

## **A OFERTA DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL**

### **ESTUDO DE CASO DA REGIÃO DÃO-LAFÕES**

Lúcia de Jesus\*, Elisabeth Kastenholtz\*\* e Elisabete Figueiredo\*\*\*

\* Assistente da Escola Superior Agrária de Viseu. Aluna de Doutoramento da Universidade de Aveiro  
e-mail: mljesus@sapo.pt

\*\* Professora Auxiliar. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro  
e-mail: elisabethk@ua.pt

\*\*\* Professora Auxiliar. Secção Autónoma de Ciências Sociais, Jurídicas e Políticas. Universidade de Aveiro  
e-mail: elisa@ua.pt



**Colóquio Ibérico de Estudos Rurais**  
**Cultura, Inovação e Território**

**Coloquio Ibérico de Estudios Rurales**  
**Cultura, Innovación y Territorio**

**Coimbra, Portugal**

**Outubro / Octubre 23-25, 2008**

**Comunicação apresentada no VII CIER – Cultura, Inovação e Território**

## Resumo

*O turismo rural tem sido encarado como um instrumento de diversificação das economias rurais. Para que tal aconteça a oferta disponibilizada aos turistas não pode cingir-se ao alojamento e “pouco mais”. No caso dos empreendimentos de turismo em espaço rural (TER), se não se aliar a tranquilidade proporcionada nos empreendimentos com actividades de animação que identifiquem (na medida do possível) o lugar e a região perdem-se oportunidades e podem ganhar-se desilusões (dos turistas).*

*Baseados em entrevistas exploratórias feitas a cerca de 15% dos promotores de TER da Região Dão-Lafões (RDL) adiantamos que os promotores deste tipo de empreendimentos encaram a animação como algo “secundário” a proporcionar.*

## Palavras-chave: Turismo Rural, oferta diversificada

### Introdução

O desenvolvimento do turismo nacional não se deu em “obediência a uma política regional”, mas antes, por força de circunstâncias exógenas ou pela existência de condições naturais que respondiam a motivações da procura turística aproveitadas por interesses exteriores à região e ao país (Cunha, 2006). E os resultados estão à vista: forte sazonalidade, grande dependência em relação a determinados mercados e produtos, forte concentração geográfica ao longo da linha costeira (Costa, 2003) e custos ambientais crescentes, citando só alguns dos problemas.

A nova estratégia de desenvolvimento do turismo nacional terá que se basear na diversificação - espacial e de produtos, na diferenciação e na conquista do mercado interno, já que é esta que parece garantir o desenvolvimento turístico das regiões do interior (Cunha, 2003). É nesta perspectiva que o desenvolvimento do turismo rural se constitui como uma oportunidade a aproveitar e promover, tanto mais que simultaneamente pode contribuir para a dinamização social e económica dos territórios. Com efeito a descoberta de novos destinos e produtos turísticos em Portugal, “*associada à oportunidade de um desenvolvimento diferente e diferenciador, apostando no autêntico e visando o sustentável, apresenta-se como muito apelativa não só para o novo turista*” (Krippendorf, 1989 in Kastenholtz, 2005: 22) como ainda para “*os agentes mais conscientes e inovadores da oferta turística, para os responsáveis políticos destes destinos e para as suas populações*” (Kastenholtz, 2005: 22).

Numa altura em que se diversificam destinos e onde muitos turistas deixaram de procurar apenas um local de descanso e de evasão do quotidiano, deslocando-se também motivados pela prática de outras actividades que justifiquem a sua permanência, assume uma importância primordial a oferta de actividades de animação turística, “*desde a desportiva, de natureza, de aventura ou de cultura*” (Vieira, 2005: 3). Mas para que seja possível proporcionar essa oferta aos turistas é essencial que os empresários,

os autarcas, as associações e as populações dos meios rurais sintam, que só em conjunto e de forma articulada e integrada o consigam.

Baseados em entrevistas exploratórias realizadas a cerca de 15% dos promotores de TER da RDL, esta comunicação dá conta da débil oferta de animação turística que proporcionam bem como da fraca interligação com as entidades locais.

## 1. Outras “gentes” procuram as áreas rurais

As diversas economias rurais da Europa atravessam, hoje, uma reconhecida crise do sector agrícola (Carqueja, 1998; Cánoves, Villarino, Priestley & Blanco, 2004). Os efeitos desta crise têm conduzido a reestruturações em termos de políticas agrícolas e à atribuição de novos “papéis” para as áreas rurais. É no rol destes “papéis” que o turismo surge como um importante instrumento de desenvolvimento das economias das referidas regiões (Ribeiro & Mergulhão, 2000; Ribeiro & Marques, 2002; Cristóvão, 2002; Ribeiro & Vareiro, 2007). Com efeito o turismo e o recreio em espaço rural são actualmente as vias mais utilizadas para o desenvolvimento destas áreas (Valente & Figueiredo, 2003). Daí que, no âmbito da generalizada convicção sobre os contributos que o turismo pode dar à superação dos problemas socioeconómicos das áreas rurais em geral, e em particular sobre os das regiões ditas desfavorecidas, os espaços rurais têm vindo a ser, progressivamente, incorporados na “*categoria de espaços de turismo*” (Ribeiro, 2003a: 199) e a “*espaços do desejo*” e que *estão* na “*moda*” (Aliste, 2000 in Ribeiro, 2003b: 41). Por outro lado, a procura pelo campo enquadra-se nas mudanças ocorridas nas sociedades contemporâneas em geral, que resultam no entendimento das áreas rurais “*como bens de consumo e património comum*” (Peixoto, 2002 in Figueiredo, 2003: 65). Para tal contribuem factores relacionados com os níveis crescentes de instrução da população, o crescente interesse pelo património e pelas culturas locais, a melhoria das vias de comunicação (Leal, 2001) e a maior “*sensibilidade ligada às questões de saúde e à estética corporal*”, baseada numa alimentação supostamente natural, no gozo de ambientes físicos não poluídos e no exercício físico – caminhadas e actividades desportivas diversas (Ribeiro, 2003: 201). Ou seja, procura-se o diferente e o personalizado: o “*lore, landscape, leisure*” em detrimento do estandardizado e massificado do “*sun, sea and sand*” da década de sessenta e setenta (Cunha, 2006: 61).

