

Sociedade e Sistemas Rurais

Ano letivo 2020/2021

3. Os sistemas rurais e o desenvolvimento

Património, produtos de qualidade,
paisagem, e turismo rural

Património

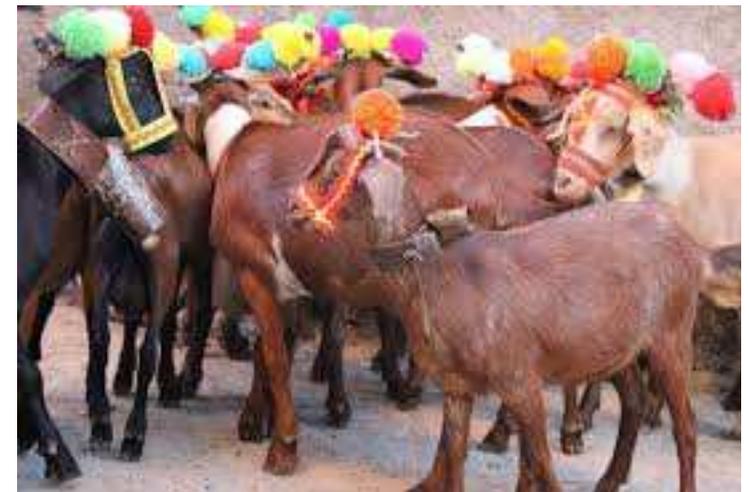
Conjunto dos elementos materiais ou imateriais que testemunham as relações específicas que uma comunidade humana desenvolveu no decorrer da história com um território.

Um bem ou um saber não pode ser considerado como um elemento patrimonial em si.

A **patrimonialização** de um bem ou saber consiste no processo de lhe dar “sentido”.

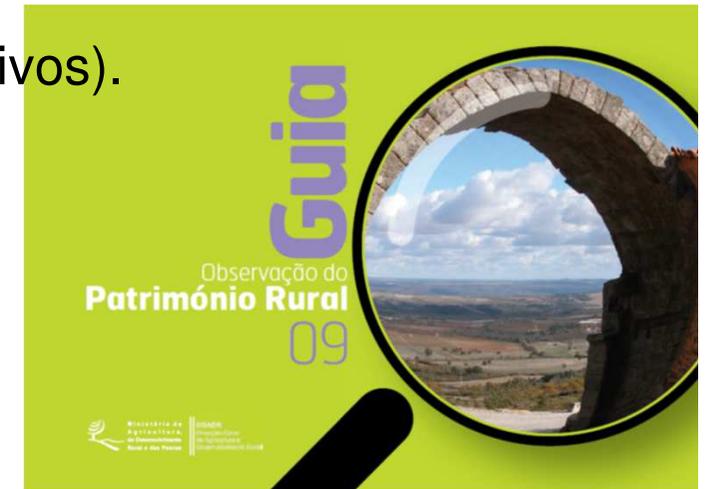
Património material

Património imaterial



Património material

- paisagens, resultado de uma acção secular do homem sobre o meio.
- bens imobiliários, que são testemunho de actividades específicas ou simplesmente de um estilo de arquitectura.
- bens móveis (de uso doméstico; religiosos; festivos).
- produtos de qualidade.



Património imaterial

- técnicas e saber-fazer, que permitiram a criação das paisagens, dos bens imobiliários e móveis, e dos produtos de qualidade.
- dialectos locais, música, literatura oral com origem em tradições não-escrita.
- modos de sociabilidade e formas particulares de organização social.

As duas componentes do património



- o estudo e a análise do património como contributo para decifrar e compreender o passado;
- a apropriação e (re)invenção do património pela população, dando-lhe um sentido no presente e aproveitando-o como um elemento que pode favorecer os projectos de futuro.

Esta última perspectiva é, de algum modo, similar à que foi proposta pela economia rural com a noção de *amenidade rural*, com o objectivo de promover a valorização económica do património.

Definição de *amenidade rural*

- “O que faz que um objecto seja ou não uma *amenidade*, é o valor que lhe é dado por um ou por vários grupos sociais determinados.
- Uma paisagem não é uma *amenidade* enquanto tal, para todos e em todo o lado: não o é senão para os grupos sociais para os quais tem um valor”.

