
Mobilidade e diferenciação dos espaços de lazer e de turismo: Perceções dos visitantes e dos residentes de um destino turístico do interior

Mobility and differentiation of leisure and tourism spaces: Perceptions of visitors and residents of an inland tourist destination

Paula Reis e Maria da Saudade Baltazar



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/sociologico/9187>

DOI: 10.4000/sociologico.9187

ISSN: 2182-7427

Editora

CICS.NOVA - Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais da Universidade Nova de Lisboa

Edição impressa

Paginação: 57-65

ISSN: 0872-8380

Refêrencia eletrónica

Paula Reis e Maria da Saudade Baltazar, « Mobilidade e diferenciação dos espaços de lazer e de turismo: Perceções dos visitantes e dos residentes de um destino turístico do interior », *Forum Sociológico* [Online], 36 | 2020, posto online no dia 08 outubro 2020, consultado o 15 outubro 2020.
URL : <http://journals.openedition.org/sociologico/9187> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/sociologico.9187>

MOBILIDADE E DIFERENCIAÇÃO DOS ESPAÇOS DE LAZER E DE TURISMO: PERCEÇÕES DOS VISITANTES E DOS RESIDENTES DE UM DESTINO TURÍSTICO DO INTERIOR

MOBILITY AND DIFFERENTIATION OF LEISURE AND TOURISM SPACES: PERCEPTIONS OF VISITORS AND RESIDENTS OF AN INLAND TOURIST DESTINATION

Paula Reis

■ Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA.UÉvora) & Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova, Instituto Politécnico de Castelo Branco

Maria da Saudade Baltazar

■ Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA.UÉvora) & Departamento de Sociologia, Escola de Ciências Sociais, Universidade de Évora

Resumo

Perante a intensificação da mobilidade nas sociedades contemporâneas e os novos comportamentos e hábitos de consumo, os territórios rurais de baixa densidade emergem como destinos turísticos alternativos e de diferenciação para o desenvolvimento de atividades turísticas e de lazer.

A partir de dados recolhidos com questionários e *focus group*, este artigo pretende evidenciar formas de mobilidade voluntária em que se envolvem os consumidores urbanos, na busca de experiências turísticas, como o crescente interesse pelos destinos do interior – as Aldeias Históricas de Portugal –, e ilustrar as perceções dos residentes sobre as alterações na vida das comunidades. Os resultados obtidos revelam que o destino é espaço de refúgio para curtos períodos de lazer e turismo em contacto com os recursos históricos – arquitetónicos e culturais – por parte dos visitantes. As perceções dos impactes destas novas incursões divergem em cada aldeia segundo o tipo de interação entre visitantes e residentes.

Palavras-chave: mobilidade, turismo, perceções, Aldeias Históricas de Portugal

Abstract

In view of the intensification of mobility in contemporary societies and the new uses and consumption habits, low-density rural territories are emerging as alternative tourist destinations and differentiation for the development of tourist and leisure activities.

From data collected with questionnaires and focus group, this article aims to highlight the current forms of voluntary mobility involving urban consumers in the search for tourist experiences, such as the growing interest in destinations in the inland – the Historical Villages of Portugal – and identify the residents' perception of the impact of tourism on communities.

The results obtained reveal that the destination is a space of refuge for short periods of leisure and tourism in contact with historical and cultural resources by the visitors. The perceptions of the tourism impacts are different in each village according to the interaction between visitors and residents.

Keywords: mobility, tourism, perceptions, Historic Villages of Portugal

Introdução

Nos últimos anos, a mobilidade espacial para o desenvolvimento de atividades de lazer e de turismo tem aumentado, fundamentalmente motivada pelos novos comportamentos e hábitos

do consumo turístico que emergem com o novo turista. Este aumento justifica-se pelas mudanças estruturais ocorridas nas sociedades contemporâneas que resultam na diferenciação de novos espaços e destinos turísticos mais diversificados e personalizados, como, por exemplo, os territórios

rurais do interior por oposição aos tradicionais destinos massificados.

Entre as principais evidências, encontra-se a perda de utilidade produtiva agrícola dos territórios rurais para objeto de consumo e refúgio de novos atores, que passam a inserir-se num espaço mais amplo de mobilidades físicas e sociais. No entanto, este fenómeno emerge no seio de uma controvérsia ambivalente, por um lado, o aumento gradual da procura e consumo urbano é considerado uma forma de revitalização destes territórios, por outro, a relação construída nestas novas modalidades entre espaços e atores é encarada como invasora em face dos hábitos e comportamentos dos cidadãos, que se mantêm inalterados.

Neste sentido, pretendemos com este artigo fornecer aos agentes turísticos e decisores políticos um contributo para a compreensão destes movimentos turísticos através da análise das características e comportamentos dos atores urbanos, dos visitantes, e das perceções das comunidades sobre as incursões urbanas, mais especificamente a evolução da atividade turística e as interações entre visitantes e residentes de um destino turístico do interior. Para concretizar estes objetivos, utilizam-se os dados provenientes de um estudo diacrónico realizado nas Aldeias Históricas de Portugal, nomeadamente os resultados dos questionários aos visitantes e das sessões de *focus group* aos residentes.