Embora seja certo que haja alguma diversidade de motivações no seio do mercado de turistas em espaço rural (Kastenholz, Davis & Paul, 1999), na base desta procura estão razões de ordem social e psicológica intimamente associados à realidade social ou imaginária do indivíduo “*quebrar a rotina*” e/ou “*escapar da vida quotidiana*” em busca de algo que não existe no local onde ele vive e trabalha (Silva, 2007: 145). Este é fundamentalmente proveniente dos grandes centros urbanos (Silva, 2007: 144), tem frequentemente uma forte consciência ambiental, possui experiência em termos de viagem, estando mais apto a fazer comparações, apresenta um nível cultural mais elevado, procura a autenticidade, o primitivo, a tradição, “as origens” mas também qualidade e um bom nível de serviços (Moniz, 2006).

Para além de ser importante conhecer os motivos pelos quais o indivíduo decide fazer turismo e pelos quais opta por um dado destino é importante satisfazer esta procura e a sua experiência. Daí a importância do “*produto turístico total*”, entendido “*como a experiência completa desde que o turista sai de casa até que regressa*” (Middleton, 1988: 78-81). Integra, desta forma, “*uma série de produtos singulares, para além de outras ofertas, atracções e recursos, nem sempre comercializáveis (como o património, o ambiente, a simpatia da população, o clima) e que no seu conjunto formam uma experiência turística global*” (Kastenholz, 2005: 23). E é justamente este “*produto turístico total*” que interessa fomentar nas áreas rurais procuradas por turistas, “*já que não é o desejo da alimentação ou a necessidade de dormir que são causais para o consumo turístico, mas a procura do destino ou então das suas características como um todo*” (Seitz & Meyer, 1995: 11 in Kastenholz, 2005: 23), incluindo aqui as ofertas de animação e diversão turística (observação da fauna e da flora; excursões temáticas pelo campo; passeios pedestres, de bicicleta ou a cavalo, etc).

## 2. Efeitos sobre o Desenvolvimento Rural

Vários autores (citando-se a título ilustrativo: Cavaco, 1995; Carqueja, 1998; Cavaco, 1999; Ribeiro, Freitas & Mendes, 2000; Leal, 2001; Valente & Figueiredo, 2003; Costa, 2003; Ribeiro, 2003a) falam a propósito do potencial de turismo em áreas rurais. Embora sendo “*minoritário no conjunto do mercado turístico*”, este tipo de turismo poderá dar uma contribuição valiosa para as economias das áreas rurais (Ribeiro & Vareiro, 2007: 472). As razões que levam a que o turismo possa ser um impulsionador do desenvolvimento rural são de vária ordem.

Em **primeiro lugar** porque o turismo é função das especificidades de cada região e só é viável quando existem valores locais que garantem uma vocação turística, é a actividade que melhor pode endogeneizar os recursos locais, sejam eles naturais, humanos, histórico ou culturais, proporcionando desta forma um maior valor acrescentado ao espaço rural e ao património natural e cultural (Cunha, 2006; Ribeiro & Vareiro, 2007; Direcção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural - DGADR, 2008).

Em **segundo lugar** o turismo opera uma transferência de rendimentos das regiões mais desenvolvidas para as menos desenvolvidas e pode ocasionar uma exportação de bens e serviços do interior da região (Cunha, 2006).

Em **terceiro lugar** o turismo a nível das regiões mais interiores e deprimidas, obriga e justifica o lançamento de infra-estruturas e de equipamento social que, servem não só os turistas mas também a população local e que de outro modo seria difícil de instalar (Cunha, 2006; DGADR, 2008). São exemplos disso a construção de vias de comunicação, as redes de saneamento básico, o abastecimento de água e electricidade, a instalação de serviços médicos, entre outros.

Em **quarto lugar** o turismo contribui para a dinamização e modernização da produção local ao apoiar a arte e o artesanato local, entre outros sectores. Em **quinto lugar** o turismo permite o

aproveitamento de instalações e equipamentos abandonados ou obsoletos garantindo-lhes uma nova função (Cunha, 2007). É o que acontece com a utilização para fins turísticos de casas e aldeias abandonadas, de que é exemplo a aldeia medieval Póvoa-Dão recentemente convertida em turismo de aldeia.

**Finalmente** mas não menos importante o turismo rural pode contribuir para a diversificação das actividades ligadas à exploração agrícola e para a criação de novos postos de trabalho, sobretudo para os jovens e para as mulheres (DGADR, 2008). Com efeito, a actividade poderá constituir-se como factor de diversificação das actividades económicas agrícolas, bem como factor de pluriactividade, através da possível dinamização de um conjunto de outras actividades económicas que dele são tributárias e que com ele interagem (Ribeiro & Vareiro, 2007; DGADR, 2008).

