto-Lei n.º 54/2002, Artigo 52.º).

espaço rural. Na agricultura e na floresta – como adiante se analisa – mas também na caça e no turismo em espaço rural. No turismo em espaço rural, bem como nas actividades de lazer e desportivas que lhe estão associadas, foram sobretudo as famílias com posições fundiárias dominantes e com patrimónios construídos marcantes a nível local que beneficiaram das políticas que têm apoiado este turismo. Em muitas regiões os agricultores familiares, na sua esmagadora maioria, retraíram-se. Para esta atitude contribuiu tanto o entendimento que eles próprios têm do seu trabalho e das suas competências, como a vontade de acautelarem os seus quadros de vida de olhares estranhos. Este afastamento não foi, contudo, a regra em muitas zonas de Itália, da Grécia e mesmo de Espanha (Navarra e País Basco) onde os agricultores se envolveram com sucesso no turismo rural [Baptista 2002, 71].

As associações de proprietários

Num estudo sobre o turismo em espaço rural efectuado em finais da década de 1980, Fernando Moreira observa que

o movimento associativo dos proprietários é bastante forte. Este facto, expresso através dos 65% de indivíduos associados em diversas organizações, é elucidativo do reconhecimento dado ao papel destes organismos, quer enquanto prestadores de serviços, quer como defensores dos seus interesses. As associações cujas manifestações de adesão se revelaram mais significativas foram a TURIHAB com 44% de referências e a PRIVETUR com 33% [Moreira 1994, 164].

Os dados apurados através do inquérito postal mostram uma realidade substancialmente diferente, pois apenas 24% dos inquiridos revelaram manter contactos com associações de turismo em espaço rural no exercício da actividade turística, assumindo as ex-

tintas Regiões de Turismo o papel de parceiro preferencial (71%). O fraco grau de associativismo dos proprietários encontra-se também nas povoações que foram objecto de estudo de caso, pois só os de Estorãos pertencem a uma associação. A debilidade do movimento associativo dos proprietários manifesta-se ainda no relativamente diminuto número de associados das diferentes associações de existentes em Portugal e na ausência de dinamismo da maioria das mesmas. Em Portugal, existem várias associações de turismo em espaço rural: TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação/Solares de Portugal; PRIVETUR – Associação Portuguesa de Turismo de Habitação; ANTER – Associação Nacional de Turismo no Espaço Rural; Casas de Sousa – Associação de Turismo no Espaço Rural do Vale do Sousa; Casas da Beira – Associação de Turismo em Espaço Rural nas Beiras; Caminhos do Ribatejo – Actividades e Turismo em Espaço Rural; Madeira Rural – Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira; Casas Açorianas – Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma dos Açores. O objectivo central destas associações é defender os interesses dos associados e, por conseguinte, desenvolver, promover e publicitar o sector de um modo concertado, como informa a declaração do presidente da TURIHAB abaixo transcrita:

criei a associação em conjugação com alguns proprietários locais, isto porque o objectivo era criar uma forma de lançar um produto turístico, criar uma imagem de marca, criar uma atracção em termos de um produto e não propriamente sermos todos desgarrados, cada um trabalhar por si e cada um fazer... no fundo ter regras e ter algumas formas de procedimento que fossem comuns [conversa pessoal].

Fundada em 1983 e sediada em Ponte de Lima, a TURIHAB, presentemente com cerca de 90 casas associadas, a maioria das quais no Minho, é a mais antiga das Associações de Proprietários

e a que mais tem contribuído para o desenvolvimento do sector através de iniciativas como a criação da imagem *Solares de Portugal*, a criação de uma central de reservas – Central Nacional do Turismo no Espaço Rural (CENTER) – e o desenvolvimento de acções de divulgação e promoção do turismo em espaço rural em Portugal e no estrangeiro.

Entre as associações ligadas ao sector cabe ainda referir a Associação de Turismo de Aldeia (ATA). Esta associação tem por finalidade promover a marca *Aldeias de Portugal* e foi criada pelas três agências LEADER do Alto Minho – Associação de Desenvolvimento Rural Integrado do Vale do Lima (ADRIL), Associação de Desenvolvimento Rural Integrado do Vale do Minho (ADRIMINHO) e Associação de Desenvolvimento das Terras Altas do Homem, Cávado e Ave (ATAHCA) –, no seguimento de intervenções conduzidas num conjunto de aldeias de montanha, perspectivando o desenvolvimento do turismo de aldeia. A ATA, posteriormente, estabeleceu uma parceria internacional com diversas regiões da Itália, Holanda e Espanha, com base num produto denominado *Aldeias da Tradição*.

O papel das Associações de Desenvolvimento Local é extremamente importante no âmbito do turismo em espaço rural em Portugal, quer através do apoio concedido à criação e/ou melhoramento deste tipo de unidades, quer através de acções de divulgação e promoção do sector, quer ainda mediante a organização de acções de formação destinadas aos proprietários e aos funcionários. Estas últimas assumem uma importância particular, na medida em que visam debelar uma das maiores deficiências do sector, na óptica dos profissionais que lidam com o mesmo. Tal deficiência consiste na falta de qualificação profissional de muitos empregados, a maioria dos quais do sexo feminino, especialmente no que concerne ao atendimento dos hóspedes e à utilização das novas tecnologias de informação e de comunicação. No que aos promotores diz respeito, tais acções de formação incidem sobre aspectos deontológicos, administrativos, estéticos e higiéni-

cos – no âmbito da ATAHCA, a frequência destas acções de formação é obrigatória.

Os promotores e agentes envolvidos no turismo em espaço rural têm ainda à sua disposição vários compêndios de suporte para o desenvolvimento da actividade, como a *Especificação de Requisitos de Serviço para Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural* (APCER 2008), o *Manual de Boas Práticas dos Solares de Portugal* (TURIHAB 2005) e o *Manual – Empresário de Turismo em Espaço Rural* (Ferras do Cante – Viagens e Turismo, S. A. 1995). Estes abordam temas como equipamentos, apoios financeiros, medidas de rentabilização do negócio, formas de comercialização do produto, acolhimento, serviços e despedida.

A promoção do sector

O *marketing* é a «arte de persuadir» e a «retórica da sedução» de consumidores previamente conhecidos quanto aos seus desejos e motivações (Urbain 1989, 108). O do turismo em espaço rural em Portugal não constitui, a este respeito, uma excepção. Para além do sistema «de boca em boca», que muitos proprietários consideram ser o meio mais eficaz, este sector é divulgado através de diversos instrumentos, com destaque para os folhetos/roteiros turísticos e a internet, havendo ainda casos que recorrem a outros meios, como o *Guia Oficial – Turismo em Espaço Rural* da DGT, *outdoors*, brochuras, revistas especializadas, operadores turísticos, agências de viagens, associações de proprietários e feiras do sector (ver o quadro 3.6).

A consulta de alguns destes meios de publicitação permite constatar a existência de um discurso que vai de encontro e ajuda a construir as expectativas, desejos e representações do campo de um segmento de mercado específico (especialmente cidadão), recorrendo muitas vezes ao uso de imagens pastorais e sublinhando alguns aspectos intrínsecos do campo, com destaque para a

calma e o sossego. Por exemplo, num artigo de divulgação da marca *Solares de Portugal*, refere-se que

o amanhã, esse, consegue ser adiado e banido do presente quando a tranquilidade que se respira numa das quintas, a simplicidade que emana de uma casa rústica ou a magnificência que resplandece de um palácio, convidam à introspecção, à revitalização do corpo e ao reencontro do verdadeiro «eu», perdido na azáfama do *stress* diário [TURIHAB 1998, 18].

Quadro 3.6 – Meios de divulgação das casas

Suporte Publicitário	%
Folhetos/roteiros turísticos	84,3
Internet	73,2
Jornais	19,0
Televisão	3,9
Rádio	3,3
Outros meios	27,5

Nota: Tendo em conta as entrevistas, a internet é o meio mais consultado pelos turistas quando optam por este tipo de unidades, logo seguido do *Guia Expresso do Turismo de Habitação* e pelas sugestões de familiares e amigos. Esta informação é essencialmente válida para o caso dos turistas portugueses, que tendem a contactar directamente com as unidades para obter informações adicionais e efectuar reservas, enquanto os estrangeiros recorrem habitualmente aos serviços prestados pelas agências de viagens e operadores turísticos.

Fonte: IUTER 2001.

De igual modo, num livro promocional do mesmo produto, quando se faz a apresentação das unidades de turismo em espaço rural, observa-se correntemente que as mesmas propiciam ou constituem o local ideal para: «repousar das fadigas da vida citadina»; «uma família passar umas tranquilas e bucólicas férias»; «viver a qualidade, o conforto e o bom gosto tradicional e típica-

mente duriense, num ambiente familiar e singelo» (TURIHAB 1999). Apesar de este discurso ser transversal a todo o tipo de estabelecimentos, a TURIHAB demarca claramente as duas categorias de alojamentos postos à disposição dos turistas. O livro promocional da marca *Solares de Portugal* testemunha esta situação, ao agrupar os estabelecimentos dos seus associados em casas rústicas e casas antigas.³ De acordo com esta associação, as primeiras, que correspondem a uma das categorias de alojamento por nós identificadas no quadro da oferta do turismo em espaço rural em Portugal,

caracterizam-se pelo valor etnográfico da sua arquitectura simples de pequenas dimensões, usando materiais e processos construtivos locais. Nos interiores, o mobiliário é simples mas confortável e prático [TURIHAB 1999, 7].

Esta definição acentua a matriz simples e popular destas casas, diferentemente do que sucede com as casas antigas, cuja definição realça a matriz erudita dos edifícios e a sua carga histórica, bem como a excelência do mobiliário. As casas antigas, que correspondem ao modelo senhorial da habitação acima referenciado, de acordo com a mesma fonte, caracterizam-se

pela sua arquitectura erudita, muitas delas remontam aos séculos XVII e XVIII. O mobiliário inclui muitas vezes excelentes obras de arte que marcam épocas e movimentos da história. Quer se fique alojado na própria casa ou em pequenos apartamentos adjacentes, usufrui-se sempre de conforto e bom gosto [TURIHAB 1999, 7].

³ Esta associação de proprietários promove um outro tipo de alojamento de turismo em espaço rural, as quintas e herdades, que integram estabelecimentos do tipo rústico e do tipo antigo, inseridos em propriedades com explorações agrícolas. As quintas e herdades «caracterizam-se pela existência de uma propriedade agrícola. O acolhimento pode apresentar uma componente marcadamente rural. A casa principal enquadra-se na arquitectura clássica erudita ou rústica» (TURIHAB 1999, 7).

Para além da antiguidade das casas e do seu luxuoso recheio, as casas antigas são também promovidas mediante a alusão ao facto de estarem na posse da mesma família há várias gerações, muitas vezes desde a sua construção (cf. TURIHAB 1999). Em alguns casos, a utilização de argumentos de natureza histórica na promoção destas casas é igualmente feita através da indicação da existência de ligações entre estas casas e alguns episódios marcantes da História de Portugal, como é o caso das invasões napoleónicas. Esta situação verifica-se no caso da Casa dos Pombais (Guimarães) e no caso da Casa dos Varais (Cambres, Peso da Régua) (TURIHAB 1999). Este tipo de anotações também se encontra presente no *Guia Oficial – Turismo em Espaço Rural*, anualmente produzido pela entidade responsável pelo turismo em Portugal. O que foi editado em 2002 ilustra esta situação (DGT 2002b). Neste documento, os solares e casas apalaçadas – as casas antigas de que fala a TURIHAB –, habitualmente integradas no turismo de habitação, são também promovidos mediante a alusão ao elo que os une às famílias dos seus proprietários desde a sua construção. Por outro lado, é de referir que há casos cuja promoção inclui a existência de laços entre as habitações e algumas figuras proeminentes da literatura portuguesa, como Teixeira de Pascoaes e Alexandre Herculano. Além de mais, existe uma casa por onde consta que passaram as tropas napoleónicas comandadas pelo General Loison (DGT 2002b). A par destes elementos, o discurso promocional das casas constantes do suporte publicitário em análise refere recorrentemente que estas propiciam tranquilidade, repouso e contacto com a natureza.

Estas observações também se encontram noutros meios de divulgação do sector em Portugal, como brochuras, sítios electrónicos, o compêndio da associação Casas de Sousa e os diferentes suportes produzidos por muitas Associações de Desenvolvimento Local, que também fazem referência ao enquadramento físico da casa, características históricas e arquitectónicas, gastronomia local/regional e equipamentos, sublinhando a tipicidade, o conforto, o atendimento personalizado e a hospitalidade calorosa.

O discurso promocional encontra-se, pois, dirigido para as motivações associadas à frequência do turismo em espaço rural, incluindo os *push factors* e os *pull factors*, onde se inclui a atracção pelo campo e a atracção pela História, como veremos no capítulo seguinte.

As formas de divulgação e de promoção dos produtos turísticos desempenham um papel crucial no respectivo mercado, quer enquanto fonte de informação factual sobre os destinos, quer enquanto agente formativo das expectativas e das representações dos potenciais clientes sobre os mesmos. Este último ponto adquire particular relevância na medida em que, como referem Jean Thurot e Gaétene Thurot (1983), os objectos de consumo turístico adquirem maior saliência e visibilidade através das suas representações, do discurso publicitário, do que através das suas qualidades intrínsecas. No entanto, como constata Edward Bruner (1991), a experiência turística é, por vezes, dissonante das expectativas criadas pelo discurso publicitário. Por exemplo, a promessa de uma transformação presente nas brochuras de agências que operam na África oriental não corresponde àquilo que verdadeiramente ocorre no terreno, onde esta transformação acontece mais no objecto do que no sujeito:

O discurso turístico advoga que o próprio turista é transformado, enquanto o próprio nativo permanece inalterado; mas o argumento aqui defendido é o de que no actual encontro, na experiência, o inverso ocorre [*idem*, 242].

A consulta dos livros de honra sugere que este desfasamento entre o discurso e a experiência não tende a ocorrer no contexto do turismo em espaço rural em Portugal, no qual as experiências não só correspondem como chegam inclusivamente a superar as expectativas dos turistas:

Há ocasiões na vida de cada um de nós que nos levam a concluir que às vezes damos um tiro no que vemos e acertamos no que não vemos. Esta, para

mim, foi uma delas. Comprei uma imagem, uma fotografia lindíssima num catálogo de uma agência de turismo, fotografia essa que passava uma imagem de um local calmo, sossegado, enfim, de uma perfeita integração entre natureza e criação humana. Era do que precisávamos. Ao chegar constatámos não só tudo isso mas muito mais. E este muito mais quer dizer o carinho, a atenção com que a Dona Georgina nos brindou desde a nossa chegada. Por isto é que acertei no que não vi [Livro de honra de uma unidade situada na região do Norte].

Ao lermos num prospecto as diversas casas de turismo rural em Sortelha, a Casa da Cerca despertou-nos a curiosidade. Em vê-la, a curiosidade acentuou-se. Ao usufruí-la, confirmou-se. Apesar de ter sido só uma noite, foi muito bom [Livro de honra de uma casa situada em Sortelha].

Entretanto, importa observar que alguns dos elementos integrantes do discurso publicitário das unidades de turismo em espaço rural, ao que pudemos apurar no terreno, nem sempre correspondem ao que as casas proporcionam de facto aos seus hóspedes. É o caso da possibilidade de convívio com as elites de província que tutelam muitas das casas de turismo de habitação e o da imersão no modo de vida rural propagado pelas unidades de agroturismo. Muitas destas unidades não dispõem das actividades agrícolas e pecuárias que permitem a sua classificação enquanto agroturismo, e os proprietários do turismo de habitação nem sempre contactam com os hóspedes. No capítulo seguinte analisaremos detalhadamente este segmento de mercado que constitui a procura do turismo em espaço rural em Portugal e teremos ocasião de ilustrar empiricamente algumas das considerações teóricas tecidas nas páginas precedentes.

A procura do turismo em espaço rural

O ideário pastoral

Em traços largos, na sua forma inicial, o pastoralismo corresponde a um movimento literário que exalta o mundo rural em contraponto à vida urbana. Em Portugal, este movimento literário adquire expressão em obras como *A Morgadinha dos Canaviais* (1952 [1868]), de Júlio Dinis (1839-1871). Neste livro, sob a forma de contos de aldeia, o autor advoga a ideia de que a vida urbana exerce uma acção moralmente deprimente sobre os indivíduos e que a vida rústica produz um efeito morigerador. O personagem principal da obra, Henrique de Souzaelas, um jovem rico que leva em Lisboa uma vida ociosa, começando a sentir as consequências da saciedade e do tédio, doente de cisma, é aconselhado pelos médicos a procurar na aldeia alívio para a saturação da vida na cidade. A pureza salutar dos ares campestres,

o sedativo conforto do lar minhoto e as relações sociais aí desenvolvidas são os factores que contribuem para olvidar os males imaginários de que padece e as seduções pecaminosas da capital. A paisagem campestre que é objecto de descrição integra elementos reveladores da intervenção humana, como carros de tracção animal, pomares, casas rústicas, «uma ou outra casa apalaçada», campos cultivados, eiras e certos componentes da tecnologia tradicional, como moinhos, azenhas e noras. São estes os principais instrumentos utilizados pelo personagem na construção de uma imagem idílica de uma aldeia minhota do século XIX. O encantamento que a visualização da paisagem narrada exerce em Henrique de Souza desperta-lhe uma vontade indomável de se incorporar nela e absorver os seus sons, odores e texturas. É, em síntese, uma paisagem idílica, que deve ser vista, tocada e cheirada (Dinis 1952, 38-42).

A ideologia pastoral contida neste tipo de textos constitui uma tradição literária do mundo ocidental, desde o período greco-romano, como mostram Leo Marx (1967), Raymond Williams (1993) e Yi-Fu Tuan (1974). Produzida por cidadãos, a sensibilidade pastoral

é gerada por um desejo de se retirar face ao poder e complexidade crescentes da civilização. O que é atraente no pastoralismo é a felicidade representada por uma imagem da paisagem natural, um terreno intocado ou, se cultivado, rural. O movimento em direcção a esta paisagem simbólica pode também ser entendido como um movimento para longe de um mundo artificial [...]. Noutras palavras, este impulso dá azo a um movimento simbólico para longe de centros da civilização em direcção ao seu oposto, natureza, para longe da sofisticação em direcção à simplicidade, ou, para introduzir a metáfora principal do modo literário, para longe da cidade em direcção ao campo [Marx 1967, 9-10].

Acresce que o campo que atrai e fascina estes escritores corresponde àquilo que Tuan (1974, 109) considera ser uma «paisa-

gem intermédia», que não é selvagem, totalmente desprovida de marcas de acção humana, nem tampouco inteiramente humanizada, citadina: «é o mundo intermédio ideal do homem colocado entre as polaridades da cidade e da natureza». É, resumidamente, uma paisagem rural, nos termos propostos por Van der Ploeg:

o rural não deve ser definido simplesmente como o oposto do urbano – deve também ser definido em relação ao oposto da civilização, isto é, ‘o meio selvagem’. A procura do rural não pode ser baseada numa única equação. Esta procura envolve a discussão de duas fronteiras: a fronteira entre o urbano e o rural e a fronteira entre o rural e o não civilizado [Van der Ploeg 1997, 41-42].

De acordo com Marx (1967), existem dois tipos de pastoralismo, um de cunho sentimental e popular, outro de pendor imaginativo e complexo. Diferentemente do que se passa com a vertente imaginativa e complexa do pastoralismo, própria da literatura, a de cariz sentimental e popular, embora difícil de definir, expressa-se numa miríade de comportamentos, sendo a «fuga da cidade» o mais recorrente [*idem*, 5]. Ao procurar na aldeia alívio para a saturação da vida urbana, Henrique de Souza, personagem principal da obra *A Morgadinha dos Canaviais*, realiza este último género de pastoralismo. Neste trabalho, procuramos desenvolver o argumento de que o turismo em espaço rural evidencia a apropriação que as classes médias urbanas fazem de uma prática até há pouco tempo exclusiva das elites, que consiste na realização de um ideário de tipo pastoral de cunho sentimental e popular. O turismo em espaço rural permite, de facto, que um número crescente de indivíduos de classe média sem casa no campo (própria ou de familiares) tenha acesso a uma prática de consumo que até há alguns anos era privilégio de um grupo restrito de pessoas com elevado capital cultural e financeiro, sem que para isso tenha de despende avultadas quantias de dinheiro. Com efeito, a frequência do campo por motivos de lazer foi

durante muitos anos um privilégio das elites citadinas ou de uma certa nobreza de província radicada nos meios urbanos, que, por vezes, se deslocava ao campo para visitar as suas propriedades. Tal facto vai de encontro ao argumento de D. Greenwood (1976, 130), segundo o qual «o século XX assistiu a um colapso abrupto do monopólio da classe alta sobre o turismo e ao aparecimento de uma classe média activamente envolvida no mesmo». Neste sentido, deve sublinhar-se o facto de em Portugal as classes médias terem tido um crescimento significativo no período compreendido entre 1960 e 1973 (Barreto 1995, 37), o que viria a acentuar-se após o derrube da ditadura, como mostram João Ferreira de Almeida, Firmino da Costa e Luís Machado:

A nova classe média ou pequena burguesia técnica e de enquadramento, composta, no fundamental, por quadros técnicos assalariados das empresas, dos serviços públicos e da administração estatal, regista taxas de crescimento bastante significativas a partir de meados dos anos 70 – acompanhando e protagonizando processos sociais de escolarização superior, de desenvolvimento do Estado-Providência, de modernização económica e cultural. É nesta classe social que se verifica, designadamente, terem vindo a ocorrer as mudanças mais significativas nos quadros dos valores culturais, em boa parte segundo uma lógica associável aos comparativamente elevados níveis de escolarização que a caracterizam [Almeida, Costa e Machado 1994, 326].

Para o processo de difusão das práticas turísticas em Portugal contribuíram igualmente a redução dos horários de trabalho, o aumento dos rendimentos e a melhoria dos meios de transporte e das vias de comunicação. Nos últimos anos, também por causa da urbanização do país, do aumento das sensibilidades ambientais e da rejeição de destinos turísticos massificados, o campo constitui um local de predilecção para gozo de férias de uma parte significativa da população portuguesa. Em 2000, o campo acolheu 29% da população do Continente que gozou férias fora da sua residência habitual, sendo apenas superado pelo ambiente de praia, com

52% (DGT 2001b, 76). Em 2006, estes valores sofreram alteração, com o campo a ser o destino de eleição de apenas 12% da população que gozou férias fora da sua residência habitual, a maioria da qual (66%) foi para a praia (IP 2007c, 36).¹ Por outro lado, como veremos mais à frente, a procura do turismo em espaço rural tem aumentado de modo significativo nos últimos anos, quer no mercado nacional quer no internacional. Os factores de atracção do campo em Portugal têm sobretudo a ver com as qualidades intrínsecas e/ou os atributos reais ou imaginários do mesmo, que se crêem ausentes da actual vida citadina, incluindo as sensações de liberdade, paz, tranquilidade e espaço, bem como as paisagens pastorais, a tradição e a autenticidade. Em França e noutros países europeus, as coisas passam-se de maneira similar (cf. Lane 1994b; Moinet 2000, 72-93; Sharpley e Sharpley 1997, 60-65). Tal facto empresta validade empírica à indicação de Van der Ploeg (1997, 40) segundo a qual «a ruralidade é onde os turistas vão descobrir a contra-imagem da cidade da qual desejam escapar. A ruralidade é o ‘paraíso perdido’»,² No entanto, deve chamar-se a atenção para

¹ A categoria «campo» não inclui, nos estudos referenciados, os ambientes de montanha, barragens/lagos e termas. O registo de 2006 contradiz a indicação de Richard e Julia Sharpley (1997, 1), segundo a qual «na Europa, cerca de um quarto da população passa a maioria das férias grandes num destino rural; estes valores ascendem a cerca de um terço quando consideramos outros períodos de descanso [...] e, em ambos os casos, estes valores duplicam se incluirmos as áreas de montanha nos destinos turísticos». A asserção relativamente ao ambiente de montanha não se regista em Portugal, país em que o mesmo acolheu apenas 5% da população que passou férias fora da sua residência habitual em 2006 (IP 2007c).

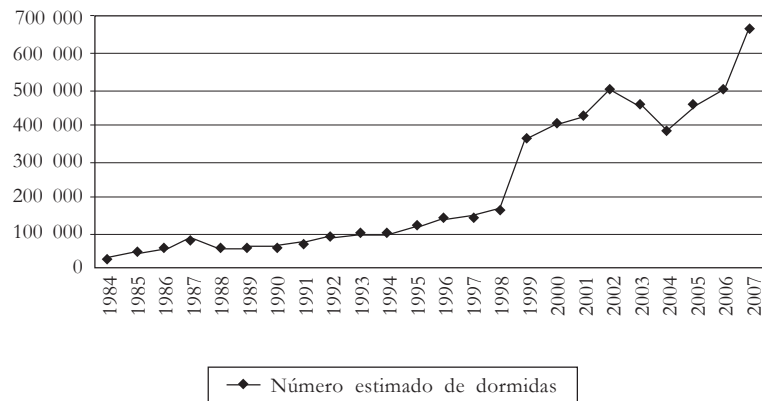
² Van der Ploeg (1997, 66) defende que a cidade e o campo não são apenas relacionados, i. e., opostos e combinados em termos materiais, mas também simbólicos. Através das imagens usualmente utilizadas para descrever o campo, a cultura urbana fornece informação sobre si própria. Quando as cidades são vistas como espaços feios, o rural é pastoralizado, se não reificado. Quando as cidades são vistas como uma fonte de alteração, progresso e dinamismo, o campo é visto como lugar de estagnação e os camponeses e os agricultores como retardatários.

o facto de, no caso de Portugal, esta imagem do campo ser acentuadamente idílica e idealizada, na medida em que deixa de fora problemas que afectam o mundo rural, como a pobreza, a falta de emprego e de serviços, o encerramento de escolas, a falência da agricultura, o ressurgimento dos incultos e a dureza do trabalho no campo.