Vias de legitimação do património

- o interesse de estudiosos, académicos, artistas ou de entidades culturais.

Este interesse contribui, geralmente, para fortalecer a posição do património no mercado ou para suscitar a intervenção de instituições e promotores.

- a acção de entidades, públicas ou privadas, dedicadas ao reconhecimento e classificação do património.

Estas intervenções, mesmo que apenas visem uma recolha de informação, impõem uma marca incontornável e contribuem para definir os próprios contornos do que se identifica como património.

➤ sistemas de legitimação/certificação regulados por uma legislação minuciosa e com uma forte estruturação institucional

onde, num processo de negociação e de compatibilização de interesses, intervêm os produtores de património, as entidades que o certificam e organismos públicos.

➤ situações em que, sem qualquer legitimação,

os promotores conseguem atrair consumidores para um objecto que designam como património.

A “invenção” do património



Carolina Martinho, Jenifer, Raquel Rodrigues

- na identificação do património rural tende a haver a conciliação de um antes, supostamente tradicional, com a evolução das condições culturais, sociais e económicas.
- espera-se que, local e socialmente, se reconheça como património o que é designado como tal, sendo que este reconhecimento é, muitas vezes, induzido pelos agentes que promovem o património.
- afastar a tentação da atribuição da autenticidade, apoiada numa procura de raízes e identidades.
- tem de se tomar o património nos seus processos de transformação e de apropriação pelos actuais habitantes e intervenientes no rural.

A dupla vinculação do património

- associado a um local e transmitido entre gerações.
- estes dois critérios implicam que:
 - ✓ fazer viver um património é assegurar a sua transmissão;
 - ✓ o património é da responsabilidade de todos e não apenas dos que nasceram no *local*;
 - ✓ o património deve contribuir para “uma identidade respeitadora da diversidade e aglutinadora de todos os habitantes de um território”.



Máscaras de Noémia Delgado

<https://www.youtube.com/watch?v=6WjcZND1oOM>

Os caretos de hoje



- Comentário relativo aos critérios antes referidos:
 - ✓ o património – mesmo se apenas imaginado e inteiramente feito – pode, pela história do lugar ou pela invenção de um *novo* património, persistir no quotidiano dos residentes e ser, de algum modo, incorporado nas suas práticas. Fazer viver um património é assegurar a sua transmissão;
 - ✓ o património passa da memória das pessoas para a história dos lugares e, simultaneamente, dá aos residentes outra dimensão no relacionamento com o espaço onde habitam.

As cores da Aldeia (reportagem televisiva)

<https://sicnoticias.pt/pais/2012-07-15-Aldeia-alentejana-ganhou-novas-cores>

Pelos trilhos do andarilho

Grupo de Etnografia e Folclore da Academia de Coimbra - GEFAC

- ✓ A UNESCO aboliu palavras como salvação, salvaguarda, defesa, preservação da música tradicional .../ ... [por] a manutenção das condições de criatividade.
- ✓ Quem somos nós para chegar a uma aldeia e dizer: este cante não, “este é autêntico ... Não, este tem influência ... do castelhano...
- ✓ Gaitarico aprende a tocar campanito de Toledo ... se se for convidado para animar um grupo de excursionista ... era algo impensável de ser tocado.
- ✓ Lutar contra qualquer forma de revivalismo, exceto aquele que seja mostrar como nos parece que teria sido, em termos de lição, aprendizagem, sentimentalidade, à memória daqueles que foram os nossos.
- ✓ Sacralizar reportório - sacralizar velhos / Kill Giacometti - Afinem a velhinha (*Michel Giacometti – etnomusicólogo; 1960-82: recolha de música tradicionais*)

- ✓ É um prazer, se as pessoas conhecem as músicas que estamos a tocar.
- ✓ No jardim de infância saiu o “Nodi”, também faz parte.
- ✓ Processos de mercantilização da cultura; é um recurso – Artesanato é uma fonte de rendimento.
- ✓ Monumentalização da cultura popular – escolhem-se de alguns aspetos
E transformam-se em coisa para serem vistas ... tirando-as do contexto inicial ... em que antes a comunidade participava, tornando-os numa coisa feita para fora.
- ✓ Turistificação das festas ... a festa espetáculo, reificada, porque há elementos exógenos pedem festa.
- ✓ Festa bem imaterial apreciado e querido por gente de fora.
- ✓ Definir o popular por oposição ao erudito/ o que acontecia era o trânsito - transição. Circulação do erudito para o popular e do popular para o erudito.