Vera (1997 in Pinto, 2004) apresenta uma tipologia bastante interessante dos benefícios do turismo rural, dividindo-os em económicos, meio-ambientais e antrópicos (ver tabela seguinte).

**Tabela 1 – Benefícios do turismo em espaço rural**

<b>Nível</b>	<b>Benefícios</b>
<b>Económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criação de emprego</li> <li>- Manutenção e melhoria dos serviços e actividades locais</li> <li>- Diversificação das actividades</li> </ul>
<b>Meio Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manutenção, conservação e melhoria da paisagem das zonas rurais</li> </ul>
<b>Antrópico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intercâmbios culturais</li> <li>- Manutenção de costumes e tradições locais</li> <li>- Aumento do interesse da comunidade pelas actividades de lazer e cultura</li> <li>- Apoio às pequenas empresas locais</li> </ul>

Fonte: Vera, 1997 in Pinto, 2004

Cada área rural tem as suas características intrínsecas e deverá ser em torno delas que a oferta turística se deve organizar, tendo-se no entanto a preocupação de não desvirtuar a sua identidade, salientando-se a necessidade fundamental de preservar a natureza, a paisagem e o património, bem como a de respeitar a cultura e tradição das sociedades rurais (Reis & Serafim, 2003).

### **3. A importância das actividades de animação turística**

Proporcionar aos turistas das áreas rurais uma oferta completa e diversificada, ou seja que inclua para além do alojamento actividades de animação e diversão turística é fundamental. Estas permitem

*“ocupá-los e descontraí-los, fazendo com que tenham recordações e imagens dos destinos, que se forem gratificantes, podem ajudar a prolongar as estadas, promover mais consumo e, principalmente, constituir uma forma de fidelizar clientes para novos períodos de férias”* (Ferreira, 2004: 88). Com efeito, se as motivações inerentes às deslocações para áreas rurais apelam frequentemente ao descanso entre a natureza e a tranquilidade, o sucesso do turismo no espaço rural não pode resignar-se a proporcionar estadas passivas nos meios de acolhimento. A par de outros elementos, tais como o alojamento, a restauração, os transportes e serviços diversos, a animação é um elemento fundamental de qualquer destino turístico, podendo concorrer decisivamente para a diferenciação de um destino e, assim, garantir-lhe uma vantagem competitiva face a destinos alternativos (Vieira, 2005). *“Ante a sua ausência num destino, em pouco tempo os turistas se sentem entediados, por não tomarem contacto com os recursos das regiões, nem com as (possíveis) actividades oferecidas pelas próprias unidades de alojamento”* (Ferreira, 2004: 88). No caso dos destinos rurais, em que os produtos disponibilizados se encontram, por vezes, limitados à oferta de alojamento e pouco mais, o défice de animação poderá efectivamente representar um forte constrangimento ao desenvolvimento turístico dessas áreas (Vieira, 2005) e estar na base da menor aceitação destes destinos pelos grupos urbanos mais jovens (Ferreira, 2004).

No caso dos empreendimentos de TER, mesmo que animação não seja considerada pelos promotores destes empreendimentos a sua principal valência, já que segundo os mesmos são frequentemente mais valorizadas outras categorias relacionadas com o “conforto”, a “proximidade da natureza”, o “ambiente familiar” (Vieira, 2007), o certo é que muitos dos turistas - os mais exigentes e/ou activos, solicitam a prática de actividades de animação que podem variar desde os passeios pelo campo, os desportos radicais a programas culturais (Cánoves, Villarino, Priestley & Blanco, 2004; Correia, 2005). No entanto há que, antes de mais, proporcionar actividades que se adaptem às especificidades dos territórios e à tipologia do público-alvo (Vieira, 2005). Por outro lado importa também ter presente que em destinos rurais o turista procura, principalmente, actividades de animação com elevado grau de autenticidade, integradas nas particularidades da vida local. É o “*espírito do lugar*” que conta, já que é aqui que é possível encontrar elementos que tornam um lugar único e inimitável (Yellow Road, 2007 in Alves, 2007: 4). Daí ser importante garantir: *“a colaboração da população, numa gestão (participação) conjunta (partilhada); a valorização das identidades e dos recursos existentes, sem permitir a sua destruição, isto é, sem pôr em causa a qualidade da vida rural e o equilíbrio ambiental”* (Correia, 2005: 4).

A questão da animação vem desde cedo a ser reconhecida pela própria legislação nacional que contemplou em 1978 a importância da *“diversidade, suficiência e adequação do equipamento complementar e de apoio, no qual se inclui designadamente, o desportivo e de animação”*, integrando piscina e campo de ténis (Decreto Regulamentar nº 14/78 de 12/5). Desde então para cá, a legislação portuguesa relativa ao turismo no espaço rural nunca deixou de integrar a animação, “*valendo a pena*” referir a possibilidade de proporcionar a *“oferta de serviços de interesse turístico nos domínios da animação, do artesanato, da cultura e até do desporto e recreio dos turistas”* (Decreto-Lei nº 251/84 de 25/7), o fomento da *“realização de festas tradicionais do ciclo da actividade agrícola, e aproveitando-se*

*a realização, em locais próximos, de feiras e arraiais de tradição local” (Decreto Regulamentar nº 5/87 de 14/1), a integração das “actividades de animação ou diversão turística que se destinem à ocupação dos tempos livres dos turistas e contribuam para a divulgação das características, produtos e tradições das regiões, designadamente o seu património natural, paisagístico e cultural, os itinerários temáticos, a gastronomia, o artesanato, o folclore, a caça, a pesca, os jogos e os transportes tradicionais” (Decreto-Lei nº 169/97, de 4/7) e a possibilidade de “exercer actividades de animação que se destinem à ocupação dos tempos livres dos seus utentes e contribuam para a divulgação, produtos e tradições das regiões em que os mesmos se situam” (Portaria 937/2008 de 20/8).*

Em síntese a animação permite a ocupação dos tempos livres dos turistas através da integração das actividades e dos recursos duma dada região bem como contribui para o desenvolvimento económico, social e cultural de todos os intervenientes no processo turístico (Decreto-Lei nº 56/2002 de 11/3; Ferreira, 2004).