As estatísticas da procura

De acordo com os dados oficiais, entre 1986 – ano em que foi feita a primeira estimativa desta variável – e 2007, as unidades de turismo em espaço rural registaram uma taxa de ocupação/cama que oscilou entre os 9% em 1992 e os 19% em 1999 (DGT 2000; 2001a; 2002a; 2004; 2005; 2006; TP 2007a; TP 2008a). As estatísticas sobre o número estimado de dormidas no sector mostram que a procura deste tipo de alojamento turístico apresenta um crescimento médio anual superior a 10%, aumentando de 31 900 dormidas em 1984 para 664 500 em 2007, dando origem a uma curva evolutiva como a que consta do gráfico 4.1. Este gráfico mostra que o número estimado de dormidas apresenta um crescimento contínuo entre 1984 e 2002, ressalvando um decréscimo registado em 1988 – que representa uma quebra de 32% relativamente ao ano anterior. Em 2003 e 2004, regista-se uma nova diminuição no número estimado de dormidas, que nos anos subsequentes voltou a aumentar, atingindo em 2007 o valor máximo histórico de dormidas, cerca de 665 000, 367 000 das quais de portugueses (TP 2008a). Da sua leitura, sobressaem ainda dois incrementos significativos: um em 1999 – que corresponde a um aumento de 123% em relação a 1998 –, muito provavelmente associado à promoção do país feita no âmbito da Expo98, outro em 2007 – que corresponde a um aumento de 33% face a 2006 –, talvez decorrente de um aumento da capacidade de alojamento e da taxa de ocupação.

Gráfico 4.1 – Estimativa total de dormidas

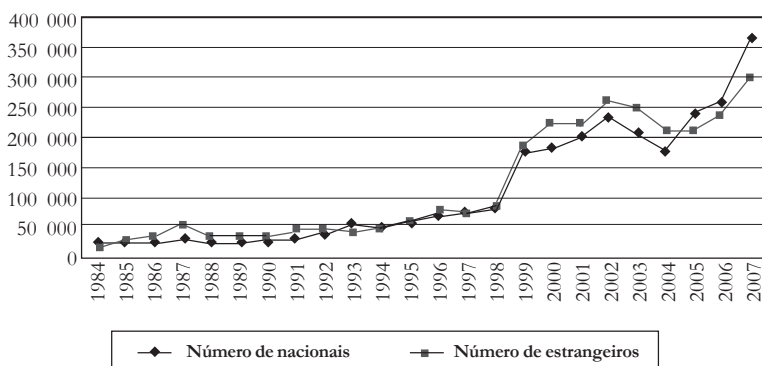


Fonte: DGT 2000; 2001a; 2002a; 2004; 2005; 2006; TP 2007a; TP 2008a.

Entretanto, no período em análise, o número de estrangeiros foi, muitas vezes, superior ao de portugueses (ver o gráfico 4.2). Tal facto revela uma realidade diferente da que se verifica em França, onde o mercado doméstico representa mais de 70% da procura deste tipo de unidades (Moinet 2000) e em Itália, onde este número ascende a 88% (D'Amore 1988, 8). Entretanto, em 2007 o mercado interno protagonizou mais de 55% do número estimado de dormidas em turismo em espaço rural, sendo a Alemanha (25%), a Holanda (15%), a Espanha (13%), o Reino Unido (12%) e a França (8%) os principais mercados emissores de dormidas dos residentes no estrangeiro (TP 2008a, 9).³

³ Em 2007, estes cinco países foram os principais emissores de turistas internacionais e de clientes de estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos em Portugal, representando cerca de 70% do conjunto da actividade turística (TP 2008b, 11).

Gráfico 4.2 – Estimativa discriminada de dormidas



Fonte: DGT 2000; 2001a; 2002a; 2004; 2005; 2006; TP 2007a; TP 2008a.

O mapa da distribuição mensal da estimativa das dormidas no turismo em espaço rural evidencia aquilo que, segundo os proprietários e restantes responsáveis pela actividade, constitui um dos maiores problemas enfrentados pelo sector, a sazonalidade. Com efeito, tal como em anos anteriores, em 2007 regista-se uma forte dissonância quanto à procura ao longo do ciclo anual, facilmente diferenciada em três períodos: uma época alta, de Junho a Agosto, na qual sobressai este mês, uma longa época baixa, de Setembro a Março, durante a qual se regista a ocorrência de alguns picos de procura, nomeadamente no Fim de Ano e no Carnaval, e uma breve época intermédia, que medeia entre Abril e Junho (TP 2008, 10). Observando o comportamento da procura ao longo do ano, nota-se que o mercado externo apresenta valores inferiores aos registados pelas dormidas de nacionais no período compreendido entre Maio e Junho e no mês de Setembro (TP 2008a, 6), o que decorre do facto de os portugueses, diferentemente dos estrangeiros, terem oportunidade de frequentar o turismo em espaço rural durante os fins-de-semana, sobretudo os prolongados.

Em 2007, os hotéis rurais foram a modalidade com o maior número de dormidas (33%), seguida pelas casas de campo (22%), sendo o turismo de aldeia a modalidade com o menor número de dormidas (8%) (ver o quadro 4.1).

Quadro 4.1 – Estimativa de dormidas por modalidade

Modalidade	%
Hotéis rurais	33,3
Casas de campo	22,2
Agroturismo	15,8
Turismo rural	13,3
Turismo de habitação	11,0
Turismo de aldeia	7,8

Fonte: TP 2008a, 10.

É preciso observar que em 2006 – ano em que se registaram menos 165 000 dormidas do que em 2007 – a procura do turismo em espaço rural em Portugal representou apenas 1% do total estimado de dormidas no conjunto da oferta hoteleira do país, incluindo hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas, estalagens, motéis, pensões, aldeamentos turísticos e apartamentos turísticos (TP 2007a; 2007b, 40).⁴ Tal facto põe a descoberto a ínfima expressão desta forma de turismo no universo da actividade turística em Portugal, que se mantém largamente dominada pelo turismo de sol e de praia, fundamentalmente no Algarve e na Costa Alentejana (cf. Ribeiro 2003a, 199; TP 2007c). Isto está muito provavelmente associado às raízes rurais de grande parte das populações citadinas em Portugal, que quando se deslocam ao campo é no intuito de «ir à terra» (de origem) visitar familiares e amigos, em casa de quem permanecem alojados, em lugar de praticar turismo rural.

⁴ Apesar de não possuímos dados concretos para 2007, devido à forma como está organizada a informação disponível, o turismo em espaço rural ainda mantém uma «representatividade reduzida» em termos de dormidas no universo hoteleiro do país (TP 2008b, 37). Ver a nota 2 do capítulo 2.

As características da procura

Ao longo dos últimos anos assistimos em Portugal a um aumento progressivo da procura e da frequência dos espaços rurais para o consumo e o desempenho de actividades de turismo e de lazer, fundamentalmente por populações urbanas. Este aumento enquadra-se nas mudanças estruturais ocorridas nas sociedades contemporâneas em geral e na portuguesa em particular, que resultam no entendimento das áreas rurais como bens (e locais) de consumo e património comum (cf. Figueiredo 2003, 65). A procura do turismo em espaço rural em Portugal adquire sentido neste contexto. Considerando a informação apurada no território nacional continental e nas aldeias de Estorãos, Sortelha e Monsaraz, esta procura é fundamentalmente composta por indivíduos provenientes dos grandes centros urbanos do país e do estrangeiro, como Lisboa, Porto, Madrid, Amesterdão, Berlim, Londres, Paris e Washington. Em termos etários, trata-se de uma população relativamente jovem, a maioria da qual com uma idade compreendida entre 31 e 45 anos, sendo bastante reduzido o número de indivíduos com idade superior a 60 anos (ver o quadro 4.2). Por outro lado, a maioria dos hóspedes exercem profissões intelectuais e científicas, sendo os directores e quadros dirigentes a segunda categoria mais representada (ver o quadro 4.3).

Quadro 4.2 – Escalões etários dos hóspedes

Idade dos hóspedes	%
Até 30 anos	33,2
De 31 a 45 anos	40,5
De 46 a 60 anos	20,7
Mais de 60 anos	5,5

Fonte: LRH/E (Esta sigla reporta-se aos livros de registo de hóspedes e entrevistas, cuja base numérica é de 300. Os dados relacionados com o livro de registo reportam-se aos anos de 2000 e 2001, não sendo exaustivos quanto à inscrição de clientes, pois tanto nos casos de casais como nos de grupos, por regra, só se regista um indivíduo).

Quadro 4.3 – Profissões dos hóspedes

Categoria profissional	%
Profissões intelectuais e científicas	56,3
Directores e quadros dirigentes	12,3
Pessoal administrativo	7,7
Pessoal do comércio e vendedores	6,7
Pessoal de serviços e similares	4,3
Trabalhadores da produção	3,0
Inactivos	9,7

Nota: A base referencial para a construção deste quadro é composta por 328. O diferencial existente entre esta amostra e a do quadro anterior deve-se a que no livro de registo nem sempre se indique a profissão.

Fonte: LRH/E.

Se a isto acrescentarmos que os hóspedes do turismo em espaço rural se deslocam de automóvel, verificamos que eles se aproximam do perfil do turista rural traçado por Richard e Julia Sharpley (1997), salvo no que respeita ao facto de a clientela do turismo em espaço rural morar habitualmente em meios urbanos e não em meios rurais.⁵ Na perspectiva destes autores,

o turista rural ‘típico’ é tendencialmente mais jovem, com rendimento mais elevado, quadro superior ou com uma profissão intelectual ou de enquadramento, proprietário de um automóvel e que reside no campo ou perto dele. Estes factores estão fortemente interligados, mas no entanto tendem a confirmar que o turismo rural é uma actividade sobretudo de classe média [*idem*, 58].

O tempo médio de estadia dos hóspedes nestas unidades é, geralmente, reduzido: 52% dos turistas ficam duas noites, 33%

⁵ Embora seja pouco usual, existem turistas que se deslocam para estas unidades a pé, funcionando as mesmas como locais de repouso durante as caminhadas realizadas por estes indivíduos, como ocorre com alguns turistas holandeses que percorrem a Serra da Estrela.

entre duas e quatro noites, e apenas 16% ultrapassam as quatro noites (IUTER 2001). Mas, normalmente, os estrangeiros optam por períodos de estadia mais prolongados que os portugueses, no mínimo uma semana, independentemente da altura do ano. Os portugueses – que procuram o turismo em espaço rural de uma forma mais regular nos fins-de-semana prolongados e nos períodos festivos, como o Carnaval, a Páscoa e o Fim de Ano –, apenas prolongam a estadia para além das duas noites no período das férias de Verão, especialmente em Agosto.⁶ Num estudo sobre o sector efectuado em finais da década de 1980, Fernando Moreira (1994, 175) registou uma situação semelhante.

Este tempo é passado de múltiplas e variadas maneiras, consoante as condições climatéricas, as actividades de animação existentes na unidade ou nas proximidades, as atracções e a disposição dos turistas: a passear, a conhecer as atracções marcadas e não marcadas, a ler, a dormir, a conviver à lareira, a namorar e a degustar pratos e produtos locais:

Pela manhã saímos para ver algo de interesse. Regressamos normalmente por volta das duas da tarde... *jogamos ténis, ficamos junto à piscina... lemos e relaxamos*. E depois saímos para comer alguma comida portuguesa [Scott, 50 anos, inglês, entrevistado na região do Norte].

Durante o dia saímos para visitar o campo... a paisagem é muito bonita e muito diferente daquela que vemos na Alemanha [...]. Gostamos de passear pelas ruas e ver as pessoas... falar com elas (Steffi, 50 anos, alemã, entrevistada na região do Alentejo).

Isto demonstra que os espaços rurais constituem «lugares de consumo» (Urry 1995). Apesar de este consumo ser marcada-

⁶ Em 2006, 44% da população portuguesa passou fins-de-semana fora da sua residência habitual (TP 2007c, 20).

mente visual (Urry 1995; 2002), a verdade é que, no contexto do turismo em espaço rural em Portugal, ele apresenta outras componentes, entre elas a gustativa, a auditiva e a olfactiva. Retirada de um livro de honra de uma unidade situada em Sortelha, a indicação de que «ficámos encantados [com] a casa, a terra, os sons, os cheiros e os sabores» ilustra-o, o mesmo acontecendo com o seguinte excerto de entrevista:

O campo permite-nos *despertar sentidos que no Porto se encontram adormecidos*. Aqui podemos *olhar o rio e a paisagem, respirar ar puro, ouvir o chilrear dos pássaros e experimentar outros cheiros* [André, 35 anos, residente no Porto, entrevistado em Estorãos].

Os consumos destes turistas não se limitam entretanto àqueles que é possível efectuar nas zonas rurais, pois existem alguns indivíduos que durante a sua estadia nestas unidades vão visitar atracções situadas em meios urbanos mais ou menos próximos. A título exemplificativo, refira-se que contactámos com indivíduos que estavam hospedados em casas situadas na região do Minho, incluindo Estorãos, e que durante a estadia visitaram atracções situadas em Braga, Guimarães e Viana do Castelo. De igual modo, falámos com turistas hospedados na Beira Interior, incluindo Sortelha, que afirmaram ter visitado o centro histórico da Guarda, enquanto outros com quem dialogámos no Alentejo, incluindo Monsaraz, declararam ter intenção de visitar o centro histórico de Évora. Esta é, no entanto, uma prática mais usual entre os estrangeiros, por razões que se prendem com a intenção de alargarem o leque de conhecimentos e experiências sobre o país e com o facto de as suas estadias serem mais prolongadas no tempo.

Os portugueses, diferentemente dos estrangeiros, em regra, não frequentam este tipo de unidades quando se deslocam a outros países, onde optam pelas formas convencionais de alojamento (hotéis e pensões), por razões que decerto se prendem com os destinos (cidades e estações balneares) e as motivações

que lhes estão associadas e que não coincidem com aqueles que os levam a frequentar o campo em Portugal.⁷ Os dados disponíveis em relação a França validam esta asserção, dado que apenas 4% dos estrangeiros que frequentam o campo são originários do Sul da Europa (Moinet 2000, 89).

A atracção pelo campo

Após a apresentação das características socioeconómicas dos hóspedes do turismo em espaço rural, importa agora saber, por um lado, o que leva estas pessoas a viajar e, por outro, a frequentar as unidades adscritas ao sector. A resposta a esta questão implica considerações teóricas e empíricas relacionadas com as motivações, os comportamentos e as escolhas de destinos. A motivação turística define «uma disposição mental significativa que dispõe adequadamente um actor ou grupo de actores para viajar» (Dann 1981, citado em Sharpley 1999, 137), sendo, portanto, um elemento crucial da procura. Os estudos sobre a motivação turística encontram-se detalhadamente analisados noutros lugares (Mansfeld 1992; Pearce 1995, 18-23; Sharpley 1999, 131-163), mas geralmente alertam para a necessidade de considerar duas categorias: os *push factors*, que despertam no indivíduo o impulso de viajar, e os *pull factors*, que têm a ver com as atracções ou os atributos dos destinos. Entretanto, a posição teórica que maior ressonância empírica apresenta no contexto do turismo em espaço rural em Portugal é a que advoga que as motivações turísticas derivam de factores de ordem social e psicológica, intrínsecos e extrínsecos, intimamente associados à necessidade real ou imaginária de um indivíduo «quebrar a rotina» e/ou de «escapar da vida quotidiana» em busca de algo que não existe no local onde habitualmente vive e trabalha, como experiências, conhecimento e paisagens. A motivação envolve assim,

⁷ Em 2007, os principais mercados de destino dos turistas portugueses foram Espanha, França, Alemanha e Reino Unido (TP 2008b, 11).

simultaneamente, um elemento de escape e um outro de busca: «o turismo proporciona um escape para evitar algo e para simultaneamente procurar algo» (Iso-Ahola 1982, citado em Pearce 1995, 19).⁸ É conseqüentemente necessário atender quer aos motivos pelos quais os indivíduos resolvem fazer turismo, quer aos motivos pelos quais escolhem um dado destino. O que esta pesquisa permite verificar é que no contexto do turismo em espaço rural em Portugal estes dois factores se afiguram indissociáveis.

A leitura dos depoimentos escritos pelos hóspedes nos livros de honra das casas e as entrevistas e conversas informais realizadas com os turistas e as pessoas que os acolhem, os proprietários e os funcionários, tanto à escala do território nacional como à escala das povoações que temos vindo a analisar de modo mais detalhado, permitem constatar que a procura destas unidades é movida por um conjunto de factores.

Antes de mais, destaca-se o desejo de as pessoas se distanciarem temporariamente das pressões quotidianas do ambiente citadino onde habitualmente vivem e trabalham em busca de descanso, relaxamento, tranquilidade e contacto com a natureza num ambiente rural, não raramente para, metaforicamente falando, «recarregar baterias». Reportando-se aos motivos pelos quais os turistas se deslocaram para os locais e as casas onde foram entrevistados, os excertos de entrevista que a seguir se apresentam ilustram-no:

Vimos para escapar um pouco do stress citadino e para ter um pouco de paz, tranquilidade, não ver carros, estar no campo e desfrutar da natureza [Conchita, 36 anos, espanhola, entrevistada em Estorãos].

Sobretudo quem vive numa *grande cidade*, como é o Porto... Acho que as pessoas muitas das vezes quando pretendem *sair*, ou arranjam algum tempo para *sair*, talvez escolham sítios como o

⁸ O estudo semiótico efectuado por Jean-Didier Urbain (1989, 113) revela a coexistência destes dois elementos no seio da publicidade turística.

chamado turismo rural, sítios um pouco *fechados ao stress frenético* que é o dia-a-dia... carros e buzinas, aviões e trânsito. E se calhar *fazer uma escapadinha* em que não se ouve nada disso, em que o único barulho é o chilrear dos pássaros, e tudo isso... faz muito bem, porque nos *liberta* um pouco desse *stress* do dia-a-dia [Coluna, 29 anos, entrevistado na região do Alentejo].

Ao sair da cidade em busca de uma experiência revigorante no campo, estes turistas estão a pôr em prática a vertente popular e sentimental do ideário pastoral de que fala Marx (1967, 5). No caso dos turistas aqui em estudo, esta saída da cidade em direcção ao campo não tem tanto a ver com os alojamentos de turismo em espaço rural em si, mas mais com as características dos seus meios de inserção, os rurais, e sobretudo com as representações colectivas que os hóspedes têm acerca do campo e da cidade. Como mostra o seguinte depoimento, o campo é para eles o repositório de uma série de elementos intangíveis, como a calma e a tranquilidade:

O campo é sinónimo de alegria, de que ainda há algo de especial neste mundo. *O campo transmite paz, tranquilidade.* Acho que é bom para pormos a cabeça no lugar... reflectir. No fundo é um bom ouvinte [Veloso, 27 anos, entrevistado na região do Alentejo].

Para além disto, o campo é visto como possuindo uma variedade de elementos tangíveis, como a paisagem, a arquitectura popular e a tradição. Esta paisagem integra superfícies agrícolas cultivadas, manchas florestais, cursos de água e casas. Y. Luginbuhl defende que

uma paisagem bela não é uma paisagem de natureza selvagem, na representação mais comum dos franceses (e outros povos da Europa ocidental). Uma paisagem bela, isto é, uma paisagem harmoniosa, é uma paisagem cultivada, com prados verdes onde

pastam vacas e carneiros, onde campos de trigo dourado assinalam a presença humana e respiram prosperidade [Luginbuhl 1989, 43].

O depoimento abaixo transcrito corrobora esta ideia:

A rudeza da *paisagem* da montanha, a exuberante *manada verde de vegetação* que cobre os inúmeros vales com as típicas isoladas *povoações*, bem como a excelente gastronomia, fazem desta região um local de visita obrigatória [Livro de honra de uma casa situada na região do Centro].

Como informa este excerto, a paisagem admirada por estes turistas apresenta fortes semelhanças com aquela que deslumbrou Henrique de Souzelas – personagem de *A Morgadinha dos Canaviais* (Dinis 1952) – no momento em que acordou na quinta que a sua tia Doroteia possuía na região do Minho. Trata-se da tal «paisagem intermédia» ou «parcialmente humanizada» de que falam Marx (1967) e Tuan (1974) a propósito da ideologia pastoral. Entre os elementos compósitos desta paisagem destacam-se as casas, particularmente aquelas que presentemente constituem uma das expressões mais emblemáticas da ruralidade, *i. e.*, as casas tradicionais (cf. Leal 2000).

Este fascínio renovado pelas formas tradicionais de construir e de habitar em meios rurais, com destaque para as chamadas casas rústicas, que Nicole Mathieu (1996) considera serem um traço forte de modelo de habitação europeu, está associado ao processo de emblematização das formas de arquitectura popular de matriz rural que presentemente ocorre em Portugal e noutros países (cf. Calame 2000; Ehrentraut 1993; 1996; Leal 2000; Williams e Papamichael 1995). Em Portugal, este processo encontra-se também patente no contexto do turismo em espaço rural, onde as casas rústicas são o principal tipo de alojamento posto à disposição dos cidadãos, como já referimos no capítulo 2 (ver também DGT 2002b; TURIHAB 1999). Estas casas rústicas

têm a particularidade de na fachada e no interior apresentarem uma predominância da pedra à vista, com a excepção do Alentejo, onde as casas são caiadas e/ou pintadas de branco; no interior, destaca-se a presença da lareira, que faz parte do imaginário dos turistas e que nalguns casos está na origem da selecção das unidades por eles frequentadas, bem como a de alguns objectos representativos da vida rural.

Acresce que, pontualmente, existem alguns turistas portugueses que encaram as formas de arquitectura popular associadas ao turismo em espaço rural como expressões da cultura nacional portuguesa, como mostram os excertos abaixo apresentados:

Conservar a *nossa cultura* é maravilhoso. Casas esplêndidas e pessoas muito acolhedoras [Livro de honra de uma unidade situada na região do Norte].

A serra, os penedos, as gentes... A *nossa cultura dentro de uma casinha de pedra*. É isto que nos atrai a esta encantadora aldeia beirã [Livro de honra de uma casa situada em Sortelha].

Estes enunciados podem ser vistos como uma ilustração dos processos de «objectificação da cultura» próprios dos discursos de inspiração nacional de que fala Richard Handler (1988) no seu estudo sobre o Quebeque. Estes processos, na óptica de Handler, assumem duas vertentes: a da perspectiva da cultura enquanto objecto, enquanto entidade corpórea delimitada, contínua e distinta de entidades similares; e a perspectiva da cultura enquanto conjunto de objectos e entidades susceptíveis de serem constituídas expressões emblemáticas da mesma (*idem*, 14-16). No caso em apreciação, é no âmbito desta segunda perspectiva que o processo de «objectificação da cultura» tem lugar – as casas rústicas, de pedra, são encaradas como expressões típicas e tipificadoras da cultura portuguesa, de algo que constitui a «nossa» especificidade no contexto das diferentes nações. Este posicionamento pode ainda ser encarado como uma extensão daquele

que foi adoptado por alguns etnógrafos, antropólogos, historiadores e arquitectos que, do terceiro quartel do século XIX a sensivelmente meados do século XX, procuraram alicerçar a cultura e a identidade nacional portuguesa na arquitectura popular de matriz rural (Leal 2000; Sobral 1999; 2004).⁹

Estes processos, juntamente com as soluções encontradas pelos proprietários para corresponderem às expectativas dos turistas, têm a particularidade de idealizar o passado rural e de apresentar o campo como um espaço enobrecido pela passagem dos anos, escamoteando os seus aspectos mais incómodos, tal como ocorre nos museus ao ar livre estudados por Adolf Ehrentaut (1996). A idealização a que fazemos referência revela-se de forma clara no contexto do turismo em espaço rural em Portugal, sobretudo no caso do turismo de aldeia, turismo rural, casas de campo e agroturismo. É no interior das casas afectas a estas modalidades que esta situação adquire maior visibilidade, especialmente no plano do mobiliário e nos elementos decorativos.

A arquitectura popular também é encarada por estes turistas como um símbolo da tradição, que no seu entender existe no campo e não na cidade:

É no campo que se encontra o lugar onde vigora a *tradição* [Alberto, 28 anos, entrevistado em Sortelha].

O campo é o lugar da tranquilidade e da beleza natural. *Mas é sobretudo local da tradição, que tem muito do passado e revela muito sobre a cultura e as populações locais. No campo, ainda conseguimos encontrar essas tradições e os antigos modos de vida* [George, 52 anos, americano, entrevistado em Monsaraz].

Para além da arquitectura popular, a tradição é por estes turistas associada à gastronomia, aos produtos locais, ao artesanato

⁹ Analisando os processos de construção identitária da casa e da nação, José Sobral (1999) defende que o modelo da casa foi uma das fontes de imaginação da nação na Europa ocidental.

e às festas tradicionais, elementos que nos últimos anos passaram a constar do património (cf. Chevallier 2000), na sequência dos processos contemporâneos de alargamento da noção de património analisados no capítulo 1.

A atracção exercida por estes itens, particularmente a gastronomia e o artesanato, encontra-se patente no facto de, em 2000, terem sido parte integrante das motivações de gozo de férias dos portugueses (DGT 2001b, 23). Além disto, existe um considerável número de pessoas que se deslocam a determinadas povoações – Ponte de Lima, Folgosinho (Gouveia), Sortelha, Monsaraz... –, especialmente aos fins-de-semana e nos períodos festivos, com o propósito de comer os chamados pratos típicos, facto que, como diz Jacinthe Bessière (1998), constitui uma forma de apropriação da História ou da tradição em termos de hábitos alimentares, contribuindo igualmente para a desejada ruptura com o quotidiano e para uma certa incorporação da cultura local. Por outro lado, refira-se que a gastronomia tradicional, o artesanato e os produtos locais ocupam uma posição de relevo no quadro dos consumos realizados no âmbito das práticas turísticas em meio rural, havendo inclusivamente pessoas que adquirem produtos locais com o intuito de os levarem para as suas casas na cidade e para oferecer a familiares e amigos.

Para os turistas aqui em análise, as unidades de turismo em espaço rural constituem o meio preferencial para a desejada imersão no meio rural, quer em termos de espaços quer de relações. Na sua perspectiva, o turismo em espaço rural funciona em casas que, por um lado, proporcionam um ambiente familiar e doméstico e, por outro, são representativas da ruralidade, tanto no caso das casas rústicas como no dos solares e casas apalaçadas. Para além disto, os hóspedes apreciam o facto de as unidades estarem muitas vezes inseridas em propriedades rurais nas quais podem habitualmente usufruir de alguns equipamentos e actividades de animação extra (piscinas, *courts* de té-

nis...) e inclusivamente observar e participar na execução de tarefas agrícolas e pecuárias:

Uma das coisas mais importantes que se procura nas férias é um contraste completo face à vida quotidiana. Este lugar providencia certamente isso e muito mais. Em mais nenhum sítio podemos *estacionar o carro debaixo de uma vinha ou apreciar um plácido pequeno-almoço no jardim na companhia de três vacas e um par de ovelhas. Em mais nenhum sítio temos a oportunidade de tomar um banho tranquilo no rio com sapos saltando em todas as direcções, abrindo alas à nossa chegada* [Livro de honra de uma casa situada em Estorãos].