Revisão da literatura

Turismo como forma de mobilidade

O turismo assume-se, atualmente, como fenómeno de máxima importância da sociedade contemporânea, tanto no contexto económico como sociocultural. A importância do turismo no mundo moderno, quer como “prática social e representação” quer “como sistema de ação e processo de decisão” (Joaquim, 2012, p. 9), tem despertado a atenção dos investigadores na área das ciências sociais. Apesar do crescente interesse enquanto objeto de estudo, o turismo tem enfrentado algumas resistências neste domínio científico, nomeadamente no campo da sociologia (Fortuna & Ferreira, 1996; Gomes, 2008; Joaquim, 2012). Esta resistência é paradoxal quando foi reconhecido por Glücksmann (1935), num dos primeiros trabalhos da sociologia do turismo, que o turismo é um “fenómeno social, ligado às relações interpessoais e à comunicação humana” (citado em Lanquar, 1985, p. 4).

Ainda assim, considera-se pertinente referir que, apesar da atenção sociológica para este fenómeno, só a partir dos anos 60 é que a sociologia do turismo ganha notoriedade na agenda da investigação, com Nettekoven a definir o turismo “como a soma dos fenómenos sociais e económicos resultantes de uma

mudança de residência voluntária e temporária, tendo como objetivo a satisfação de necessidades imateriais” (Przeclawski, 1993, citado por Joaquim, 2012, p. 10). Nos anos 70, Przeclawski retoma este conceito, acrescentando aos fenómenos resultantes da mobilidade espacial as interações pessoais com os ambientes visitados.

Simultaneamente, a abordagem sociológica do turismo institucionalizou-se, em França, com Marc Boyer (1972, citado em Joaquim, 2012, p. 11) a abordar o turismo enquanto “ato de mobilidade tendente a satisfazer, no âmbito do lazer, uma necessidade cultural da civilização industrial”. Considera que, após ter sido um modo de vida ou prática social da aristocracia e da grande burguesia europeia (viagem individualizada), no século XIX, o turismo tornou-se um traço essencial da cultura de massas das civilizações ocidentais. Os fenómenos de democratização do lazer, do consumo e do tempo livre no contexto das sociedades industriais são, aliás, considerados o cerne da abordagem da sociologia francesa por oposição à sociologia anglo-saxónica, que aborda o turismo numa perspetiva do consumo, posteriormente reforçada na problematização de Urry (2002) sobre o consumo visual da experiência turística. Destas abordagens identifica-se claramente um binómio – mobilidade e lazer – que tem vindo a influenciar a conceptualização do turismo desde os anos 60.

A mobilidade é um elemento central na vida das sociedades humanas. Efetivamente, ao longo da história o homem deslocou-se por múltiplos motivos, desde migrações provocadas pelas alterações climáticas, busca de bens de subsistência, melhores condições de vida, expansão territorial, conflitos bélicos, até às deslocações por motivos comerciais, religiosos, ócio/desportivos, medicinais, curiosidade e desejo de conhecer outras culturas (Baptista, Nofre & Jorge, 2018; Reis & Baltazar, 2019).

No entanto, é com as transformações da Revolução Industrial (finais do século XVIII e início do século XIX) e da Revolução Tecnológica (segunda metade do século XX) que a mobilidade assume novas dimensões: as viagens turísticas e de lazer, resultantes da democratização da mobilidade espacial (Baptista, Nofre & Jorge, 2018). Estas revoluções mudaram drasticamente o mundo, em tempo, em velocidade e em mobilidade, tendo em conta o progresso tecnológico e industrial no desenvolvimento dos transportes e na progressiva distinção entre tempo de trabalho e de lazer, mas também nas transformações técnico-científicas e económicas, assim como do ponto de vista político, sociocultural e pessoal.

As profundas alterações socioeconómicas refletiram-se na melhoria generalizada da qualidade de vida das populações dos países industrializados e na conquista de alguns direitos sociais e laborais que permitiram o crescimento e democratização do

turismo, como: o aumento do tempo livre (redução da jornada de trabalho, aumento do descanso semanal e férias remuneradas) e o acesso a uma diversidade de bens e serviços até então só acessíveis às elites – o turismo –, numa conceção mercantil e consumista do indivíduo (Fortuna & Ferreira, 1996; Reis & Baltazar, 2019). A tudo isto somam-se as motivações individuais relacionadas com a necessidade de preencher os tempos livres e o crescente desejo humano pelas viagens, dado que as pessoas passaram a ter necessidades de compensar os desequilíbrios físicos e psicológicos ligados à vida profissional e à deterioração da qualidade de vida dos centros urbanos-industriais (MacCannell, 1973), dentro e fora das fronteiras geopolíticas do país.