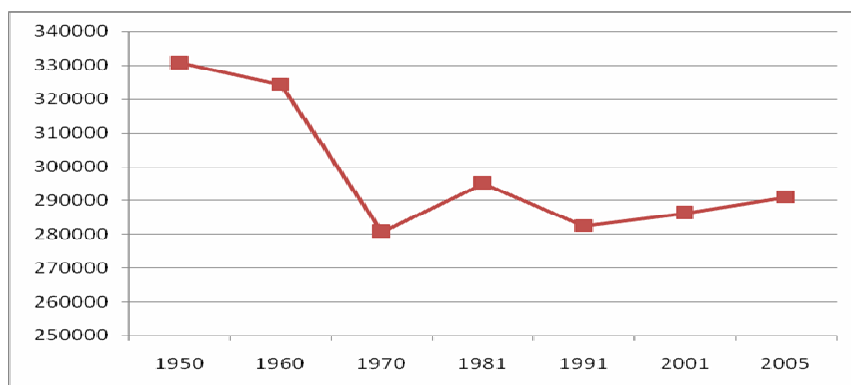
#### **4. As potencialidades da Região Dão-Lafões para o Turismo Rural**

##### **4.1 A Região**

A RDL localiza-se, na região norte da Região (NUT) Centro, entre as áreas do litoral e as terras do interior. A região estende-se por 15 concelhos (Aguiar da Beira, Carregal do Sal, Castro Daire, Mangualde, Mortágua, Nelas, Oliveira de Frades, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, São Pedro do Sul, Sátão, Tondela, Vila Nova de Paiva, Viseu e Vouzela) e 223 freguesias.

Com uma área de 3483 Km<sup>2</sup>, Dão-Lafões (DL) faz a ponte entre as regiões mais desenvolvidas do litoral e as menos desenvolvidas do interior, razão pela qual, embora considerada uma região desfavorecida, apresenta em alguns aspectos e/ou concelhos (nomeadamente em Viseu) características mais ténues de interioridade e pobreza. Com efeito, o valor do Produto Interno Bruto (PIB) e do Indicador *per Capita* do poder de compra afastam a região das suas congéneres mais desenvolvidas e colocam-na longe dos valores registados na Região Centro, tornando notória a sua vertente interior e desfavorecida (Instituto Nacional de Estatística -INE, 2006). Almeida (2001) refere que também ao nível dos indicadores que dão uma percepção sobre as condições de vida de trabalho das populações, como sejam os telefones por 1000 habitantes, levantamentos médios mensais *per capita* em caixas multibanco e a densidade de estradas, verifica-se que há ainda um longo caminho a percorrer para que a região atinja a média da Região Centro.

Face a este cenário o decréscimo da população na região tem sido praticamente uma constante. Não obstante do ligeiro acréscimo populacional dos últimos anos, desde a década de 50 até agora a região perdeu aproximadamente 40 mil indivíduos.



**Gráfico 1 - Evolução da população da RDL, 1950-2005** (INE, 1953; INE, 1963; INE, 1973; INE, 1983; INE, 1993, INE, 2003 & INE, 2006)

Exceptua-se a esta descida da população Viseu – único concelho que viu a sua população aumentar entre 1960 e 2005.

#### 4.2 A riqueza turística

Como é sabido nem todas as regiões rurais possuem condições para atrair turistas - é necessário que existam ou coexistam um conjunto de factores, a fim de assegurar o sucesso dos investimentos a realizar (DGADR, 2008). Citam-se entre esses factores: interesse da paisagem; interesses culturais, tais como monumentos e locais históricos, festas e romarias, património étnico, etc; condições para práticas desportivas ou de lazer (caça, pesca, passeios, etc.); qualidade das instalações de acolhimento e hospedagem e possibilidade de participação na vida activa das explorações agrícolas. É nesta perspectiva que DL desfruta de oportunidades importantes para a promoção do turismo rural e simultaneamente para o desenvolvimento socioeconómico da mesma. Com efeito, além de uma situação “*geoestratégica privilegiada*” a região dispõe de factores que favorecem a estruturação de um desenvolvimento turístico consistente, baseado em quatro produtos<sup>1</sup> que podem constituir as suas “âncoras” (Cunha, 2003), salientando-se entre estes produtos o turismo rural.

A nível paisagístico a RDL é caracterizada por uma paisagem diversa, marcada pelas serras do Caramulo, Arada, Montemuro, Freita, Lapa e Leomil e pelas águas dos rios Dão, Vouga, Paiva e Mondego, proporcionando condições para a prática de diversos desportos (canoagem, rappel, slide, rafting, entre outros), para além dos passeios a pé, de bicicleta ou a cavalo. É igualmente rica em património histórico, existindo vestígios e elementos que recordam o passado. Citam-se a título de exemplo as várias igrejas e capelas, os solares e casas antigas, as vias romanas, as estações arqueológicas e os vários castros existentes.