Em concomitância, os turistas prezam as relações sociais que este tipo de unidades permitem desenvolver, quer entre si, quer com os hospedeiros. A valoração positiva da interacção entre hóspedes e hospedeiros, que por vezes dá origem a relações de amizade mais ou menos fortes, surge patente nos enunciados seguidamente apresentados:

Foi uma lua-de-mel espectacular. Tivemos tudo aquilo que vínhamos desejando e muito mais. A paz desta casa, o aconchego da lareira e os pequenos-almoços reconfortantes bastariam para nos seduzir. Mas a simpatia, a disponibilidade e o carinho da Dona Georgina fizeram-nos sentir em família e constituíram o *início de uma amizade* que esperamos longa e *contamos renovar* com mais visitas a esta maravilhosa casa [Livro de honra de uma unidade situada em Estorãos].

Tudo o que posso dizer é que saio desta casa com grande saudade do imóvel e das *pessoas amáveis e atenciosas* que fizeram com que esta estada de cinco dias nos deixasse retemperados e com outras forças para enfrentar o *stress* que vivemos no dia-a-dia. E é bom saber que mesmo nestas alturas *também se fazem amizades* [Livro de honra de uma casa situada em Estorãos].

A interacção entre hóspedes e hospedeiros é normalmente mais acentuada nos casos em que existe coabitação do que nos casos em que os turistas ficam alojados numa casa independente. De qualquer forma, esta interacção vai ao encontro do desejo de os hóspedes conhecerem gente local e com um conhecimento profundo sobre a região no tocante a atracções, modos de vida, gastronomia, tradições e costumes locais:

Aqui com a senhora Luísa, a nossa anfitriã, *temos a oportunidade de conhecer os habitantes locais*, falar com eles e saber mais, de forma a entrar nos seus costumes, cultura e tradições [Elizabeth, 32 anos, inglesa, entrevistada em Sortelha].

[O TER] é uma forma de conhecer melhor a região, os produtos. Depois *as pessoas, é verdade que em geral conhecem bem a sua região*, pelo que é muito bom ir a um sítio recomendado por *alguém que o conhece bem... arranjar um guia* [Nicole, 28 anos, francesa, entrevistada na região do Alentejo].

Apesar de também ser mencionada por portugueses, esta é uma motivação que caracteriza fundamentalmente os turistas estrangeiros, para os quais os meios rurais são o repositório da «portugalidade» e os seus habitantes, entre os quais os hospedeiros, pessoas típicas e representativas do «verdadeiro» português. Em Monsaraz, quando se cruzam com os mais idosos, sobretudo quando os mesmos envergam o traje (incluindo o *pelico* e/ou a *pelica*) e o chapéu tradicionais, os estrangeiros comentam frequentemente entre si que aqueles representam «o típico e autêntico português», pedindo-lhes muitas vezes para se deixarem fotografar, sós e em conjunto. Nestes casos, os hospedeiros e as populações locais também são objecto do «olhar turístico» (Urry 2002). Por outro lado, constata-se que alguns turistas estão à procura da experiência de bastidores de que fala Dean MacCannell (1999), a propósito do conceito de autenticidade, que para o autor constitui o *leitmotiv* das suas deslocações, como mais à frente teremos ocasião de verificar.

Simultaneamente, os turistas opinam que o turismo em espaço rural lhes permite conviver com familiares e amigos numa relação de proximidade que a vida quotidiana inviabiliza:

Esta casa serve também para *cimentar a amizade dos que a visitam em conjunto*, como aconteceu com estes três casais de Alcobaça, agora solidificada com a breve estadia [Livro de honra de uma unidade situada na região do Centro].

Eu acho que é muito mais saudável e muito mais engraçado, mesmo em termos [de] um grupo, um *grupo de pessoas*, partilharem momentos numa casa destas. Aqui tem-se a oportunidade de estar à beira da lareira, desfrutar assim de *uma partilha*, não é? [Virgílio, 30 anos, entrevistado no Telheiro – Monsaraz].

Refira-se, a propósito, que três quartos da procura do turismo em espaço rural em Portugal são compostos por famílias, a maioria das quais «com filhos», detendo os «grupos de amigos» grande parte da percentagem remanescente (ver o quadro 4.4). Tal significa que o turismo em espaço rural constitui um lugar de actualização de relações de amizade e parentesco, à semelhança das residências secundárias (Dubost 1998), com as quais partilha ainda um outro aspecto relacionado com o desenvolvimento de ligações afectivas aos lugares, pois não é raro existirem hóspedes que frequentam repetidamente a mesma unidade ou diferentes unidades numa mesma zona.

Quadro 4.4 – Tipos de clientes

Modalidades de visita	%
Famílias com filhos	38,0%
Famílias sem filhos	36,5%
Grupos de amigos	16,8%
Grupo de empresas	2,4%
Outros	6,4%

Fonte: IUTER 2001.

Estes factores justificam a preferência pelas unidades de turismo em espaço rural relativamente às formas convencionais de alojamento turístico, como os hotéis e as pensões, que são consideradas estandardizadas, impessoais e anónimas. O ambiente familiar e doméstico, o atendimento personalizado, a escala reduzida, a hospitalidade calorosa e a plena integração no meio envolvente, tanto em termos arquitectónicos como decorativos, constituem, na óptica destes turistas, os traços distintivos do turismo em espaço rural face aos hotéis e pensões, como informam os seguintes trechos de entrevista:

Nós gostamos do toque pessoal. Um grande hotel é bonito e confortável, mas *isto é o lar de uma pessoa... e nós gostamos deste tipo de relação* [Janet, 52 anos, americana, entrevistada na região do Norte].

Bem, um hotel é uma *coisa impessoal...* é o descartável, não é? É pegar e deitar fora. Aqui não. Ao estar *aqui, identifico-me com o lugar*. A imagem disto, da casa, das pessoas. Há um ficar! [Gastão, 46 anos, entrevistado na região do Centro].

A atracção pela História

Os dados apresentados nas páginas precedentes focam um aspecto central da procura do turismo em espaço rural em Portugal, a sensibilidade pastoral. Esta sensibilidade é o traço dominante das motivações associadas à frequência de um dos dois tipos de alojamento de turismo em espaço rural existentes no mercado, as casas rústicas. No caso do outro tipo de alojamento, o mais requintado e próximo daquele que se associa a uma nobreza de província, constituído pelos solares e casas apalaçadas, a procura é não só movida por uma sensibilidade pastoral, como também por outros factores.

Um destes factores prende-se com o desejo de ficar alojado numa casa magnificente, em boa medida similar às Pousadas de Portugal:

No meu entender, o turismo de habitação não fica nada a dever às Pousadas de Portugal em termos de *luxo*. Eu já estive em muitas Pousadas e em muitos solares como este e, de facto, noto isso. Existe, de facto, um cuidado em ter nestas casas *peças e mobílias antigas e valiosas* [Camilo, 68 anos, residente em Cascais, entrevistado na região do Centro].

Estas casas são, entretanto, mais apreciadas devido à história dos edifícios de suporte, que muitas vezes é multissecular. Reportando-se aos motivos pelos quais os entrevistados optaram por este tipo de alojamento, os depoimentos abaixo transcritos adquirem, neste ponto, um valor ilustrativo:

Antes de mais, [apreciamos] o facto de serem *casas antigas* e também atrai o espaço exterior que também podemos aproveitar [Firmino, 54 anos, residente no Porto, entrevistado na região do Norte].

Gostamos de locais com história e já estivemos noutros lugares similares em Portugal [George, 47 anos, americano, entrevistado na região do Norte].

A admiração que os hóspedes do turismo de habitação têm pela antiguidade das unidades associadas a esta modalidade de alojamento e pelo seu recheio surge de uma forma clara nos seguintes enunciados:

[Nesta casa] podemos ver todas as coisas que *esta família adquiriu durante os últimos oitocentos anos* [Pierre e Erika, 45 e 38 anos, entrevistados na região do Norte].

Foram quase três dias de estadia. A casa está muito bem restaurada, mantendo toda a traça de uma *casa senhorial antiga* e

tendo todo o conforto necessário à vida moderna [Livro de honra de uma casa situada na região do Norte].

Para além da antiguidade dos edifícios, os turistas tendem também a valorizar o facto de estas casas, por vezes, estarem na posse da mesma família desde a sua construção inicial, como mostra o seguinte enunciado, no qual se fala dos motivos subjacentes à escolha deste tipo de alojamento:

também pensámos que seria interessante ficar nesta casa *porque pertence à mesma família há centenas de anos...*[Barbara, 52 anos, americana, entrevistada na região do Norte].

As famílias proprietárias deste tipo de unidades são também objecto de fascínio por serem representantes da antiga nobreza de província e por, conseqüentemente, possuírem um elevado estatuto social:

Uma *casa com história*, uma *família fidalga* que a continua. Foi um grande prazer este encontro com a história e a tradição fidalga do Minho [Livro de honra de uma unidade situada na região do Norte].

À senhora Viscondessa de São Sebastião, pela maneira *fidalgas* como me recebeu, os meus agradecimentos à boa maneira beirão. Bem haja [Livro de honra de uma casa situada em Sortelha].

O estatuto social destes proprietários, alguns deles detentores de títulos nobiliárquicos, como conde e visconde – casos do conde de Calheiros no Minho e da viscondessa de São Sebastião na Beira Interior –, é um símbolo que igualmente nos remete para a componente histórica, na circunstância, a História de Portugal e a estratificação social característica da monarquia.

Em síntese, para além da atracção exercida pelo campo e pelos componentes do ideário pastoral, a procura do turismo de habitação, que inclui solares e casas apalaçadas, é movida pelo desejo de estar numa casa requintada e carregada de história e pelo desejo de experimentar os estilos de vida das elites de província. A imersão nos campos é nestes casos feita por uma via

mais elitista, diferentemente do que sucede nas restantes modalidades de hospedagem, nas quais esta imersão ocorre por uma via mais popular. Por outras palavras, enquanto o turismo de habitação é procurado pela sua carga senhorial, as restantes modalidades são procuradas pela sua relação com o popular. Esta imersão no campo pela via da cultura popular apresenta algumas *nuances* relativamente às diferentes modalidades de hospedagem. Apesar de haver aspectos comuns, a procura das diferentes modalidades está muitas vezes associada a distintas motivações, como sejam: 1) a de entrar no modo de vida de uma exploração agrícola, no caso do agroturismo; 2) a de habitar temporariamente numa típica casa de aldeia, nos casos das casas de campo, do turismo rural e do turismo de aldeia.

Autenticidade, colecção de experiências e distinção social

Um dos aspectos transversais a todo este processo de atracção e encantamento pelo campo, no caso dos hóspedes do turismo em espaço rural, tem a ver com a autenticidade. Tanto os turistas estrangeiros como os nacionais opinam que os meios rurais são espaços impregnados de formas de ser e de estar próprias de um determinado espaço físico e social, *i. e.*, genuínos. Os materiais etnográficos recolhidos nesta pesquisa adquirem sentido neste contexto. Nos livros de honra das unidades de turismo em espaço rural que foram objecto de consulta e nas entrevistas realizadas junto de turistas surge frequentemente a indicação de que «as pessoas do campo são mais genuínas e autênticas que as da cidade»:

Para mim, é no campo que se encontra o Portugal verdadeiro, autêntico e genuíno [Alberto e Liliana, 28 e 27 anos, entrevistados em Sortelha].

O campo é sinónimo de sistemas que não estão infectados, de relações interpessoais mais genuínas, de coisas mais básicas.

Na cidade é o contrário. [...] Pronto, eu penso que o campo é muito mais puro [Maria, 37 anos, entrevistada na região do Alentejo].

Este posicionamento é concordante com a indicação de Eric Cohen (1988, 374), segundo a qual a autenticidade é uma qualidade estreitamente associada a «o imaculado, o primitivo, o natural, o que é entendido como ainda não tocado pela modernidade». Mas se, por um lado, esta situação se ajusta na plenitude aos meios rurais portugueses, por outro lado, é necessário observar que os elementos referidos por Cohen não são condições *sine qua non* da autenticidade. Existem espaços, *performances* e obras que não possuem estes atributos e que no entanto são vistos como autênticos, na medida em que são vistos como próprios de um determinado espaço físico e social, como por exemplo as obras de Antoni Gaudí (1852-1926) em Barcelona e as cidades marcadas pela Revolução Industrial em Inglaterra, particularmente na região de Lancashire, onde o caso de Wigan Pier adquire um valor paradigmático. Assim, parece-nos evidente que a autenticidade não é estática, nem tão-pouco uma qualidade intrínseca do que quer que seja, mas sim dinâmica, socialmente construída, emergente e simbólica, o que vai de encontro à concepção construtivista da autenticidade (Cohen 1988, 374; ver também Bruner 1994; Halewood e Hannam 2001; McIntosh e Prentice 1999; Shenhav--Keller 1995; Taylor 2001).¹⁰

Esta concepção do campo como o lugar da autenticidade funciona para muitos turistas como o *leitmotiv* da sua frequência, facto que empresta validade empírica ao argumento de Dean MacCannell (1999, 3), segundo o qual o turista busca autenticidade noutros tempos e noutros lugares que não os do seu quotidiano, ou seja, «noutros períodos históricos e noutras culturas, em

¹⁰ O construtivismo constitui um dos quatro paradigmas da autenticidade existentes nas Ciências Sociais, juntamente com o objectivista, o pós-modernista e o existencialista (cf. Wang, 1999).

estilos de vida mais puros e mais simples». Os excertos de entrevista seguidamente apresentados ilustram esta realidade:

Viajamos para sítios como este porque queremos algo *autêntico* e diferente daquilo que encontramos na Inglaterra [Michael, 33 anos, inglês, entrevistado em Sortelha].

Quando uma pessoa escolhe ir para um sítio assim tranquilo dentro de Portugal é porque precisa de alguma paz, tranquilidade e de *coisas genuínas*, as pessoas, a maneira de viver, a decoração das casas e a comida [Josefina, 49 anos, entrevistada na região do Centro].

Por outro lado, deve chamar-se a atenção para o facto de muitos turistas frequentarem o campo não só com o propósito de ir ao encontro de coisas e pessoas autênticas, mas também com o de reencontrarem a sua própria autenticidade, a autenticidade existencial. Vejam-se, a título ilustrativo, os seguintes enunciados:

Bem haja quem com simplicidade e genuína tradição criou um recanto do paraíso na terra na nossa terra minhota e colocou como guardião um anjo como a Dona Georgina. Voltaremos sempre à terra prometida em *busca do mais íntimo do nosso ser* [Livro de honra de uma unidade situada em Estorãos].

Reencontrámos a calma, o tempo de meditar, de *estarmos verdadeiramente uns com os outros e, também por isso, com nós mesmos* [Livro de honra de uma casa situada em Sortelha].

Esta circunstância empresta validade empírica ao argumento de Ning Wang (1999, 365-366), de acordo com o qual «o que os turistas procuram são a sua identidade autêntica e a autenticidade intersubjectiva».

Para além de serem vistos como mundos artificiais e complexos, os meios urbanos são assim encarados como lugares habitados por pessoas que não escapam a um contágio da atmosfera de inautenticidade que neles se respira, em contraposição aos meios rurais.

Estes não são apenas o repositório de coisas simples e autênticas, mas também de relações sociais e de pessoas imbuídas da mesma propriedade. A frequência dos campos por parte dos cidadãos proporciona-lhes, assim, a oportunidade de recuperarem a sua própria autenticidade, que crêem ser abalada pela actual vida urbana.

Por detrás do uso do turismo em espaço rural e da frequência do campo encontra-se ainda o desejo de conhecer o território nacional mais em pormenor, aquilo que normalmente se designa como *Portugal profundo*, que inclui povoações, paisagens, costumes, tradições e património histórico edificado. É justamente por causa desta vontade de conhecimento do país que muitos turistas entrevistados no quadro desta pesquisa fazem *zapping* no conjunto do território nacional, frequentando unidades situadas em diferentes pontos do país, procurando passar da experiência em si à colecção de experiências:

Já estivemos noutras zonas de Portugal. *Começámos no Algarve, em Tavira. Depois, quisemos explorar mais o país. Nas férias seguintes fomos para o Alentejo, para o Redondo. E agora quisemos experimentar uma região completamente diferente.* Lemos um pouco acerca do Minho e do vale do Lima, acerca da sua atracção... e *é uma outra área a explorar, outra cultura para contactar: comida, vinho, paz, tranquilidade e populações locais, como o dono da casa e a empregada* [Paul, 61 anos, inglês, entrevistado em Estorãos].

Nós *não costumamos repetir as nossas visitas turísticas*, regressar aos mesmos sítios, mas *sim ir para diferentes áreas do país para que possamos conhecer melhor este belo país que é Portugal.* No ano passado estivemos em Odemira, antes já tínhamos estado em Trás-os-Montes e agora viemos para aqui [Cláudia, 45 anos, residente no Porto, entrevistada no Telheiro – Monsaraz].

François Moinet regista uma situação parecida no seu estudo sobre o turismo rural em França:

Os dois milhões de adeptos das fórmulas *Gîtes* de França caracterizam-se pela sua fidelidade. Três quartos das pessoas já

utilizaram esta fórmula e um quarto utilizam-na regularmente. Os clientes mudam de *Gîtes* e de região mas permanecem fiéis à rede. [...] Se eles são fiéis ao conceito, apenas 15% regressam regularmente ao mesmo *Gîte*, enquanto 72% mudam de região todos os anos [Moinet 2000, 78].

No nosso país, este procedimento é, no entanto, menos usual entre os portugueses do que entre os estrangeiros, que também andam à descoberta do dito *Portugal profundo*. Mas enquanto os estrangeiros procuram (com esta estratégia) enriquecer a sua experiência multicultural ou conhecer mais detalhadamente um país e uma cultura distintos dos seus, os portugueses procuram conhecer melhor o seu próprio país e a sua própria identidade nacional.

Outro dos valores estruturantes da frequência do turismo em espaço rural consiste na vontade expressa por alguns turistas de se afastarem dos destinos turísticos mais procurados e congestionados, como é o caso do Algarve:

Víamos para o Norte de Portugal porque é menos turístico. Não existem muitos turistas, não é como o Algarve que está cheio de ingleses e é sempre a mesma coisa. Isto é mais interessante e diversificado e tem mais coisas para ver [John, 38 anos, inglês, entrevistado em Estorãos].

Nesta altura do ano [Agosto] vamos sempre passar férias para o interior do país. Ainda no ano passado fomos para Piódão. *Preferimos vir passar férias para o interior e não para a praia por causa da confusão*, da muita gente apinhada e das filas intermináveis que existem nas zonas de praia. Como não vivemos muito longe da praia vamos em qualquer altura do ano, desde que esteja bom tempo, mas nesta altura o que procuramos é *fugir ao turismo massificado* [Arnaldo, 47 anos, residente em Leiria, entrevistado na região do Centro].

Esta atitude de distanciamento físico face a outros turistas reflecte aquilo que Dann (1999 citado em Sharpley 1999, 98) chama *tourist angst*: «aquele sentimento que muitos turistas parecem

demonstrar para com outras pessoas em férias sempre que entram em contacto com elas, procurando distanciar-se». Ao mesmo tempo, esta postura permite afirmar que a clientela do turismo em espaço rural faz parte da componente romântica do olhar turístico e não da colectiva, para a qual a presença de outros turistas é essencial (Urry 2002, 150).

Por outro lado, deve chamar-se a atenção para o facto de esta atitude de distanciamento físico face a outros turistas ser recorrentemente acompanhada por um distanciamento conceptual, dado que estamos na presença de turistas que não querem ser turistas. Tendo em conta que «um turista é uma pessoa temporariamente desocupada que visita voluntariamente um local distante de casa com a finalidade de experimentar uma mudança» (Smith 1978b, 2), por um período não inferior a 24 horas, pernoitando no local visitado mediante remuneração, é lícito afirmar que os clientes do turismo em espaço rural em Portugal são turistas, estatuto que também lhes é conferido pelas populações locais. Porém, apesar de alguns dos estrangeiros se considerarem turistas na medida em que provêm de outro país, falam outra língua e trazem máquinas fotográficas para coleccionar memórias, a maioria não se revê nesta condição. As motivações, os interesses, os comportamentos e os destinos turísticos escolhidos por estas pessoas, que do seu ponto de vista ainda não estão congestionados em termos de oferta e, sobretudo, de procura, são para a grande maioria delas o que as distingue dos turistas (convencionais e de massas). Emitidos no momento em que perguntámos aos turistas se se consideravam turistas, os depoimentos seguidamente apresentados filiam-se nesta tendência:

Nós somos mais exploradores do que turistas, porque nós queremos entrar nos lugares que visitamos e conhecer os costumes, a cultura e as tradições das populações locais. Um turista é alguém que quer ir para o Algarve ou Costa Brava, dormir em hotéis baratos, ir à praia e divertir-se pela noite fora [Travis, 33 anos, inglês, entrevistado em Sortelha].

[O termo turista] tem um lado um pouco pejorativo. Em geral, quando se diz que alguém é um turista... São pessoas que andam por ali... não prestam atenção... Estão lá de férias, mas não se interessam por nada... Sugere um pouco isso... *Não me sinto uma turista porque me interessa* [Nicole, 28 anos, francesa, entrevistada na região do Alentejo].

Os portugueses têm uma atitude idêntica, invocando estas razões e o facto de estarem no seu próprio país:

(Considera-se turista?) *Não, eu penso que não. Considero-me um português fascinado pela nossa riqueza e com gosto de conhecer cada vez mais, com sede de conhecimento. E a gente vem aqui, não para fazer turismo, mas para aqui estar, conviver e participar...* [Marco, 31 anos, entrevistado na região do Norte].

(Considera-se turista?) Eu vejo-me como português em Portugal. *Aqui não me vejo como turista.* [...] Eu sinto assim... qualquer sítio a que vá em Portugal, sinto-me como português em Portugal [António, 30 anos, entrevistado no Telheiro – Monsaraz].

Interessa chamar a atenção para o modo como esta atitude de negação da condição de turista se inscreve na noção de anti-turista proposta por Jens Jacobsen (2000). De acordo com o autor, o anti-turista tem a tendência para não se considerar turista quando se encontra a desempenhar este papel, o que Jacobsen (*idem*, 286) esclarece adaptando o conceito de *role distance* proposto por Erving Goffman: «A distância de papel implica que algumas pessoas pretendem permanecer separadas e distintas do que percebem ser o papel do turista típico ou comum». Acresce que esta atitude de distanciamento físico e conceptual relativamente aos turistas parece estar inerente à própria condição de turista (cf. MacCannell 1999, 10; Sharpley 1999, 101). É, neste ponto, sintomático que alguns turistas escrevam nos Livros de honra que não vão recomendar os locais e as unidades de turismo em espaço rural em que ficaram hospedados a muitas pessoas, para que estas não frequentem e

destruam com a sua presença, a tranquilidade e o encantamento destes locais. Um dado adicional é que este posicionamento pode ser visto como uma ilustração, no campo do turismo, dos mecanismos de diferenciação social analisados por Pierre Bourdieu (1979). Na óptica do autor, as classes sociais empreendem estratégias de diferenciação, com base na educação, ocupação, residência e bens, incluindo objectos e experiências, tais como férias. Em conjunto, tais elementos fazem parte de distintos *habitus*, que providenciam a base para a reprodução e diferenciação de classes. A legitimidade da adaptação desta análise ao fenómeno turístico decorre do facto de o consumo associado ao turismo conferir *status* e distinção social àqueles que o praticam. No caso do turismo em espaço rural, tal situação observa-se na medida em que os seus frequentadores crêem e afirmam estar assim a ter uma experiência turística mais valiosa, significativa e autêntica do que aqueles que praticam turismo de massas:

Algumas pessoas nunca viriam para sítios como este. Algumas pessoas pensam que isto é aborrecido e muito parado. A maioria das pessoas querem é ir a bares e a discotecas [Catherine, 39 anos, inglesa, entrevistada em Estorãos].

Eu acredito que muita gente não tem conhecimento destes locais e privilegia outras áreas... Estar aqui, para mim, é diferente do que estar em Vila Nova de Milfontes... *O povo português é muito limitado... Desloca-se tudo um bocado em rebanho, em massa...* [Ricardo, 27 anos, entrevistado na região do Alentejo].

Este posicionamento reforça a inserção dos hóspedes do turismo em espaço rural em Portugal na categoria de anti-turista, dado que «muitos anti-turistas acreditam que as possibilidades de experimentar algo típico e autêntico são inversamente proporcionais ao número de turistas presentes na região» (Jacobsen 2000, 287). Por outro lado, reitera o argumento de Ian Munt, resultante da análise das práticas turísticas das «novas classes médias», segundo o qual

estas fracções de classe adoptaram várias práticas ao tentarem diferenciar-se socialmente e dissociarem-se das práticas de turis-

mo das fracções inferiores. De uma forma crescente, tornou-se necessário definir espacialmente os destinos de viagem e para este fim o Terceiro Mundo tem um significado particular, ao transmitir experiências autênticas que são sensíveis cultural e ambientalmente; práticas que emergiram como símbolos de estilos de vida da classe média. [...] Isto assinala uma reacção cultural e social das novas classes médias à grosseria que percebem ser o turismo e o anseio por distinção social e espacial das 'massas douradas' [Munt 1994, 119].

No caso dos turistas aqui em estudo, torna-se relevante observar que um número significativo dos mesmos, paradoxalmente, afirma ter e já ter tido experiências turísticas em contextos caracterizados por um turismo de massas, como é o caso do Algarve, do Sul de Espanha, das Canárias, entre outros. Estas experiências, de algum modo, ajudam a construir uma imagem negativa do turista convencional, que em muitos contextos é objecto de um estigma social, tal como mostra Fischer (1984 citado em Jacobsen 2000, 286) no seu estudo sobre os turistas alemães que visitam Samoa.

Num estudo efectuado nas áreas rurais do Minho, Douro e Trás-os-Montes, Elisabeth Kastenholtz (2003) elabora uma tipologia quaternária, designada de acordo com o perfil motivacional dos turistas: os «entusiastas rurais calmos», os «entusiastas rurais activos», os «puristas» e os «urbanos». Os «entusiastas rurais calmos» são indivíduos mais idosos e com um elevado capital social, económico e cultural, que têm uma visão romântica dos espaços rurais e que procuram «'o autêntico', o património cultural, o ambiente despoluído e calmo, a proximidade com a natureza e a integração num estilo de vida tradicional e rural». Os «entusiastas rurais activos» são mais jovens e têm uma motivação similar à dos entusiastas rurais calmos, mas estão mais interessados «em actividades desportivas e recreativas e em oportunidades de convívio». Os «puristas» são fundamentalmente es-

trangeiros que «procuram principalmente um ambiente natural, despoluído e tranquilo e não valorizam infra-estruturas turísticas, nem o convívio, nem aspectos culturais». Os «urbanos» são sobretudo jovens que não valorizam o campo e as suas características intrínsecas, procurando infra-estruturas, divertimentos, atracções e actividades «eventualmente incompatíveis com um destino rural ‘autêntico’ e calmo» (Kastenholz *idem*, 212-214). Entre os hóspedes do turismo em espaço rural em Portugal existem pessoas que de algum modo correspondem a estes perfis, sobretudo «entusiastas rurais calmos» e «entusiastas rurais activos».

