



CIES e-WORKING PAPER N° 16/2006

O Turismo em Espaço Rural: Um Estudo da Oferta e dos Promotores

LUÍS SILVA

CIES e-Working Papers (ISSN 1647-0893)

Av. das Forças Armadas, Edifício ISCTE, 1649-026 LISBOA, PORTUGAL, cies@iscte.pt

Luís Silva é licenciado em Antropologia Social e mestre em Antropologia – Patrimónios e Identidades pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE). Aguarda marcação da data de prestação das provas públicas da tese de doutoramento em Antropologia das Sociedades Complexas pelo ISCTE. É investigador do Centro de Estudos de Antropologia Social (CEAS – ISCTE) e tem desenvolvido a sua investigação nas áreas da Antropologia do Turismo e da Sociologia Rural.
E-mail: silva.lms@gmail.com

Resumo

Este artigo procede a uma caracterização sociográfica da oferta e dos promotores do Turismo em Espaço Rural em Portugal Continental, dando igualmente conta do associativismo ligado ao sector e seus respectivos meios de divulgação e promoção.

Palavras-Chave: Turismo em Espaço Rural; Arquitectura Popular; Campo; Portugal

Abstract

This paper analyses the sociographic characteristics of the supply and the owners of Tourism in Rural Areas Unities in Portugal and gives some insides about the owners associations and the publicity and promotion materials of the supply.

Keywords: Tourism in Rural Areas; Folk Architecture; Countryside; Portugal

Apresentação

Em anos recentes, tem-se assistido em Portugal à formulação e implementação sistemática de políticas nacionais e comunitárias de aproveitamento e adaptação de patrimónios construídos para fins de alojamento turístico em zonas rurais, como ocorre com a maioria das unidades de Turismo em Espaço Rural (TER).

Este artigo procura contribuir para o conhecimento do TER em Portugal, fundamentalmente no que concerne à oferta e aos seus promotores. Neste sentido, após a definição conceptual do TER e a apresentação das suas distintas modalidades, abordar-se-á o historial e a distribuição espacial do TER, seguindo-se a caracterização do objecto de estudo deste artigo, bem como a análise do associativismo e do marketing neste domínio. Antes, porém, cumpre observar que este artigo vem na sequência de um estudo sobre o sector desenvolvido no território nacional continental e nas aldeias de Estorãos (Ponte de Lima), Sortelha (Sabugal) e Monsaraz (Reguengos de Monsaraz). Este estudo foi feito através de uma série de procedimentos metodológicos usualmente utilizados na Antropologia e nas Ciências Sociais: inquérito por questionário, entrevistas abertas, trabalho de campo com observação participante e pesquisa bibliográfica e documental. No plano nacional, procedeu-se à aplicação de um inquérito postal às 626 unidades inscritas na Direcção Geral do Turismo (DGT) no início de 2001, que teve uma taxa de resposta de 24,4%. Paralelamente, efectuaram-se estudos de caso em 30 unidades situadas em diferentes pontos do país, especialmente no Minho, na Beira Interior e no Alto Alentejo. No decurso dos mesmos, entrevistámos 30 proprietários e 47 turistas, entre os quais 15 estrangeiros e consultámos 10 Livros de Honra e 3 Livros de Registo de Clientes (anos de 2000 e 2001). No plano local, realizou-se um trabalho de campo antropológico de natureza mais clássica, durante cerca de cinco meses em cada uma das aldeias. No decurso do mesmo, entrevistámos 7 proprietários, cerca de 50 turistas (um terço dos quais estrangeiros), os presidentes das Regiões de Turismo do Alto Minho, da Serra da Estrela e de Évora, os presidentes das Associações de Proprietários TURIHAB e PRIVETUR, os coordenadores de várias Associações de Desenvolvimento Local, os responsáveis pelo pelouro do turismo nas câmaras de Ponte de Lima, Sabugal e Reguengos de Monsaraz e consultámos 8 Livros de Honra. Estas três aldeias

foram seleccionadas em razão do seu considerável número de casas afectas ao TER, do seu reduzido número de habitantes e da sua configuração rural¹.

Considerações Gerais acerca do TER

Em termos jurídicos, o TER define-se como 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 artigo, porém, usaremos o termo TER para designar o conjunto de modalidades de hospedagem em zonas rurais, orientadas para a exploração dos recursos naturais e culturais das mesmas². Em Portugal, o TER 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 tradicional, e ainda em hotéis rurais e parques de campismo rurais. Estes serviços de hospedagem encontram-se repartidos por sete categorias legalmente definidas – Turismo de Habitação, Turismo Rural, Turismo de Aldeia, AgroTurismo, Casas de Campo, Hotéis Rurais e Parques de Campismo Rurais (Decreto-Lei N.º 54/2002). Quando iniciámos esta investigação, os Hotéis Rurais e os Parques de Campismo Rurais não faziam parte do TER, pelo que não foram integrados no objecto de estudo, da mesma forma que não são considerados neste artigo. Quanto às restantes modalidades, de modo simplista, interessa observar que, no papel, o Turismo de Habitação proporciona a estadia numa casa senhorial e o convívio com representantes da antiga nobreza de província. O AgroTurismo proporciona o contacto com o quotidiano de uma quinta de lavoura. O Turismo de Aldeia, o Turismo Rural e as Casas de Campo proporcionam a estadia numa típica casa de aldeia, residindo a diferença entre estas modalidades no modo como são geridas as unidades e na existência ou não de coabitação entre hóspedes e hospedeiros – ver Quadro 1.

¹ Os dados compilados neste artigo foram recolhidos no quadro dos trabalhos de preparação da tese de doutoramento em Antropologia que o autor se encontra a desenvolver no ISCTE, financiada com uma bolsa da FCT e a orientação do Prof. Doutor João Leal, que por sua vez dá seguimento ao projecto *Casas no Campo: Um Estudo do Turismo de Habitação em Portugal*, o qual foi acolhido pelo CEAS, financiado pelo FCT, apoiado pela DGT e coordenado pelo Prof. Doutor João Leal.