Um outro aspecto importante a salientar diz respeito à gastronomia tradicional da região e aos seus vinhos típicos. A este respeito vale a pena referir a existência da Rota dos Vinhos do Dão. Esta tem por

<sup>1</sup> Turismo de saúde, turismo rural/enoturismo, turismo cultural e turismo de negócios.



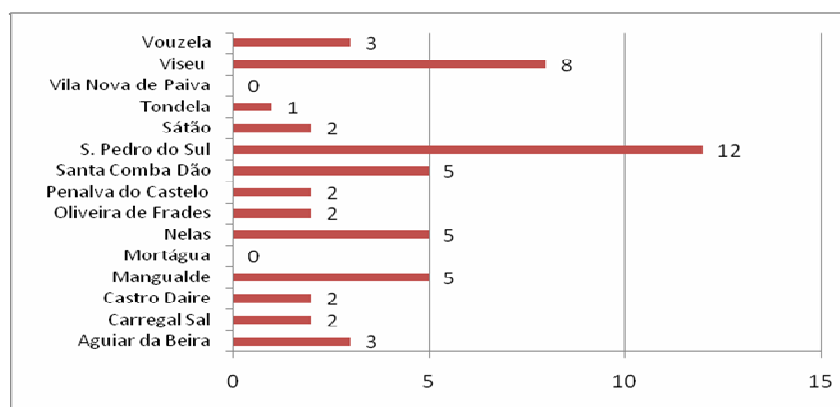
objectivo estimular o desenvolvimento do potencial turístico da região demarcada nas diversas vertentes da cultura vitivinícola, integrando um conjunto de locais dentro da região, associados à vinha e ao vinho, organizados em rede e que possam suscitar um reconhecido interesse por parte do turista (Costa & Dolgner, 2008).

Para além do referido a região é uma das mais ricas do país em estâncias termais possuindo a maior concentração termal do país. Tomando como referência um círculo com um raio de 25 km a partir de Viseu encontramos aproximadamente 1/6 das estâncias termais portuguesas que detém cerca de 1/3 do mercado termal nacional (Cunha, 2003).

#### 4.3 Os números do TER na RDL

Como é sabido a expressão “turismo no espaço rural” utilizada para designar o produto turístico baseado em meio rural, tem um sentido extremamente amplo, surgindo a realidade que pretende abarcar sob as mais diversas designações – agroturismo, turismo rural, turismo verde, ecoturismo, enoturismo, entre outras (Cunha, 2006). Não obstante de ser aceite que o conceito diz respeito ao turismo praticado em áreas rurais, explorado em pequena escala e respeitando as culturas locais (Leal, 2001; Pinto, 2004; Kastenholtz, 2005; Silvano, 2006; Cunha, 2006), na análise que se segue utilizaremos apenas como empreendimentos de TER os classificados em 2002 pela legislação nacional (Decreto-Lei nº 54/2002 de 11/3).

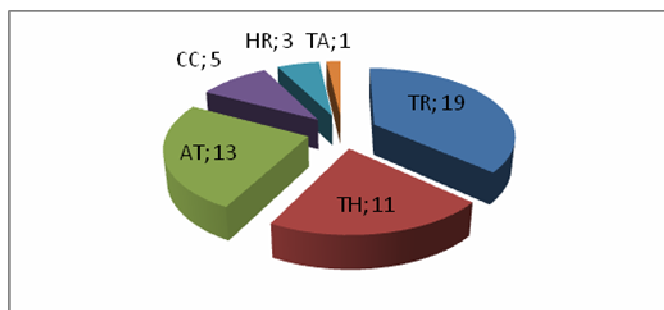
Em termos de alojamento TER, existem na RDL 52 empreendimentos (TP, 2007a). O concelho com maior nº de empreendimentos é S. Pedro do Sul, logo seguido do concelho de Viseu. Os únicos concelhos que não dispõem de alojamento desta natureza são Mortágua e Vila Nova de Paiva (ver ilustração seguinte).



**Gráfico 2 – Distribuição dos empreendimentos de TER por concelhos, 2007** (Turismo de Portugal - TP, 2007)

À semelhança do que acontece no país, na região a modalidade de Turismo Rural (TR) é a predominante, existindo 19 empreendimentos desta natureza. Segue-se a modalidade de Agro-turismo

(AT) com 13 empreendimentos e a modalidade de Turismo Habitação (TH) com 11 empreendimentos (ver ilustração seguinte).



**Gráfico 3 – Distribuição dos empreendimentos por modalidades, 2007 (TP, 2007)**

Se tivermos em conta o nº de empreendimentos de TER (224) da Região Centro, verificamos que em DL estão localizados aproximadamente  $\frac{1}{4}$  dos empreendimentos daquela região (formada por mais 11 sub-regiões estatísticas). Um outro aspecto que nos parece interessante mencionar é o facto da evolução do nº de empreendimentos de TER em DL (nestes últimos 7 anos) ser positiva, ao passo que na região centro é negativa.

**Tabela 2 – Evolução dos empreendimentos de TER<sup>2</sup> na RDL**

	2000	2004	2006	2007	$\Delta$ 07/00
<b>País</b>	668	965	992	999	49,6
<b>Centro</b>	274	240	219	219	-20,1
<b>Dão-Lafões</b>	39	56	51	49	25,6

Fonte: INE, 2000, 2002; DGT, 2003-2006; TP, 2006-2007

Dada a riqueza da região em termos turísticos e a existência de cerca de meia centena de empreendimentos aqui localizados, seria de esperar que para além de haver um novo estímulo para o respeito e admiração pela paisagem, pelo património e pelos “modos de vida locais” existisse um contributo para a dinamização das actividades económicas locais.