Bibliografia

- Baptista, Fernando (2008), “A transição rural e o património”, in *Museus e património imaterial: agentes, fronteiras, identidades*, Instituto dos Museus e da Conservação.
- Correia, M. Custódia, Lewes, Amaral, Santana, Jorge e Santos, M. Regina (2009), *Guia de Observação do Património Rural*, Lisboa, Direcção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural.
- Godinho, Paula (2011), “Máscaras transmontanas em quatro tempos”, in Paula Godinho (coord.) *Máscaras, mistérios e segredos*, Lisboa, Edições Colibri, pp. 21-31.

Produtos de Qualidade

Produtos vinculados a um território que estão integrados em sistemas de classificação e garantia de qualidade.

A associação a uma paisagem, a um património cultural e a um modo de vida, dota-os de uma aura de confiança e qualidade, que aumenta a sua posição no mercado dos produtos alimentares.

➤ Qualidade: produto padronizado versus produto diferenciado

● Artesanal

● Tradicional

● Regional

por oposição a produção em massa / produção diferenciada, em pequena escala, património rural com referência a um território, “terroir”

- Qualidade de um produto como “construção social” resultado de decisões dos consumidores no mercado (**confiança do consumidor**) versus fruto de negociações e compromissos entre atores com estratégias próprias (**evocação da natureza, saúde, tradição**).

Origem

Valorização dos produtos agro-alimentares com referência a um território é muito antiga

- ✓ para os produtos vitivinícolas
Ex: vinho do Porto – Douro a mais antiga região demarcada
- ✓ para outros produtos agro-alimentares
Ex: queijo Roquefort

Regulamentação comunitária

Regulamentos (CEE) nº 2081/92 e 2082/92 criaram sistemas de valorização e proteção para produtos que demonstrem características especiais ligadas a um território

- ✓ Denominações de Origem (DOP)
- ✓ Indicações Geográficas de Proveniência (IGP)
- ✓ Especialidades Tradicionais Garantidas (ETG)

Objectivos

- ✓ Promover a diversificação da produção agrícola
- ✓ Proteger os nomes dos produtos de fraude e imitação
- ✓ Proporcionar informação relativa às características específicas dos produtos

Hoje, DOP e IGP

Regulamento CE. N. 510/2006 do Conselho de 20 de março

Vê nos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios tradicionais um recurso para o desenvolvimento rural via

- ✓ a melhoria do rendimento dos agricultores e
- ✓ apelo (reforço) à fixação da população nas zonas desfavorecidas ou periféricas (diminuir o despovoamento rural).

Em 1985, o queijo da Serra da Estrela foi o primeiro queijo português a ser protegido pela região demarcada e, em 1994 obteve o estatuto de DOP.

➤ Denominações de Origem (DOP)



Nome de uma região, de um local determinado (...) que serve para designar um produto agrícola ou um género alimentício originário dessa região (...) e cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo os factores naturais e humanos, e cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

➤ Indicações Geográficas de Proveniência (IGP)



A relação com a área geográfica não necessita de ser essencial ou exclusiva, mas deve ser causal. É suficiente que as características ou a reputação do produto possam ser atribuídas à sua origem geográfica e que, pelo menos, uma das etapas da produção tenha lugar na área geográfica delimitada.

➤ Especialidades Tradicionais Garantidas (ETG)



Deve ser produzido a partir de matérias-primas tradicionais, ou caracterizado por uma composição tradicional ou resultado de um modo de produção ou transformação que reflecta o tipo de produção ou transformação tradicional.

O regulamento 2081/92 estabeleceu as normas relativas à proteção das DOP e IGP dos produtos destinados à alimentação humana.

Excluiu-se os produtos vitivinícolas e bebidas espirituosas, sujeitos a outra normativa.