Mas é preciso observar que as motivações anteriormente mencionadas para a frequência dos campos por parte dos hóspedes do turismo em espaço rural não significam, entretanto, a inexistência de pessoas que procuram o campo com motivações complementares ou outros propósitos, como seja visitar familiares e amigos, frequentar atracções turísticas e participar em eventos desportivos, entre eles a prática de caça, pesca e desportos radicais (escalada, *rappel*, BTT, parapente, etc.), bem como em certames de outra natureza, como feiras de artesanato, recriações históricas, festivais de gastronomia e folclore. E a verdade é que algumas destas pessoas, por vezes, acabam por ficar hospedadas em unidades de turismo em espaço rural, embora por motivos distintos daqueles que procuram estas casas com maior frequência e regularidade – ou porque são a única forma de alojamento disponível em certos locais ou por outras razões de natureza casuística. O alojamento de grupos de amigos em casas situadas na região do Minho para assistir ao festival de música de Paredes de Coura adquire neste ponto um valor exemplificativo, o mesmo acontecendo com o alojamento de caçadores em unidades situadas na região do Alentejo.

5

Os impactos do turismo em espaço rural

Turismo e desenvolvimento rural

Tal como vimos no capítulo 1, nos últimos anos, o turismo tem vindo a assumir uma posição de relevo nas políticas formuladas pelo Estado português e pela União Europeia para combater a depressão económica e demográfica em que mergulharam muitas áreas do país, sensivelmente a partir de 1960. Fomentada por Bruxelas, centro decisor das políticas de desenvolvimento dos Estados-membros da UE, esta política de recurso ao turismo como meio de revitalização económica das áreas mais desfavorecidas foi adoptada noutros países, entre os quais a França, pioneira do turismo em espaço rural, a Bélgica, o Canadá, a Espanha, a Itália, a Holanda, Malta, o Reino Unido, a Alemanha, a Tanzânia, a Suécia, a Nova Zelândia, a Estónia, a Malásia, a Turquia, o Brasil e Israel (cf. Abram e Waldren 1998; Hoggart, Buller e Black 1995; Lane 1994b; Nilsson 2002). Tal facto mostra que muitos países desenvolvidos «adoptaram para si próprios uma doutrina que estava originalmente reservada ao Terceiro Mundo. A promoção turística está a tornar-se num modelo universal de desenvolvimento» (Lanfant 1995a, 3).

Embora se saiba que não se trata de uma panaceia universal, vários autores e organismos têm defendido a ideia de que o turismo é um meio de desenvolvimento das áreas de implantação, contribuindo para a criação de emprego, equipamentos e infra-estruturas, o desenvolvimento do comércio e dos serviços, o aumento dos rendimentos das famílias rurais, a fixação da população rural e a preservação e valorização dos recursos ambientais e patrimoniais, embora envolva certos perigos e desvantagens, como a existência de flutuações de mercado, a eventual criação de tensões entre os membros das comunidades hospedeiras e a destruição do património e do ambiente da zona (Capucha 1996; Gannon 1994; Keane e Quinn 1990; Lane 1994a; Leal 2001; Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico 1994; Pearce 1990; Verbole 1997).

Esta visão optimista do turismo enquanto promotor do desenvolvimento e indutor de benefícios para as comunidades e áreas de implantação não é, no entanto, consensual no quadro das Ciências Sociais (ver Dogan 1989). Considerando um dos componentes do turismo rural, Per Ake Nilsson refere que

muitos estudos mostram que o agroturismo é um bom negócio e dá um contributo importante para a economia local [...]. Mas outros autores acham que esta forma de turismo tem resultados de algum modo frustrantes noutros países [Nilsson 2002, 13].

Assim, no âmbito desta investigação, dado que o turismo em espaço rural é parte integrante do turismo em meio rural, a questão que se coloca reside em saber quais os contributos do sector em termos de desenvolvimento das comunidades e áreas da sua implantação, quer em termos perceptivos, quer efectivos.

A opinião dos profissionais do sector

De acordo com a informação apurada através do inquérito por questionário, o turismo em espaço rural contribui para o

desenvolvimento local das áreas em que é implantado de diversas formas (ver o quadro 5.1). A leitura deste quadro permite constatar que os responsáveis pelo funcionamento das unidades de turismo em espaço rural à escala do território nacional têm uma visão sobre o sector idêntica à de alguns autores pró-turismo. Na primeira opção, a «divulgação da região/país» ocupa uma posição dominante (23%), logo seguida do «desenvolvimento do comércio e serviços» (17%) e da «criação de postos de trabalho» (15%); significativamente, na totalidade das respostas, regista-se uma ordenação similar. O «intercâmbio cultural», que na totalidade das respostas atinge um valor de 11%, alusivo à relação entre hospedeiros e turistas, é concordante com um certo ponto de vista antropológico e sociológico, segundo o qual o turismo é uma instância propícia ao contacto entre universos culturais (Abram, Waldren e Macleod 1997; Crick 1985; Nash 1996; Smith 1978a).

Quadro 5.1 – Contributos do turismo em espaço rural para o desenvolvimento local

	1.ª opção	Total de respostas
Divulgação da região/país	23,4%	48,4%
Desenvolvimento do comércio e serviços	16,9%	41,9%
Criação de postos de trabalho	15,3%	30,6%
Desenvolvimento económico	12,9%	28,2%
Preservação de património natural/edificado/cultural	4,0%	25,8%
Dinamização do artesanato	1,6%	16,1%
Atracção de visitantes	8,1%	12,9%
Combate à desertificação	6,5%	12,9%
Intercâmbio cultural	1,6%	11,3%
Viabilização da agricultura	0,9%	5,6%
Outros	8,9%	21,8%

Nota: Sendo esta uma questão de resposta múltipla, hierarquizada, optou-se por contabilizar a totalidade das respostas conferidas às distintas variáveis, destacando os valores correspondentes à primeira opção, por motivos de inteligibilidade.

Fonte: IUTER 2001.

No quadro das entrevistas efectuadas em diferentes pontos do país e nas povoações que foram objecto de estudo de caso, os proprietários do turismo em espaço rural, de certa forma, reiteram as ideias expressas no inquérito, declarando que o turismo traz benefícios para as respectivas regiões de implantação das casas em duas vertentes essenciais: económica e cultural. Em termos económicos, esta ideia é concretizada através da indicação de que o turismo, para além de criar postos de trabalho directos e indirectos, constitui-se como motor de desenvolvimento do comércio e da restauração:

Queiramos ou não, directa ou indirectamente, toda a gente de Sortelha está hoje ligada ao turismo. Portanto, [o turismo] é uma grande fonte de receitas para Sortelha. Uns vendem figos secos, outros passas e licores, outros artesanato de 'bracejo', outros pífaros, outros bordados e tapeçarias, outros esculturas em pedra. Toda a gente inventou alguma coisa e toda a gente ganha [Rogério, 50 anos, entrevistado em Sortelha].

Os restaurantes, as mercearias... tudo isto funciona de uma maneira diferente. Se não existisse turismo isto estava completamente morto [Mónica, 43 anos, entrevistada em Monsaraz].

No plano cultural, o turismo é visto como positivo em várias dimensões. Uma destas dimensões tem a ver com o intercâmbio que promove entre pessoas de diferentes origens geoculturais, facto que mostra que os proprietários, na sua generalidade, tal como os hóspedes, valorizaram o tipo de relações que entre eles se estabelecem. Veja-se, a título ilustrativo, os seguintes depoimentos:

Um dos benefícios [do turismo] é que permite, se quisermos, termos contactos com as pessoas de fora, permite mantermo-nos actualizados e conviver [Gomes, 44 anos, entrevistado na região do Norte].

Para nós que vivemos aqui no campo e que estamos aqui tem todo o interesse em termos comunicação com outro género de pessoas que vêm da cidade [Moreira, 42 anos, entrevistado no Telheiro – Monsaraz].

Estas relações sociais, que por vezes estão na origem da criação de laços de amizade mais ou menos fortes entre hóspedes e hospedeiros, ocorrem no âmbito de um processo de mercantilização da hospitalidade, que não abala a ideologia de que se está a proporcionar e a usufruir de algo autêntico e tipicamente português. A indicação da TURIHAB segundo a qual «os hóspedes são agradavelmente surpreendidos pelo espírito acolhedor e afável dos seus anfitriões, cuja hospitalidade, à boa maneira portuguesa, já foi sinónimo do principiar de amizades com futuro» (TURIHAB 1998, 18) ilustra-o, o mesmo acontecendo com os depoimentos de turistas abaixo apresentados:

Turismo rural, turismo de habitação e agroturismo é exactamente o que encontrei. *Um bom exemplo das características do nosso povo, hospitaleiro e simpático.* Aqui também encontrei a arte de bem receber [Livro de honra de uma unidade situada na região do Centro].

Permanecer na Casa da Cerca, ainda que só por umas horas, significa bem-estar graças à amabilidade das suas senhoras, de algo muito raro e cada vez mais de apreciar: *a hospitalidade' à antiga portuguesa' no que tem de mais tradicional e genuíno* [Livro de honra de uma casa situada em Sortelha].

Tal facto reforça o argumento de Eric Cohen (1988, 381), segundo o qual o turismo propicia «a mercantilização de um leque alargado de produtos (e actividades), muitos dos quais estavam fora do mercado antes de surgir o turismo». O caso específico do turismo em espaço rural pode ser assim descrito como uma forma de turismo associada à mercantilização da hospitalidade, no sentido em que

a troca social entre hóspedes e hospedeiros, baseada nos princípios da hospitalidade da oferta, foi em larga medida substituída pela troca económica e pela intenção de lucro, muitas vezes encapotada por uma falsa amizade ou até servidão [Dann e Cohen 1991, 162].

Segundo os proprietários, outro dos componentes incluso na valoração positiva do turismo em espaço rural em termos culturais consiste no facto de o sector promover a recuperação das casas e de outros patrimónios construídos:

[O turismo] *criou incentivos para as pessoas recuperarem as casas, o seu património*. Isso fez com que muitas pessoas voltassem a viver nelas. Muitas casas de turismo, aqui, estavam totalmente abandonadas. [...] A casa é um valor económico, mas é, sobretudo, um valor cultural [Gomes, 44 anos, entrevistado na região do Norte].

Por um lado traz riqueza, se há turismo, deixa aqui dinheiro. Porque *deixa as casas preservadas*, por exemplo, através destes projectos. E as pessoas vão aos restaurantes, vão aos cafés, dinamiza bastante [Sofia, 28 anos, entrevistada no Telheiro – Monsaraz].

Este é, aliás, um argumento partilhado pelo presidente da TURIHAB:

O turismo é realmente a única hipótese de salvaguardar as casas, porque as casas que estejam abertas ao turismo em espaço rural, ao turismo de habitação, como lhe queira chamar, são casas com manutenções elevadas e portanto com problemas de custos também importantes. E o turismo, não há dúvida, é uma fonte capaz de gerar receitas para poder aguentar e garantir a sobrevivência destas mesmas casas [conversa pessoal].

Finalmente, o turismo em espaço rural é visto pelos proprietários como um agente de manutenção e criação de algumas tradições:

Através do turismo, há sempre certas tradições que vão aparecendo ou que não deixam de existir; muitas vezes nem é pela tradição, é para mostrar às pessoas. Uma das coisas será o artesanato e depois poderá ser uma festa ou outra que começa a reavivar mais um bocado [Vitor, 27 anos, entrevistada na região do Norte].

As tradições que existem aqui na região mantêm-se porque eles [os turistas] vêem e gostam. Por exemplo, as procissões e as festas, no fundo, vão-se mantendo para que eles vejam [Mafalda, 42 anos, entrevistada na região do Norte].

Ainda a propósito das percepções sobre as repercussões do desenvolvimento da actividade turística, a maioria dos proprietários, ao serem inquiridos sobre os seus aspectos negativos, consideram que esta forma de turismo, sendo «seleccionada e de reduzida capacidade», não comporta os riscos associados ao turismo de massas, de que o Algarve é o exemplo paradigmático, a respeito do qual se diz que «já não é o turismo que se explora, é o turista». Apesar de tudo, para alguns proprietários, o turismo, mesmo em pequena escala, acarreta malefícios que não devem ser descurados, especialmente em termos de poluição ambiental:

O problema é a falta de civismo do português. É vir e andar com a garrafa de plástico na mão e deitar para o chão; é andar com um saco de batata frita e deitar para o chão, quando há caixotes de lixo aqui e além [Rogério, 50 anos, entrevistado em Sortelha].

Não lhe vou dizer que é intencional, mas *eu verifico que nos sítios de paragem de viaturas fica um estendal de javardice que nem queira saber!* É garrafas de plástico, é papéis, é sacos de plástico, é latas de sardinha de conserva [Miguel, 65 anos, entrevistado na região do Alentejo].

Quanto aos hóspedes, os estrangeiros opinam que o turismo é benéfico, especialmente em termos económicos, na medida em que não seja sujeito a uma massificação, geralmente associada à perda de autenticidade e identidade local, tal como ocorreu no Algarve e no Sul de Espanha:

O turismo, se está bem enquadrado, e aqui está bem enquadrado, é sempre bom, traz muito dinheiro. Se não está bem enquadrado, é um desastre. *O turismo, se não é massificado, é um turismo de qualidade.* Em Espanha está a massificar-se. O turismo rural está

completamente contra a massificação... inflação, perda de costumes [Carmen, 40 anos, espanhola, entrevistada na região do Norte].

O turismo traz muito dinheiro, por isso é bom. Mas tem que ser equilibrado. Se cresce... os portugueses perdem a sua autenticidade [Anne, 32 anos, holandesa, entrevistada na região do Norte].

Os turistas portugueses, por seu lado, têm geralmente uma imagem bastante positiva relativamente aos efeitos do turismo nas áreas de implantação, considerando que promove o desenvolvimento económico, a criação de postos de trabalho e a fixação das populações, bem como a preservação do património natural, cultural e edificado:

O turismo tem três vertentes: a vertente da informação e da aproximação das pessoas a um mundo mais evoluído tecnologicamente; a segunda vertente é o aspecto económico, naturalmente; e a terceira vertente é o orgulho na recuperação do património, quer do ponto de vista físico, quer também do próprio património familiar, que começam a ter também algum privilégio ao dizer que ao recuperar o património que era da família estão a permitir ao turista reviver um bocado o passado [João, 36 anos, entrevistado na região do Norte].

Acho que o turismo traz bastantes benefícios, não só a nível financeiro, mas tudo o resto. As pessoas também ficam mais presas à terra. Porque muitas vezes as pessoas são levadas a fugir da sua própria terra, não porque não gostem dela, mas porque não têm as mínimas condições para nela viverem. E muitas das vezes *o turismo cria mais postos de trabalho, fixa mais as pessoas nas regiões e não as torna tão desertas* [Hugo, 29 anos, entrevistado na região do Alentejo].

Em síntese, poder-se-á referir que os proprietários e os hóspedes do turismo em espaço rural encaram este tipo de turismo de modo similar aos autores pró-turismo. Existe a ideia de que

o sector beneficia as regiões de implantação, promovendo o desenvolvimento socioeconómico das áreas rurais. Os presidentes das Associações de Proprietários TURIHAB e PRIVETUR e os coordenadores e/ou directores técnicos das Associações de Desenvolvimento Local que foram objecto de entrevista têm uma visão parecida, tal como os presidentes das extintas Regiões de Turismo do Alto Minho, da Serra da Estrela e de Évora, os presidentes das Juntas de Freguesia de Estorãos, Sortelha e Monsaraz e os responsáveis pelo pelouro do turismo das autarquias de Ponte de Lima, Sabugal e Reguengos de Monsaraz. Por exemplo, o presidente da TURIHAB considera que

o turismo é absolutamente fundamental para a região, porque acredito que *o turismo e nomeadamente o turismo rural é o grande motor do desenvolvimento* [conversa pessoal].

De igual modo, a coordenadora da TRILHO é de opinião que *a aposta no turismo sucedeu porque este é um eixo de desenvolvimento económico a explorar*, numa zona rica em património e em que a agricultura entrou num processo de declínio [conversa pessoal].

Resta saber se os habitantes de Estorãos, Sortelha e Monsaraz partilham desta opinião.

Percepções e verbalizações locais

A percepção das comunidades de acolhimento relativamente aos efeitos locais do desenvolvimento do sector turístico tem sido objecto de inúmeros estudos nas últimas décadas. Richard Perdue, Patrick Long e Lawrence Allen (1990) examinam a percepção dos residentes de dezasseis comunidades rurais do Colorado, EUA, quanto aos efeitos positivos e negativos do turismo e a sua posição face ao desenvolvimento do sector. Entre as conclusões extraídas, inclui-se: 1) a de que as características sociodemográficas

não interferem na dita percepção; 2) a de que esta percepção diminui à medida que aumenta a distância entre a residência de quem responde e o local da atracção turística; 3) a de que a dependência económica dos indivíduos face ao turismo aumenta a percepção dos seus efeitos; e 4) a de que as pessoas que beneficiam do turismo percebem mais efeitos económicos e menos efeitos sociais e ambientais do que aquelas que não retiram benefícios desta mesma indústria (*idem*, 587). Brian King, Abraham Pizam e Ady Milman (1993) estudam as percepções dos residentes de Nadi, nas ilhas Fiji, acerca dos impactos do turismo, concluindo que os membros da população, a maioria dos quais ligados ao sector, são a favor da expansão local da respectiva indústria, embora estejam cientes dos custos sociais daí decorrentes. Os proventos económicos, a melhoria das condições de vida, o aumento do emprego, da confiança entre as pessoas e da cortesia e da hospitalidade relativamente aos estrangeiros são alguns dos efeitos positivos apontados pela população. Os congestionamentos de trânsito, a abertura sexual e o aumento do alcoolismo, da criminalidade e do consumo de drogas integram o rol dos malefícios vistos como resultantes do turismo. Numa pesquisa efectuada entre as comunidades hispânicas e não hispânicas residentes numa zona do Colorado, EUA, Antonia Besculides, Martha Lee e Peter McCormick (2002) descobrem que estas encaram o turismo como uma plataforma geradora de emprego e de aprendizagem, partilha e preservação das suas culturas, demonstrando pouca preocupação com os eventuais malefícios decorrentes da partilha destas mesmas culturas, como a diluição e comercialização da mesma e a redução do número de falantes de espanhol. Estes três trabalhos, à semelhança de outros efectuados nas décadas de 1970 e 1980, foram realizados numa perspectiva sincrónica, facto que é objecto de crítica na medida em que não permite acompanhar o dinamismo da actividade turística (Ap 1990, 611). O turismo é uma actividade dinâmica que implica muitas vezes alterações no tipo de relação entre turistas e hospedeiros, influenciando as atitudes e percepções dos

residentes relativamente ao turismo e aos turistas. Nesta linha de pensamento, há autores que sugerem que as atitudes e percepções das comunidades de acolhimento variam de acordo com o estágio de desenvolvimento da indústria turística nos destinos, passando de uma condição de entusiasmo numa fase inicial a uma de desapontamento numa fase terminal (Johnson, Snepenger e Akis 1994; Pearce 1995, 9-17; Sharpley 1999, 262-7). É justamente por isto que John Ap (1990) alerta para a necessidade de realização de estudos longitudinais, que ainda hoje escasseiam. Uma das poucas abordagens feitas neste sentido encontra-se no texto redigido por Oriol Py-Sunier (1978) acerca de uma comunidade marítima catalã; outra está no trabalho que Jerry Johnson, David Snepenger e Sevgin Akis (1994) realizaram numa comunidade rural americana; outra ainda foi realizada por Jeremy Boissevain e Nadia Theuma (1998) em Malta. Todos concluem pela existência de mudanças na forma como os locais percebem os turistas, o desenvolvimento do turismo e os seus efeitos ao longo dos tempos, sendo que do segundo texto extrai-se ainda a conclusão de que os aspectos demográficos não condicionam a percepção dos locais.

Py-Sunier (1978) reporta que o desenvolvimento do turismo alterou a natureza das relações interpessoais entre os habitantes da comunidade estudada e os forasteiros, no sentido em que as mesmas deixaram de ser norteadas pelas características particulares de cada indivíduo para serem baseadas em estereótipos étnicos, desenvolvendo entre os locais uma crescente indiferença, intolerância e perda de empatia para com os forasteiros.

Johnson, Snepenger e Akis (1994) constataam uma perda de apoio relativamente ao desenvolvimento do turismo numa comunidade rural americana, derivada dos poucos benefícios económicos que dele extraem, em comparação com o que retiravam da anterior actividade mineira. Os autores referem por isso que:

Enquanto o desenvolvimento turístico permanece equilibrado com outros sectores da economia, os residentes per-

cepcionam o turismo como benéfico. Em muitas comunidades rurais, o turismo parece servir como uma excelente actividade secundária ou terciária, mas não como primária [*idem*, 639].

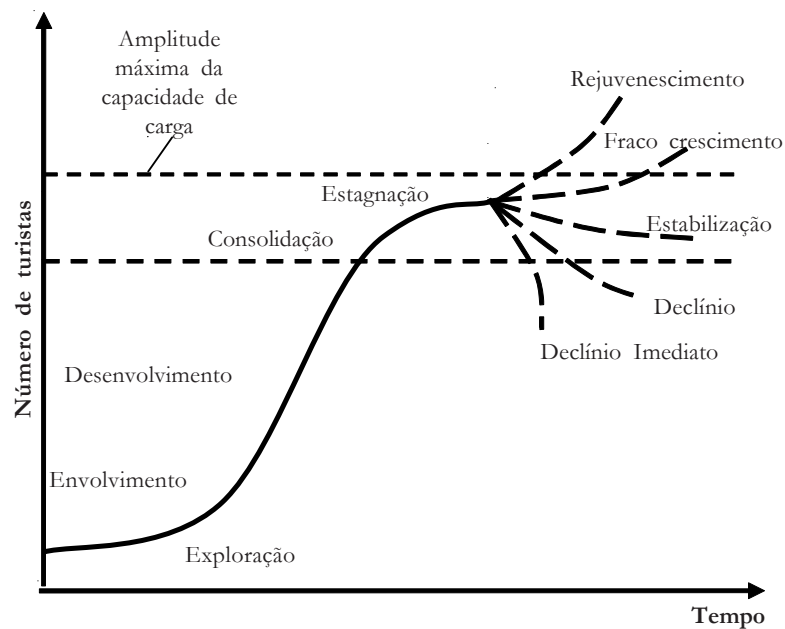
Boissevain e Theuma (1998) reportam a existência de alterações no modo como os malteses encaram o desenvolvimento do turismo no seu país:

Até meados dos anos 80 a maioria dos Malteses considerava, sem reservas, os turistas bem-vindos. Aceitavam que a maximização do número de chegadas de turistas e o sobrepovoamento, o desconforto, a construção civil desenfreada e a destruição ambiental que daí resultavam eram necessários para o desenvolvimento económico. Nos anos 90, quando o número de chegadas de turistas ultrapassou um milhão anual, os Malteses começaram a sentir-se oprimidos pela pressão deste liberalismo no ambiente físico e social (*idem*, 97).

Py-Sunier (1978) e Johnson, Snepenger e Akis (1994), por outro lado, alertam para a necessidade de atender ao estágio de desenvolvimento de um determinado destino turístico em termos do seu ciclo de vida quando se procura estudar a natureza dos contactos entre hospedeiros e turistas e a percepção dos efeitos do desenvolvimento da actividade nas comunidades de acolhimento. Num dos mais citados estudos sobre a matéria, R. W. Butler (1980, citado em Pearce 1995, 12) estrutura o ciclo de vida de um determinado destino turístico como sendo composto por vários estádios evolutivos: Exploração, Envolvimento, Desenvolvimento, Consolidação, Estagnação e Declínio Imediato ou Estabilização ou Rejuvenescimento – ver o gráfico 5.1. Como observa Richard Sharpley (1999), o primeiro estágio de desenvolvimento de um destino turístico, o de exploração, é aquele em que um número reduzido de turistas descobre um lugar fora dos circuitos

turísticos, desenvolvendo uma relação estreita, mais de hospedagem do que comercial, com os residentes. O estágio de envolvimento

Gráfico 5.1 – Modelo de desenvolvimento dos lugares turísticos (Butler 1980)



Fonte: Pearce 1995, 12.

acontece quando os residentes descobrem as potencialidades para o desenvolvimento do turismo, começam a promovê-lo para aumentar a procura e a providenciar acomodação e outros serviços a um crescente número de turistas, com os quais mantêm uma relação um pouco mais comercial, mas ainda harmoniosa. O estágio de desenvolvimento acontece quando um destino relativamente desconhecido e tranquilo passa a ser muito frequentado

por turistas, passando a oferta turística a ser controlada por organizações externas, como operadores turísticos e grupos de grandes cadeias hoteleiras. Regista-se uma transformação na relação entre os turistas e os residentes por causa do pendor marcadamente comercial das suas relações, e as populações locais são crescentemente marginalizadas porque o turismo passa a ser dominado por interesses externos. O estágio de consolidação caracteriza-se por um decréscimo no número de turistas, pela não abertura de novos hotéis e outros locais de comércio e serviços e pelo controlo de custos por parte dos já existentes. Na época alta, o número de turistas ultrapassa o dos residentes, sendo a sua interacção efémera e baseada no comércio. Os destinos perdem a exclusividade e são equiparados a outras atracções turísticas. O estágio de estagnação acontece no momento em que os destinos deixam de atrair novos turistas e novos investimentos, emergem problemas ambientais, sociais e económicos e há uma queda na procura e nos preços. O estágio de declínio caracteriza-se pelo decréscimo no número de visitantes, pela deslocalização dos maiores negócios turísticos, pela falência e conversão do comércio e serviços turísticos e pela queda abrupta da actividade turística, sendo mínimo o contacto entre os forasteiros e os residentes. O estágio de rejuvenescimento caracteriza-se pela emergência de novos investimentos, promoções, ofertas e procuras turísticas que impedem o declínio total do turismo em determinados destinos turísticos (cf. Sharpley 1999, 262-264).