## 5. As potencialidades (“os frutos”) que não se colhem

### 5.1 Considerações prévias

<sup>2</sup> Uma vez que os hotéis rurais só foram contabilizados nas estatísticas a este respeito em 2006, por uma questão de rigor não contabilizámos este tipo de empreendimento na análise em questão.

Com o intuito de conhecermos melhor o perfil e as motivações dos promotores de TER da RDL bem como das ofertas dos seus empreendimentos realizámos entrevistas exploratórias<sup>3</sup> a cerca de 15% (8) destes promotores, nomeadamente das modalidades de TR, TH e AT (uma vez serem as modalidades predominantes na região). Para tal contactámos antecipadamente e de forma arbitrária os promotores deste tipo de empreendimentos, não se tendo mostrado disponíveis 2 deles.

Chama-se a atenção para o facto das informações a seguir apresentadas se basearem num primeiro trabalho de campo exploratório, devendo por isso ser interpretadas com alguma cautela. Ao mesmo tempo e dada a percentagem de empreendimentos contactados não se podem generalizar essas informações à totalidade da região.

## 5.2 Os promotores e as motivações

No caso dos empreendimentos (2) que revestem a forma de sociedade responderam à entrevista os sócios fundadores (dois casais) da empresa turística. No caso de empresas individuais, responderam à entrevista 4 promotores do sexo masculino e 2 do sexo feminino. Em relação à idade destas pessoas verificamos que não são pessoas novas: 60% tem mais de 65 anos, 30% mais de 55 anos e apenas uma pessoa tem mais de quarenta anos. Com excepção de um casal<sup>4</sup>, os promotores contactados possuem formação superior (o que indicia a pertença destes promotores a estratos sociais elevados).

No que diz respeito à situação perante a actividade profissional, 60 % dos promotores contactados está na situação de reforma (e daí a sua dedicação quase total ao empreendimento) e apenas 30 % desenvolve actividade profissional. Apenas um dos promotores, que não está ainda na situação de reforma, optou recentemente por dedicar a quase totalidade do seu tempo à gestão do empreendimento e à recepção de turistas. Do exposto (e de outras informações a este respeito veiculadas pelos promotores) parece antever-se que “à frente” dos empreendimentos de TER da região estão “*reformados enxutos*”, isto é, “*indivíduos que se retiraram da actividade profissional a que dedicaram uma vida de trabalho* (frequentemente em cidades de grande dimensão<sup>5</sup>), *em condições etárias e de saúde suficientemente satisfatórias para se envolverem em projectos que lhes preencham o tempo libertado*”. e lhes rentabilizem os patrimónios imobiliários que possam ter herdado ou adquirido<sup>6</sup> (Ribeiro, 2003: 211).

Relativamente aos motivos apresentados pelos promotores para a abertura do empreendimento foram referidas as questões relacionadas com **a recuperação do património** (familiar ou comprado), **o gosto pelo contacto com os turistas e os incentivos financeiros existentes** (este não referido em apenas dois dos casos), o que acaba por ir de encontro às inferências feitas a este propósito noutros estudos (Joaquim, 1999; Silva, 2006). É ainda de referir que a par dos motivos apresentados, dois dos promotores

---

<sup>3</sup> As entrevistas foram realizadas entre a última semana do mês de Abril e a primeira semana do mês de Maio.

<sup>4</sup> Mesmo assim foi-nos dito que a formação tida era equivalente ao “12 ° ano antigo”.

<sup>5</sup> O comentário dentro de parêntesis é nosso.

<sup>6</sup> O acesso ao empreendimento fez-se em metade dos casos por compra.

(em situação de reforma) que regressaram à região acrescentaram ainda motivos relacionados com o cansaço da vida das cidades e o gosto pelo campo.

### 5.3 A oferta e as parcerias

Não obstante da maioria (5) dos empreendimentos contactados resultarem de construções bastante antigas (dos séculos XII, XVII, XVIII e XIX) e de por essa razão lembrarem o passado (aspecto bastante valorizado pelos turistas) o certo é que em alguns casos não se tira muito partido disso para potenciar a oferta. Efectivamente para além da oferta de alojamento (que varia entre os 5 e os 9 quartos por empreendimento), do descanso proporcionado no jardim e na piscina de todos os empreendimentos e ainda do recreio proporcionado na sala de jogos (com mesas de snooker e de bilhar) que alguns empreendimentos têm, nota-se no geral<sup>7</sup> uma reduzida oferta de actividades de animação e diversão turística. Como nos referiu um promotor, digamos que a oferta de alguns empreendimentos contactados se baseia mais no “bed and breakfast”. Efectivamente apenas 3 dos promotores contactados dizem ter bicicletas ao serviço dos turistas, 1 dos promotores organiza visitas à envolvente do empreendimento e 1 outro promotor tem parcerias com empresas de animação turística.

No que diz respeito aos empreendimentos de AT, parece não haver uma articulação entre a recepção de turistas e as diferentes actividades agrícolas. É aliás de referir que muito embora os empreendimentos em questão tenham uma área considerável de vinha e produzam vinho de qualidade, os mesmos não são segundo os promotores mais valorizados por este facto.