² Estas considerações são válidas para a maioria das unidades de tipo TER em Portugal, mas não se aplicam a um número residual de casos em que as mesmas se encontram localizadas em meios urbanos de grande ou média dimensão, como ocorre com alguns estabelecimentos de Turismo de Habitação, tais como a Casa do Ameal, a Casa dos Costa Barros e a Casa Grande da Bandeira em Viana do Castelo, o Solar de Alarcão na Guarda, a Quinta de São Caetano em Viseu, a Casa Alda Martha em Coimbra, o Solar dos Avencas em Portalegre, a Quinta Nova da Conceição em Lisboa e a Casa de São Tiago em Évora, que também não são considerados neste artigo.

Quadro 1 – Modalidades de Hospedagem TER

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).

Evolução e Distribuição Espacial da Oferta

Sob a forma de Turismo de Habitação, o TER 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, e depois às regiões dos vales do Douro e Vouga, e finalmente à totalidade do território (cf. Moreira 1994:128-129). Embora com algumas hesitações e dificuldades, o TER tem vindo a assumir uma expressão crescente no país. Entre 1984 (ano em que foram feitas as primeiras estatísticas sobre o

sector) e 2003, o número de estabelecimentos inscritos na DGT teve um crescimento médio anual de 12,3%, aumentando de 103 para 936 unidades. (DGT, 2000; 2001; 2002; 2004a)³.

A capacidade de alojamento associada a estas unidades apresenta uma evolução similar, aumentando de 763 camas em 1984 para 9337 em 2003 (DGT 2000, 2001, 2002 e 2004a).

O peso relativo do número de estabelecimentos TER e da respectiva capacidade de alojamento no quadro mais vasto da oferta hoteleira em Portugal assume contornos merecedores de abordagem. As 938 unidades e as 9359 camas existentes em 31 de Julho de 2003 correspondem a cerca de um terço da oferta nacional de estabelecimentos, que entretanto tem um peso residual no plano da capacidade de alojamento global, como consta do Quadro 2.

Quadro 2 – Número de Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento

	<i>Estabelecimentos</i>		<i>Camas</i>	
	Nº	%	Nº	%
Hotelaria	1689	53,6%	192480	44,5%
Aldeamentos e Apartamentos Turísticos	245	7,8%	53298	12,3%
Parques de Campismo	217	6,9%	167931	38,9%
Colónias de Férias e Pousadas da Juventude	63	2,0%	9002	2,1%
Turismo no Espaço Rural	938	29,8%	9359	2,2%
TOTAL	3151		432070	

Fonte: DGT, 2004b: 17

O Quadro 3 contém uma resenha das modalidades de hospedagem afectas ao TER em 2003, pondo em evidência a prevalência do Turismo Rural no que concerne ao número de estabelecimentos, de quartos e de camas, sendo o Turismo de Aldeia a modalidade que regista os valores mais baixos nestes mesmos indicadores. No entanto, verifica-se que o Turismo de Aldeia é o tipo de alojamento com uma maior proporção de quartos e camas por estabelecimento.

³ A fonte utilizada não contabiliza as unidades de Turismo de Aldeia, os Hotéis Rurais e os Parques de Campismo Rurais, o mesmo acontecendo com todas as publicações da DGT utilizadas neste artigo, excepção feita às que se reportam aos anos de 2002 e 2003, nos quais se contabilizam as unidades de Turismo de Aldeia. Por este motivo e porque à data de início desta pesquisa (2000), os Hotéis Rurais e os Parques de Campismo Rurais não faziam parte das modalidades TER, este artigo aborda apenas as restantes.

Quadro 3 – Número de Estabelecimentos, Quartos e Camas por Modalidade e Rácio

<i>Modalidades</i>	Número de Estabelec.	Número de Quartos	Rácio Quartos/Estabelec.	Número de Camas	Rácio Camas/Estabelec.
Turismo Rural	391	1874	4,8	3676	9,4
Turismo de Habitação	246	1378	5,6	2733	11,1
Casas de Campo	148	502	3,4	988	6,7
AgroTurismo	147	914	6,2	1813	12,3
Turismo de Aldeia	4	64	16,0	127	31,8
Total	936	4732		9337	

Fonte: DGT, 2004a

No que concerne à distribuição da oferta, como mostra o Quadro 4, a região do Norte é aquela que possui maior número de estabelecimentos e maior capacidade de alojamento, e o Algarve a região com menor oferta deste tipo de alojamento.

Quadro 4 – Número de Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento

NUTS II	Estabelecimentos		N.º de Camas	
	Nº	%	Nº	%
Norte	412	44,0%	3992	42,8%
Centro	189	20,2%	1884	20,2%
Lisboa e Vale do Tejo	98	10,5%	1053	11,3%
Alentejo	124	13,2%	1402	15,0%
Algarve	23	2,5%	241	2,6%
R. A. Açores	48	5,1%	382	4,1%
R. A. Madeira	42	4,5%	383	4,1%

Fonte: DGT, 2004a

O mapa da distribuição regional das modalidades de alojamento TER mostra que o Turismo Rural é a modalidade predominante nas regiões do Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo e Algarve, sendo as Casas de Campo prevaletentes nas regiões autónomas dos Açores e

da Madeira, enquanto que o AgroTurismo predomina no Alentejo, como se observa através do Quadro 5.

Quadro 5 – Distribuição Regional das Modalidades de Alojamento TER

NUTS	Turismo de Habitação		Turismo Rural		AgroTurismo		Casas de Campo		Turismo de Aldeia		Total	
	N.º Estab.	%	N.º Estab.	%	N.º Estab.	%	N.º Estab.	%	N.º Estab.	%	N.º Estab.	%
Norte	115	27,9	194	47,1	50	12,1	52	12,6	1	0,2	412	100,0
Centro	47	24,9	75	39,7	29	15,3	37	19,6	1	0,5	189	100,0
Lisboa e Vale do Tejo	40	40,8	44	44,9	14	14,3	0	0,0	0	0,0	98	100,0
Alentejo	14	11,3	45	36,3	46	37,1	17	13,7	2	1,6	124	100,0
Algarve	3	13,0	14	60,9	4	17,4	2	8,7	0	0,0	23	100,0
R. A. Açores	13	27,1	9	18,8	3	6,3	23	47,9	0	0,0	48	100,0
R. A. Madeira	14	33,3	10	23,8	1	2,4	17	40,5	0	0,0	42	100,0
Total	246	26,3	391	41,8	147	15,7	148	15,8	4	0,4	936	100,0

Fonte: DGT, 2004a

Caracterização da Oferta

Como já se disse, o TER constitui o conjunto das modalidades de hospedagem em zonas rurais, orientadas para a exploração dos recursos naturais e culturais destas zonas, onde se incluem serviços de alojamento em casas correspondentes a diferentes tipos arquitectónicos, com destaque para as ditas casas rústicas e casas solarengas/apalaçadas. De acordo com o inquérito por questionário, estas casas foram construídas em anos e épocas muito díspares, num quadro temporal que vai desde o século XII até à década de 1990. Significativo é o facto de cerca de um terço dos quartos e camas disponibilizados aos turistas por estas unidades se encontrarem localizados em edifícios anexos à casa principal. Por regra, os anexos recuperados detinham funções associadas a actividades de exploração agrícola, tais como casas de caseiros, cavaliças, 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.