Adaptando este modelo aos lugares aqui em estudo, poder-se-á dizer que Estorãos está no estágio de envolvimento, por ser um destino relativamente desconhecido, tranquilo, com um harmonioso relacionamento entre locais e turistas e de reconhecido potencial turístico. O estudo do turismo em Sortelha e Monsaraz, por sua vez, suscita algumas dúvidas quanto à aplicabilidade deste modelo. As povoações podem ser inseridas em diferentes estádios consoante a variável em questão – no estágio de envolvimento em face do elevado grau de envolvimento dos seus habitantes com o sector turístico e do *marketing* da povoação; no estágio de consolidação em face do relativamente elevado núme-

ro de turistas que visitam as povoações e do tipo de relações que estabelecem com os residentes (que são efémeras, instrumentais e comerciais), assim como da perda de exclusividade e do modo como são lugares equiparados a outras atracções turísticas.¹ Por este motivo, o que importa é saber como é que o processo de desenvolvimento do turismo num determinado destino se articula com as percepções dos residentes acerca do sector (cf. Sharpley 1999, 265). Trata-se, entretanto, de uma tarefa que aqui não cabe efectuar, dado que este trabalho não detém um cunho diacrónico.

A propósito das percepções dos habitantes de Estorãos, Sortelha e Monsaraz acerca do sector turístico, deve começar por sublinhar-se o facto de não variarem significativamente de acordo com as suas condições sociais e demográficas – incluindo a idade, a escolaridade, o sexo, o estado civil e a situação perante o trabalho –, nem tampouco em função da existência ou não de ligações (directas ou indirectas) à actividade turística e aos rendimentos que ela gera. Mas enquanto em Sortelha e Monsaraz quase toda a gente tem uma imagem positiva do desenvolvimento do turismo, especialmente em termos económicos, em Estorãos as coisas passam-se de maneira diferente, certamente pelo facto de a indústria turística ter aí uma importância muito menor na economia local. Refira-se, a propósito, que nesta povoação minhota a percentagem da população residente implicada directa ou indirectamente na actividade turística é de apenas 5%, enquanto este valor ascende a 21% no caso de Sortelha e a 35% no caso de Monsaraz. As mulheres detêm um peso relativamente importante no quadro em análise, em dois planos distintos: o das mulheres que por via da actividade turística deram entrada no mercado de trabalho na qualidade de assalariadas e o das mulheres que pela mesma via se tornaram empresárias.

¹ Inúmeras vezes registada no terreno, no quadro de conversas informais com turistas, a ideia de que Sortelha «é a mais bela e mais bem preservada Aldeia Histórica de Portugal» ilustra-o, o mesmo acontecendo com a ideia de que Monsaraz «é uma localidade que lembra Óbidos».

Em Estorãos, a percepção do turismo por parte dos habitantes, que na prática acaba por estar limitada ao turismo em espaço rural, apresenta duas orientações divergentes. Uma parte da população, incluindo proprietários de cafés/mercearias, declara que para si e para a própria freguesia «o turismo não traz nada de bom». Registadas em conversas informais desenvolvidas em circunstâncias muito diversas, as elocuições que a seguir se apresentam assim o testemunham:

O turismo à freguesia nem lhe tira nem lhe põe nada, é bom é para os donos das casas, os empregados e o comércio [Cristiana, 37 anos].

O turismo é bom é para os donos das casas porque os turistas que para aí vêm não gastam dinheiro nos cafés e nos comércios e o turismo nem sequer cria muito emprego; as mulheres que lá trabalham fazem-no à hora [Elsa, 74 anos].

Embora em número inferior, outra parte dos habitantes de Estorãos defende uma posição distinta, declarando que o turismo dinamiza a freguesia, cria alguns postos de trabalho e gera riqueza:

O turismo é bom porque *traz movimento à freguesia* e as pessoas que ficam aí nas casas de turismo sempre *deixam algum dinheiro* [Fernando, 40 anos].

O turismo é bom para a freguesia porque *traz movimento, desenvolve o comércio, cria algum emprego e traz dinheiro aos cafés e aos donos das casas de turismo* [Daniel, 30 anos].

Em Sortelha, onde o turismo em espaço rural constitui apenas uma parcela da oferta turística global, o sector turístico tende a ser visto pela generalidade da população residente como benéfico, na medida em que ajuda a fixar alguma população, cria emprego, dinamiza o comércio e os serviços e permite a troca de ideias entre pessoas de distintas origens geoculturais:

Se não fosse o turismo isto estava morto; o turismo desenvolve a aldeia, traz dinheiro e ajuda à fixação da população [Américo, 39 anos].

O turismo é bom porque *dá vida à aldeia* e porque *torna a própria aldeia mais aberta devido ao intercâmbio de ideias entre quem vem e quem está* [Florinda, 40 anos].

Em Monsaraz, onde o sector turístico também não se restringe ao turismo em espaço rural, registámos comentários de natureza similar àqueles que foram registados em Sortelha e que sublinham o papel do turismo na criação de emprego, na dinamização do comércio e dos serviços, assim como na preservação do património edificado:

O turismo é o que vale a Monsaraz, traz dinheiro e ajuda a desenvolver o comércio e a preservar o castelo e os monumentos; o turismo é bom porque é nele que a gente e muitas outras pessoas de Monsaraz se governam. Mas também é bom porque é pelo turismo que se conserva o património. Monsaraz, se não fosse o turismo, acontecia como acontece em Juromenha (Alandroal), em que o Castelo está praticamente a cair e dá pena [Ermelinda, 45 anos].

O turismo é bom para Monsaraz, para a freguesia e a região porque traz emprego e dinheiro, sobretudo ao nível do alojamento, da restauração e do artesanato; é o modo de vida de muita gente que antes vivia da agricultura e da criação de animais [Augusto, 54 anos].

No quadro da primeira edição dos Encontros de Monsaraz, promovidos pela Associação de Defesa dos Interesses de Monsaraz em 1990, entre outros assuntos, abordaram-se os interesses dos habitantes. A informação compilada na respectiva acta dá conta dos prós e contras que já então se atribuíam ao turismo:

Os representantes dos residentes de Monsaraz consideraram o turismo como um fenómeno bifacetado com aspectos francamente positivos e aspectos negativos. O desenvolvimento turístico é efectivamente compensador e bom, porque cria postos de trabalho, gera riqueza e ajuda ao crescimento económico. Esta

vertente positiva alarga-se a sectores diversos como a hotelaria, o artesanato, a restauração, a gastronomia. Mas as vantagens do processo turístico não são apenas de ordem económica. Os participantes acham que o turismo divulga Monsaraz (o que é positivo) e que o fenómeno do contacto de culturas é útil e frutuoso. Considerou-se que o turismo desenfreado de massas é negativo e prejudicial, porque rompe com o equilíbrio ecológico e humano da comunidade, polui, afecta e invade a vivência quotidiana. [...] Os habitantes de Monsaraz não rejeitam o turismo, mas vivem preocupados com o facto de a oferta turística da vila os esquecer, privilegiando a clientela forasteira, sem que algumas necessidades e infra-estruturas básicas sejam satisfeitas ou primarem pela insuficiência. Turismo sim, mas sem marginalizar os habitantes da vila [ADIM 1990, 9].

Tal como mostra este excerto, a população de Monsaraz reconhece a existência de efeitos indesejáveis decorrentes do desenvolvimento da actividade turística. Em Estorãos e em Sortelha as coisas passam-se de maneira similar. Em Estorãos, numa altura em que discutíamos com o proprietário de um café/mercearia os benefícios e malefícios do turismo para a população local, este disse-nos que

o turismo trouxe uma coisa muito má para a freguesia que foi a criação da área protegida e a proibição de construir casas: eu próprio tenho um terreno que comprei para fazer uma casa e não deixam [Aristides, 37 anos].

De igual modo, em Sortelha há informantes que alertam para o aumento do ruído, do lixo, dos preços e da inveja:

O turismo também tem um lado mau porque traz poluição, barulho e desassossego, sobretudo em Agosto [Cecília, 37 anos].

Uma coisa má do turismo foi que pôs os preços de venda e renda das casas e espaços comerciais muito altos. Há muitas invejas entre as mulheres que

vendem 'bracejo' na rua; algumas, que até são familiares, guerriam e não se falam por isso. Também há isso entre os donos dos restaurantes, que se acusam uns aos outros de terem os preços mais baratos para roubar a freguesia [Cláudia, 26 anos].

Em Monsaraz, durante a pesquisa de terreno, registámos elocuições idênticas, que focam a dependência da população local relativamente ao turismo, as limitações à renovação e construção de edifícios, bem como a emergência de tensões sociais:

O lado mau do turismo é que isto deixou de ser nosso, fora da muralha não se pode construir onde não houver vestígios de construção e cá dentro também não, a não ser como eles, os do IPPAR, querem [Ermelinda, 45 anos].

Há aí pessoas da terra, donos de restaurantes, lojas de artesanato e casas de hospedagem, que deixaram de se falar ou dizem mal umas das outras precisamente por causa das invejas [decorrentes do turismo] [Cesaltina, 56 anos].

Estas percepções sobre os efeitos perniciosos do turismo focam aspectos que foram detectados noutras latitudes, designadamente o aumento dos preços (especialmente das habitações), a perda de tranquilidade e as limitações à construção e remodelação de habitações (Moreno 1999, 409; Herzfeld 1991; Williams e Papamichael 1995).

Comum a todas as populações por nós estudadas é o facto de a presença de forasteiros na terra (turistas, excursionistas e recreacionistas) não ser objecto de oposição por parte dos seus membros, nem fonte de desagrado, mas sim de aumento dos níveis de auto-estima, como decorre da difundida ideia de que «é sempre bom saber que as pessoas de fora gostam de cá vir e acham isto muito bonito». Na Eslovénia, Alenka Verbole (1997) registou uma situação semelhante, especialmente no que diz respeito ao aumento dos níveis de auto-estima entre as populações cujas terras são frequentadas por turistas.

Contrariando o argumento de Johnson, Snepenger e Akis (1994, 639), estes apontamentos indicam que as populações estudadas, especialmente as de Sortelha e Monsaraz, convivem bem com o facto de o turismo ter uma posição de relevo na economia local. Isto talvez se justifique pelo facto de previamente ao desenvolvimento do turismo não ter existido nestas comunidades uma actividade económica mais rentável; eram comunidades economicamente baseadas numa agricultura de subsistência. O caso de Monsaraz ilustra esta situação, pois a maioria da população mantinha-se à custa da terra, retirando daí escassos dividendos (cf. Cutileiro 1977).

Resumidamente, tal como os proprietários, os hóspedes e outras figuras ligadas ao turismo em espaço rural, os restantes membros das aldeias estudadas, exceptuando Estorãos, têm uma imagem globalmente positiva do turismo, especialmente por causa dos benefícios económicos que o sector comporta para as populações locais. Mas será que estas percepções traduzem o que realmente se passa no terreno? Ou será que constituem uma expressão da chamada «ideologia do turismo», no âmbito da qual o sector é visto como um meio eficaz para o desenvolvimento das áreas mais desfavorecidas (Ribeiro 2003b: 54)? O ponto seguinte contém dados a este respeito elucidativos.

Da esfera económica à esfera simbólica

À escala do território nacional, tendo em conta os dados recolhidos através do inquérito por questionário (IUTER 2001), no que concerne à criação directa de postos de trabalho pelo turismo em espaço rural, verifica-se que o número destes é diminuto. A maioria das unidades tem apenas um ou dois trabalhadores permanentes (40% e 29%, respectivamente), havendo inclusivamente algumas que não possuem qualquer trabalhador nestas condições (4%). Esta situação também se verifica quanto

aos trabalhadores sazonais, existindo ainda unidades que não empregam pessoal nestes moldes. Quanto aos trabalhadores em tempo parcial, verifica-se que os estabelecimentos que os empregam, na sua grande maioria, admitem apenas um trabalhador (72%). Acresce que, na maior parte dos casos, estes empregados são do sexo feminino, tal como é usual na actividade turística em geral e no turismo rural em particular (cf. Lane 1994b, 11). No caso em apreciação, estas empregadas têm a seu cargo o desempenho de um conjunto extremamente variado de tarefas, incluindo jardinagem, limpeza e manutenção dos quartos, serviço de pequenos-almoços e atendimento telefónico, entre outros.

À escala das localidades que foram objecto de estudo de caso, existe uma grande disparidade de situações. Em Estorãos, o turismo em espaço rural, que está na posse de membros de uma mesma família, emprega três mulheres da freguesia, uma das quais a tempo inteiro, sem contar com os seus proprietários e alguns dos seus familiares. Em Sortelha, as unidades de turismo em espaço rural apenas empregam duas funcionárias, ambas a tempo inteiro e afectas às quatro casas de um mesmo proprietário; as restantes unidades não possuem qualquer empregado, sendo exploradas e mantidas pelos membros das famílias que as possuem. Em Monsaraz, o turismo em espaço rural emprega vinte e sete pessoas, vinte das quais vinculadas a um mesmo empreendimento, um hotel rural.

Esta situação remete para duas questões que importa mencionar. Primeiro, o argumento dos agentes ligados ao turismo em espaço rural segundo o qual este sector dinamiza o tecido económico das áreas de implantação pela via da criação de postos de trabalho é discutível. Segundo, o investimento realizado na criação e melhoramento do turismo em espaço rural em Portugal é desproporcionado face ao número de empregos gerado pelo sector e concomitante poder de fixação das populações rurais. Na verdade, o número de postos de trabalho criado através dos cerca de 306,1 milhões de euros (61,2 milhões de contos) inves-

tidos no sector entre 1985 e 2007 é muito residual.² É de admitir que o turismo em espaço rural envolva a promoção de emprego de forma indirecta, através do desenvolvimento do comércio e dos serviços. Na ausência de um inquérito presencial em todas as unidades de turismo em espaço rural e de uma pesquisa intensiva no terreno e nos acervos do Instituto de Emprego e Formação Profissional é, todavia, impossível quantificá-lo, especialmente no que diz respeito à totalidade do território nacional. O mais provável, entretanto, é que este número, por diversos motivos, não seja muito avultado. Em primeiro lugar, porque o turismo em espaço rural é um turismo de pequena escala, que envolve um número restrito de pessoas e que apresenta taxas de ocupação relativamente baixas. Em segundo lugar, o sector não se encontra devidamente articulado com outros produtos e serviços turísticos, como é o caso da restauração. As localidades estudadas de modo mais aturado nesta investigação são, neste ponto, elucidativas. Em Estorãos, o turismo em espaço rural não contribui para a criação de empregos indirectos, uma vez que os três estabelecimentos de cafetaria/mercearia existentes na freguesia servem fundamentalmente a população local. Em Sortelha e Monsaraz as coisas não se passam de maneira muito diferente, pois os espaços comerciais e os serviços turísticos existentes nestas povoações são fundamentalmente alimentados por outros visitantes que não os que ficam alojados no turismo em espaço rural.

O turismo em espaço rural permite, entretanto, a manutenção de laços com a propriedade e com a terra por parte de um conjunto de pessoas que, de outra forma, dificilmente residiriam

² Tal facto adquire particular relevância na medida em que o turismo em espaço rural faz parte de um sector que tem vindo a assumir um peso crescente a nível da geração de emprego e da constituição do Produto Interno Bruto (PIB) em Portugal nas últimas décadas. Em 2003, o turismo representou 11% do PIB e 10% dos empregos directos (Forte 2004), correspondendo a 10,5 do PIB em 2007 (IP 2008b, 6, 10, 17). No contexto mundial, em 2007 Portugal colocou-se no 20.º lugar do *ranking* das chegadas de turistas internacionais e na 23.ª posição do *ranking* das receitas internacionais do turismo (IP 2008b, 20).

nos campos, grande parte delas pertencentes às classes médias rurais e urbanas. Reportando-se ao modo como surgiu nos proprietários a ideia de desenvolver a actividade turística, os enunciados abaixo transcritos são, neste ponto, elucidativos:

A casa não é de família, o meu marido comprou-a há uns 35 anos. [...]
Era a nossa casa de férias, para irmos no Natal ou na Páscoa, mas no Verão vínhamos sempre. E quando o meu marido se retirou da actividade, *viemos morar aqui porque já nada nos prendia na cidade grande e digamos que foi uma maneira de eu desenvolver uma actividade aqui* [Helena, 76 anos, entrevistada na região do Norte].

Nós viemos para aqui passar um fim-de-semana e quando demos por nós estávamos apaixonados e quisemos ficar. A casa era muito grande. Tinha sido construída para fins-de-semana, mas era já grande. Depois punha-se o problema de ter alguém para tomar conta... Nesse contexto, procurar pessoal... não procurar, etc. Era um bocado complicado. Nós tínhamos tido um problema grave com um caseiro que tínhamos em Sintra, e pôs-se a hipótese de largar Cascais e vir viver para outro lado. E então pensámos: 'Porque é que não vamos viver lá para baixo?' *E viemos* [Idalina, 45 anos, entrevistada na região do Alentejo].

Entre este grupo de pessoas, ocupam um lugar de relevo alguns representantes da antiga nobreza de província, que regressaram ou se mantêm na província justamente por causa da possibilidade de recuperarem e explorarem turisticamente os seus patrimónios edificados, nomeadamente solares e casas apalaçadas, como acontece em Sortelha, com a viscondessa de São Sebastião. Apesar de esta situação se verificar um pouco por todo o país, é na região do Norte e particularmente no Minho que ela se torna mais evidente. Nas palavras do presidente da extinta Região de Turismo do Alto Minho (conversa pessoal), a ideia subjacente à criação do turismo de habitação foi precisamente a de recuperar antigos solares e casas apalaçadas, alguns deles em avançado estado de degradação, e de fazer regressar à província os proprietá-

rios que entretanto residiam em centros urbanos, com destaque para o Grande Porto e para a Grande Lisboa, de molde a que fossem estes a receber os hóspedes.

Uma das valências do turismo em espaço rural consiste justamente na recuperação de inúmeros imóveis degradados, incluindo solares e casas apalaçadas e, sobretudo, casas rústicas. Os casos de Estorãos, Sortelha e Monsaraz são neste quadro exemplificativos, na medida em que as unidades de turismo em espaço rural aí localizadas apresentam uma traça arquitectónica fundamentalmente rústica. Do nosso ponto de vista, a recuperação deste património edificado constitui uma das mais-valias do turismo em espaço rural, na medida em que mantém a habitabilidade dos campos e permite simultaneamente preservar um valor histórico, sobretudo se tivermos em conta que parte destes imóveis tem séculos de existência.

A propósito da conservação do património, o turismo em espaço rural tem ainda a virtude de contribuir para a preservação da gastronomia tradicional, dado que as próprias unidades de turismo em espaço rural que prestam serviço de restauração têm como imperativo legal a existência de pratos típicos das regiões onde se integram, como, por exemplo, as papas e arroz de sarrabulho no Minho, a chanfana na Região da Beira Alta e as açordas e o ensopado de borrego no Alentejo. Na planície alentejana, é também possível verificar que o turismo em espaço rural contribui para a manutenção de algumas tradições, de que é exemplo a matança do porco (cf. Amendoeira 1998, 144).

Ao mesmo tempo, o turismo em espaço rural permite a quem o possui e/ou explora o desenvolvimento de um regime de pluriactividade, podendo assim auferir de diferentes fontes de rendimento. É o caso de muitos proprietários ligados a explorações agrícolas que retiram rendimentos suplementares à actividade agrícola, mediante a prestação de serviços de alojamento turístico e a venda de produtos agro-alimentares a forasteiros. O caso dos reformados e pensionistas é igualmente elucidativo, na medida em que retiram da exploração turística um rendimento suplementar.

Num outro nível de análise, ao corroborar os modestos efeitos do turismo em espaço rural na revitalização do tecido socioeconómico dos seus locais de implantação, tal como já havia sido indicado por outros autores (Cavaco 1999c; Moreira 1994; Ribeiro 2003a), esta pesquisa levanta uma questão que cumpre mencionar – dado que isto não constitui uma novidade para os mentores das políticas de desenvolvimento rural, porque é que se continua a apostar e investir avultadas quantias de dinheiro numa estratégia de alcance limitado, sobretudo no combate à desertificação? Por outras palavras, qual é a estrutura de justificação ideológica de uma política inócua, do ponto de vista puramente economicista? Do nosso ponto de vista, tal procedimento estará muito provavelmente associado ao valor simbólico que os campos têm vindo a adquirir de modo simultâneo à sua perda de importância social e económica. O processo de urbanização e desruralização de Portugal faz que se atribua cada vez mais importância simbólica aos campos do país, para os quais parte da população citadina tende a olhar como sendo o depósito das virtudes que se crêem ausentes das cidades, como a tranquilidade, a natureza, a tradição e a autenticidade. Além de mais, as paisagens rurais são cada vez mais vistas como marcos identitários nacionais na sociedade contemporânea (Lowenthal 1996). Simultaneamente, o turismo em espaço rural contribui para a manutenção das paisagens parcialmente humanizadas, celebradas pelo ideário pastoral perfilhado por uma parte significativa das populações citadinas de classe média.

O papel que estas paisagens desempenham na elevação dos sentimentos de pertença a uma «comunidade imaginada» (Anderson 1991) de dimensão nacional é outro aspecto a considerar, como se pode observar num depoimento recolhido durante a pesquisa de terreno que suporta este texto:

Pelos caminhos do mundo, que bom é voltar às nossas raízes. A beleza, a tradição e a grandeza de Portugal estão tão presentes na *vossa maravilhosa casa* e na *vossa afabilidade* que é um privilégio,

uma honra e um prazer enorme conhecer-vos, conhecer Sortelha e um dia regressar. *Fazem-nos sentir o orgulho e a essência de sermos portugueses* [Livro de honra de uma unidade situada em Sortelha].

Esta concepção do campo enquanto repositório da identidade nacional em Portugal não constituiu um dado novo, mas sim algo que remonta, pelo menos, à segunda metade do século XIX. Como refere João Leal (2000, 60-61), entre 1870 e 1970, a cultura popular de matriz rural constitui um recurso essencial da construção da identidade nacional portuguesa, na cena intelectual do país, incluindo etnógrafos, antropólogos e ensaístas. Por sua vez, José Sobral (2004, 253) observa que «o campo [...] continuará a ser um referente de valores essenciais da identidade portuguesa [...] – por contraposição a uma cidade anónima, dissoluta, conflituosa e anárquica, em suma, ameaçadora». Acresce que, como também mencionam Leal (2000) e Sobral (2004), a concepção do campo enquanto signo de identidade e alteridade nacionais é um fenómeno que se regista noutros países europeus desde há muitos anos, incluindo a Inglaterra (cf. Lowe 1989, 119).

Para lá do turismo em espaço rural

Tendo em conta os materiais apresentados neste capítulo no que concerne às repercussões do turismo em espaço rural, tanto à escala do território nacional como à escala das aldeias estudadas, conclui-se pela inexistência de índices significativos de alteração da situação de crise rural que de algum modo se procura inverter através do desenvolvimento do sector. O volume de emprego criado é extremamente baixo e o poder de fixação das populações rurais é praticamente inexistente. Há, no entanto, alguns aspectos em que a actividade turística ajuda a promover o almejado desenvolvimento rural, designadamente no que concerne à diversificação das actividades económicas no meio rural, à defesa e

valorização dos produtos tradicionais de qualidade, especialmente no sector agro-alimentar, e à preservação e valorização do património edificado. O que esta pesquisa permitiu verificar, entretanto, é que o desenvolvimento destas rubricas só é eficaz nos lugares em que o turismo em espaço rural é parte integrante de um conjunto mais alargado de produtos e serviços turísticos. Os lugares estudados de forma intensiva no decurso desta investigação assim o testemunham. Diferentemente do sucedido em Estorãos, em Sortelha e Monsaraz o turismo promove não só a diversificação das actividades económicas, a defesa e valorização dos produtos tradicionais de qualidade e a preservação e valorização do património edificado, como também a valorização do artesanato e o melhoramento das condições de vida das populações. Nestas duas últimas povoações, o turismo impulsiona a conservação dos monumentos e do habitat, a construção e melhoramento de infra-estruturas básicas, assim como obras de ordenamento estético. Ao mesmo tempo, revitaliza as produções artesanais, gera receitas e cria alguns postos de trabalho (Silva 2007c).³ Isto acontece porque Estorãos é um lugar turisticamente pouco desenvolvido, enquanto Sortelha e Monsaraz constituem destinos de referência no panorama turístico rural nacional. A oferta turística de Estorãos integra a Quinta dos Pentieiros (que tem um centro de acolhimento, um parque de campismo, viveiros, cavalariças e estábulos, havendo por vezes iniciativas de natureza cultural, como seja, a actuação de ranchos folclóricos e feiras de artesanato), a Paisagem Protegida das Lagoas de Bertandos e São Pedro d'Arcos, a praia fluvial, três cafés/mercearias e seis unidades de turismo em espaço rural. Em Sortelha e Monsaraz, para além do

³ Em Sortelha, o sector turístico emprega cerca de uma dezena de pessoas, a maioria das quais a tempo inteiro, sem contar com os proprietários e arrendatários que exploram os espaços comerciais e os serviços turísticos, não raramente com o contributo dos seus familiares. Em Monsaraz, este número ascende a mais de cinquenta pessoas.

turismo em espaço rural, existem monumentos, sítios arqueológicos, lojas de artesanato, restaurantes e cafés/bares, bem como espaços museológicos e outras formas de alojamento turístico, no caso de Monsaraz. Existe, pois, uma panóplia de espaços e serviços orientados para a satisfação dos desejos e necessidades dos milhares de visitantes que anualmente afluem às povoações em busca de História, tipicidade, autenticidade e tradição durante os seus períodos de lazer (Silva 2007b).⁴

Desta forma, conclui-se que o turismo apenas promove a revitalização do tecido socioeconómico dos lugares que são objecto de um vasto processo de turistificação e nos quais existe um leque variado de produtos e serviços turísticos que consigam captar uma importante quota de mercado, tornando-se palco de um turismo de massas. Como refere A. Mendes Baptista,

o papel do turismo, embora importante, será sempre limitado nas regiões do interior. Tendo em conta o efeito multiplicador do turismo, o seu papel de criação de emprego em situações em que não é desejável a massificação será sempre reduzido, excepto em áreas restritas de afluxo turístico mais concentrado (Baptista 1999, 18).