Estas transformações nas sociedades ocidentais contemporâneas provocaram uma diversificação de atividades turísticas e de lazer e dos serviços inerentes a essas atividades, despertando o interesse dos sociólogos e de outros teóricos para a compreensão destas novas práticas e para a multiplicação de espaços de relação entre atores.

A pluralidade e diversificação dos fenómenos e dos espaços de lazer e de turismo está relacionada com uma maior mobilidade e um maior cosmopolitismo do indivíduo para experienciar diferentes ambientes (Santos & Esperança, 2011).

Na contemporaneidade, a capacidade de gerar diferenciação social manifesta-se no acesso à mobilidade temporária enquanto forma de capital social¹ (Amar, 2010, citado em Baptista, Nofre & Jorge, 2018), mas também na seleção dos destinos turísticos (anteriormente remotos e caros), no tipo de consumos e nas experiências autênticas que se realizam nos espaços visitados, desde os espaços naturais e rurais, urbanos, estâncias balneares e de neve, e onde os “modos de vida locais” e as interações entre visitantes, comunidades, empresários e entidades locais “têm constituído as balizas do fenómeno turístico” (Joaquim, 2012, p. 33) cada vez mais complexo. Para Urry (2007), esta mobilidade é um fenómeno social que ultrapassa as dimensões económicas, geográficas e corporais, porque abrange também as dimensões espacial, cultural, afetiva, individual e do imaginário, já que a atual sociedade potencia mais o consumo de símbolos e imagens do que propriamente de coisas.

Além destes processos de diferenciação social que estimulam um aumento motivacional para a realização de viagens, e por períodos cada vez mais curtos, nas sociedades contemporâneas, Gomes (2008) sublinha que os fenómenos de lazer e de turismo se têm revelado fatores estruturantes na reorganização dos espaços no âmbito das políticas públicas de planeamento e desenvolvimento dos territórios, sendo de destacar a revitalização dos espaços rurais para espaços de consumo.

Territórios rurais do interior: Espaços de procura e de consumo urbano

As novas e acrescidas mobilidades espaciais das sociedades contemporâneas – laborais, residenciais, sociais, turísticas e de lazer, entre outras – exigem um conhecimento mais exaustivo das mudanças nas práticas de consumo dos indivíduos, nas interações dos fluxos com os atores de acolhimento e nos territórios que são, simultaneamente, espaços de mudanças.

Nesse processo sobressaem, como já se referiu, as estilizações das sociedades contemporâneas como as novas práticas de lazer turístico que não só se generalizam como se incorporam de forma mais vinculada na vida social dos indivíduos, assumindo, conjuntamente, características que tendem a espoliar novos comportamentos e hábitos de consumo turístico e a valorizar espaços turísticos diferenciados. É neste corredor da mobilidade contemporânea que se abre caminho para a compreensão dos processos de mobilidade em torno dos territórios rurais nas últimas décadas, desde os anos 70 até à atualidade, enquanto espaços transformados em suportes físicos dos novos significados de vida e das novas formas de relacionamento dos indivíduos com os lugares.

Depois de um forte movimento de concentração das populações em meio urbano e da especialização e modernização da agricultura – intensiva e superintensiva, na década de 60, surge a partir da década de 70 um movimento de desconcentração das populações e de retorno multifuncional ao espaço rural (Baptista, 2011; Santos & Esperança, 2011), pelos espaços periurbanos das cidades e vilas. Assistiu-se no mundo ocidental e em Portugal a um intenso movimento de êxodo rural que atingiu extensas áreas rurais do interior, e, por outro lado, desenvolveram-se fenómenos de reinvenção e recriação socioinstitucional nesses territórios, uma tendência que se acentua desde os anos 90.

A Rede das Aldeias Históricas de Portugal², constituída nos anos 90, no âmbito do Programa Operacional de Promoção do Potencial de Desenvolvimento Regional – QCA II, é um exemplo da tentativa de preservação e ativação do património, do reforço da identidade e da elevação da autoestima das comunidades rurais remotas e periféricas através do desenvolvimento articulado de atividades produtivas (tradicionais) e de atividades orientadas para as novas procuras e consumos externos – o lazer e o turismo (Correia & Carvalho, 2010; OCDE, 1994; Pereira, 2018; Silva, 2014).

O interesse dos atores urbanos na descoberta de novas atividades em espaços rurais emerge da “diversificação e segmentação dos interesses dos turistas” (Correia & Carvalho, 2010, p. 118) por destinos turísticos mais diversificados e personalizados, como, por exemplo, os territórios rurais do

interior com capacidade de promover a diferença em face dos destinos massificados. Esta tendência é alicerçada pelas novas abordagens de desenvolvimento territorial e pelos discursos idílicos das novas funcionalidades dos territórios rurais, como, por exemplo, o turismo em espaço rural enquanto produto turístico alternativo (turismo convencional), mas também como estratégia para a crise dos territórios rurais do interior (Correia & Carvalho, 2010; OCDE, 1994; Pereira, 2018; Silva, 2014).