➤ Denominação de Origem Controlada (DOC)/ DOP

Denominação atribuída a vinhos cuja produção está tradicionalmente ligada a uma região geograficamente delimitada e sujeita a um conjunto de regras consignadas em legislação própria (características dos solos, castas recomendadas e autorizadas, práticas de vinificação, teor alcoólico, tempo de estágio, etc.)

Fonte: INE, 2006, Inquérito à estrutura das explorações agrícolas: 2005.

Produtos agro-alimentares DOP/ IGP/ ETG - exemplos

- ✓ Frutos: Ananás dos Açores/ S. Miguel, Pêra Rocha do Oeste, Cereja da Cova da Beira, Ameixa de Elvas, Castanha de Marvão
- ✓ Queijos: da Ilha de S. Jorge, da Serra da Estrela, de Azeitão
- ✓ Carnes: Carne alentejana, Borrego de Montemor-o-Novo, Vitela de Lafões
- ✓ Azeites: de Moura, de Trás-os-Montes
- ✓ Mel: da Serra da Lousã, da Serra de Monchique, do Parque de Montesinho
- ✓ Produtos de salsicharia: Alheira de Mirandela, Farinheira de Estremoz e Borba, Salpicão de Vinhais

Incidência dos produtos DOP/ IGP/ ETG

- Em 2015 estão registados, num total de 1274 produtos europeus:
DOP – 590 IGP – 635 ETG – 49

5 países da bacia mediterrânica da UE (71% do nº. de produtos)

Itália: 273

França: 220

Espanha: 182

Portugal: 130

Grécia: 101

- O valor económico dos produtos protegidos
É globalmente baixo
É variável segundo os sectores produtivos

Com produção efetiva apenas 55% dos produtos certificados (2009).

Peso da produção certificada na produção nacional:

fruta, 12%, azeite, 3.7%, carne bovino, 2.6%, queijos e requeijão, 1.8% (2009)

Produtos de qualidade e desenvolvimento rural

Os produtos de qualidade/regionais representam recursos potencialmente benéficos para o desenvolvimento na medida em que podem incorporar e valorizar muitos outros recursos locais, melhorar rendimentos de produtores e responder às expectativas dos consumidores

O modo como os recursos são valorizados varia de acordo com os tipos de atores envolvidos e as estratégias que seguem

- ✓ estratégia de fileira
- ✓ estratégia territorial

Produtos associados a distintas paisagens, raças e variedades autóctones, saberes, técnicas, emprego qualificado

✓ **Estratégia de fileira**

construção de uma rede de actores da produção e transformação do produto, centrada na gestão do nível de produção, na melhoria da qualidade física e no marketing.

✓ **Estratégia territorial**

construção de uma rede de diferentes tipos actores que encaram o produto regional como oportunidade para um grande leque de iniciativas (rotas turísticas, mercados, festivais, iniciativas educativas) de emprego e de rendimentos aumentados.

Paisagem

Paisagem designa uma parte do território, tal como é apreendida pelas populações, cujo carácter resulta da acção e da interacção de factores naturais e/ou humanos (Convenção Europeia sobre a Paisagem, Florença, 20 de Outubro de 2000).

- A paisagem como parte importante da qualidade de vida das pessoas.
- A valorização da paisagem pelos residentes (de dentro) / especialistas de fora.
- As abordagens participativas e baseadas no diálogo.

Duas dimensões da paisagem

A - Paisagem como espaço

B - Paisagem como lugar

A – foco sobre as estruturas e os valores universais

Modo de analisar: descrever as estruturas da paisagem e suas dinâmicas.

B – resulta de processos sociais de apropriação do espaço que geram camadas de significado ao espaço.

Modo de analisar: mapas mentais, identificação de lugares favoritos ou importantes e registo de como as mudanças da paisagem são percebidas.

Ou **Dois** dimensões da paisagem

A – “*espaço de fluxos*”

B – “*espaço de lugar*”

Duas agendas internacionais estão a afetar as paisagens culturais: globalização (OMC) / sustentabilidade (ONU) (Castells, 2000, referido por Primdahl et al, 2010).

Exemplo: suinicultores

ajuda a compreender melhor os padrões das paisagens e os processos de mudança que as influenciam.