Tal conclusão leva-nos a questionar uma certa visão pejorativa do turismo de massas, partilhada pelos promotores das formas de turismo aqui em estudo e pelos seus praticantes. Não existindo consumidores e locais de consumo não há pessoas implicadas no fornecimento de produtos e serviços turísticos, ou seja, postos de trabalho. Os contornos do turismo nas povoações que foram objecto de uma pesquisa intensiva são neste ponto ilustrativos, incluindo no que concerne à percentagem da população residente directa ou indirectamente ligada ao sector. Tal não significa que

⁴ O posto de turismo de Sortelha teve mais de 66 000 visitantes em 2007, 52 000 dos quais portugueses, enquanto o de Monsaraz teve cerca de 16 000 visitantes, metade dos quais portugueses.

este tipo de turismo seja desprovido de efeitos perniciosos. Como ocorre em Sortelha e Monsaraz, o sector tem repercussões físicas, sociais e económicas negativas para as populações locais, chegando inclusivamente a obstar à reprodução social das comunidades. O turismo gera tensões sociais, aumenta os níveis de poluição sonora, atmosférica e ambiental, inflaciona os preços de renda e compra de imóveis e suscita a dependência económica de uma parte significativa das populações locais (Silva 2007c). Significa que o desenvolvimento do turismo deve ser regido pelos pressupostos inerentes à desejada sustentabilidade, *i. e.*, o desenvolvimento de uma relação tão harmoniosa quanto possível entre a conservação e a rentabilização dos recursos envolvidos, acautelando igualmente as necessidades das populações locais.

No entanto, é preciso referir que o turismo não é a tábua de salvação para o mundo rural, em razão de vários factores. Em primeiro lugar, as repercussões do turismo não são universais, dependendo dos contextos em que é implantado (cf. Pearce 1992, 23-24). Em segundo lugar, nem todas as áreas rurais apresentam condições para a implementação e o desenvolvimento da actividade turística, tendo por isso de recorrer a outros meios com vista à revitalização do seu tecido socioeconómico (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico 1994, 18-19). Em terceiro lugar, o turismo é um instrumento que, por si só, não tem a capacidade de concretizar o almejado desenvolvimento local, sendo necessário aplicar outras medidas paralelas, a nível da indústria, da agricultura e de outros serviços exportáveis (cf. Baptista 1999).⁵

⁵ A falta de unanimidade entre os cientistas sociais relativamente às repercussões locais do turismo que anteriormente tivemos ocasião de assinalar estará muito provavelmente associada às diferenças existentes entre os lugares estudados.

Conclusão

Em meados do século XX, os campos de Portugal entraram num processo de mudança traduzido num triplo movimento de perda demográfica, retracção dos usos agrícolas do solo e repartição funcional em termos agrícolas, residenciais, turísticos e de conservação da natureza. Em larga medida, esta repartição funcional decorre da implementação de políticas e medidas nacionais e comunitárias de desenvolvimento local em meio rural adoptadas de forma sistemática na década de 1990. Para além da mais recente aposta na produção de energias renováveis (eólica, solar e hidráulica), esta tentativa de requalificação do mundo rural passa pelo aproveitamento do potencial agrícola dos campos, a patrimonialização dos seus recursos históricos, naturais, culturais e paisagísticos, e o desenvolvimento do turismo. Na implementação desta estratégia global e territorial de desenvolvimento rural sobressai o apoio financeiro do Estado a iniciativas privadas de investimento em projectos elegíveis, com fundos maioritariamente provenientes de programas comunitários, como o FEDER e o LEADER. O objecto de estudo deste trabalho, o turismo em espaço rural, adquire, neste ponto, um valor ilustrativo. A criação da oferta deste tipo de unidades de alojamento turístico tem sido

fundamentalmente fomentada e patrocinada pela administração central, em colaboração com os privados. Entre 1985 e 2007, este sector movimentou pelo menos 306 milhões de euros (61 milhões de contos) de investimento, aproximadamente 50% do qual feito com capitais públicos, maioritariamente provenientes de fundos comunitários.

Implantado em Portugal nos finais da década de 1970, inicialmente sob a fórmula de turismo de habitação, o turismo em espaço rural tem vindo a apresentar um crescimento significativo quase ininterrupto, quer do ponto de vista da oferta, quer da procura. No espaço de duas décadas, de 1984 a 2007, o número deste tipo de *casas no campo* aumentou cerca de 10 vezes, a capacidade de alojamento perto de 14 vezes e o número estimado de dormidas aproximadamente 16 vezes. Esta expansão deve ser, no entanto, relativizada, pois estamos a falar de apenas 4% da capacidade de alojamento hoteleiro em Portugal e de 1% do número estimado de dormidas em estabelecimentos desta natureza (em 2006).

Na actualidade, estas casas distribuem-se de forma irregular pelo país, concentrando-se fundamentalmente na região do Norte, com particular incidência no Minho. Ilustrando a correlação positiva existente entre a desagrarização e a turistificação dos campos de Portugal, estas unidades estão maioritariamente inseridas em quintas ou herdades, muitas delas com outras actividades produtivas. A par do alojamento, a oferta de turismo em espaço rural inclui habitualmente equipamentos e actividades de animação e diversão turísticas, com destaque para as salas de jogos, piscinas, *courts* de ténis e equitação.

Os estabelecimentos afectos ao sector podem ser segmentados em dois grupos, considerando a traça arquitectónica e o recheio dos edifícios, um mais próximo do modelo de habitação característico de uma certa nobreza de província e que corresponde aos solares e casas apalaçadas, outro relacionado com o arquétipo das casas rústicas características das pessoas do campo com

algumas posses e que corresponde habitualmente a casas rústicas. Ambos partilham, no entanto, um denominador comum que cumpre sublinhar, designadamente o facto de serem como que uma espécie de versão fac-similada e idealizada da arquitectura popular e erudita de matriz rural, mantendo as traças arquitectónicas e as fachadas dos edifícios de um modo que procura mimetizar o passado, preenchendo os seus interiores com símbolos deste mesmo tempo, através da inclusão de elementos religiosos, lareiras, utensílios agrícolas e outros artefactos ligados à vida campestre, bem como símbolos de estatuto social, tais como camas de estilo e fotografias de familiares com uma posição social de destaque no passado. A par destes elementos associados à História e à tradição, estas casas contêm outros habitualmente vinculados à modernidade, entre os quais televisão, telefone, electricidade, água canalizada, saneamento básico, aquecimento central e casas de banho devidamente equipadas. Os elementos modernos encontram-se ainda presentes nos equipamentos e actividades de animação postos à disposição dos hóspedes, como as piscinas e os campos de ténis. Tal facto empresta validade empírica à indicação de Lanfant (1995b: 36), segundo a qual a tradição e a modernidade deixaram de ser vistas enquanto domínios opostos, justamente na esfera turística.

Estas casas tendem a pertencer a um só indivíduo, que normalmente as explora de modo directo, sendo também responsável pelo seu funcionamento. Por outro lado, a maioria das unidades é gerida por indivíduos nascidos nas respectivas regiões de inserção, à excepção do Alentejo, onde cerca de 75% das casas estão a cargo de forasteiros, maioritariamente originários da região de Lisboa. Um dado adicional é que 50% dos responsáveis pelo funcionamento das unidades de turismo em espaço rural em Portugal são do sexo feminino.

Os proprietários do turismo em espaço rural não constituem um grupo homogéneo, em função das razões pelas quais entram na actividade e do modo como a desenvolvem, sendo

possível identificar quatro grupos de actores: 1) o dos proprietários ligados à antiga nobreza de província, que ingressaram na actividade fundamentalmente para recuperar e manter na família o património herdado dos seus ascendentes, com destaque para os solares e casas apalaçadas; 2) o dos agricultores e criadores de animais, que procuram rentabilizar antigas instalações agrícolas, como celeiros, casas de caseiros e arrumos; 3) o dos indiferenciados, indivíduos que recuperam e adaptam antigas habitações, situadas em aldeias ou nouro tipo de povoações, no intuito de retirar dividendos da sua exploração turística; 4) o dos prevaricadores, indivíduos que ingressaram na actividade a fim de aproveitar os incentivos financeiros para recuperar e melhorar casas, que muitas vezes funcionam como residência secundária e não como unidades turísticas. É, no entanto, possível identificar certos aspectos comuns à maioria dos proprietários. Estes, geralmente, possuem entre 45 e 60 anos e formação superior, exercem uma profissão intelectual ou científica paralela à sua actividade gestora da unidade de turismo em espaço rural, iniciada mediante o aproveitamento de imóveis e outras estruturas físicas pertencentes à família.

Apesar de não formarem um grupo homogéneo, quem procura este tipo de unidades são fundamentalmente indivíduos com idades compreendidas entre 31 e 45 anos, profissões de «colarinho branco» e residentes nos grandes centros urbanos de Portugal e de outros países. As suas deslocações ao campo são mais ou menos regulares, têm uma duração média de dois a três dias no caso dos portugueses e de uma a duas semanas no caso dos estrangeiros, estando associadas à prossecução de dois objectivos: o de romper com a vida quotidiana e o de obter uma experiência revigorante no campo. Esta atitude corresponde à realização prática da vertente popular e sentimental do ideário pastoral de que fala Marx (1965), que se expressa numa multiplicidade de comportamentos, sendo a «fuga da cidade» o mais recorrente. Neste sentido, pode concluir-se que o turismo em espaço rural

faz parte de um processo mais vasto de difusão de um ideário de tipo pastoral entre as classes médias urbanas do país e do estrangeiro, permitindo que um número crescente de indivíduos de classe média sem casa no campo (própria ou de familiares) tenha acesso a uma prática que até há alguns anos era privilégio de um grupo restrito de pessoas com elevado capital cultural e económico.

A análise das motivações associadas à frequência do turismo em espaço rural por parte destes turistas, assim como das suas práticas e representações, permite conhecer a imagem que eles têm do campo e da ruralidade. O campo que atrai e encanta estes turistas é uma espécie de «paraíso na Terra» composto por uma série de virtudes que se crêem ausentes na cidade, como sejam tranquilidade, natureza, tradição e autenticidade. No entanto, deve-se chamar a atenção para o facto de esta imagem do campo ser acentuadamente idílica e idealizada, na medida em que deixa de fora problemas que afectam o mundo rural, como a pobreza, a falta de emprego e de serviços, o encerramento de escolas, a falência da agricultura e o ressurgimento dos incultos, bem como a dureza do trabalho no campo. Por outro lado, a paisagem que encanta estes cidadãos, o «paraíso na Terra», não é um lugar selvagem, totalmente desprovido de acção humana, nem tampouco um meio urbano, onde as marcas da civilização se encontram mais presentes; é sim aquilo que Tuan (1974) considera ser uma «paisagem intermédia». No caso dos hóspedes do turismo em espaço rural, esta «paisagem intermédia» congrega superfícies agrícolas cultivadas, manchas florestais, cursos de água e casas, bem como populações locais que se crê possuírem um modo de vida, um conjunto de tradições, relações sociais e elementos de cultura «à boa maneira antiga».

O facto de estes cidadãos ficarem alojados em unidades de turismo em espaço rural torna esta experiência transitória de vida no campo mais sublime e efectiva, por razões que se prendem com as características próprias deste tipo de unidades, que são

parte integrante do campo que os atrai e fascina e em cuja imagem ocupam um lugar de relevo as expressões emblemáticas da arquitectura popular e erudita de matriz rural. A frequência dos dois tipos de alojamento existentes no mercado está associada a diferentes objectivos: 1) estar numa antiga casa senhorial e experimentar os estilos de vida da antiga nobreza de província; 2) permanecer numa típica casa de aldeia. Por outras palavras, no caso das casas rústicas, a procura é movida pelo desejo de entrar em contacto com a cultura popular, ao passo que no dos solares e casas apalaçadas a procura é movida pelo desejo de estar numa casa com uma forte carga histórica e experimentar os estilos de vida das elites rurais.

Na óptica dos proprietários e turistas contactados no decurso desta investigação, o turismo em espaço rural é um serviço de alojamento que apresenta características próprias, pouco tendo em comum com as formas convencionais de hospedagem, como os hotéis e as pensões, em razão de múltiplos factores, como a sua inserção em meios rurais, as características dos edifícios de suporte, a reduzida capacidade de alojamento, o carácter familiar, o atendimento personalizado e o convívio com os proprietários. A verdade, porém, é que alguns dos elementos de suporte desta suposta singularidade são mais um produto do *marketing* e da representação colectiva associada a este tipo de alojamento do que factos concretos. O ambiente familiar e o convívio com os proprietários são, neste ponto, ilustrativos, dado existirem muitos casos em que tais atributos são inexistentes, especialmente quando os hóspedes e os hospedeiros não ficam alojados debaixo do mesmo tecto. Entretanto, são estes factores que fazem que os turistas encarem o turismo em espaço rural como o meio de alojamento preferencial para a desejada imersão no idílio rural. Os factores que caracterizam a procura da acomodação turística em quintas na Nova Zelândia e no País de Gales (Pearce 1990, 344-345), bem como em Itália, na Alemanha e no Reino Unido (Sharpley e Sharpley 1997, 61; Sharpley 1996, 85) são, no essen-

cial, idênticos àqueles que estão por detrás da frequência do turismo em espaço rural em Portugal. Em França, as coisas passam-se de maneira análoga, quer no tocante às estadias em unidades de agroturismo, quer noutras modalidades de turismo em espaço rural, incluindo os *gîtes* (Moinet 2000, 72-93). Parece-nos, pois, lícito observar que o processo de difusão de um ideário de tipo pastoral registado em Portugal faz parte de um fenómeno mais lato, extensível a outros países europeus e não europeus. No caso de Portugal, a estadia neste tipo de unidades desempenha um papel central na experiência turística rural dos hóspedes.

Esta experiência turística envolve o consumo de múltiplos recursos, incluindo alguns dos principais símbolos da tradição e da ruralidade na actualidade: gastronomia, produtos locais, artesanato, folclore, festas, feiras e romarias. Com base num estudo realizado na comarca de Baena e na Serra de Cádiz (Andaluzia – Espanha), Aguilar Criado, Merino Baena e Migens Fernandez (2003) referem a propósito que

o que se oferece agora é uma imagem, transformada em marca, que se denomina cultura rural; um artigo, convertido em mercadoria, que circula nos espaços globais e que oferece um *pacote emocional*, que segundo as novas directrizes de *marketing* está investido de múltiplas sensações que é capaz de conter e proporcionar aos seus hipotéticos compradores: tradição, autenticidade, naturalidade, etc. Todas elas, consideradas como valores perdidos nos contextos urbanos e, por isso, crescentemente desejados pelos novos gostos do consumo [*idem*, 171; ênfase no original].

Uma das constantes identificadas no decurso desta investigação prende-se com o facto de estes consumos serem para os hóspedes do turismo em espaço rural a base para a negação da sua condição de turistas e um meio de diferenciação social face às massas, na esfera dos gostos, preferências e práticas turísticas. Por outras palavras, os hóspedes do turismo em espaço rural tendem a ser turistas que não querem ser turistas.

As entidades consultadas, os proprietários das casas associadas ao turismo em espaço rural e os habitantes de Sortelha e Monsaraz têm uma visão globalmente positiva do turismo enquanto agente dinamizador da economia e do emprego a nível local. No que diz respeito ao turismo em espaço rural, esta imagem está, no entanto, desfasada da realidade, pois o sector fica aquém destas opiniões e crenças. O caso de Estorãos assume, neste ponto, um valor exemplificativo, pois apenas 5% da população residente se encontra directa ou indirectamente ligada ao turismo. Em Sortelha e em Monsaraz, as coisas passam-se de maneira diferente, já que a proporção da população ligada ao sector turístico é cerca de um quinto e um terço respectivamente, mesmo que esta ligação seja em muitos casos ténue. Todavia, como veremos mais à frente, esta situação excepcional no contexto português não decorre do turismo em espaço rural, mas sim do turismo rural em sentido lato (cf. Silva 2007b). Nesta linha de argumentação, recorde-se que os contributos mensuráveis do turismo em espaço rural no combate ao abandono dos campos são residuais, o mesmo acontecendo com a sua capacidade de geração de emprego. Os aspectos positivos do desenvolvimento do sector não se encontram portanto na esfera económica, mas sim na esfera simbólica. As mais-valias do turismo em espaço rural residem no facto de permitir recuperar patrimónios edificados e adaptar antigas instalações agrícolas, a fim de aumentar a capacidade de alojamento turístico em zonas rurais e de manter a habitabilidade dos espaços, contribuindo para a manutenção da tal «paisagem intermédia» que fascina os cidadãos e constitui um alicerce para a identidade nacional. Ao mesmo tempo, permite a obtenção de rendimentos suplementares aos seus proprietários e a permanência ou reinstalação nos campos de representantes da antiga nobreza de província. Por outro lado, possibilita de algum modo a diversificação das actividades económicas em zonas rurais e a pluriactividade de alguns dos seus habitantes.

O trabalho de campo efectuado em Estorãos, Sortelha e Monsaraz permitiu ainda concluir que o turismo só se repercute de modo significativo no tecido económico das populações locais quando é implantado de modo mais intenso e abrangente, ou seja, quando existe um leque variado de produtos e serviços turísticos susceptíveis de atrair consideráveis volumes de visitantes que garantam a sua viabilidade económica. Os casos de Sortelha e Monsaraz ilustram esta situação, já que se trata de lugares que foram objecto de um vasto processo de turistificação e que presentemente atraem consideráveis fluxos turísticos que justificam a existência de um número significativo de serviços. Tal situação faz que o turismo dinamize outras actividades económicas que com ele interagem, como o artesanato, os produtos locais e a gastronomia tradicional, envolvendo simultaneamente uma percentagem significativa da população. Paralelamente, impulsiona o acréscimo dos níveis de auto-estima e dos sentimentos de pertença locais, mantendo também a esperança de um futuro melhor para os habitantes das zonas rurais.

A médio prazo, porém, o turismo pode obstar à reprodução social da população de Monsaraz, em função da perda de residentes permanentes e da proliferação de serviços turísticos. Monsaraz pode converter-se numa espécie de museu ao ar livre, tal como já sucede na cidadela de Sortelha, embora esta constitua um caso distinto, dado que na altura em que o processo de turistificação se intensificou a *vila* já se encontrava praticamente desprovida de vida social. Tais situações alertam para a necessidade de planear rigorosamente o desenvolvimento da actividade turística nos contextos de implantação, tendo em conta os interesses e necessidades das populações locais, assim como a capacidade de carga dos sítios onde é implantado.

Um dado que ainda não foi objecto de abordagem no quadro deste texto e que é merecedor de destaque reside no facto de certas componentes do ideário pastoral se encontrarem presentes nas práticas e representações de alguns dos proprietários do tu-

rismo em espaço rural, a maioria dos quais teve uma experiência prévia de vida na cidade, tanto à escala do país como à escala das três aldeias. Diferentemente do campo, a cidade é por eles encarada como um local de anonimato, insegurança, *stress*, confusão, ruído, trânsito, poluição e alienação. A cidade é, entretanto, vista como vantajosa relativamente ao campo nos domínios do ensino, da cultura e da saúde. Mas estas mais-valias não atenuam o sentimento de rejeição que muitos proprietários têm relativamente à cidade, o que os coloca numa posição diametralmente oposta à dos hóspedes, dado que estes, geralmente, não desejam tornar-se residentes permanentes de um meio rural. Os restantes habitantes de Estorãos, Sortelha e Monsaraz tendem a manter uma imagem do campo e da cidade idêntica à dos proprietários do turismo em espaço rural e a preferir morar no campo. A calma, o sossego, o sentimento de liberdade e as origens campestres são alguns dos motivos desta ideiação e preferência, em contraponto ao ambiente stressante, bulicioso e claustrofóbico das cidades. Mas esta preferência também é justificada pela pureza do ar que se respira, pela possibilidade de «saber o que se come», porque são os próprios a cultivar e criar, pelo facto de se conhecer toda a gente, pela entreatajuda e por «não se viver em caixotes». Como diz uma informante de Estorãos,

na aldeia há mais qualidade de vida e mais liberdade. Abro a janela, vejo pássaros, verde e não só betão. E depois aqui também temos a vantagem de termos nos nossos próprios quintais muitos dos alimentos que consumimos no dia-a-dia: batatas, alfaces, tomates, feijão verde, favas, ovos, frutas, galinhas, coelhos, azeite e vinho... [Anaíde, 61 anos].

Recorde-se, a propósito, que muitos dos residentes permanentes destas povoações tiveram uma experiência de vida mais ou menos duradoura em áreas urbanas, enquanto outros contactam com o ambiente citadino através da comunicação social, visitas a familiares (habitualmente descendentes) e por motivos de saúde.

Uma vez que este estudo foi feito numa perspectiva sincrónica, correspondente a um determinado nível de desenvolvimento dos lugares turísticos que foram objecto de trabalho de campo com observação directa, seria pertinente a realização de estudos análogos, mas numa perspectiva diacrónica. Tais estudos deveriam procurar identificar eventuais processos de continuidade e mudança, quer em termos do processo de desenvolvimento do turismo *in situ*, quer no plano das relações entre residentes e turistas, quer a nível dos efeitos locais do turismo, quer ao das percepções dos membros das comunidades residentes acerca do turismo e dos visitantes, quer em termos de afluxos turísticos e representações dos próprios visitantes face a estes três destinos.

Bibliografia e fontes

- AAVV. 1995. *20 Valores do Mundo Rural*. Lisboa: Instituto de Estruturas Agrárias e Desenvolvimento Rural, Programa de Iniciativa Comunitária «LEADER», Ministério da Agricultura.
- Abram, Simone, Jaqueline Waldren, e Donald Macleod, org. 1997. *Tourists and Tourism. Identifying with People and Places*. Nova Iorque: Berg.
- Abram, Simone, e Jaqueline Waldren, org. 1998. *Anthropological Perspectives on Local Development*. Londres: Routledge.
- Achemann, Maria. 1978. *Proposta de Regulamento do Turismo de Habitação*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- ADIM. 1990. *Actas do 1.º Encontro: «Monsaraz e o Turismo»*. Monsaraz: Associação de Defesa dos Interesses de Monsaraz.
- Aguilar Criado, Encarnación, Dolores Merino Baena, e Mercedes Migens Fernandez. 2003. «Cultura, políticas de desarrollo y turismo rural en el ámbito de la globalización». *Horizontes Antropológicos*, 9, n.º 20: 161-183, *on-line* em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200006&lng=pt&nrm=iso (acesso em 20-4-2005).
- Almeida, João, António Costa, e Fernando Machado. 1994. «Recomposição socioprofissional e novos protagonismos». In *Portugal, 20 Anos de Democracia*, org. António Reis. Lisboa: Temas e Debates, 307-330.
- Alves, João. 2004. «Sobre o ‘património rural’: contributos para a clarificação de um conceito». *Cidades – Comunidades e Territórios*, 8: 35-52.
- Amendoeira, Ana. 1998. «Monsaraz: análise do processo de conservação e transformação urbana no século XX». Tese de mestrado em Recupera-

- ção do Património Arquitectónico e Paisagístico, Évora, Universidade de Évora.
- Anderson, Benedict. 1991 [1983]. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Nova Iorque: Verso.
- Ap, John. 1990. «Resident's perceptions research on the social impacts of tourism». *Annals of Tourism Research*, 17: 610-615.
- APCER. 2008. *Especificação de Requisitos de Serviço para Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural*. Leça da Palmeira: Associação Portuguesa de Certificação, www.center.pt/fotosctr/doc_encontro_40_452.pdf (acesso em 23-04-2009).
- Baptista, A. Mendes. 1999. *Políticas de Desenvolvimento do Interior. Um Contributo para o Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social 2000-2006*. Coimbra: Comissão de Coordenação da Região Centro.
- Baptista, Fernando. 1996. «Declínio de um tempo longo». In *O Voo do Arado*, org. Joaquim Pais de Brito, Fernando Oliveira Baptista e Benjamim Pereira. Lisboa: Museu Nacional de Etnologia, 35-75.
- Baptista, Fernando. 2002. «Europa do Sul – o espaço e o rural». In *Políticas, Instrumentos y Experiencias de Desarrollo Rural en América Latina y Europa*, org. Edelmira Pérez Correa e José Maria Sumpsi. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 65-82.
- Barreto, António. 1995. «Três décadas de mudança social». In *A Situação Social em Portugal*, org. António Barreto. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 35-60.
- Bazin, Claude-Marie. 1995. «Industrial heritage in the tourism process in France». In *International Tourism, Identity and Change*, org. Marie-Françoise Lanfant, John Allcock e Edward Bruner. Londres: Sage, 113-126.
- Besculides, Antonia, Martha Lee, e Peter McCormick. 2002. «Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism». *Annals of Tourism Research*, 29, n.º 2: 303-319.
- Bessière, Jacinthe. 1998. «Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourists attractions in rural areas». *Sociologia Ruralis*, XXXVIII, n.º 1: 21-34.
- Black, Richard. 1992. *Crisis and Change in Rural Europe. Agricultural Development in the Portuguese Mountains*. Aldershot: Avebury.
- Boissevain, Jeremy, e Nadia Theuma. 1998. «Contested space: planners, tourists, developers and environmentalists in Malta». In *Anthropological Perspectives on Local Development*, org. Simone Abram e Jaqueline Waldren. Londres: Routledge, 96-119.

- Bourdieu, Pierre. 1979. *La Distinction*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Brito, Joaquim, Fernando Oliveira Baptista, e Benjamim Pereira, org. 1996. *O Voo do Arado*. Lisboa: Museu Nacional de Etnologia.
- Bruner, Edward. 1991. «Transformation of self in tourism». *Annals of Tourism Research*, 96, n.º 2: 397-415.
- Bruner, Edward. 1994. «Abraham Lincoln as authentic reproduction: a critique of postmodernism». *American Anthropologist*, 96, n.º 2: 397-415.
- Calame, François. 2000. «Terre sur bois, rien ne bouge». In *Vives Campagnes: Le Patrimoine Rural, Projet de Société*, org. Denis Chevallier. Paris: Autrement, 169-185.
- Capucha, Luís. 1996. «Fazer render o belo. Questões à volta por turismo e do desenvolvimento em zonas rurais recuadas». *Sociologia: Problemas e Práticas*, 21: 29-46.
- Carqueja, Maria. 1998. «O turismo no espaço rural como alternativa de desenvolvimento: estudo de caracterização e de avaliação da actividade em duas regiões do Interior Norte de Portugal». Tese de mestrado, Vila Real, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Carvalho, Agostinho. 2003. «Produtos alimentares com referencial de qualidade podem promover o desenvolvimento rural». In *Portugal Chão*, org. José Portela e João Castro Caldas. Oeiras: Celta, 231-248.
- Carvalho, Maria, e Armando Gago. 1994. «Apoio financeiro das unidades TER no período 1988/93». Comunicação apresentada no II Encontro Nacional do Turismo de Habitação, Ponte de Lima, 25-26 de Março.
- Casqueira, Fernando. 1992. «A possibilidade de turismo em espaço rural no concelho de Odemira: para uma reabilitação do património cultural local». Tese de mestrado em Antropologia, Lisboa, Universidade Técnica de Lisboa.
- Cavaco, Carminda. 1996. «Abandono ou revitalização dos campos raianos de Portugal?». In *III Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais*, vol. I. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, 11-46.
- Cavaco, Carminda. 1999a. «O turismo rural nas políticas do turismo em Portugal». In *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*, org. Carminda Cavaco. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, 281-292.
- Cavaco, Carminda. 1999b. «Turismo rural e turismo de habitação em Portugal». In *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*, org. Carminda Cavaco. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, 293-304.