Saliente-se que cerca de três quartos das unidades TER em Portugal encontram-se inseridas numa quinta ou herdade, de variadas dimensões, na maioria das quais se desenvolvem actividades agrícolas, como mostra o Quadro 6.

Quadro 6 – As Quintas e o TER

Unidades TER integradas numa quinta	
Não	28,0%
Sim	72,0%
Dimensão da quinta	
< 6 ha	44,0%
6 – 20 ha	35,0%
>21 ha	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

Refira-se que 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 capacidade de alojamento das mesmas atinge valores consideráveis no conjunto da sua respectiva oferta hoteleira, como ocorre na Áustria, onde este valor ascende a 18% (Embacher, 1994:64). Em Portugal, porém, este valor é muito mais reduzido. Como já se disse, as unidades de AgroTurismo representam 15,7% da capacidade de alojamento de todas as modalidades afectas ao TER, que por sua vez têm uma expressão residual no conjunto da oferta hoteleira existente no país, como tivemos ocasião de observar no Quadro 2. Somos assim confrontados com dados que conferem validade empírica à indicação da OCDE, segundo a qual o turismo rural não é redutível ao turismo praticado em quintas, que, em muitos países, é denominado AgroTurismo (OCDE, 1994: 17).

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, 31,7% das unidades inquiridas disponibilizam almoços ou jantares exclusivamente aos seus hóspedes e 10,3% servem refeições a qualquer pessoa. Em conformidade com o estabelecido nos Decretos Regulamentares N.º 5/87 (Artigo 6.º) e N.º 27/97 (Artigo 26.º), este serviço de refeições inclui pratos tradicionais da respectiva região, sendo que em 76,7% dos

mesmos se utilizam, na sua confecção, produtos das propriedades em que se inserem. 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, leites, sumos naturais e frutas.

O serviço de refeições é geralmente condicionado pelo número de hóspedes e requer marcação prévia. As papas de sarrabulho (Minho), 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. A propósito do serviço de restauração, refira-se que um dos problemas de que padece o TER é o de muitas vezes não existirem nas proximidades das unidades estabelecimentos que prestem serviços de qualidade. O caso de Estorãos adquire neste capítulo um valor paradigmático, já que não existe na freguesia um local apropriado onde os turistas possam alimentar-se, tendo por isso que se deslocar de automóvel a Ponte de Lima (cerca de 8 km de distância) ou a outra localidade para o efeito. Esta situação também ocorre noutros contextos, entre os quais a Aldeia Histórica de Castelo Novo (Fundão), onde quem pernoita tem que se deslocar a Alpedrinha (cerca de 8km de distância) ou ao Fundão (cerca de 20 km de distância) para almoçar ou jantar. Tal situação é fonte de desagrado para alguns turistas com quem tivemos a oportunidade de dialogar na medida em que os obriga a fazer uma coisa que eles pretendem evitar quando se deslocam para este tipo de unidades, as deslocações em automóvel.

Para além do serviço de restauração, três quartos dos estabelecimentos TER oferecem diversas actividades complementares de animação e de diversão turísticas, com destaque para as piscinas, a equitação e as visitas e passeios, como mostra o Quadro 7. A maioria destas actividades de animação é essencialmente desenvolvida fora das propriedades de inserção das unidades TER, em regime de cooperação informal, em que não há acordo formalizado entre as entidades envolvidas. Assim se verifica que o sistema de funcionamento em rede, que para alguns autores é condição de desenvolvimento local e regional (cf., por exemplo, Giménez Guerrero, 1996), no caso em apreço, é praticamente inexistente, o mesmo acontecendo ao nível da restauração, tal como podemos constatar no contexto das entrevistas e dos estudos de caso levados a cabo em diferentes pontos do país. Esta acção é fundamentalmente válida para o caso das redes formais, pois as informais apresentam um desenvolvimento significativo. Refira-se que cerca de metade dos estabelecimentos prestam ainda serviços complementares ao turismo, tais como o acolhimento de casamentos, baptizados e festas, o

acolhimento de reuniões, colóquios e seminários e o acolhimento de outros eventos, como *raves*⁴.

Quadro 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

Interessa chamar a atenção para o facto de 86,3% dos estabelecimentos estarem abertos ao público durante o ano inteiro, existindo 1,3% de casos que laboram menos de seis meses, o que ao abrigo da legislação em vigor constitui uma contra-ordenação, pois as mesmas devem 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).

⁴ Nos usos sociais do TER periféricos às suas funções de locação cabe também indicar a sua utilização enquanto espaços cénicos de séries televisivas, como é o caso, por exemplo, de um episódio de «Um Estranho em Casa», rodado em duas unidades de Sortelha.

Os preços de estadia por noite variam sensivelmente entre os 50 e 120 euros, consoante a modalidade de hospedagem (sendo o Turismo de Habitação aquele que pratica os preços mais elevados), a região e a altura do ano (sendo mais elevados na chamada época alta, que abarca o Carnaval, a Páscoa, o mês de Agosto, o Natal e o Fim-de-Ano).

A Idealização do Habitat Rural

Em termos genéricos, as modalidades de hospedagem em estudo neste artigo podem ser segmentadas em duas categorias em função do estilo arquitectónico e os interiores das casas. Neste sentido, pode dizer-se que o TER proporciona duas distintas maneiras de estar no campo: uma mais requintada e próxima daquela que se associa a uma nobreza de província, constituída pelo solares e casas apalaçadas, outra mais simples e próxima daquela que se associa aos camponeses com algumas posses, já que os mais humildes, como verificou Sobral numa freguesia rural beirã: quando possuíam casa, esta era de recheio «escasso e pobre: alguma cama, mesa ou cadeira, roupas.» (Sobral, 1999: 77). No seio desta segunda forma de estar no campo, destacam-se as casas rústicas, quer as que estão integradas em aldeias quer as que estão em quintas. Em Portugal, as casas rústicas são o principal tipo de alojamento posto à disposição dos turistas, como já se disse.