Apresentação de dois estudos sobre perceções de paisagens:

1. Primdahl, J., *et al.* (2010) Functional and Structural Changes of Agricultural Landscapes: How Changes are Conceived by Local Farmers in Two Danish Rural Communities
2. Pinto-Correia, T., *et al.* (2010) The changing role of farming in a peripheral South European area – the challenge of the landscape amenities demand, *Innovations in European Rural Landscapes*. Berlin, Springer.

1. Functional and Structural Changes of Agricultural Landscapes: How Changes are Conceived by Local Farmers in Two Danish Rural Communities

Problemática:

- ✓ As mudanças profundas nas paisagens agrícolas europeias como consequência dos processos de reestruturação na agricultura.
- ✓ Conceção da paisagem local pelos agricultores e sua percepção das mudanças de paisagem.

Objetivo: a) Conhecer as visões dos agricultores da sua paisagem local. b) Analisar como a sua percepção de mudanças de paisagem corresponde às atuais mudanças (registadas).

Metodologia:

Multidisciplinar: combina metodologias das ciências sociais e da ecologia da paisagem.

✓ **Entrevistas semi-estruturadas, presenciais a agricultores:**

- Características das explorações agrícolas (actividades de produção agrícola e outras não agrícolas)
- Mudanças na paisagem percebidas
- Experiência como beneficiários de políticas públicas
- Usos da terra e mudanças na paisagem foram registados em mapas, durante as entrevistas

Tema central do inquérito – *o duplo papel do agricultor como gestor da paisagem*: produtor de alimentos e fibras; proprietário de terra

- ✓ Documentos: mapas, fotografia aérea, base de dados publicados

The specific questions concerning changes dealt with in the table are shown below and listed in same sequence as during the interviews. It should be noted that these questions represent a just a few among a large number of questions:

- ❑ What are – in your opinion – the most significant changes of the farm and the land use of your property since 1985 (or since you came to the farm)?
- ❑ What do you consider to be the most significant changes in the Hvorslev/Nees area since 1985 (or since you came)?
- ❑ Focusing on landscape, nature and buildings/built up areas – what do you then consider to be the most significant changes?
- ❑ If you look at this part of the Hvorslev/Nees area as a place or a landscape to live in, how would you characterize the area? What are the most significant characteristics of this area and what do you appreciate most in the area?
- ❑ What do you think will change in the area in the next 10 years?
- ❑ Can you think of any problems/difficulties concerning the future of Hvorslev/Nees?

Table 2. A summary of the farmers views of the changes in the Hvorslev and Nees areas based on face-to-face interviews in 2005, 14 in Hvorslev and 15 in Nees. The questions asked on former changes referred to the last 20 years. See bottom of table for the precise questions concerning change

Questions on change	Hvorslev	Nees
1. Change of the farm	Changes in livestock were emphasized. Many of the interviewed farmers stopped dairy farming in the 1990s, some as part of retirement strategy; others specialized in pig production. A few referred to an expansion of the farm size.	Reductions in or end of livestock were mentioned by several as was the general scaling down of production. On a few farms there was a reference to the fact that the whole property has been afforested. 
2. Change of the local area in general	The structural developments in agriculture (specialization and concentration) and the changes in villages (closing of shops, schools, dairies, blacksmith, etc.); decline in house prices and newcomers with low income was mentioned by many). 	The structural developments in agriculture (concentration of production) and the changes in villages (closing of shops, schools, dairies, blacksmith, etc.) Many references to the new forests.

<p>3. Change of landscape and description of landscape</p>	<p>Most farmers did not find that the landscape has changed much—apart from a few references to less livestock in fields and a more intensively farmed landscape. Most references to the present landscape were references to a large river valley north of the area.</p>	<p>Almost everyone emphasized the new forests and the attractiveness of the inlet, the wildlife and the peace. All the descriptions refer to the local landscape—no references to attractive areas outside.</p>
<p>4. Future changes to be expected</p>	<p>No future changes of the landscape were anticipated. Present structural changes were expected to continue.</p>	<p>Mixed opinions of the likeliness of new forests. Concern about the future of the grocery store and community life. A few were hoping that the area would develop into an attractive place to settle.</p>

Conclusões

....

the use of the term landscape has not been without difficulty because the farmers do not have a clear and unambiguous understanding of it; a problem also noticed by Setten (2002).