A oferta de produtos tradicionais (como mel, doce, queijo ou vinho) e/ou produtos artesanais é reduzida. Mais uma vez parece-nos que estes produtos tradicionais “*oriundos dum mundo rural que preserva matérias-primas, culturas e processos*” (Rosa, 2006: 3) e que por isso o identificam não são aproveitados pelos promotores dos empreendimentos. Apenas 3 dos empreendimentos o fazem: 2 deles vendem vinho e 1 doce, vinho e algumas publicações alusivas ao próprio empreendimento. Acresce ainda que os promotores contactados não têm por norma servir refeições. Segundo os mesmos, as receitas a alcançar pelo eventual pequeno número de turistas que optaria por este serviço, não o justifica. Opinião diferente é aquela que os promotores têm relativamente à cedência do espaço para a realização de banquetes de casamentos, sendo que actualmente 3 dos promotores contactados têm já salas apropriadas para esta finalidade.

Do exposto adivinha-se que a ligação dos promotores dos empreendimentos a associações de desenvolvimento local ou outras seja bastante reduzida. Inclusivamente, a única associação de proprietários TER que existia na região (Casas da Beira) até há cerca de um ano atrás, deixou de funcionar. Por detrás deste encerramento foram apontados factores relacionados com a falta de espírito

---

<sup>7</sup> Não queremos no entanto deixar de referir que muito embora não proporcionando “grandes” actividades de animação aos turistas, 3 dos promotores contactados parecem ter encontrado uma certa forma de cativar turistas.

associativo, incorrecta interpretação das finalidades da associação e algum “comodismo”<sup>8</sup> por parte dos promotores (pelo menos os mais velhos).

As ligações do empreendimento com outras entidades regionais públicas ou privadas (como câmaras municipais, regiões de turismo, empresas de animação turística, empresas agrícolas, restaurantes, entre outras) e com a população local “são de amizade”, não existindo praticamente nada formalizado (há excepção de um caso) em termos de parcerias.

## **6. Algumas notas para concluir**

Embora sendo o turismo rural promissor para o desenvolvimento da RDL os promotores dos empreendimentos aqui abordados parecem não “agarrar essa oportunidade”. A maioria deles tem outras e melhores fontes de rendimento do que aquela que é proporcionada pela actividade turística, destacando-se aqui os “dinheiros da reforma”. Mesmo que tal não aconteça, os promotores contam com os rendimentos provenientes da actividade profissional exercida. Daí que, quer num quer noutro caso o acolhimento de turistas seja encarado como um certo “hobby” que vai originando alguns rendimentos (para manter a casa).

Se juntarmos ao referido o facto de que a maioria dos inquiridos tem uma idade avançada, é mais facilmente perceptível a sua menor apetência para se envolver em projectos de maior envergadura. Citam-se a este respeito os referentes à animação turística a proporcionar de forma individual ou em conjunto com as entidades locais (destacando-se aqui as empresas de animação turística e a própria população local).

Ao contactar com os vários promotores ficámos ainda com a ideia de “agirem de costas voltadas uns para os outros”. Embora sintam que o associativismo é importante para o futuro da região e da própria actividade (turística) parecem na prática não se interessar pela questão. Mais uma vez, apontamos como razões deste comportamento, as referentes aos rendimentos seguros que vão usufruindo todos os meses e à idade que vai pesando.

Importa, obviamente ressaltar, que a par do escasso espírito empresarial destes promotores, concorrem para restringir as eventuais acções a implementar outros factores. Entre estes destacam-se a reduzida escala dos empreendimentos e a baixa taxa de ocupação-cama dos mesmos (causa e consequência da débil oferta de actividades de animação).

## **7. Referências Bibliográficas**

---

<sup>8</sup> O termo é nosso.

Almeida, V. (2001). Dão-Lafões – uma caracterização estatística. *Cadernos Regionais – Região Centro* nº 13: 33-65.

Alves, P. (2007). Marketing e Identidade. *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader* + nº 43, II série: 4-5

Cánoves, G., Villarino, M, Priestley, G & Blanco, A. (2004). Rural Tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Elsevier, Geoforum* 35: 755-769.

Carqueja, C. (1998). Turismo no espaço rural como alternativa ao desenvolvimento - Um 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.**

Cavaco, C. (1995). Turismo rural e desenvolvimento local. In Cavaco, C (Coord.), *As regiões de fronteira, Estudos para o desenvolvimento regional e Urbano* 43. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos Universidade de Lisboa, 351-408.

Cavaco, C. (1999). Apresentação da publicação. In Cavaco C. (Coord.), *Desenvolvimento Rural Desafio e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos Universidade de Lisboa, 135-148.

Correia, M. (2005). Uma oportunidade dos territórios rurais. *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader* + nº 30, II série: 4.

Costa, A & Dolgner, M (acedido a 2 Agosto de 2008). [http://www.estig.ipbeja.pt/~ac\\_direito/enoturismo.pdf](http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/enoturismo.pdf)

Costa, C. (2003). Um paradigma emergente na área do planeamento? Questões de teoria e prática do planeamento. In Simões, O. & Cristóvão, A. (Org.), *TERN Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 189-201.

Cristóvão A. (2002). Mundo Rural: Entre as Representações (dos urbanos) e os Benefícios Reais (para os rurais). In Riedl, M., Almeida, J. & Viana, A. (Org.), *Turismo Rural: Tendências e Sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 81-116.

Cunha, L. (2003). *Perspectivas e Tendências do Turismo*. Lisboa, Portugal: Edições Universitárias Lusófonas.

Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa, Portugal: Verbo.

Decreto-Lei nº 251/84 de 25/7.

Decreto-Lei nº 169/97 de 4/7.

Decreto-Lei nº 54/2002 de 11/3.