Nesse sentido, os territórios rurais tornaram-se espaços aprazíveis para fuga, rejuvenescimento e recuperação dos indivíduos saturados com o modo de vida urbano. Por outro lado, o aumento desta mobilidade espacial para desenvolvimento de atividades de lazer e de turismo surge associado aos novos comportamentos e hábitos de consumo do novo turista. A literatura (Krippendorf, 1986; Poon, 1993) refere que o turista é cada vez mais um consumidor ativo, informado, exigente, utilizador das TIC (antes, durante e após a viagem), interessado no conhecimento da história e da cultura, preocupado com as questões ambientais, culturais e étnicas das comunidades anfitriãs, individualista e colecionador de experiências, uma vez que procura a descoberta de novos destinos, experiências únicas e culturalmente enriquecedoras e memoráveis com base na cultura dos autóctones (Fortuna & Ferreira, 1996; MacCannell, 1976).

Para alguns autores (Joaquim, 2012; MacCannell, 1976; Pereira, 2018; Santos & Esperança, 2011; Silva, 2014), o turista que procura o tradicional e o autêntico nas suas viagens constrói todo um imaginário idílico, nostálgico e romântico do rural que já não existe, mas que ainda assim permite uma aproximação à natureza e às memórias do passado.

No entanto, segundo Khader (citado em Joaquim, 2012, p. 16), "o turista transporta consigo um 'racismo' latente, que o leva a considerar que a sociedade de acolhimento não tem o direito de julgar o seu comportamento 'desregrado', ou seja, o turista mantém inalterados os seus hábitos e gostos citadinos nas diferentes apropriações do espaço, além de transformar os residentes parte integrante da experiência turística – oferta turística. Esta atitude dos turistas desperta nos habitantes uma conotação invasora, "pela intrusão dos elementos que não se 'encaixavam' nele originalmente" (Sampaio, 2002, p. 205). Obviamente que a diversificação dos usos do espaço e o aumento dos utilizadores e intervenientes externos em face dos residentes desencadeiam novas formas de relacionamento social que podem ser positivas ou negativas em virtude do nível de desenvolvimento do destino turístico.

Nesse sentido, tem-se assistido a um gradual aumento de estudos para avaliação das interações das comunidades com os visitantes e das suas percepções sobre o desenvolvimento e os impactes

do turismo, procurando contrariar a escassez de trabalhos sobre esta temática em destinos turísticos rurais em Portugal e na Europa.

De acordo com a revisão da literatura, as percepções positivas e negativas dos residentes sobre os impactes do turismo podem ser sobretudo de índole económica (melhoria da qualidade de vida dos residentes; aumento do emprego e dos rendimentos; atrai investimentos para o território; aumento dos preços dos bens e serviços; etc.), socioculturais (valorização das tradições; intercâmbio cultural; conservação do património construído; melhoria das infraestruturas; perda de identidade; vandalismo; aumento do tráfego; etc.) e ambientais (conservação e valorização do património natural; degradação do ambiente; aumento da poluição; etc.) (Archer & Cooper, 2002; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Liu & Var, 1986).

Entre os principais modelos e teorias destaca-se o modelo Irridex de Doxey (1975) e a teoria do ciclo de vida do destino de Butler (1980), relacionados com o nível de desenvolvimento do turismo de um determinando destino turístico. No caso da teoria de Butler, os impactes negativos da atividade turística são visíveis na fase da consolidação e na fase da estagnação do ciclo de vida do destino turístico, ou seja, dependência económica do turismo e emergência de problemas socioeconómicos e ambientais. O modelo de Irridex classifica as relações sociais entre os residentes e os turistas em quatro estádios: i) os residentes ficam em euforia e entusiasmados com o desenvolvimento do turismo e com a expectativa de melhores condições de vida (emprego e rendimento), e recebem com satisfação os turistas ainda em número reduzido; ii) apatia, os turistas deixam de ser novidade e os residentes reagem de forma apática, estabelecendo um contacto formal e basicamente comercial – o turista é olhado como fonte de receita; iii) irritação, os residentes começam a ficar saturados com o desenvolvimento turístico e a chegada de turistas, tendo em conta os impactes negativos para os residentes (lixo, barulho, aumento dos preços, etc.) – as mudanças tendem a privilegiar as necessidades dos turistas em detrimento das dos residentes; iv) antagonismo, os residentes olham para os visitantes como invasores e responsáveis pelas situações negativas na comunidade, opondo-se ao desenvolvimento do turismo.

Assim, torna-se relevante alargar o conhecimento sobre os atores desses movimentos e as interações no espaço, neste caso entre os visitantes e os residentes das Aldeias Históricas de Portugal, com base num exercício diacrónico.

Perceções dos visitantes e dos residentes de um destino do interior: As Aldeias Históricas de Portugal

Metodologia

A estratégia seguida teve por base a triangulação de fontes de informação, nomeadamente a pesquisa bibliográfica e documental e inquéritos por questionário e por entrevista.