Estas casas rústicas têm a particularidade de na fachada e no interior das mesmas apresentarem uma predominância de 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 si frequentadas, bem como a de alguns objectos representativos da vida rural. Contribuindo para a idealização da arquitectura popular de matriz rural, a TURIHAB (Associação de Proprietários do sector) informa que as casas rústicas «caracterizam-se pelo valor etnográfico da sua arquitectura simples de pequenas dimensões, usando materiais e processos construtivos locais.» (TURIHAB, 1999).

Este fascínio renovado pelas formas tradicionais de construir e de habitar em meios rurais, com destaque para as chamadas casas rústicas, está estreitamente associado ao processo de emblematização das formas de arquitectura popular de matriz rural que presentemente ocorre em Portugal e noutros países dentro e fora de Europa (cf. Calame, 2000; Ehrentraut, 1996, Williams e Papamichel, 1995). Este processo de emblematização

também se encontra patente no caso das Aldeias Históricas de Portugal – Almeida, Belmonte, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-a-Velha, Linhares da Beira, Marialva, Monsanto, Piódão, Sortelha e Trancoso. Nos diferentes meios de divulgação das mesmas, a arquitectura ocupa de facto um lugar de relevo, tal como se verifica no folheto *Aldeias Históricas de Portugal – Cartas de Lazer*, onde a propósito de Castelo Novo se fala das «casas de pedras limpas com sardinheiras à janela», sendo Piódão caracterizada como «uma aldeia de lousa e tradição», bem como numa edição temática de selos postais promovida pelos CTT. A emblematização das formas tradicionais de construir e de habitar de matriz rural, encontra-se igualmente no contexto das aldeias inseridas no Parque Natural de Montesinho, assim como nas denominadas Aldeias da Saudade situadas na zona do Alto Cávado. No folheto de divulgação destas aldeias produzido pela ATAHCA (Associação de Desenvolvimento Local), surge a indicação de que se trata de

«núcleos estruturados de casas de granito, características das regiões rurais de montanha, fruto do convívio e da adaptação do homem ao meio agreste, e de séculos de experiência na criação de modelos arquitectónicos simples e funcionais, aliados a um modo de viver extremamente peculiar, fortemente ligado às tarefas da terra e aos usos e costumes tradicionais.»

O argumento que temos vindo a desenvolver é reforçado pela existência de outras povoações em Portugal, nas quais se procura manter a habitação tradicional, como sejam Folgoso (Gouveia), Óbidos, Monsaraz (Reguengos de Monsaraz), entre outras. As povoações onde existe Turismo de Aldeia inserem-se numa lógica similar, assim como as Aldeias de Xisto situadas nos distritos de Coimbra e Castelo Branco.

É de salientar, por outro lado, que as casas rústicas afectas ao TER 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 Ehrentraut (1996). A idealização a que fazemos referência encontra-se patente de uma forma clara no contexto do TER em Portugal, sobretudo no caso das unidades afectas ao 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 capítulo do mobiliário e nos elementos decorativos.

Cientes das imagens e das expectativas que os cidadãos têm relativamente ao campo, os proprietários de unidades TER, muitos dos quais nasceram e tiveram uma experiência de vida na cidade, procuram adequar o produto turístico que oferecem aos mesmos. Este

desiderato é realizado através de duas fórmulas. A primeira delas tem a ver com o aspecto físico das casas, que em muitos casos são deixadas com a pedra à vista; a outra tem a ver com o recheio das casas. Nos casos em que existe coabitação entre os hóspedes e os hospedeiros, esta situação reflecte-se essencialmente nos espaços de uso comum aos hóspedes e hospedeiros e na respectiva decoração⁵. Entre estes espaços de uso comum, ocupam lugar de relevo as salas de estar ou lazer e as salas de refeições, assim como os jardins, cozinhas, adegas e pavilhões de caça (IUTER, 2001).

A decoração dominante nestes espaços é, na maioria dos casos, composta por objectos tradicionais de uso doméstico e alfaias agrícolas, expressando uma identidade claramente rural, reforçada pelo facto de muitos quadros incluírem motivos bucólicos, bem como pela circunstância de existirem em muitas unidades, entre outros artigos, potes de ferro, artesanato, faianças e cerâmicas tradicionais. Um dado adicional é que estes elementos decorativos, de cunho marcadamente rústico, se encontram presentes em todas as modalidades de alojamento, incluindo o Turismo de Habitação. A maioria das unidades inscritas nesta última modalidade possui, no entanto, um mobiliário e uma decoração de algum modo mais requintados, que incluem cristais e pratas, tapeçarias, quadros, brasões e retratos de família. Este ambiente senhorial acentua-se no mobiliário dos quartos, onde se destaca a *chaise-longue* e o tálamo de ferro com Coroa de Rei, Dona Maria, Dom Luís, Dom José e de Dossel, materiais geralmente de família ou adquiridos em antiquários⁶. Tais objectos procuram não raramente reflectir o cariz multissecular das casas e das famílias que as possuem. Nas casas que procuram recriar um ambiente rústico, o mobiliário e a decoração dos quartos possuem em geral as mesmas características, incluindo camas de ferro, armários embutidos na parede, chãos de pedra e objectos de uso quotidiano (ferros de engomar, gasómetros, penicos, recipientes de cobre, etc.). Os elementos religiosos marcam presença de uma forma recorrente nas unidades TER, com oratórios, crucifixos e iconografia associada, bem como capelas no caso dos solares e casas apalaçadas. Os casos abaixo apresentados são exemplificativos destas duas situações:

Caso 1 – Casa de Sezim (Nespereira, Guimarães)

«O mobiliário da casa foi escrupulosamente respeitado, muito bem conservado, com peças antigas portuguesas e algumas camas com cabeceiras metálicas, combinadas com

⁵ No caso das modalidades de hospedagem aqui em estudo, exceptuando as Casas de Campo e do Turismo de Aldeia, é obrigatória a residência dos seus proprietários ou entidades exploradoras durante o período de exploração nas mesmas.