Nevertheless, we are convinced that part of the differences in the way farmers conceive the agricultural landscape and landscape changes in the two areas do reflect some significant differences in the intersubjective meanings attached to local landscape.

2. The changing role of farming in a peripheric South European area – the challenge of the landscape amenities demand

Problemática: rural como espaço de consumo

Multifuncionalidade como um atributo da paisagem: várias funções esperadas de vários utilizadores

Questão: Que padrão de paisagem melhor se ajusta a cada função considerada.

Que tipo de sistema agrícola é mais adequado à manutenção do padrão preferido.

Metodologia: recurso a várias técnicas das ciências sociais:

informação secundária, entrevistas abertas e inquérito por questionário, compreendendo fotografias de áreas de paisagem identificadas.

Resultados:

Distribuição (em %) das preferências por Áreas de Paisagem e por tipos de utilizadores

Unidades de paisagem		Total	Proprietários	Caçadores	Neo-rurais	Ecoturistas	Residentes locais
A	Xisto	15	8	28	15	17	10
B	Agro-silvo-pastoril	25	2	58	17	38	17
C	Mosaico de olival	40	74	8	31	28	60
D	S ^a S. Mamede	18	14	5	35	17	13

Paisagem Agro-silvo-pastoril – Montado aberto (o mais preferido)

Elementos	Gado e casa	Afloramento rochosos
Razões	Capacidade alta de ocupação; Fisiografia	Aspetos estéticos e sensoriais; Natureza e Biodiversidade

Discussão: As preferências de paisagens diferenciam-se entre grupos de utilizadores/função * características socioeconómicas.

- ✓ Diferentes utilizadores procuram diferentes paisagens e uma paisagem particular pode suportar diferentes funções para diferentes pessoas.
- ✓ Razões para a escolha informam sobre como melhor orientar a mudança da paisagem, atendendo à procura social.
- ✓ Como conciliar as preferências dos que efectivamente gerem a terra ou as casas existentes, de determinadas áreas de paisagem e as preferências de outros utilizadores, tendo em conta as tendências de evolução da agricultura e as características da procura urbana.

Conclusões: equilibrar e aumentar as funções existentes, integrando inovação na paisagem tradicional, no sentido de uma paisagem mais multifuncional e sustentável. Instrumentos públicos de apoio à gestão

Turismo Rural

A mudança social e o discurso sobre a ruralidade

- A vida nas cidades, a globalização e as “novas procuras urbanas”

Novas procuras urbanas

derivadas de um processo de mudança e reorientação de práticas e comportamentos no domínio do consumo – alimentação, ócio, lazer, entre outros – emergentes ao nível de setores cada vez mais alargados da população citadina

- ✓ Protagonismo de grupos sociais com rendimentos médios a altos
- ✓ 2 eixos de reorientação: Qualidade e Segurança

alimentação e turismo

- ✓ Marcadas por sentimentos de nostalgia ...

➤ O **discurso** sobre a ruralidade

Exaltação da vida campestre e do seu potencial estratégico

- ✓ Integram a ideia de que através do aproveitamento e da promoção dos recursos patrimoniais, os territórios rurais podem reverter o cenário de crise
- ✓ Comportam uma estratégia de desenvolvimento rural que prevê a transformação dos espaços rurais, outrora produtivos, em espaços de consumo e que aposta nos recursos patrimoniais rurais (via amenidades):
 - Sacralização dos patrimónios cultural e natural
 - Romantiza a ruralidade fazendo-a sinónimo de **qualidade de vida**
 - Missão dos espaços rurais – a preservação de tudo o que está em risco na cidade e nas sociedades ocidentais em geral (**valor-refúgio e alteridade à cidade**).

✓ Sustenta a estratégia territorial de desenvolvimento rural (DR) europeu nas últimas décadas.

– Promoção do **turismo rural**, a produção dos produtos de qualidade, os ofícios e as artes tradicionais pela capitalização dos patrimónios naturais e culturais, apoio às PME's e mobilização dos atores locais.

(Fernandes, 2010)

- **Turismo Rural** é encarado, nas políticas de DR como uma das principais medidas para a concretização da **diversificação de atividades**.