- Cavaco, Carminda. 1999c. «O mundo rural português: desafios e futuros». In *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, 135-148.
- Cavaco, Carminda, e António Ramos. 1994. *Do Despovoamento Rural ao Desenvolvimento Local*. Lisboa: Programa das Artes e Ofícios Tradicionais, Direcção-Geral do Desenvolvimento Regional.
- Chevallier, Denis, org. 2000. *Vives Campagnes: Le Patrimoine Rural, Projet de Société*. Paris: Autrement.
- Chevallier, Denis, Isac Chiva, e Françoise Dubost. 2000. «L'invention du patrimoine rural». In *Vives Campagnes: Le Patrimoine Rural, Projet de Société*, org. Denis Chevallier. Paris: Autrement, 11-56.
- Choay, Françoise. 2006 [1982]. *A Alegoria do Património*. Lisboa: Edições FD.
- Cohen, Eric. 1988. «Authenticity and commoditization in tourism». *Annals of Tourism Research*, 15: 371-386.
- Cordovil, Francisco, Bruno Dimas, Rui Alves, e Daniel Baptista. 2004. *A Política Agrícola e Rural Comum e a União Europeia*. São João do Estoril – Cascais: Príncipia, Publicações Universitárias e Científicas.
- Costa, Castelhão. 1988. «Incentivos financeiros ao turismo no espaço rural». Comunicação apresentada no I Congresso Internacional do Turismo no Espaço Rural, Viana do Castelo.
- Crick, Malcolm. 1985. «Tracing the anthropological self: quizzical reflections on field-work, tourism and the ludic». *Social Analysis*, 17: 71-92.
- Crick, Malcolm. 1989. «Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings and servility». *Annual Review of Anthropology*, 18: 307-344.
- Cunha, Luís. 1986. *Turismo de Habitação, Turismo Rural, Agroturismo: Acção de Sensibilização, Cursos Empresários Agrícolas, a Mulher e a Agricultura*. Porto: Direcção Regional de Agricultura de Entre Douro e Minho.
- Cunha, Luís. 1988. *Turismo em Espaço Rural: Algumas Considerações*. Porto: Divisão de Documentação e Informação da Direcção Regional de Agricultura de Entre Douro e Minho.
- Cutileiro, José. 1977 [1971]. *Ricos e Pobres no Alentejo*. Lisboa: Sá da Costa Editora.
- D'Amore, Lúcio. 1988. «Le Tourisme dans l'espace rural en Italie». Comunicação apresentada no I Congresso Internacional do Turismo no Espaço Rural, Viana do Castelo.
- Dann, Graham, e Erik Cohen. 1991. «Sociology and tourism». *Annals of Tourism Research*, 18: 155-169.

- De Kadt, Emanuel. 1992. «Making the alternative sustainable: lessons from development for tourism». In *Tourism Alternatives*, org. Valène Smith e William Eadington. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 47-75.
- Dias, António. 1995. «Turismo no espaço rural: um estudo sobre o sector de alojamento TER na Região do Douro». Relatório final de estágio, tese de licenciatura em Engenharia Agrícola, Vila Real, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.
- DGT. 2000. *O Turismo no Espaço Rural de 1984 a 1999*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2001b. *Férias dos Portugueses 2000*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2001a. *O Turismo no Espaço Rural em 2000*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2002c. *Turismo em Portugal: Política, Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2002b. *Guia Oficial 2002 – Turismo em Espaço Rural*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2002a. *O Turismo no Espaço Rural em 2001*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2004. *O Turismo no Espaço Rural em 2003*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2005. *O Turismo no Espaço Rural em 2004*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- DGT. 2006. *O Turismo no Espaço Rural em 2005*. Lisboa: Direcção-Geral do Turismo.
- Dinis, Júlio. 1952 [1868]. *A Morgadinha dos Canaviais*. Porto: Livraria Figueirinhas.
- Dogan, Hasan. 1989. «Forms of adjustment: sociocultural impacts of tourism». *Annals of Tourism Research*, 16, n.º 2: 216-236.
- Dubost, Françoise, org. 1998. *L'Autre Maison: La «Résidence Secondaire», Refuge de Générations*. Paris: Autrement.
- Ehrentraut, Adolf. 1993. «Heritage authenticity and domestic tourism in Japan». *Annals of Tourism Research*, 2, n.º 2: 262-278.
- Ehrentraut, Adolf. 1996. «Globalization and the representation of rurality: alpine open-air museums in advanced industrial societies». *Sociologia Ruralis*, 36, n.º 1: 5-26.
- Embacher, Hans. 1994. «Marketing for agri-tourism in Austria: strategy and realisation in a highly developed tourist destination». *Journal of Sustainable Tourism*, 2, n.ºs 1&2: 61-76.

- Epagneul, Marie-France. 1996. «Une définition européenne du monde rural est-elle possible?». In *L'Europe et ces Campagnes*, org. Marcel Jollivet e Nicole Eizner. Paris: Presses de la Fondation Nationale de Sciences Politiques, 214-215.
- Featherstone, Mike. 1990. «Perspectives on consumer culture». *Sociology*, 24, n.º 1: 5-22.
- Ferrão, João, e Raul Lopes. 2003. «Zones rurales et capacité entrepreneuriale au Portugal: pratiques, représentations, politiques». *Géographie, Économie, Société*, 5, n.º 2: 139-160.
- Ferrão, João, e Raul Lopes. 2004. «Understanding peripheral rural areas as contexts for economic development». In *The Future of Europe's Rural Peripheries*, org. Lois Labrianidis. Aldershot: Ashgate, 31-61.
- Figueira, Ana. 1998. *A Oferta de Alojamento de Turismo em Espaço Rural no Baixo Alentejo, Estudo Exploratório*. Beja: Práfica.
- Figueiredo, Elisabete. 2003. «Quantas mais 'aldeias típicas' conseguimos suportar? Algumas reflexões a propósito do turismo como instrumento de desenvolvimento local em meio rural». In *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, org. Orlando Simões e Artur Cristóvão. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 65-81.
- Forte, Afílio. 2004. «Uma actividade marcante», *Publituris, Travel Trade & Hotel Guide*, 4: 4.
- Fragata, António. 2003. «Da qualidade dos produtos agrícolas tradicionais: elementos para a sua elaboração social e técnica». In *Portugal Chão*, org. José Portela e João Castro Caldas. Oeiras: Celta, 231-248.
- Gannon, A. 1994. «Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition». *Journal of Sustainable Tourism*, II, n.ºs 1&2: 51-60.
- Giménez Guerrero, Maria. 1996. «La red social como elemento clave del desarrollo local. El caso de los programas Leader de Castilla y León». In *III Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais*. Vol. II. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, 408-419.
- Godinho, Paula. 2006. «Aporias do 'popular': a festa dos rapazes de Varge, novas produções rituais e patrimonialização». Lição de Agregação em Antropologia, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- Graburn, Nelson. 1978. «Tourism: the sacred journey». In *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, org. Valène Smith. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 17-33.
- Graburn, Nelson, e Jafar Jafari. 1991. «Introduction – tourism social science». *Annals of Tourism Research*, 18: 1-11.

- Gravari-Barbas, Maria, org. 2005. *Habiter le Patrimoine. Enjeux, Approches, Vécu*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Greenwood, Davydd. 1976. «Tourism as an agent of change». *Annals of Tourism Research*, III, n.º 3: 128-142.
- Greenwood, Davydd. 1978. «Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization». In *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, org. Valène Smith. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 129-138.
- Haan, Henk de, e Norman Long, org. 1997. *Images and Realities of Rural Life. Wageningen Perspectives on Rural Transformations*. Assen: Van Gorcum.
- Halewood, Chris, e Kevin Hannam. 2001. «Viking heritage tourism: authenticity and commodification». *Annals of Tourism Research*, 28, n.º 3: 565-580.
- Handler, Richard. 1988. *Nationalism and the Politics of Culture in Quebec*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Harkin, Michael. 1995. «Modernist anthropology and tourism of the authentic». *Annals of Tourism Research*, 22, n.º 3: 650-670.
- Herzfeld, Michael. 1991. *A Place in History – Social and Monumental Time in a Cretan Town*. New Jersey: Princeton University Press.
- Hoggart, Keith, Henry Buller, e Richard Black, org. 1995. *Rural Europe. Identity and Change*. Londres: Arnold.
- Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas. 2003. *CD-ROM – Relatório Final do Programa LEADER II em Portugal*. Lisboa: Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas.
- Jaakson, Reiner. 1986. «Second-home domestic tourism». *Annals of Tourism Research*, 13: 367-391.
- Jacobsen, Jens. 2000. «Anti-tourist attitudes: Mediterranean charter tourism». *Annals of Tourism Research*, 27, n.º 2: 284-300.
- Joaquim, Graça. 1999. «Turismo e mundo rural: que sustentabilidade?». In *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*, org. Carminda Cavaco. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, 305-312.
- Johnson, Jerry, David Snepenger, e Sevgin Akis. 1994. «Resident's perceptions of tourism development». *Annals of Tourism Research*, 21, n.º 3: 629-642.
- Jollivet, Marcel, e Nicole Eizner, org. 1996. *L'Europe et ces Campagnes*. Paris: Presses de la Fondation Nationale de Sciences Politiques.

- Jordão, Nuno. 2002. «O desenvolvimento rural em Portugal». In *Políticas, Instrumentos y Experiencias de Desarrollo Rural en América Latina y Europa*, org. Edelmira Pérez Correa, e José Maria Sumpsi. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 321-326.
- Kastenholz, Elisabeth. 2003. «A gestão da procura turística como instrumento estratégico no desenvolvimento de destinos rurais». In *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, org. Orlando Simões e Artur Cristóvão. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 203-216.
- Keane, M., e J. Quinn. 1990. *Rural Development and Rural Tourism*. Glasgow: University College Galway, Social Sciences Research Centre.
- King, Brian, Abraham Pizam, e Ady Milman. 1993. «Social impacts of tourism-hosts perceptions». *Annals of Tourism Research*, 20: 650-665.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 1998. *Destination Culture. Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley, Los Angeles e Londres: University of California Press.
- Krippendorf, Jost. 1986. «Tourism in the system of industrial society». *Annals of Tourism Research*, 13: 517-532.
- Lane, Bernard. 1994a. «What is rural tourism?». *Journal of Sustainable Tourism*, 2, n.º 1&2: 7-15.
- Lane, Bernard. 1994b. «Sustainable rural tourism strategies: a tool for development and conservation». *Journal of Sustainable Tourism*, 2, n.º 1&2: 102-111.
- Lanfant, Marie-Françoise. 1995a. «Introduction». In *International Tourism, Identity and Change*, org. Marie-Françoise Lanfant, John Allcock e Edward Bruner. Londres: Sage, 1-23.
- Lanfant, Marie-Françoise. 1995b. «International tourism: internationalization and the challenge to identity». In *International Tourism, Identity and Change*, org. Marie-Françoise Lanfant, John Allcock e Edward Bruner. Londres: Sage, 24-43.
- Lanfant, Marie-Françoise, e Nelson Graburn. 1992. «International tourism reconsidered: the principle of the alternative». In *Tourism Alternatives*, org. Valène Smith e William Eadington. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 88-112.
- Leal, Catarina. 2001. *O Turismo Rural e a União Europeia. Uma realidade em Expansão. Guia Prático de Investimento*. Coimbra: Almedina.
- Leal, João. 2000. *Etnografias Portuguesas (1870-1970): Cultura Popular e Identidade Nacional*. Lisboa: Dom Quixote.
- Lowe, Philip. 1989. «The rural idyll defended: from preservation to conservation». In *The Rural Ydyl*, org. G. E. Mingay. Londres: Routledge, 113-131.

- Lowenthal, David. 1998. *The Heritage Crusade and the Spoils of History*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lowenthal, David. 1996. «Paysages et identités nationales». In *L'Europe et ces Campagnes*, org. Marcel Jollivet e Nicole Eizner. Paris: Presses de la Fondation Nationale de Sciences Politiques, 245-274.
- Lowenthal, David. 1985. *The Past is a Foreign Country*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Luginbuhl, Y. 1989. «Le rural pour repenser la nature?». In *Du rural a l'environnement – La Question de la Nature Aujourd'hui*, org. Nicole Mathieu e Marcel Jollivet. Paris: A.R.F. Éditions/L'Harmattan, 100-107.
- Lourenço, Maria. 1997. «Turismo em espaço rural: propostas para o desenvolvimento integrado do concelho de Moura». Tese de mestrado em Ecologia Humana, Évora, Universidade de Évora.
- MacCannell, Dean. 1999 [1976]. *The Tourist: A New Theory of Leisure Class*. Londres: Macmillan.
- Mansfeld, Y. 1992. «From motivations to travel». *Annals of Tourism Research*, 19, n.º 3: 399-419.
- Marx, Leo. 1967 [1964]. *The Machine in the Garden: Technology and the Pastoral Ideal in the America*. Oxford: Oxford University Press.
- Mathieson, Alister, e Geoffrey Wall. 1982. *Tourism – Economic, Physical and Social Impacts*. Nova Iorque: Longman Group Limited.
- Mathieu, Nicole. 1996. «Rural et urbain: unité et diversité dans le évolution des modes d'habiter». In *L'Europe et ces Campagnes*, org. Marcel Jollivet e Nicole Eizner. Paris: Presses de la Fondation Nationale de Sciences Politiques, 187-199.
- McIntosh, Alison, e Richard Prentice. 1999. «Affirming authenticity, consuming cultural heritage». *Annals of Tourism Research*, 26, n.º 3: 589-612.
- Ministério da Agricultura, Instituto de Estruturas Agrárias e Desenvolvimento Rural. 1995. *Relatório Final, Programa de Iniciativa Comunitária LEADER*. 3 vols. Lisboa: Ministério da Agricultura, Instituto de Estruturas Agrárias e Desenvolvimento Rural.
- Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Direcção-Geral de Desenvolvimento Rural. 1999. *Relatório de Execução Anual, Programa de Iniciativa Comunitária LEADER II*. 8 vols. Lisboa: Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Direcção-Geral de Desenvolvimento Rural.
- Moinet, François. 2000. *Le Tourisme Rural: Comment Créer et Gérer*. Paris: France Agricole.

- Moreira, Fernando. 1994. *O Turismo em Espaço Rural: Enquadramento e Expressão Geográfica no Território Português*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Moreno, Luís. 1999. «A serra do Açor e o Piódão: refúgio de uma ruralidade recriada». In *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*, org. Carminda Cavaco. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, 395-414.
- Mormont, Marc. 1996. «Le rural comme catégorie de lecture social». In *L'Europe et ces Campagnes*, org. Marcel Jollivet e Nicole Eizner. Paris: Presses de la Fondation Nationale de Sciences Politiques, 161-176.
- Munt, Ian. 1994. «The 'other' postmodern tourism: culture, travel and the new middle classes». *Theory, Culture & Society*, 11: 101-123.
- Nash, Denison. 1978. «Tourism as form of imperialism». In *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, org. Valène Smith. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 33-48.
- Nash, Denison. 1992. «Epilogue: a research agenda on the variability of tourism». In *Tourism Alternatives*, org. Valène Smith e William Eadington. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 216-226.
- Nash, Denison. 1996 [1976], *Anthropology of Tourism*. Nova Iorque: Pergamon.
- Nilsson, Per Ake. 2002. «Staying on farms, an ideological background». *Annals of Tourism Research*, 29, n.º 1: 7-24.
- Nuttall, Mark. 1997. «Packaging the wild: tourism development in Alaska». In *Tourists and Tourism, Identifying with People and Places*, org. Simone Abram, Jaqueline Waldren e Donald Macleod. Nova Iorque: Berg, 224-238.
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. 1994. *Tourism Strategies and Rural Development*. Paris: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.
- Oppermann, Martin. 1996. «Rural tourism in Southern Germany». *Annals of Tourism Research*, 23, n.º 1: 86-102.
- Pearce, Douglas. 1992. «Alternative tourism: concepts, classifications, and questions». In *Tourism Alternatives*, org. Valène Smith e William Eadington. Filadélfia, University of Pennsylvania Press, 15-30.
- Pearce, Douglas. 1995 [1987]. *Tourism Today, a Geographical Analysis*. Essex: Longman.
- Pearce, P. L. 1990. «Farm tourism in New Zealand: a social situation analysis». *Annals of Tourism Research*, XVII: 337-352.
- Pedroso, Paulo. 1998. *Formação e Desenvolvimento Rural*. Oeiras: Celta.

- Peixoto, Paulo. 2004. «A identidade como recurso metonímico dos processos de patrimonialização». *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 70: 183-204.
- Peralta, Elsa, e Marta Anico, org. 2006. *Patrimónios e Identidades. Ficções Contemporâneas*. Oeiras: Celta.
- Perdue, Richard, Patrick Long, e Lawrence Allen. 1990. «Resident support for tourism development». *Annals of Tourism Research*, 17: 586-599.
- Pereiro Pérez, Xerardo. 2003. «Patrimonialização e transformação das identidades culturais». In *Portugal Chão*, org. José Portela e João Castro Caldas. Oeiras: Celta, 231-248.
- Pérez Correa, Edelmira. 2002. «Lo rural y la nova ruralidad». In *Políticas, Instrumentos y Experiencias de Desarrollo Rural en América Latina y Europa*, org. Edelmira Pérez Correa José Maria Sumpsi. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 15-30.
- Pinto, José. 1985. *Estruturas Sociais e Práticas Simbólico-Ideológicas nos Campos. Elementos de Teoria e de Pesquisa Empírica*. Porto: Edições Afrontamento.
- Portela, José, e João Castro Caldas, org. 2003. *Portugal Chão*. Oeiras: Celta.
- Prats, Llorenç. 2004 [1997]. *Antropología y Patrimonio*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Pujadas, Joan, e Albert Moncusí. 2005. «Parques naturales y reservas etnológicas: apoteosis de uso instrumental del patrimonio al servicio del turismo en un área fronteriza del pirineo Catalan», In *Actas das III Jornadas/Congresso do Arquivo de Beja – Culturas, Identidades e Globalização*. Vol. I. Beja, Câmara Municipal de Beja, 103-116.
- Py-Sunier, Oriol. 1978. «Through native eyes: tourist and tourism in a Catalan maritime community», In *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, org. Valène Smith. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 149-156.
- Ramos, Francisco. 1996. «Para uma antropologia do turismo», In *Textos Antropológicos*, Francisco Ramos. Monsaraz: Associação de Defesa dos Interesses de Monsaraz, 83-106.
- Ribeiro, Manuela. 2003a. «Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural em Portugal». In *Portugal Chão*, org. José Portela e João Castro Caldas. Oeiras: Celta, 199-216.
- Ribeiro, Manuela. 2003b. «Pelo turismo é que vamos/poderemos ir (?). Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento local». In *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. org. Orlando Simões e Artur Cristóvão. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 41-56.

- Ribeiro, Orlando. 1967 [1945]. *Portugal, o Mediterrâneo e o Atlântico*. Lisboa: Livraria Sá da Costa Editora.
- Ricci, Mara, org. s. d. *100 Alojamentos Seleccionados em Portugal: O Melhor do Turismo Rural*. Rio de Mouro: Girassol.
- Rita, Lurdes. 1999. «Contributos do turismo em espaço rural para o desenvolvimento do Baixo Alentejo: um círculo turístico». Tese de mestrado em Sociologia, Recursos Humanos e Desenvolvimento Sustentável, Évora, Universidade de Évora.
- Rogers, Alan. 1989. «People in the Countryside». In *The Rural Idyll*, org. G. E. Mingay. Londres: Routledge, 103-130.
- Rosas Mantecón, Ana. 2005. «Las disputas por el patrimonio. Transformaciones analíticas y contextuales de la problemática patrimonial en México». In *La Antropología Urbana en México*, org. Néstor García Canclini. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 60-95.
- Samuel, Raphael. 1994. *Theatres of Memory*. Londres: Verso.
- Santana, Agustín. 1997. *Antropología y Turismo. Nuevas Hordas, Viejas Culturas?* Barcelona: Editorial Ariel, S. A.
- Sharpley, Richard. 1999. *Tourism, Tourists and Society*. Huntingdon: Elm Publications.
- Sharpley, Richard, e Julia Sharpley. 1997. *Rural Tourism: an Introduction*. Oxford: International Thomson Business Press.
- Sharpley, Richard. 1996. *Tourism & Leisure in the Countryside*. Huntingdon: Elm Publications.
- Shenhav-Keller, Shelly. 1995. «The Jewish pilgrim and the purchase of a souvenir in Israel». In *International Tourism, Identity and Change*, org. Marie-Françoise Lanfant, John Allcock e Edward Bruner. Londres: Sage, 143-176.
- Silva, Luís. 2007a. «Processos de mudança nos campos: o turismo em espaço rural». Tese de doutoramento em Antropologia com especialização em Antropologia das Sociedades Complexas, Lisboa, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.
- Silva, Luís. 2007b. «Sortelha e Monsaraz: estudo de caso de dois lugares turísticos no interior de Portugal». *Análise Social*, XLII, n.º 184: 853-874, *on-line* em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1218644767X7xIE8fa6Ss61NW7.pdf>
- Silva, Luís. 2007c. «Os impactos locais do turismo». *Encontros Científicos*, 3: 86-96.
- Silva, Maria Cardeira da. 2004. «Introdução. Por uma antropologia dos lugares turísticos». In *Outros Trópicos*, org. Maria Cardeira da Silva. Lisboa: Livros Horizonte, 7-18.

- Silva, Raquel. 1997. «A sócio-terminologia no turismo no espaço rural». Tese de mestrado em Linguística com especialização em Lexicologia e Lexicografia, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa.
- Simões, Orlando. 2003. «A vinha e o vinho em Portugal: contributos para o desenvolvimento local e regional». In *Portugal Chão*, org. José Portela e João Castro Caldas. Oeiras: Celta, 425-448.
- Smith, Stephen. 2002. «Defining tourism – a supply side view». *Annals of Tourism Research*, 15: 179-190.
- Smith, Valène, org. 1978a. *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, Valène. 1978b. «Introduction». In *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*, org. Valène Smith. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1-15.
- Smith, Valène, e William Eadington, org. 1992. *Tourism Alternatives*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press.
- Sobral, José. 1999. «Da casa à nação: passado, memória, identidade». *Etnográfica*, III, n.º 1: 71-86.
- Sobral, José. 2004. «O genuíno, o espúrio e a identidade local: um estudo de caso das políticas de património em meio rural». *Etnográfica*, VIII, n.º 2: 243-271.
- Sousa, Carla. 2007. «Tourist patrimonialization: ethnography and power in a portuguese village». *Revista Encontros Científicos*, 3: 78-85.
- Strapp, James. 1988. «Resort cycle and second homes». *Annals of Tourism Research*, 15: 504-516.
- Sucarrat, Meritxell. 2008. «Turismo, cultura y patrimonio natural en un valle catalán». In *Turismo, Cultura y Desarrollo. Antropología en Castilla León y Iberoamérica*. ed. Àngel Espina. Salamanca: Diputación de Salamanca, 207-219.
- Taylor, P. John. 2001. «Authenticity and sincerity in tourism». *Annals of Tourism Research*, 28: 7-26.
- Terras do Cante – Viagens e Turismo, S. A. 1995. *Manual – Empresário de Turismo em Espaço Rural*. Alcáçovas: Terras Dentro – Associação para o Desenvolvimento Integrado das Micro-Regiões Rurais.
- Thurot, Jean, e Gaétene Thurot. 1983. «The ideology of class and tourism. Confronting the discourse of advertising». *Annals of Tourism Research*, 10: 173-189.
- Timothy, Dallen, ed. 2007. *The Heritage Tourist Experience*. (Critical Essays. Vol. 2). Aldershot: Ashgate.
- TP. 2007a. *O Turismo no Espaço Rural 2006*. Lisboa: Turismo de Portugal, <http://www.turismodeportugal.pt/Português/conhecimento/>

- estudoseestatisticas/Pages/Turismo%20em.aspx (acesso em 17-5-2007).
- TP. 2007b. *O Turismo em 2006*. Lisboa: Turismo de Portugal, <http://www.turismodeportugal.pt/Português/conhecimento/estudoseestatisticas/Pages/Turismo%20em.aspx> (acesso em 17-5-2007).
- TP. 2007c. *Férias dos Portugueses, 2006*. Lisboa: Turismo de Portugal, <http://www.turismodeportugal.pt/Português/conhecimento/estudoseestatisticas/Pages/Turismo%20em.aspx> (acesso em 17-5-2007).
- TP. 2008a. *O Turismo no Espaço Rural 2007*. Lisboa: Turismo de Portugal, <http://www.turismodeportugal.pt/Português/conhecimento/estudoseestatisticas/Pages/Turismo%20em.aspx> (acesso em 29-10-2008).
- TP. 2008b. *O Turismo em 2007*. Lisboa: Turismo de Portugal, http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/estudoseestatisticas/Anexos/BROCHURA_Turismo.pdf (acesso em 16-04-2009)
- Tuan, Yi-Fu. 1974. *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Tucker, Hazel. 1997. «The ideal village: interactions through tourism in Central Anatolia». In *Tourists and Tourism, Identifying with People and Places*, org. Simone Abram, Jaqueline Waldren e Donald Macleod. Nova Iorque: Berg, 107-128.
- Tucker, Hazel. 2001. «Tourists and troglodytes». *Annals of Tourism Research*, 28, n.º 4: 868-891.
- TURIHAB. 1998. «Solares de Portugal», *Casas de Portugal*, 13: 17-32.
- TURIHAB. 1999. *Solares de Portugal*. Ponte de Lima: TURIHAB.
- TURIHAB. 2005. *Manual de Boas Práticas dos Solares de Portugal*. Ponte de Lima: TURIHAB, www.solaresdeportugal.pt/PT/pdfs/manual_PT.pdf (acesso em 23-04-2009).
- Urbain, Jean-Didier. 1989. «The tourist adventure and his images». *Annals of Tourism Research*, 16: 106-118.
- Uriely, Natan. 2005. «The tourist experience – conceptual developments». *Annals of Tourism Research*, 32, n.º 1: 199-216.
- Urry, John. 1995. *Consuming Places*. Londres: Routledge.
- Urry, John. 2002 [1990]. *The Tourist Gaze*. Londres: Sage.
- Van der Ploeg, Jan. 1997. «On rurality, rural development and rural sociology». In *Images and Realities of Rural Life. Wageningen Perspectives*

- on *Rural Transformations*, org. Henk de Haan e Norman Long. Assen: Van Gorcum, 39-76.
- Velho, Gilberto. 1995. «Estilo de vida urbano e modernidade». *Estudos Históricos*, 8, n.º 16: 227-234.
- Verbole, Alenka. 1997. «Sustainable development: a case study in Slovenia». In *Sustainable Rural Development*, org. Henk de Haan, Casimis Babis e Michael Redclift. Aldershot: Ashgate, 197-215.
- Wang, Ning. 1999. «Rethinking authenticity in tourism experience». *Annals of Tourism Research*, 26, n.º 2: 349-370.
- Williams, Raymond. 1993 [1973]. *The Country and the City*. Londres: The Hogarth Press.
- Williams, Wendy, e Elly Papamichael. 1995. «Tourism and tradition: local control versus outside interests in Greece». In *International Tourism, Identity and Change*, org. Marie-Françoise Lanfant, John Allcock, e Edward Bruner. Londres: Sage, 127-142.
- www.leader.pt/Noticias/2008/43_08.htm (acesso em 4-11-2008).
- www.leader.pt/EXEC_FIN_02_07.HTM (acesso em 4-11-2008)

Censos

- Imprensa Nacional. 1905. *Censo da População do Reino de Portugal no 1.º de Dezembro de 1900*. Vol. I. Lisboa: Imprensa Nacional.
- Instituto Nacional de Estatística. 2002. *XIV Recenseamento Geral da População. Portugal (2001)*. Resultados definitivos. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

Legislação

- Decreto Regulamentar n.º 14/78, em *Diário da República*, I Série, n.º 109, de 12 de Maio de 1978, 870-876.
- Decreto-Lei n.º 192/82, em *Diário da República*, I Série, n.º 113, de 19 de Maio de 1982, 1311-1313.
- Despacho n.º 102/82, em *Diário da República*, II Série, n.º 15, de 19 de Janeiro de 1983, 434-435.
- Decreto-Lei n.º 423/83, em *Diário da República*, I Série, n.º 279, de 5 de Dezembro de 1983, 3961-3965.