No que concerne à informação empírica, optou-se pelo questionário aos visitantes para conhecer o perfil, motivações, comportamentos em viagem e satisfação com o destino turístico. Para o efeito, recorreu-se ao processo de amostragem aleatória estratificada para selecionar a amostra de 400 visitantes³ do universo de 332 659 visitantes⁴, tendo-se dividido a população em estratos por aldeia histórica e visitantes nacionais e estrangeiros. Esta amostra foi calculada com uma margem de erro de 5%, um intervalo de confiança de 95,5% e uma variância populacional de 50%. O processo de aplicação dos questionários aos visitantes foi realizado pelas investigadoras e decorreu entre abril e julho de 2013. Os dados foram alvo de tratamento estatístico através do *software* SPSS 20.0.

Tendo em vista um conhecimento mais aprofundado sobre o fenómeno turístico no destino em estudo, procedeu-se à realização de 23 entrevistas de grupo ou *focus group* junto dos residentes das 12 Aldeias Históricas, numa análise diacrónica. Estas entrevistas de *focus group* incidiram, entre outros conteúdos, sobre a evolução do turismo na aldeia e os comportamentos e interações entre visitantes e residentes. O período de realização destas sessões decorreu entre janeiro e maio de 2014, numa primeira ronda (12 sessões), e entre junho e julho de 2018, numa segunda ronda (11 sessões). Nas sessões, a constituição de grupos variou entre 10 a 11 participantes, com idades compreendidas entre 18 e 92 anos. As gravações das sessões foram transcritas e analisadas com a ajuda de anotações das investigadoras e de uma observadora (presente na maioria das sessões). Este processo permitiu-nos identificar e agrupar os dados em categorias e subcategorias, pois, como diz Gauthier (2003, p. 351), o grande objetivo da análise de conteúdo "é conseguir produzir inferências válidas e reprodutíveis através dos textos analisados", o que foi conseguido com recurso ao *software* NVivo12.

Apresentação e discussão dos resultados

A amostra dos visitantes inquiridos nas Aldeias Históricas de Portugal distribui-se de forma quase homogénea segundo o sexo: 54,2% mulheres e 45,8% homens. A maioria dos visitantes inquiridos

tem entre 25 e 54 anos (71%), formação superior (63,3%), exerce uma atividade profissional (78,5%) e o rendimento médio/mensal do agregado é igual ou inferior a 2.000 euros (56,5%). Os visitantes são residentes em Portugal (76,3%) e oriundos do meio urbano, particularmente da área da Grande Lisboa (29,4%) e, em menor número, da área do Grande Porto (18%), o que vai ao encontro aos resultados obtidos noutros estudos (Correia & Carvalho, 2010; Kastenholz, Eusébio, Figueiredo, Carneiro & Lima, 2014; Pereira, 2018; Silva, 2014), os quais dão conta de um crescente movimento do indivíduo urbano para os territórios rurais enquanto espaços de refúgio e de desconexão do seu quotidiano.

Os motivos que levam os visitantes a procurar o destino em estudo são o lazer, recreio e férias (87,8%), seguindo-se a visita a familiares e amigos (7,8%). A escolha deste destino foi motivada principalmente pelos recursos culturais e históricos (77,5%), paisagem e natureza (60,3%), tranquilidade/ambiente relaxante (39%), gastronomia (21%) e hospitalidade (11,8). No acesso ao destino, os inquiridos utilizam, maioritariamente, o automóvel como meio de deslocação (85,1%), naquela que é a primeira visita e experiência turística no destino para 64,3% dos visitantes. O tempo médio de permanência no destino é curto, nos turistas fixa-se nas 2 noites por deslocação e nos excursionistas nas 2,9 horas (n=333), sendo que destes últimos 46,8% permanece entre 1 hora ou menos. Estes dados evidenciam que o destino é procurado para uma curta pausa, muitas vezes coincidente com o fim de semana, acompanhados por outra pessoa (40%) ou em família (34,3%).

Em termos de atividades turísticas praticadas, os visitantes procuram o contacto com os recursos histórico-arquitetónicos e culturais (passeio pela aldeia, visita ao castelo, experiências gastronómicas, visitas aos museus, fotografia e descanso) e as atividades desportivas (prática de BTT). Estes dados revelam que o visitante realiza sobretudo um consumo visual das principais atrações dos destinos (Urry, 2002), mas também demonstram a fraca interação entre visitantes e residentes e/ou agentes turísticos.

Nesse sentido, os visitantes sugerem um conjunto de ações de melhoria na oferta turística do destino para aumentar a experiência turística no destino, nomeadamente a conservação do património cultural, natural e do parque habitacional, informação turística (sinalética, horários dos postos de turismo, formação dos técnicos e informação em língua estrangeira), promoção e animação turística (circuitos turísticos e visitas guiadas), acessibilidades (abertura dos locais de interesse e acessos viários), alojamento, restauração e comércio local.

Ainda assim, quando questionados sobre a intenção de recomendar e regressar ao destino, 94,2% dos inquiridos vai recomendar ao seu grupo

de amigos e familiares e 51% pretende repetir a experiência.