Efeitos multiplicador na criação de emprego e de rendimento, pelas sinergias que é capaz de gerar em setores e atividades com os quais, a montante ou a jusante, faz interface.

- Crescimento dos discursos e práticas ecológicas e das preocupações de sustentabilidade das práticas turísticas

Turismo rural como **turismo sustentável** (arquitetura local, pequena dimensão e produtos de qualidade)

A construção do Turismo Rural

- Modalidades de turismo rural consoante a motivação, o tipo de práticas e serviços exigidos:
 - ✓ Agroturismo, motivado pelo contacto e fruição das atividades agrícolas ou pecuárias
 - ✓ Ecoturismo / turismo de natureza
 - ✓ Turismos desportivo ou de aventura
 - ✓ Turismo cultural
 - ✓ Turismo alternativo
- Aspectos da experiência vivida / procurada
 - ✓ pequena escala
 - ✓ personalização, contacto próximo entre o turista e o prestador do serviço e a população

- ✓ caráter tradicional de elementos do próprio serviço e do seu ambiente físico

Experiência global do espaço rural, enquanto espaço natural, cultural, promotor de vida saudável e aberto a um grande leque de atividades desportivas e de recreio.

➤ Elementos incluídos na **oferta** do turismo rural

artesanato, gastronomia (experiência de retorno à tradição), arquitetura tradicional rural (atração para os serviços de alojamento turístico), a paisagem e outros elementos específicos como o cavalo e o burro (por vezes central nas atividades desportivas e recreativas e um pormenor iconográfico que compõe a paisagem imaginada).

Contrapontos dos bens de consumo do mundo globalizado, homogéneo e desvinculado dos territórios de origem.

- **Oferta** de alojamento turístico em espaço rural, em Portugal, **é impulsionada pela Administração Central** (abordagem de cima para baixo)

O turismo em espaço rural (TER)

Turismo de habitação (Decreto-Lei n.º 14/78 de 12 de Maio)

Turismo em Espaço Rural (TER) (Decreto-Lei n.º 169/97 de 4 de Julho)

Conjunto de atividades e serviços realizados e prestados mediante remuneração, em zonas rurais, segundo diversas **modalidades de hospedagem**, de atividades e serviços complementares de animação e diversão turística, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado em espaço rural.

Orientação dada ao TER

Patrimonial

Primeira legislação (1978): “proteção e valorização do património cultural, de que a arquitetura regional é a expressão de grande interesse turístico”

Entrada de Portugal na EU (1986)

Desenvolvimento local

Dec.-Lei n.º 169/97 de 4 de Julho: “revitalizar e desenvolver o tecido económico rural, contribuindo para o aumento do rendimento das populações locais criando condições para o crescimento da oferta de emprego e fixação das ditas populações”.

HOJE – Legislação portuguesa sobre empreendimentos turísticos, animação turística e turismo de natureza

- ❑ Regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos (Decreto-Lei n.º 228/2009 de 14 de Setembro)
- ✓ Alojamento local
- ✓ Empreendimentos turísticos
 - Estabelecimentos hoteleiros
 - Aldeamentos turísticos
 - Apartamentos turísticos
 - Conjuntos turísticos (resorts)
 - Turismo de habitação
 - Turismo no espaço rural
 - Parques de campismo e caravanismo
 - Turismo da Natureza
- ❑ Regime jurídico da animação turística (Dec.-Lei n.º 108/2009 de 15 de Maio)
- ✓ regula a atividade das empresas de animação turística e dos operadores marítimo-turísticos;
- ✓ regula o reconhecimento daqueles como empreendimentos turísticos de Natureza

Turismo no espaço rural subdivide-se em

- Casas de Campo
- Turismo de aldeia
- Agro-turismo
- Hotel rural

Atividades e serviços complementares de animação e diversão

turística que se destinam à ocupação dos tempos livres dos turistas e divulgação das características, produtos e tradições das regiões

património natural, paisagístico e cultural

itinerários temáticos, gastronomia, artesanato

folclore, caça, pesca, jogos e transportes tradicionais

Objetivo induzir e promover a dilatação da permanência média dos turistas que mostra grande resistência a deslocar dos 2 ou 3 dias.

Estabelecimentos, quartos e capacidade de alojamento no TER

Unidade: N.º

Unit: No.