Decreto-Lei n.º 251/84, em *Diário da República*, I Série, n.º 171, de 25 de Julho de 1984, 2263-2267.

Decreto-Lei n.º 256/86, em *Diário da República*, I Série, n.º 196, de 27 de Agosto de 1986, 2220-2222.

Despacho Normativo n.º 86/86, em *Diário da República*, I Série, n.º 219, de 23 de Setembro de 1986, 2668-2669.

Decreto Regulamentar n.º 5/87, em *Diário da República*, I Série, n.º 11, de 14 de Janeiro de 1987, 178-179.

Despacho Normativo n.º 20/87, em *Diário da República*, I Série, n.º 46, de 24 de Fevereiro de 1987, 810.

Decreto Legislativo Regional n.º 24/87/A, em *Diário da República*, I Série, n.º 279, de 4 de Dezembro de 1987, 4227.

Decreto Regulamentar n.º 8/89, em *Diário da República*, I Série, n.º 67, de 21 de Março de 1989, 1170-1210.

Decreto-Lei n.º 169/97, em *Diário da República*, I Série – A, n.º 152, de 4 de Julho de 1997, 3290-3295.

Decreto Regulamentar n.º 37/97, em *Diário da República*, I Série – A, de 25 de Setembro de 1997, 5296-5304.

Portaria n.º 1068/97, em *Diário da República*, I Série – B, n.º 246, de 23 de Outubro de 1997, 5716-5719.

Portaria n.º 1069/97, em *Diário da República*, I Série – B, n.º 246, de 23 de Outubro de 1997, 5719-5721.

Portaria n.º 1070/97, em *Diário da República*, I Série – B, n.º 246, de 23 de Outubro de 1997, 5721.

Portaria n.º 25/2000, em *Diário da República*, Série I – B, n.º 21, de 26 de Janeiro de 2000, 331-335.

Decreto-Lei n.º 54/2002, em *Diário da República*, I Série – A, n.º 59, de 11 de Março de 2002, 2068-2083.

Decreto Regulamentar n.º 13/2002, em *Diário da República*, I Série – B, n.º 60, de 12 de Março de 2002, 2169-2175.

Regulamento (CE) n.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril de 2004, em *Jornal Oficial da União Europeia*, L 139, de 30 de Abril de 2004, 1-54.

Rectificação ao Regulamento (CE) n.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril de 2004, em *Jornal Oficial da União Europeia*, L 226, de 25 de Junho de 2004, 3-21.

Decreto-Lei n.º 156/2005, em *Diário da República*, I Série – A, n.º 178, de 15 de Setembro, 5580-5584.

Portaria n.º 1288/2005, em *Diário da República*, Série I – B, n.º 239, de 15 de Dezembro de 2005, 7077-7081.

Decreto-Lei n.º 141/2007, em *Diário da República*, 1.ª série, n.º 82, de 27 de Abril de 2007, 2693-2698.

Decreto-Lei n.º 37/2007, em *Diário da República*, 1.ª série, n.º 156, de 14 de Agosto de 2007, 1252-1259.

Rectificação ao Regulamento (CE) n.º 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril de 2004, em *Jornal Oficial da União Europeia*, L 204, de 4 de Agosto de 2007, 26.

Decreto-Lei n.º 39/2008, em *Diário da República*, 1.ª série, n.º 48, de 7 de Março de 2008, 1440-1456.

Decreto-Lei n.º 67/2008, em *Diário da República*, 1.ª série, n.º 71, de 10 de Abril de 2008, 2170-2177.

Declaração de Rectificação n.º 25/2008, em *Diário da República*, 1.ª série, n.º 87, de 6 de Maio de 2008, 2482-2484.

Portaria n.º 896/2008, em *Diário da República*, 1.ª série, n.º 87, de 18 de Agosto de 2008, 5672-5674.

Portaria n.º 937/2008, em *Diário da República*, 1.ª série, n.º 160, de 20 de Agosto de 2008, 5757-5761.

Índice remissivo

A

- AAVV, 40.
Abram, Simone, 23, 143, 145.
Açores, 51, 52, 68, 98.
Achemann, Maria, 49.
ADIM, 30, 160.
ADRIL, 30, 99.
ADRIMINHO, 99.
ADRUSE, 30.
Aguilar Criado, Encarnación, 63, 179.
agricultores, 37, 92, 93, 95, 97, 111, 176.
 e comunidades encapsuladas, 37
agricultura, 36-37, 38, 39, 52, 63, 80, 92, 97, 112, 151, 159, 162, 171, 177.
Ministério da, 57, 60, 61.
Alandroal, 159.
Aldeias da Tradição, 99.
Aldeias de Portugal, 99.
Algarve, 25, 29, 38, 67, 68, 85, 91, 115, 136, 137, 138, 141, 149.
Alemanha, 113, 118, 120, 143, 178.
Alentejo, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 38, 56, 68, 74, 83, 90, 91, 115, 118, 119, 122, 124, 128, 134, 136, 139, 140, 142, 149, 150, 165, 166, 175.
Almeida, João Ferreira de, 110.
Alqueva, 29.
Alves, João, 40.
Amendoeira, Ana, 166.
América (= EUA), 35, 151, 152, 153.
Amesterdão, 116.
Andaluzia, 179.
Anderson, Benedict, 167.
Angola, 57.
ANTER, 98.
anti-turista, 139-140.
Ap, John, 152, 153.
APCER, 100.
apropriação, 109, 126.
arquitetura popular (*v.* casas rústicas), 17, 19, 40, 48, 73, 77, 102, 122, 123-125, 175, 178.
arquitetura erudita (*v.* solares e casas apalaçadas), 19, 73, 77, 102, 175, 178.
artesanato, 38, 40, 41, 48, 50, 56, 59, 60, 61, 71, 75, 81, 125, 126, 142, 145, 146, 148, 159, 160, 161, 169, 170, 179, 181.

- associações de desenvolvimento local, 29-30, 63, 99-100, 103, 151.
ATA, 99.
ATAHCA, 30, 99, 100.
Áustria, 82.
autarquias, 33, 53, 54, 151.
autenticidade, 75, 77, 111, 128, 133-136, 149-150, 167, 170, 177, 179.
- B**
- Baptista, A. Mendes, 170, 171.
Baptista, Fernando Oliveira, 24, 37, 96-97.
Barcelona, 134.
Barreto, António, 110.
Bazin, Claude-Marie, 41
Beira Alta (= Interior), 28, 30, 38, 83, 119, 132, 166.
Beja, 36.
Bélgica, 143.
Berlim, 116.
Besculides, Antonia, 152.
Bessière, Jacinthe, 126.
Black, Richard, 24, 143.
Boissevain, Jeremy, 153, 154.
Bourdieu, Pierre, 140.
Braga, 35, 119.
Brasil, 57, 143.
Brito, Joaquim Pais de, 24.
Bruner, Edward, 23, 104, 134.
- C**
- Calame, François, 123.
Caminhos do Ribatejo, 98.
campo(s) (= zonas rurais), 17, 18, 19, 23-24, 28, 31-32, 35-39, 41, 43, 45-46, 51, 52, 59-63, 76, 80, 87, 91, 100, 104, 108-112, 115, 116, 117-120, 121-123, 125-127, 132-137, 142, 146, 165, 166, 167-168, 171, 173, 174, 176-178, 180, 182.
campo de possibilidades, 63.
Canadá, 143.
Canárias, 141.
Capucha, Luís, 21, 144.
Carqueja, Maria, 20.
Carvalho, Agostinho, 39.
Carvalho, Maria, 55.
Casas Açorianas, 98.
Casas da Beira, 98.
Casas de Sousa, 98, 103.
casas rústicas, 17, 19, 28, 51, 69, 72-76, 77-78, 94, 102, 108, 123-125, 126, 130, 166, 174-175, 178.
Cascais, 131, 165.
Casqueira, Fernando, 20.
Castelo Branco, 36.
Castelo Rodrigo, 94.
Castelo de Vide, 65.
Catalunha, 153.
Cavaco, Carminda, 20, 24, 36, 37, 59, 89, 167.
CENTER, 99.
Centro, 25, 27, 29, 68, 76, 85, 91, 123, 129, 130, 131, 135, 137, 147.
Chevallier, Denis, 24, 40, 41, 42, 126.
Choay, Françoise, 40.
cidade (= meios urbanos), 17, 18, 28, 45, 46, 87, 91, 107, 108, 109, 110, 111, 116, 117, 119, 121, 122, 125, 126, 133-134, 135-136, 146, 165, 166, 167, 168, 176, 177, 179, 182.

- classes médias, 21, 78-79, 109-110, 117, 140-141, 165, 167, 177.
- Cohen, Eric, 134, 147.
- Colorado, 151.
- comunidade imaginada, 167.
- consumo, 42, 44, 45, 46, 104, 109, 116, 118-119, 126, 140, 152, 170, 179.
- cultura de, 85-87.
- Cordovil, Francisco, 36-37.
- Costa brava, 138.
- Costa, Castelhão, 55.
- Covilhã, 36.
- Crick, Malcolm, 22, 145.
- Cunha, Luís, 20.
- Cutileiro, José, 162.
- D**
- D'Amore, Lúcio, 113.
- Dann, Graham, 147.
- democratização das viagens, 45.
- desenvolvimento rural (= local), 21-22, 23, 24, 33, 34, 38-39, 41-42, 58-63, 83, 86, 143-151, 157-161, 162-167, 168-171, 173, 180-181.
- desenvolvimento sustentável, 49.
- desruralização, 21, 33, 35-38, 63, 167.
- De Kadt, Emanuel, 48, 49.
- Dias, António, 20.
- Dinis, Júlio, 107-108, 123.
- Direcção-Geral de Desenvolvimento Regional, 58.
- Direcção-Geral do Turismo (= Turismo de Portugal e DGT e TP), 24, 25, 54, 55, 56, 66, 67, 68, 100, 103, 110-111, 112-115, 118, 120, 123, 126, 164.
- distinção social, 85-86, 140-141, 149.
- Dogan, Hasan, 144.
- Douro, 29, 38, 50, 56, 65, 77, 141.
- Dubost, Françoise, 42, 129.
- E**
- Ehrentraut, Adolf, 123, 125.
- elites, 40, 105, 109, 110, 132-133, 178.
- Embacher, Hans, 82.
- Epagneul, Marie-France, 45.
- Espanha, 63, 97, 99, 113, 120, 141, 143, 149, 179.
- Eslovénia, 161.
- Estónia, 143.
- Estorãos, 30, 31-33, 73, 74, 75, 79, 80, 81, 83, 89-90, 91, 96, 98, 116, 119, 121, 127, 135, 136, 137, 140, 151, 156, 157-158, 160, 162, 163, 164, 166, 169, 180, 181, 182-183.
- estrangeiro(s), 27, 33, 90, 91, 101, 113-114, 116, 118, 119-120, 128, 133-134, 137, 138, 149-150, 152, 176-177.
- Évora, 36, 119.
- F**
- Featherstone, Mike, 85-86.
- FEDER, 56, 58, 59, 173.
- FEOGA, 58.
- Ferrão, João, 36, 39.
- Figueira, Ana, 20, 48, 49.
- Figueira de Castelo Rodrigo, 94.

Figueiredo, Elisabete, 116.
Fiji, 152.
folclore, 40, 142, 169, 179.
Forte, Atílio, 164.
Fragata, António, 39.
França, 94, 111, 113, 120, 122-123,
136-137, 143, 179.
fundos (= programas) comunitá-
rios, 29, 56-57, 58, 59-63, 173-174.
Fundo de Turismo, 51, 55.

G

Gannon, A., 21, 86, 144.
gastronomia, 59, 103, 123, 125, 126,
128, 142, 160, 166, 179, 181.
Gaudí, Antoni, 134.
Gerês, 50.
Giménez Guerrero, Maria, 83.
Godinho, Paula, 41.
Graburn, Nelson, 23, 43, 44, 48.
Gravari-Barbas, Maria, 39.
Grécia, 97.
Greenwood, Davydd, 22, 43, 47, 110.
Guarda, 119.
Guimarães, 103, 119.

H

Haan, Henk de, 24.
habitantes (= residentes), 19, 23, 31,
32, 35-36, 46, 128, 151-162, 180,
181, 182, 183.
Halewood, Chris, 134.
Handler, Richard, 124.
Harkin, Michael, 44.
Herzfeld, Michael, 161.

história, 72, 76, 102-103, 104, 126,
130-133, 134, 142, 170, 173, 175,
178.
Hoggart, Keith, 24, 143.
Holanda, 99, 113, 143.
hospitalidade, 103, 130, 147, 152.

I

idealização, 70, 72, 74, 76-77, 78, 87,
112, 125, 175, 177.
identidade(s), pp.21, 40, 41, 46, 70,
75, 135, 149.
identidade nacional, pp.125, 137,
168, 180.
IFADAP, 58.
impactos (= efeitos), 22, 23, 31, 47,
143-171, 180-181, 183.
Imprensa Nacional, 36.
INTERREG, 58, 59.
Inglaterra, 134, 135, 168.
Instituto de Desenvolvimento
Rural e Hidráulica, 61.
Instituto de Financiamento e
Apoio ao Turismo, 55, 56.
Instituto Nacional de Estatística, 36.
Israel, 143.
Itália, 97, 99, 113, 143, 178.

J

Jaakson, Reiner, 47.
Jacobsen, Jens, 139, 140, 141.
Joaquim, Graça, 24.
Johnson, Jerry, 153-154, 162.
Jollivet, Marcel, 24.
Jordão, Nuno, 38.
Juromenha, 159.

K

Kastenholz, Elisabeth, 141-142.
Keane, M., 21, 144.
King, Brian, 152.
Kirshenblatt-Gimblett, Barbara, 39,
40, 41, 42.
Krippendorf, Jost, 48.

L

Lane, Bernard, 43, 45, 46, 49, 111,
143, 144, 163.
Lanfant, Marie-Françoise, 48, 78, 86,
143, 175.
LEADER, 29, 57, 59-62, 94, 99, 173.
Leal, Catarina, 20, 21, 46, 144.
Leal, João, 20, 123, 125, 168.
Leiria, 29, 137.
Lisboa, 25, 26, 29, 67, 68, 85, 90, 91,
107, 116, 166, 175.
Londres, 116
Lourenço, Maria, 20.
Lowe, Philip, 168.
Lowenthal, David, 40-41, 42-43,
167.
Luginbuhl, Y., 122-123.

M

MacCannell, Dean, 128, 134-135, 139.
Madeira, 51, 68, 98,
Madrid, 116.
Malásia, 143.
Malta, 143, 153, 154.
Mansfeld, Y., 120.
marketing, 87, 100, 156, 178, 179.
Marvão, 50.

Marx, Leo, 108, 109, 122, 123, 176.
Mathieson, Alister, 23, 44.
Mathieu, Nicole, 36, 123.
McIntosh, Alison, 134.
mercantilização, 42, 47, 147.
Minho, 28, 29, 30, 31, 38, 50, 56, 57,
68, 83, 98, 99, 108, 119, 123, 132,
135, 136, 141, 151, 157, 165, 166,
174.
Moimenta da Beira, 94.
Moinet, François, 111, 113, 120,
136-137, 179.
Monsaraz, 30, 31-33, 50, 69, 74, 80,
81, 83, 89-90, 91, 94, 96, 116, 119,
125, 126, 128, 129, 136, 139, 146,
148, 151, 156-157, 159-162, 163,
164, 166, 169-171, 180, 181, 182-
-183.
Moreira, Fernando, 20, 65, 96, 97,
118, 167.
Moreno, Luís, 161.
Mormont, Marc, 45
Munt, Ian, 140-141.

N

Nash, Denison, 44, 47, 48, 145.
natureza, 43, 46, 67, 103, 105, 108,
109, 121, 122, 141, 167, 173, 177.
Navarra, 97.
Nilsson, Per Ake, 36, 82, 91, 143,
144.
nobreza de província, 72-73, 77, 95,
110, 130, 132, 165, 174, 176, 178,
180.
Norte, 25, 26-27, 29, 67-68, 73, 76,
77, 91, 93, 105, 118, 124, 130, 131-
-132, 137, 139, 146, 148, 149, 150,
165, 174.

Nova Zelândia, 143, 178.
Nuttall, Mark, 86.

O

Óbidos, 50, 157.
objectificação da cultura, 124.
Oeste, 29.
Oppermann, Martin, 47.
Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, 37, 82, 144, 171.
Organização Mundial de Turismo, 43.

P

paisagem intermédia, 108-109, 123, 177, 180.
País Basco, 97.
País de Gales, 178.
Paris, 116.
pastoral (= pastoralismo), 33, 107-110, 122, 123, 130, 132, 167, 176, 179, 181-182.
patrimonialização, 39, 41-43, 63, 173.
património(s), 37, 38, 39-43, 49, 50, 59, 95, 97, 116, 126, 136, 141, 144, 145, 148, 150, 151, 159, 165, 166, 169, 176, 180.
Pearce, Douglas, 47, 28, 120, 121, 153, 154, 155, 171.
Pearce, L., 21, 47, 144, 178.
Pedroso, Paulo, 46.
Peixoto, Paulo, 39.
Peralta, Elsa, 41.
percepção(ões), 22, 31, 34, 47, 77, 141, 144-154, 157-162, 180, 183.

Perdue, Richard, 151-152.
Pereiro Pérez, Xerardo, 41, 42.
Pérez Correa, Edelmira, 38, 39.
Pinto, José Madureira, 45.
Ponte de Lima, 30, 65, 73, 83, 98, 126, 151.
Portela, José, 24.
Porto, 116, 119, 121, 131, 136, 166.
Portugal profundo, 136, 137.
portugueses, 90, 101, 112-114, 118, 119-120, 124, 126, 128, 133-134, 137, 139, 150, 168, 170, 176.
pós-rural(idade), 21, 24, 63.
PPDR, 57.
Prats, Llorenç, 39, 40, 41.
PRIVETUR, 30, 97, 98, 151.
PRÓ-RAIA, 30.
Pujadas, Joan, 41.
Py-Sunier, Oriol, 153, 154.

Q

Quadro Comunitário de Apoio, 56, 57.
quintas, 17, 19, 81-82, 101, 102, 174, 178-179.
quotidiano, 39, 43, 48, 72, 120, 121, 126, 127, 129, 134, 160, 176.

R

RAIA HISTÓRICA, 30.
Ramos, Francisco, 22.
Redondo, 136.
Região(ões) de Turismo, 29, 97-98, 151, 165.
Reguengos de Monsaraz, 15, 30, 151.
Reino Unido, 113, 120, 143, 178-179.

- relações sociais, 80, 108, 127-129, 136, 145, 146-147, 152, 153, 154-156, 177, 183.
- representação(ões), 28, 41, 42, 100, 104, 122-123, 177, 178, 181-182, 183.
- residência(s) secundária(s), 47, 96, 129, 176.
- Ribeiro, Manuela, 59, 91-92, 95, 115, 162, 167.
- Ribeiro, Orlando, 30-31.
- Ricci, Mara, 73.
- Rita, Lurdes, 20.
- Rogers, Alan, 37.
- Rosas Mantecón, Ana, 39, 41.
- S**
- Sabugal, 30, 151.
- SAJE, 58.
- Samoa, 141.
- Samuel, Raphael, 40-41.
- Santana, Agustín, 23, 43.
- Secretaria de Estado da Juventude e dos Desportos, 58.
- Serra da Estrela, 28, 29, 30, 50, 117, 151.
- Setúbal, 35.
- Sharpley, Richard, 41, 43, 45, 46, 47, 48, 59, 82, 86, 89, 111, 117, 120, 137, 139, 153, 154-156, 157, 178.
- Shenhav-Keller, Shelly, 134.
- Silva, Luís, 18-19, 21, 59, 169, 170, 171, 180.
- Silva, Maria Cardeira da, 22, 23.
- Silva, Raquel, 20.
- Simões, Orlando, 39.
- Sintra, 165.
- Smith, Stephen, 43.
- Smith, Valène, 22, 48, 138, 145.
- Sobral, José, 41, 72, 125, 168.
- Solares de Portugal, 30, 98, 99, 100, 101, 102.
- solares e casas apalaçadas, 17, 18, 19, 28, 34, 68, 69, 71, 72, 76, 77, 94, 95, 103, 126, 130, 131, 132, 165, 166, 174, 176, 178.
- Sortelha, 30, 31-33, 50, 69, 74, 77, 79, 80, 81, 83, 85, 89, 91, 95, 96, 105, 116, 119, 124, 125, 126, 128, 132, 133, 135, 138, 146, 147, 149, 151, 156-157, 158-159, 160-161, 162, 163, 164, 165, 166, 168, 169-170, 171, 180, 181, 182-183.
- Sousa, Carla, 41.
- Strapp, James, 47.
- Sucarrat, Meritxell, 41.
- Suécia, 143.
- T**
- Tanzânia, 143.
- Taylor, John, 134
- Tavira, 136.
- Telheiro, 94, 129, 136, 139, 146, 148.
- Terras do Cante, 100.
- Thurot, Jean, 104.
- Timothy, Dallen, 23.
- trabalho de campo, 24, 31-33, 69, 74, 181, 183.
- tradição, 78, 87, 99, 111, 122, 125-

- 126, 128, 132, 135, 136, 138, 148-149, 166, 167, 170, 175, 177, 179.
- tradicional (= tradicionais), 22, 38, 40, 44, 52, 70, 71, 72, 74, 76, 82, 83, 101, 108, 123, 126, 128, 141, 147, 166, 169, 181.
- Trás-os-Montes, 38, 83, 136, 141.
- tranquilidade, 101, 103, 111, 121-122, 125, 135, 136, 140, 161, 167, 177.
- TRILHO, 30, 151.
- Tuan, Yi-Fu, 108-109, 123, 177.
- Tucker, Hazel, 86.
- TURIHAB, 30, 77, 97, 98-99, 100, 101-103, 123, 147, 148, 151.
- turismo, 21, 22-23, 28, 30, 33, 34, 39, 41-48, 53, 55, 59-63, 66, 78, 84, 86, 89, 91, 92, 115, 116, 121, 140, 141, 143-144, 145, 146-147, 148, 149-157, 158-162, 164, 169-171, 173, 180, 181, 183.
- alternativo, 33, 43, 47, 48,
- rural, 33, 43, 45, 46-47, 48, 59, 73, 82, 86-87, 89, 97, 115, 117, 136-137, 144, 149-150, 151, 163, 180.
- turismo em espaço rural:
- associações de proprietários de, 30, 33, 97-99, 102, 151.
- decoração (= elementos decorativos) do, 50, 51, 70-78, 79, 125, 130, 135.
- discurso publicitário (= promocional) do, 77, 100-105, 121.
- investimentos em (= apoios financeiros ao), 28, 33, 55-63, 163-164, 173-174.
- mobiliário do, 19, 50, 51, 55, 71-77, 102, 125.
- oferta de, 21, 23, 29, 31-32, 33, 65-74, 77-79, 80-85, 86-87, 102, 115, 123-124, 173-175.
- procura (= hóspedes) do, 17, 21, 28, 32, 33, 77, 78-79, 83, 101, 102, 104-105, 112-122, 126-141, 142, 149-151, 162, 174, 176-179.
- proprietários (= responsáveis pelo funcionamento) do, 17, 19, 21, 27, 28, 29, 32, 33, 49, 51, 68, 74-77, 78, 79-80, 84, 87, 89-100, 103, 105, 114, 121, 125, 132, 144-151, 162, 163, 164-166, 169, 175-176, 178, 180, 181-182.
- regulamentação (= legislação) do, 17, 18-20, 27-28, 33, 49-55, 82, 85, 96, 166.
- ≡ hotéis e pensões, 79-80, 130, 178.
- turista(s), 17, 19, 23, 49, 50, 51, 86, 92, 111-113, 120, 138, 149, 152-153, 154-157, 158, 161, 164, 183.
- Turquia, 143.

U

- União Europeia, 23, 33, 36, 38, 57, 59, 63, 82, 143.
- Urbain, Jean-Didier, 100, 121.
- Uriely, Natan, 23.
- Urry, John, 23, 43, 45, 47-48, 80, 118-119, 128, 138.
- utilidade turística, 50, 55, 96,

V

Van der Ploeg, Jan, 109, 111.
Velho, Gilberto, 63.
Verbole, Alenka, 21, 144, 161.
Viana do Castelo, 17, 199.
Vila Real, 36.
Vila Viçosa, 65
Viseu, 36.
Vouzela, 65.

Z

zapping, 136.

W

Wang, Ning, 134, 135.
Washington, 116.
Williams, Raymond, 45, 108.
Williams, Wendy, 123, 161.