Decreto-Lei nº 56/2002 de 11/3.

Decreto Regulamentar nº 14/78 de 12/5.

Decreto Regulamentar nº 5/87 de 14/1.

DGADR (acedido a 20 Julho de 2008). <http://www.dgadr.pt/default.aspx?access=1>

- DGT (2003). *O Turismo no Espaço Rural 2002*. Lisboa: DGT.
- DGT (2004). *O Turismo no Espaço Rural 2003*. Lisboa: DGT.
- DGT (2005). *O Turismo no Espaço Rural 2004*. Lisboa: DGT.
- DGT (2006). *O Turismo no Espaço Rural 2005*. Lisboa: DGT.
- DGT (2006b). *Turismo no Espaço Rural 2006*. Lisboa: DGT.
- Ferreira, A. (2004). Turismo no Espaço Rural: Formas de Alojamento e impactos na sub-região Minho-Lima (dissertação de doutoramento). **Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.**
- Figueiredo, E. (2003). Um Rural para viver, outro para visitar – o ambiente nas estratégias de desenvolvimento para as áreas rurais (Dissertação de Doutoramento). **Aveiro: Universidade de Aveiro.**
- INE (1973). *11º Recenseamento da População 1970*. Lisboa: INE.
- INE (1983). *XII Recenseamento Geral da População II Recenseamento Geral da Habitação*. Lisboa: INE.
- INE (1993). *Censos 1991*. Lisboa: INE.
- INE (2000). *Estatísticas de Turismo*. Lisboa: INE.
- INE (2002). *Estatísticas de Turismo*. Lisboa: INE.
- INE (2003). *Censos 2001*. Lisboa: INE.
- INE (2006). *Anuário Estatístico da Região Centro 2005*. Lisboa: INE.
- Joaquim, G. (1999). Turismo e Mundo Rural que sustentabilidade? In CAVACO, C. (Coord.) *Desenvolvimento Rural Desafio e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos Universidade de Lisboa, 305-312.
- Kastenholz, E. (2005). Contributos para o Marketing de Destinos Rurais – O Caso Norte de Portugal. *Revista Turismo e Desenvolvimento* nº 1, Vol. II: 21-33.
- Kastenholz, E., Davis, D & Paul, G.W. (1999). Segmentation Tourism in Rural Areas: The Case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research* nº 37 (4): 353-363.
- Leal, C. (2001). *O Turismo Rural e a União Europeia*. Coimbra: Edições Globo.
- Middleton, V.T.C (2001). *Marketing in Travel and Tourism 3<sup>th</sup> edition*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Moniz, A. I. (2006). A Sustentabilidade do Turismo em Ilhas de Pequena Dimensão: o Caso dos Açores (dissertação de doutoramento). **Ponta Delgada: Universidade dos Açores.**
- Pinto, A. (2004). *Turismo em Espaço Rural Motivações e Práticas*. Viseu: Palimage Editores.
- Portaria 937/2008 de 20/8.

Reis, R. & Serafim, M. (2003). Turismo e mundo rural: duas realidades que se entrecruzam. *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader* + nº 13, II série: 3.

Ribeiro, J.; Freitas, M. & Mendes R. (2000). O Turismo no espaço rural: uma digressão pelo tema a pretexto da situação e evolução do fenómeno em Portugal. Congresso Desenvolvimento e Ruralidades no Espaço Europeu. **Vila Real: Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional.**

Ribeiro, J. & Vareiro, L. (2007). Turismo e Desenvolvimento Regional: o Espaço Regional como Destino Turístico. Congresso Internacional “Casa Nobre : um património para o futuro. **Arcos de Valdevez: Câmara Municipal de Arcos de Valdevez.**

Ribeiro, M. (2003a). Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural, em Portugal. In Portela, J. & Caldas, J. (Orgs.), *Portugal Chão*. Oeiras: Celta Editora, 199-215.

Ribeiro, M. (2003b). Pelo Turismo é que vamos/podemos ir? Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento rural. In: Simões, O. & Cristóvão, A. (Org.), *TERN Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 41-56.

Ribeiro, M. & Marques, C. (2002). Rural Tourism and the Development of Less Favoured Areas: Between Rhetoric and Practise. *Internacional Journal of Tourism Research*, 4: 211-220.

Ribeiro, M. & Mergulhão, L. (2000). Turismo e Desenvolvimento das Regiões do Interior A Perspectiva dos Autarcas. IV Congresso Português de Sociologia. **Coimbra: Faculdade de Economia Coimbra.**

Rosa, T. (2006). Ser Competitivo. *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader* + nº 40, II série: 3.

Silva, L. (2006). O Turismo em Espaço Rural: Um Estudo da Oferta dos Promotores. *CIES e- Working Paper* nº 16.

Silva, L. (2007). A procura do Turismo em Espaço Rural. *Revista Etnográfica do Centro de Estudos de Antropologia Social*: 141-163.

Silvano, M. (2005). O turismo em áreas rurais como factor de desenvolvimento. O caso do Parque Natural de Montesinho (tese de mestrado). **Aveiro: Universidade de Aveiro.**

Valente, S. & Figueiredo, E. (2003). “O turismo que existe não é aquele que se quer”. In Simões, O. & Cristóvão, A. (Org.), *TERN Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, 95-106.

Vieira, C. (2005). O papel da animação turística nos territórios rurais. *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader* + nº 30, II série: 3.

TP (2007a). *Guia Oficial Turismo Rural*. Lisboa: TP.

TP (2007b). *O Turismo no Espaço Rural 2006*. Lisboa: TP.