⁶ Num artigo relacionado com um estudo efectuado numa freguesia rural beirã, Sobral 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.» (1999:75-76).

tecidos elegantes. Nas paredes, alternam a pedra à vista e o tijolo tosco. O recanto mais acolhedor é a cozinha, onde se manteve o primitivo forno e as vigas de madeira, conservando os utensílios antigos, dos bancos aos suportes para pratos, passando por panelas de cobre, patos de barro e até réstias de alhos, que faziam parte do serviço da casa.» (Ricci, s/d: 58).

Caso 2 – Monte da Diabrória (Beringel, Beja)

«Simples e muito ligada à tradição agrícola da casa. Os quartos de dormir são grandes, com mobiliário rústico e algumas camas suplementares. A sala de estar ocupa a antiga cozinha, com uma enorme lareira de alvenaria apoiada numa parede de pedra à vista, em volta da qual se dispuseram uma série de objectos rústicos e antigos, combinados com instrumentos agrícolas e utensílios destinados à ganadaria: bancos de madeira, banquinhos de ordenha, forquilhas, etc., alguns bastantes curiosos.» (Ricci, s/d:174).

Os proprietários com quem contactámos no quadro desta pesquisa 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.

Idealizando os modos de habitar tradicionais dos campos portugueses, a intenção subjacente a um mobiliário e aos elementos decorativos das unidades afectas ao TER que acabámos 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).

Apesar de o TER proporcionar duas distintas formas de estar no campo, todas as modalidades aqui em estudo partilham um denominador comum que cumpre sublinhar: 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 desse mesmo tempo, através da inclusão de elementos religiosos, lareiras, utensílios agrícolas e outros artefactos ligados à vida campestre. A par destes elementos associados à tradição, estas casas contêm outros habitualmente vinculados à modernidade, tais 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 empresta validade empírica à ideia de Lanfant, segundo a 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 desaparece. A modernidade já não pressupõe a rotura com a tradição, mas a sua absorção. Inversamente, a tradição não é reanimada por um movimento de protesto contra a modernidade, surgindo incorporada na mesma.» (1995:36).

O que estas unidades constituem é, assim, uma versão idealizada do mundo rural, na qual este surge desprovido dos seus aspectos mais incómodos, entre os quais 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 turistas vão encontrar nestas unidades pertencem, de algum modo, a uma classe social similar às suas, em razão do seu considerável capital cultural e económico. Ao mesmo tempo, os estabelecimentos TER proporcionam aos seus hóspedes alimentos que satisfazem todas as condições actuais de higiene e segurança alimentar.

Por outro lado, torna-se relevante chamar a atenção para o facto de os proprietários do TER terem o expresso objectivo de proporcionar aos seus hóspedes uma acomodação radicalmente distinta da dos meios de alojamento convencionais, os hotéis e pensões.

O ambiente familiar e o atendimento personalizado surgem assim, para os proprietários, como os principais traços distintivos das unidades TER face aos meios de alojamento tradicionais, desempenhando um papel crucial na construção de uma ideologia que procura distinguir o TER das formas convencionais de alojamento, com base no carácter personalizado das relações que se desenvolvem entre hóspedes e hospedeiros.

Os Promotores da Oferta

É corrente afirmar-se que «o turismo é um sector económico de vocação essencialmente privada» (Cavaco, 1999:281). E a verdade é que os estabelecimentos ligados ao turismo rural, incluindo o alojamento, a restauração e outros serviços, estão geralmente na posse de privados (Sharpley e Sharpley, 1997:69, 85), tal como tende a ocorrer com todos os sectores económicos nas economias de mercado. Em Portugal encontramos uma situação

similar. O universo do TER reitera-o, pois as casas afectas ao dito constituem propriedades privadas. Como informa o Quadro 8, a maioria destas unidades pertencem a um só indivíduo e são exploradas pelo proprietário, que normalmente é responsável pelo funcionamento das mesmas.

Quadro 8 – Proprietários e Formas de Exploração

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	
Proprietário	95,7%
Arrendatário	2,0%
Comodatário	2,0%
Assalariado	0,7%

Fonte: IUTER, 2001

Acresce que, como consta do Quadro 9, a maioria das unidades TER é gerida por indivíduos nascidos nas respectivas regiões de inserção das mesmas, à excepção do Alentejo, onde cerca de três quartos das casas estão a cargo de forasteiros, maioritariamente originários da região de Lisboa e Vale do Tejo. Por outro lado, é significativo que se registre a presença de estrangeiros, alguns dos quais filhos de emigrantes portugueses, em todas as regiões, particularmente no Algarve, em Lisboa e Vale do Tejo e Alentejo. Sobressai ainda o facto de serem os indivíduos originários da região de Lisboa e Vale do Tejo aqueles que apresentam um maior índice migratório, marcando presença em todas as regiões, sendo plausível que uma grande parte dos mesmos efectue deste modo um movimento inverso aos dos seus ascendentes.

Quadro 9 – Região de Origem dos Proprietários

Região de Origem do Proprietário TER \ Região da Unidade TER	Norte	Centro	Lisboa e Vale do Tejo	Alentejo	Algarve	Estrangeiro
Norte	85,1%	2,7%	9,5%	0,0%	0,0%	2,7%
Centro	10,7%	64,3%	21,4%	0,0%	0,0%	3,6%
Lisboa e V. Tejo	0,0%	12,5%	75,0%	0,0%	0,0%	12,5%
Alentejo	5,9%	5,9%	52,9%	23,5%	0,0%	11,8%
Algarve	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%

Fonte: IUTER, 2001

A mesma fonte permite ainda constatar que 50,3% dos responsáveis pelo funcionamento das unidades TER em Portugal são do sexo feminino. Este valor traduz o

dinamismo e [o] protagonismo que as mulheres portuguesas vêm detendo nas actividades de acolhimento turístico em espaço rural, uma situação que é, de resto, comum a muitos outros países (Valiente e Garcia Ramon, 1995; Bouquet e Winter, 1987). 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 atribui quase a título de exclusividade. (Ribeiro, 2003:211)⁷.

Por outro lado, a maioria dos responsáveis do TER possui entre 45 e 60 anos e detém formação académica superior, como mostram os Quadros 10 e 11.