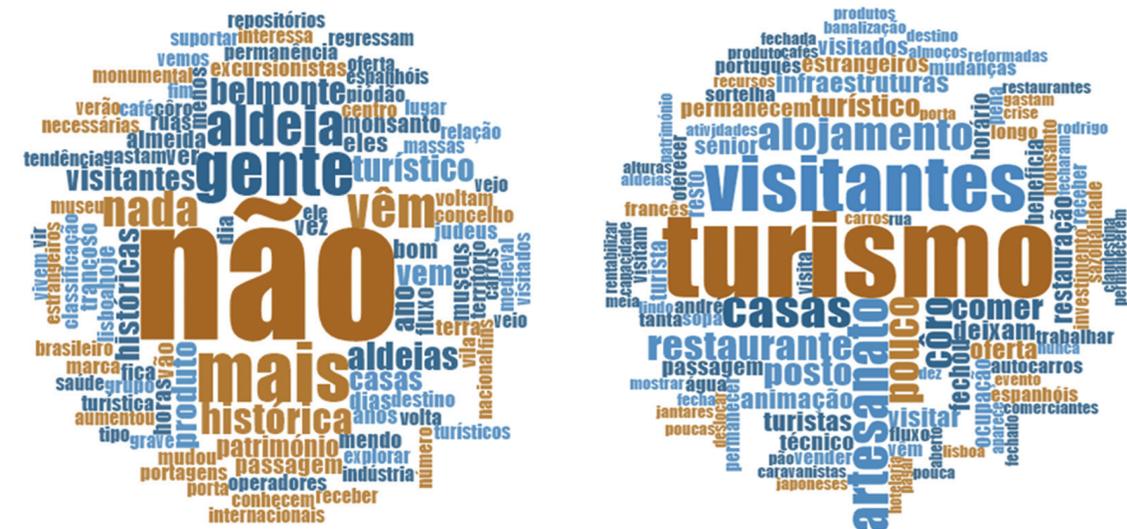
Uma vez apresentados e caracterizados os visitantes do destino turístico, importa agora conhecer a visão dos residentes sobre o desenvolvimento da atividade turística no território em 2014 e 2018. As sessões de *focus group* (FG) realizadas no destino revelam que as perceções dos residentes tendem a sofrer variações mediante a evolução da atividade turística em cada aldeia, apesar da forte concordância em relação às principais dimensões. Uma delas tem que ver com a importância do turismo para os territórios rurais de baixa densidade, de certa forma, declaram que o turismo “parece um bocado a panaceia de todos (...) mas veio atenuar um pouco os problemas” (FG Belmonte, 2014), caso contrário, “a aldeia estava mais que morta (...) e a maior parte das casas estava tudo no chão” (FG Piódão, 2014). A generalidade dos residentes considera que a classificação do aglomerado e o seu património material e imaterial levaram ao crescimento gradual do número de visitantes, sobretudo nacionais e espanhóis, entre o mês de março e outubro. Em 2018, acresce ainda a atração de visitantes por via dos investimentos (alojamento, restauração e artesanato) e das estratégias desenvolvidas pelos empresários (alguns provenientes do meio urbano) (Figura 1).

No entanto, a presença de mais “gente” na aldeia não é sinónimo de mais dinheiro nem de mais tempo de permanência no destino, a observar pela expressividade que a palavra “não” assume no discurso dos residentes que tendem a descrever o fraco impacto dos visitantes, particularmente em 2014 (Figura 1), tanto dos excursionistas que

“chegam, tiram umas fotografias e vão logo embora” (FG Castelo Mendo, 2014) ou “visitam o castelo (...) em meia hora apenas ou nem isso” (FG Marialva, 2018), como dos turistas que se circunscrevem ao fim de semana. No plano económico, a opinião dos residentes é para o “desaproveitamento dessa procura” (FG Marialva, 2018), perceções similares às apontadas na primeira ronda, afirmando que os visitantes “não deixam nada” (FG Marialva, 2014) porque “não existe oferta turística para os prender” (FG Castelo Novo, 2014), algumas infraestruturas de apoio ao visitante têm horários inadequados ou estão fechados e os visitantes de grupo “trazem o farnel” (FG Sortelha, 2014). Em relação a este último aspeto, consideram que “as pessoas [os comerciantes] não vão permanecer um fim de semana abertas para servir um café ou dizer onde fica algo” (FG Sortelha, 2014), para além da sazonalidade, que implica outras fontes de rendimento complementares. Ainda assim, uma parte dos residentes argumenta que o “turismo traz benefícios [económicos] para dois ou três” (FG Marialva, 2014), como “os comerciantes, e isso não representa a maioria da população” (FG Piódão, 2014), uma perceção reafirmada em 2018.