Quadro 10 – Idade dos Responsáveis

Idade do Responsável	Número Relativo
< 45 anos	29,1%
45 a 60 anos	39,2%
> 60 anos	31,8%

Fonte: IUTER, 2001

⁷ Para uma leitura da relação entre turismo e género, particularmente no domínio do Agroturismo, ver Nilsson (2002).

Quadro 11 – Habilitações Académicas dos Responsáveis

Grau Académico	Número Relativo
4ª Classe	6,0%
9º Ano	15,4%
12º ano	22,8%
Ensino Superior	55,7%

Fonte: IUTER, 2001

Muitas destas pessoas, 51,0%, para além das funções desempenhadas na casa, exercem uma outra actividade profissional, que, de certo modo, corresponde às suas respectivas habilitações académicas – ver Quadro 12.

Quadro 12 - Profissão do Responsável

Categoria Profissional	Número Relativo
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

Com efeito, mais de metade dos indivíduos nas condições acima referidas 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 de certo modo traduz o peso relativo do AgroTurismo no conjunto das modalidades afectas ao TER em Portugal (15,7%).

Refira-se que 36,9% dos responsáveis detinham conhecimentos prévios da actividade turística antes de a começar a exercer. A grande maioria iniciou a sua actividade turística entre 1990 e 2001, como se constata através do Quadro 13.

Quadro 13 – Data de Entrada na Actividade

Período Temporal	Número Relativo
Até 1983	7,3%
De 1984 a 1989	17,8%
De 1990 a 1994	35,9%
De 1995 a 2001	38,7%

Fonte: IUTER, 2001

A entrada dos proprietários na actividade, de acordo com as entrevistas, foi impulsionada num grande número de casos pela recuperação e a rentabilização de imóveis e outras estruturas, a maioria das quais herdadas. Mas também há quem tenha adquirido e restaurado imóveis com o intuito de criar um negócio rentável. Esta situação ocorre fundamentalmente no caso das unidades afectas ao 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 na 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 detém, neste ponto, um valor exemplificativo, o mesmo acontecendo com a aquisição de duas casas rústicas em Sortelha para construção de Casas de Campo. A segmentação dos proprietários elaborada por Ribeiro (2003: 208-210) a propósito do espírito com que os promotores da oferta desenvolvem a actividade parece-nos, neste ponto, particularmente feliz. Existe, por um lado, uma parcela de indivíduos que enveredou pela actividade com um móbil de recuperação de património arquitectónico e que tem uma atitude claramente reactiva face ao mercado em razão do seu escasso 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, as entrevistas e os estudos de caso efectuados em diferentes pontos do país permitem-nos identificar, ainda que de forma preliminar, três grandes grupos de actores. Existe, por um lado, um grupo 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. Por outro, existe um grupo formado por agricultores e criadores de animais que

procuram rentabilizar antigas instalações agrícolas, como sejam celeiros, casas de caseiros e arrumos. Finalmente, existe um terceiro grupo constituído por indivíduos que recuperam e adaptam antigas habitações, situadas em aldeias ou nouro tipo de povoações, a fim de retirar dividendos da sua exploração turística. Pode-se então concluir que os proprietários, que normalmente têm a cargo a responsabilidade pelo funcionamento das casas, não são 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 TER, que foi criada mediante o aproveitamento de imóveis e outras estruturas físicas pertencentes à família. Possuem, em resumo, características similares às apontadas por Moreira num estudo sobre o sector efectuado nos finais da década de 1980, como sejam um grau académico superior e um elevado padrão socioeconómico (1994:161). Baptista refere a propósito que

A propriedade fundiária, os grupos sociais possuidores de grandes domínios fundiários, mantêm posições destacadas no 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. (2002:71).

As Associações de Proprietários

Num estudo sobre o TER efectuado em finais da década de 1980, 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 44,4% de referências e a PRIVETUR com 33,3%.» (1994:164).

Os dados por nós apurados através do inquérito por questionário elaborado em 2001 mostram uma realidade substancialmente diferente, pois apenas 24,2% dos inquiridos revelaram manter contactos com Associações de Proprietários, no exercício da actividade turística, assumindo as Regiões de Turismo o papel de parceiro preferencial (71,2%). A debilidade do movimento associativo dos proprietários encontra-se ainda patente no relativamente diminuto número de associados das diferentes Associações de Proprietários existentes em Portugal e na ausência de dinamismo da maioria das mesmas. Em Portugal existem quatro Associações de Proprietários: TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação/Solares de Portugal, PRIVETUR – Associação Portuguesa de Turismo de Habitação, ANTER – Associação Nacional de Turismo no Espaço Rural - e Casas de Sousa - Associação de Turismo no Espaço Rural do Vale do Sousa. O objectivo central destas associações é defender os interesses dos associados e, por conseguinte, desenvolver, promover e publicitar o TER 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 atractividade 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.»

Fundada em 1983 e sediada em Ponte de Lima, a TURIHAB, presentemente com 95 casas associadas, a maioria das quais no Minho, é a mais antiga das associações e a que mais tem contribuído para o desenvolvimento do sector através de iniciativas tais como: a criação da imagem “Solares de Portugal” (que engloba três tipos de unidades: Casas Antigas, Quintas e Herdades, Casas Rústicas); a organização de seminários sobre o assunto – quatro “Encontros Nacionais sobre Turismo de Habitação”, um “Encontro Nacional de Turismo de Aldeia”; a criação de uma central de reservas – CENTER (Central Nacional do Turismo no Espaço Rural); assinatura de protocolos de cooperação com inúmeras entidades públicas e privadas, dentro e fora do sector turístico, em Portugal e no estrangeiro; integração na fundação do consórcio europeu “Europa das Tradições”, juntamente com organizações da Irlanda, França, Reino Unido e Holanda, e está a desenvolver um projecto de alargamento desta rede a outros países europeus (Alemanha, Eslovénia e Hungria) e não europeus (Brasil); leva ainda a cabo acções de divulgação e promoção do TER em Portugal e no estrangeiro e desenvolve outras actividades de animação em unidades de turismo dos seus associados que

envolvem recitais de música, procurando de algum modo promover o produto e simultaneamente atenuar a sazonalidade.

Entre as associações ligadas ao sector cabe ainda referir a ATA (Associação de Turismo de Aldeia). Esta associação tem por finalidade promover a imagem da marca Aldeias de Portugal e foi criada pelas três agências LEADER do Alto Minho (ADRIL, ADRIMINHO, ATAHCA) no seguimento de intervenções por elas conduzidas num conjunto de aldeias de montanha, perspectivando o desenvolvimento do Turismo de Aldeia. Note-se que a ATA não se restringe às áreas de actuação das associações fundadoras (Vale do Lima, Vale do Minho e Alto Cávado), englobando áreas de intervenção de outras Associações de Desenvolvimento Local: Terras de Sousa (ADER SOUSA), Serras de Montemuro, Arada e Gralheira (ADRIMAG), Douro Sul (BEIRADOURO), Douro Tâmega (DOLMEN), Terras de Basto (PROBASTO) e Vale do Ave (SOL DO AVE). 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 TER em Portugal, quer através do apoio concedido à criação e/ou melhoramento deste tipo de unidades, quer através de acções de divulgação e promoção, 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. No que aos promotores diz respeito, tais acções de formação incidem sobre aspectos deontológicos, administrativos, estéticos e higiénicos – no âmbito da ATAHCA, a frequência destas acções de formação é obrigatória. Os titulares do TER têm ainda à sua disposição o *Manual – Empresário de Turismo em Espaço Rural*, que fornece informações relativas a uma multiplicidade de assuntos, entre eles as formalidades que são necessárias cumprir, os apoios financeiros, medidas de rentabilização do negócio e formas de comercialização do produto – por exemplo, o acolhimento, manutenção e a despedida (Terras do Cante – Viagens e Turismo, S.A., 1995).

A Promoção do TER

O marketing é, de acordo com alguns autores, a «arte de persuadir» e a «retórica da sedução» de consumidores previamente conhecidos quanto aos seus desejos e motivações (cf. Urbain, 1989:108), o que também se aplica ao fenómeno do TER em Portugal. Para além do “boca a boca”, que muitos proprietários consideram ser o meio mais eficaz, a oferta de alojamento do tipo TER em Portugal é divulgada através de diversos meios, com destaque para os folhetos/roteiros turísticos e a Internet, havendo ainda casos que recorrem a Outros Meios, como o Guia Oficial TER da DGT, *outdoors*, brochuras, revistas especializadas, operadores turísticos, agências de viagens, Associações de Proprietários e feiras do sector, como informa o Quadro 14.

Quadro 14 – Meios de Divulgação

Suporte Publicitário	Número Relativo
Folhetos/Roteiros Turísticos	84,3%
Internet	73,2%
Jornais	19,0%
Televisão	3,9%
Rádio	3,3%
Outros Meios	27,5%

Fonte: IUTER, 2001

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*, diz-se que

«todos os espaços reacendem as memórias de tempos em que havia tempo. Tempo para bem receber quem viesse por bem e para perpetuar saberes, experiências, histórias e tradições, nos salutareis serões de família que, noite após noite, se animavam ao som da lareira crepitante.» (TURIHAB, 1998:18).

De igual modo, num livro promocional do mesmo produto (TURIHAB, 1999), quando se faz a apresentação das unidades TER, diz-se correntemente que as mesmas propiciam ou constituem o local ideal para:

«repousar das fadigas da vida citadina»;

«um ambiente calmo e de grande sossego, propício ao repouso dos grandes centros»;

«uma família passar umas tranquilas e bucólicas férias»;

«refúgio de quantos sonham com umas férias no campo»;

«todo o conforto e comodidade desejados, num ambiente rural, calmo, interrompido somente pela queda das águas do Rio Labruja»;

«no pequeno jardim, ouve-se o silêncio das madrugadas e o chilrear dos passarinhos onde poderá passar uns dias agradáveis»;

«situada num calmo ambiente rural, estando os seus campos cultivados com nogueiras e castanheiros»;

«abraça o silêncio e a beleza das paisagens das Terras de Basto, sendo ideal para uns dias de descanso»;

«antigas tradições de hospitalidade»;

«a oportunidade de viver a qualidade, o conforto e o bom gosto tradicional e tipicamente duriense, num ambiente familiar e singelo».

Este tipo de afirmações é parte integrante de outros meios de divulgação do TER em Portugal, como sejam as brochuras, sites da Internet, o compêndio das casas afectas à Associação de Turismo no Espaço Rural do Vale do Sousa, o Guia Oficial da DGT (2002) 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.

As referidas 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 relevância na medida em que, como dizem Thurot e Thurot, os objectos de consumo turístico adquirem maior saliência e visibilidade através das suas representações, o discurso publicitário, do que

através das suas qualidades intrínsecas (1983). Tais discursos são claramente direccionados para um segmento de mercado constituído por indivíduos pertencentes às classes médias urbanas do país e do estrangeiro, que habitualmente se deslocam para este tipo de unidades e para os seus locais de implantação a fim de quebrar a rotina e de obter uma experiência revigorante no campo, indo ao encontro de atributos tangíveis e intangíveis que crêem estar ausentes dos seus habituais locais de trabalho e residência, com destaque para a tranquilidade, a natureza, a tradição e a autenticidade (Silva, 2006). A par disto, a procura das diferentes modalidades está muitas vezes associada a distintas motivações, como sejam: (i) a intenção de estar numa casa senhorial e conviver de modo próximo com famílias representativas da antiga nobreza de província e, por conseguinte, de elevado estatuto social, (ii) a de entrar, de alguma forma, no modo de vida de uma exploração agrícola e (iii) a de habitar temporariamente numa Casa de Campo de tipo rústico⁸. Em 2003, este mercado representou cerca de 457 mil dormidas, onde se incluem cerca de 205 mil portugueses, sendo os principais países emissores a Alemanha, o Reino Unido, a França, a Espanha e a Holanda (DGT, 2004a).

Conclusão

As modalidades afectas ao TER em estudo neste texto integram-se numa lógica mais ou menos recente de aproveitamento e readaptação de patrimónios construídos para fins de alojamento turístico em meio rural. Trata-se de uma fórmula que, no fundo, produz uma versão fac-similada e idealizada dos modos tradicionais de construir e de habitar em zonas rurais, quer no tocante aos solares e casas apalaçadas, quer relativamente às casas rústicas. Por outras palavras, o TER produz dois tipos de estabelecimentos, um aproximado do modelo de habitação característico de uma certa nobreza de província e que corresponde aos solares e casas apalaçadas e outro relacionado com o arquétipo das casas rústicas características das pessoas do campo com algumas posses.