Por outro lado, os residentes consideram que o “turismo nem sempre é uma coisa boa (...) se for desorganizado e colocar em causa a autenticidade do próprio lugar, deixa de fazer sentido” (FG Monsanto, 2014), daí que “há uma parte desse turismo de massas que não interessa” (FG Piódão, 2014), mas ainda assim é “distinto do turismo do litoral” (FG Sortelha, 2018). Em 2018, os residentes denunciam a perda de autenticidade por via dos investimentos públicos que “construíram uma aldeia apenas para o turista” (FG Monsanto, 2018), a que se somam

Figura 1 ▶ Perceções da evolução do turismo na Aldeia Histórica, entre 2014 (à esquerda) e 2018 (à direita)



Fonte: Elaboração própria.

podem levar o que há na aldeia. É uma situação revoltante porque fazem dos habitantes locais burros. Alguns pensam e fazem da gente parola, pois tratam a gente com um ar de desprezo. Deviam ter apreço pelas pessoas porque as pessoas da aldeia tentam manter a aldeia bonita e os visitantes não respeitam. (FG Piódão, 2018)

Tais situações remetem para um agravamento das percepções dos residentes em relação aos comportamentos dos visitantes, bem como da necessidade de garantir a segurança das pessoas (maioritariamente idosas) e dos seus bens, particularmente nos momentos de maior afluência. Em algumas aldeias, os residentes afirmam que “não há condições para receber tanta gente (...) nem vejo a GNR no terreno. Por isso, os visitantes andam à vontade para destruir” (FG Monsanto, 2018).

Os dados apresentados corroboram o quadro teórico, na medida em que o turismo é encarado pelos residentes como elemento fundamental para a valorização e minimização dos problemas de isolamento e abandono populacional destas aldeias históricas, demonstrado pelas políticas públicas de desenvolvimento territorial – multifuncionalidade dos territórios rurais (Correia & Carvalho, 2010; OCDE, 1994; Pereiro, 2018; Silva, 2014) –, e pelas incursões dos atores urbanos, maioritariamente excursionistas que procuram o contacto com os recursos patrimoniais e com a natureza para sair da rotina.

Ainda assim, a revitalização das 12 Aldeias Históricas de Portugal para a atividade turística e de lazer acarreta alguns impactes negativos e positivos no destino turístico, tendo em conta as percepções dos residentes que convergem para os resultados obtidos noutros estudos (Archer & Cooper, 2002; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Liu & Var, 1986), no domínio económico, social e ambiental com a evolução do turismo (Doxey, 1975). Esta situação é retratada pelas desigualdades na distribuição dos proveitos da atividade turística, pelos custos económicos com a afluência de visitantes e novos investimentos, pela perda de identidade, pelo aumento da poluição e pela fraca interação entre visitantes e residentes, que, quando existe, desperta nos residentes a tal conotação invasora sustentada por Sampaio (2002).

Constata-se, no entanto, que os objetivos da iniciativa piloto Aldeias Históricas de Portugal foram em parte alcançados ao nível da valorização e promoção do património, atração de novos atores e novos consumos, investimentos de conservação do património, melhoria de infraestruturas, ou seja, impactes positivos do desenvolvimento de novas atividades (o turismo e o lazer) em territórios periféricos.

Conclusões

Os resultados estão, em termos globais, sintetizados com o que tem sido teorizado e discutido noutras investigações sobre a mobilidade espacial e os impactes do desenvolvimento das atividades turísticas e de lazer. As Aldeias Históricas de Portugal sofreram, à semelhança de outros territórios rurais de baixa densidade, fortes e paradoxais mudanças nas últimas décadas com um acréscimo de novos atores urbanos no território.

A abordagem aos visitantes permitiu-nos aferir que os territórios rurais do interior são cada vez mais espaços privilegiados dos novos consumos e necessidades do homem urbano para lazer, recreio e férias, tendo em conta a sua capacidade de atração por via dos recursos históricos e culturais, paisagem e natureza, ambiente relaxante e tranquilidade, gastronomia e hospitalidade. No entanto, o tempo de permanência é reduzido, para o qual contribui a falta de oferta de atividades e experiências turísticas e o incorreto funcionamento de algumas componentes do subsistema da oferta turística, o que é corroborado pelos residentes.

Os residentes reconhecem que o turismo é importante para o território, sobretudo na revitalização do aglomerado e no desenvolvimento de novas atividades económicas, contribuindo para o crescimento de novas mobilidades espaciais. No entanto, percebem que as atividades turísticas apenas beneficiam alguns dos locais, no que consideram uma falta de aproveitamento da procura turística. Ao mesmo tempo, verificou-se que a evolução do turismo, no período em análise, provocou o aparecimento de impactes negativos, principalmente socioambientais. Verificaram-se também diferenças nas percepções dos comportamentos e interações dos visitantes e residentes de acordo com o período e aldeia em análise, particularmente Monsanto e Piódão, que se encontram em estádios distintos das demais aldeias – modelo Irridex.

Posto isto, existe a convicção de que os resultados alcançados auxiliem os decisores políticos e os agentes turísticos a traçar ações concertadas para o desenvolvimento do destino turístico.

Notas

- ¹ Kaufmann, Bergman & Joye (citados em Baptista, Nofre & Jorge, 2018, p. 1) referem que a mobilidade espacial, enquanto processo de mobilidade social dos indivíduos nas sociedades contemporâneas, requer a acumulação de capital económico e de capital social.
- ² Tratou-se de uma iniciativa piloto de desenvolvimento territorial em 12 aglomerados (Almeida, Belmonte, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-a-Velha, Linhares, Marialva, Monsanto, Piódão, Sortelha e Trancoso) e contemplou a requalificação de espaços e de monumentos, recuperação de edifícios, construção de

infraestruturas básicas e melhorias das acessibilidades, dinamização e divulgação do território.

- ³ Da amostra estratificada por aldeia resultou: Almeida 79, Belmonte – 25, Castelo Novo – 17, Castelo Rodrigo – 51, Idanha-a-Velha – 19, Linhares – 24, Marialva – 16, Monsanto – 28, Piódão – 16, Sortelha – 54, Trancoso – 38 e Castelo Mendo – 33; e por nacionalidade: 304 nacionais e 96 estrangeiros.
- ⁴ A população-alvo correspondeu à média de visitantes nos postos de turismo das aldeias (exceção de Castelo Mendo) entre 2005 a 2012.

Referências bibliográficas

- Archer, B., & Cooper, C. (2002). *Os impactos negativos e positivos do turismo*. São Paulo: Senac.
- Baptista, F. (2011). Os contornos do rural. Em E. Figueiredo (Coords.), *O rural plural – Olhar o presente, imaginar o futuro* (pp. 49-58). Castro Verde: 100 LUZ.
- Baptista, L., Nofre, J., & Jorge, M. (2018). Mobilidade, cidade e turismo: Pistas para analisar as transformações em curso no centro histórico de Lisboa. *Sociologia (Número Temático)*, 14-32.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Correia, J., & Carvalho, P. (2010). Turismo e desenvolvimento rural. O caso do Piódão (Aldeias Históricas de Portugal). *Cadernos de Geografia*, 28/29, 117-130.
- Doxey, J. (1975). *Development of tourism destinations*. Londres: Torbay.
- Fortuna, C., & Ferreira, C. (1996). O turismo, o turista e a (pós)modernidade. *Oficina do CES*, 80, 1-17.
- Gauthier, B. (2003). *Investigação social: Da problemática à colheita de dados*. Loures: Lusociência.
- Gomes, C. (2008). A construção social de um destino turístico: Coimbra, cidade e imaginário. Em Associação Portuguesa de Sociologia (Ed.), *Atas do VI Congresso Português de Sociologia*. Lisboa: Associação Portuguesa de Sociologia.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Joaquim, M. (2012). *Os viajantes e o turismo: Narrativas, modos de vida e representações sociais* (tese de doutoramento). ISCTE.IUL, Lisboa.
- Kastenholz, E., Eusébio, C., Figueiredo, E., Carneiro, M., & Lima, J. (2014). *Reinventar o turismo rural em Portugal – Cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Aveiro: UA Editora.
- Krippendorf, J. (1986). The new tourist – Turning point for leisure and travel. *Tourism Management*, 7(2), 131-135.
- Lanquar, R. (1985). *Sociologie du tourisme et des voyages*. Paris: Puf.
- Liu, J., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13, 193-214.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Nova Iorque: Schocken Books.
- OCDE. (1994). *Tourism strategies and rural development*. Paris: OCDE.
- Pereiro, X. (2018). Abordagem exploratória do turismo rural de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal). *Análise Social*, (226), 2182-2999.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Oxford: Cab International.
- Reis, P., & Baltazar, M. (2019). Os territórios rurais de baixa densidade como espaço de lazer e de turismo: O destino turístico Aldeias Históricas de Portugal. *SOCIOLOGIA ON LINE*, 21, 141-166.
- Sampaio, M. (2002). Pensar a sociedade rural de hoje: Alguns dos seus significados, representações e constrangimentos. *Fórum Sociológico*, (7/8), 197-213.
- Santos, J., & Esperança, E. (2011). *Turismo residencial. Modos de estar noutra lugar*. Lisboa: Edições Colibri.
- Silva, L. (2009). *Casas no campo. Etnografia do turismo rural em Portugal*. Lisboa: ICS.
- Silva, L. (2014). *Património, ruralidade e turismo. Etnografias de Portugal Continental e dos Açores*. Lisboa: ICS.
- Urry, J. (2002). Mobility and proximity. *Sociology*, 36, 255-274.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição – 4.0 (CC BY 4.0).

Recebido a 01/10/2019. Aceite para publicação a 02/01/2020.

Paula Reis. Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA.UÉvora) & Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova, Instituto Politécnico de Castelo Branco. Palacete das Palmeiras, Largo do Município, 6060-163 Idanha-a-Nova, Portugal. Email: paula.reis@ipcb.pt

Maria da Saudade Baltazar. Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (CICS.NOVA.UÉvora) & Departamento de Sociologia, Escola de Ciências Sociais, Universidade de Évora. Largo dos Colegiais 2, 7000-812 Évora, Portugal. Email: baltazar@uevora.pt