A oferta deste tipo de unidades, por seu lado, tem vindo a aumentar a um ritmo assinalável, registando um crescimento médio anual de 12,3%, entre 1984 e 2003. As 936 unidades existentes em 2003 distribuem-se de forma irregular pelo país, concentrando-se essencialmente na região do Norte. A maioria destas casas encontra-se inserida em quintas ou

⁸ Convém sublinhar o facto de as duas primeiras intenções, apesar de constarem no discurso promocional das casas, nem sempre se concretizarem, dado que não existe recorrentemente margem para relacionamento directo com os membros das antigas famílias aristocráticas e que muitas quintas não têm actividades agropecuárias passíveis de observação ou participação pelos hóspedes.

herdades, muitas das quais com outras actividades produtivas. A par do alojamento, a oferta inclui habitualmente diversas actividades de diversão e animação turística. Estas casas pertencem habitualmente a um indivíduo, que as explora de um modo directo e que é responsável pelo seu funcionamento. Os proprietários destas casas, que geralmente possuem um considerável capital económico e cultural, não formam um grupo homogéneo, sendo possível identificar três grandes grupos: 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; o dos agricultores e criadores de animais que procuram rentabilizar antigas instalações agrícolas, como sejam celeiros, casas de caseiros e arrumos; e o dos indivíduos que recuperam e adaptam antigas habitações, situadas em aldeias ou nouro tipo de povoações, a fim de retirar dividendos da sua exploração turística.

Por outro lado, o produto oferecido por estes indivíduos destina-se preferencialmente a um segmento de mercado constituído maioritariamente por pessoas pertencentes às classes médias urbanas do país e do estrangeiro, que com maior ou menor regularidade vão para o campo em busca de algo que não encontram no ambiente onde habitualmente vivem e trabalham, como sejam a tranquilidade, a natureza, a tradição e a autenticidade.

Referências Bibliográficas:

BAPTISTA, F. O. (2002), «Europa do Sul – O Espaço e o Rural», em Edelmira Perez Correa; José Maria Sumpsi (coords.), *Políticas, Instrumentos y Experiencias de Desarrollo Rural en América Latina y Europa*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación: 65-82.

CALAME, F. (2000), «Terre sur bois, rien ne bouge», em Denis Chevallier (org.), *Vives Campagnes: Le Patrimoine Rural, Projet de Société*, Paris, Autrement: 169-185.

CAVACO, C. (1999), «Turismo Rural e Turismo de Habitação em Portugal» em Carminda Cavaco (coord.), *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa: 293-304.

Direcção-Geral do Turismo, 2000, *O Turismo no Espaço Rural de 1984 a 1999*, Lisboa, Direcção Geral de Turismo - Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.

Direcção-Geral do Turismo, 2001, *O Turismo no Espaço Rural em 2000*, Lisboa, Direcção-Geral do Turismo - Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.

Direcção-Geral do Turismo, 2002, *O Turismo no Espaço Rural em 2001*, Lisboa, Direcção-Geral do Turismo - Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.

Direcção-Geral do Turismo, 2004a, *O Turismo no Espaço Rural em 2003*, Lisboa, Direcção-Geral do Turismo - Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.

Direcção-Geral do Turismo, 2004b, *O Turismo em 2002/03 Portugal – Continente e Regiões Autónomas*, Lisboa, Direcção-Geral do Turismo - Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.

EHRENTAUT, A. (1996), «Globalization and the representation of rurality: Alpine open-air museums in advanced industrial societies», *Sociologia Ruralis*, 36, (1): 5-26.

EMBACHER, H. (1994), «Marketing for Agri-Tourism in Austria: Strategy and Realisation in a Highly Developed Tourist Destination», *Journal of Sustainable Tourism*, 2, (1&2): 61-76.

GIMÉNEZ GUERRERO, M. del Mar (1996), «La Red Social como Elemento Clave del Desarrollo Local. El Caso de los Programas Leader de Castilla y Leon», em *III Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais*, Lisboa, Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, II: 408-419.

IUTER – Inquérito às Unidades De Turismo em Espaço Rural, 2001.

LANFANT, Marie-Françoise (1995), «Internacional Tourism Internationalization and the Challenge to Identity», em Marie-Françoise Lanfant; John B. Allcock; Edward M. Bruner (eds.) 1995, *International Tourism, Identity and Change*, London, Sage: 24-43.

MOREIRA, F. J. (1994), *O Turismo em Espaço Rural: Enquadramento e Expressão Geográfica no Território Português*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.

NILSSON, P. A. (2002), «Staying on Farms, an Ideological Background», *Annals of Tourism Research*, 29, (1): 7-24.

OCDE (1994), *Tourism Strategies And Rural Development*, Paris.

RIBEIRO, M. (2003), «Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural, em Portugal», em José Portela; João Castro Caldas (orgs.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta: 199-216.

RICCI, Maria de, s/d, *100 Alojamentos Seleccionados em Portugal*, Rio de Mouro, Girassol Edições Lda.

SHARPLEY, R. e SHARPLEY, J. (1997), *Rural Tourism: An Introduction*, Oxford, International Thomson Business Press.

SILVA, L., (2006), «O Campo das Classes Médias Urbanas», Comunicação apresentada no *Terceiro Congresso da Associação Portuguesa de Antropologia – Afinidade e Diferença*, Lisboa, 6 a 8 de Abril.

SOBRAL, J. M. (1999), «Da Casa à Nação: Passado, Memória, Identidade», em *Etnográfica*, III, (1): 71-86.

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, J. M., e THUROT, G. (1983), «The Ideology of Class and Tourism. Confronting the Discourse of Advertising», *Annals of Tourism Research*, 10: 173-189.

TURIHAB (1998), «Solares de Portugal», *Casas de Portugal*, (13), Dezembro: 17-32.

TURIHAB (1999), *Solares de Portugal*, Ponte de Lima, TURIHAB.

URBAIN, Jean-Didier (1989), «The Tourist Adventure and His Images», *Annals of Tourism Research*, 16: 106-118.

WILLIAMS, W. e PAPAMICHAEL, E. M., 1995, «Tourism and Tradition: Local control Versus Outside Interests in Greece», em Marie-Françoise Lanfant; John B. Allcock, Edward M. Bruner (eds.), *International Tourism, Identity and Change*, London, Sage: 127-142.