	Estabelecimentos							Total de quartos	Capacidade de alojamento total
	Total	Turismo rural	Turismo de habitação	Agroturismo	Casas de campo	Turismo de aldeia	Hotel rural		
Portugal									
1991	240	94	119	20	x	x	x	963	1 957
1992	358	157	147	49	x	x	x	1 491	2 984
1993	417	188	155	71	x	x	x	1 868	3 795
1994	429	187	167	75	x	x	x	1 991	3 989
1995	484	219	177	88	x	x	x	2 212	4 417
1996	493	214	181	98	x	x	x	2 375	4 711
1997	534	235	198	101	x	x	x	2 512	4 984
1998	569	248	213	108	x	x	x	2 727	5 375
1999	606	262	214	115	15	x	x	2 951	5 776
2000	668	280	229	119	40	x	x	3 224	6 293
2001	685	284	228	122	51	x	x	3 315	6 476
2002	866	358	244	145	116	3	x	4 332	8 533
2003	936	391	246	147	148	4	x	4 732	9 337
2004	965	406	247	146	162	4	x	4 969	9 815
2005	1 053	416	248	147	234	8	x	5 497	10 792
2006	1 010	387	232	137	229	7	18	5 525	10 842
2007	1 025	390	233	136	235	7	24	5 740	11 305
2008	1 047	390	233	140	246	8	30	6 733	11 692
2009	1 186	402	242	144	325	9	64	6 714	13 232
2010	1 186	420	241	147	327	9	42	6 760	13 344
2011									
Portugal	1 188	425	243	147	322	9	42	6 739	13 293
Continente	1 026	396	220	142	219	8	41	6 034	11 886
Norte	497	205	123	56	96	3	14	2 757	5 363
Centro	262	89	58	33	67	3	12	1 512	2 991
Lisboa	26	11	12	1	0	0	2	163	320
Alentejo	204	71	23	47	50	2	11	1 344	2 701
Algarve	37	20	4	5	6	0	2	258	511
R. A. Açores	108	22	13	3	69	1	0	435	862
R. A. Madeira	54	7	10	2	34	0	1	270	545

Fonte: INE, I. P. | Anuário Estatístico de Portugal 2011 | p. 564

© INE, I.P., Portugal, 2012. Informação disponível até 30 de Setembro de 2012.

Portugal | Estabelecimentos de Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural, por NUTS II (número)

NUTS II	Anos									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*
Norte	372	412	429	461	450	448	459	495	498	485
Centro	171	237	240	244	220	224	232	264	262	257
Lisboa	99	33	31	28	26	27	27	26	26	24
Alentejo	111	141	145	166	161	162	166	203	204	215
Algarve	24	23	30	31	30	31	32	38	37	35
Açores	48	48	47	74	74	82	82	112	108	115
Madeira	41	42	43	49	49	49	49	53	51	51
Total Global	866	936	965	1.053	1.010	1.023	1.047	1.191	1.186	1.182

Fonte: TP - Turismo de Portugal; * dados revisados em 28-12-2012

Anuário das Estatísticas do Turismo 2011, p.32

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/oturismoem/Pages/OTurismoem.aspx?SelPage=1>

Portugal | Estabelecimentos de Turismo de Habitação e do Turismo no Espaço Rural, por modalidades [segundo a legislação em vigor] (número)

Modalidades	Anos									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*
Turismo de Habitação	244	246	247	248	232	232	233	250	243	237
Agro-Turismo	145	147	146	147	137	136	140	144	147	142
Casas de Campo	116	148	162	234	229	234	246	316	320	337
Hotel Rural	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	18	24	30	42	42	43
Outros *	361	395	410	424	394	397	398	439	434	423
Total Global	866	936	965	1.053	1.010	1.023	1.047	1.191	1.186	1.182

Fonte: TP-Turismo de Portugal; Legenda: Outros* - inclui as modalidades Turismo Rural e Turismo de Aldeia, que ainda não se reconverteram de acordo com o diploma DL 228/09-14Set.; n.d. - dado não disponível; * dados revistos em 28-12-2012

Anuário das Estatísticas do Turismo 2011, p.32

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/oturismoem/Pages/OTurismoem.aspx?SelPage=1>

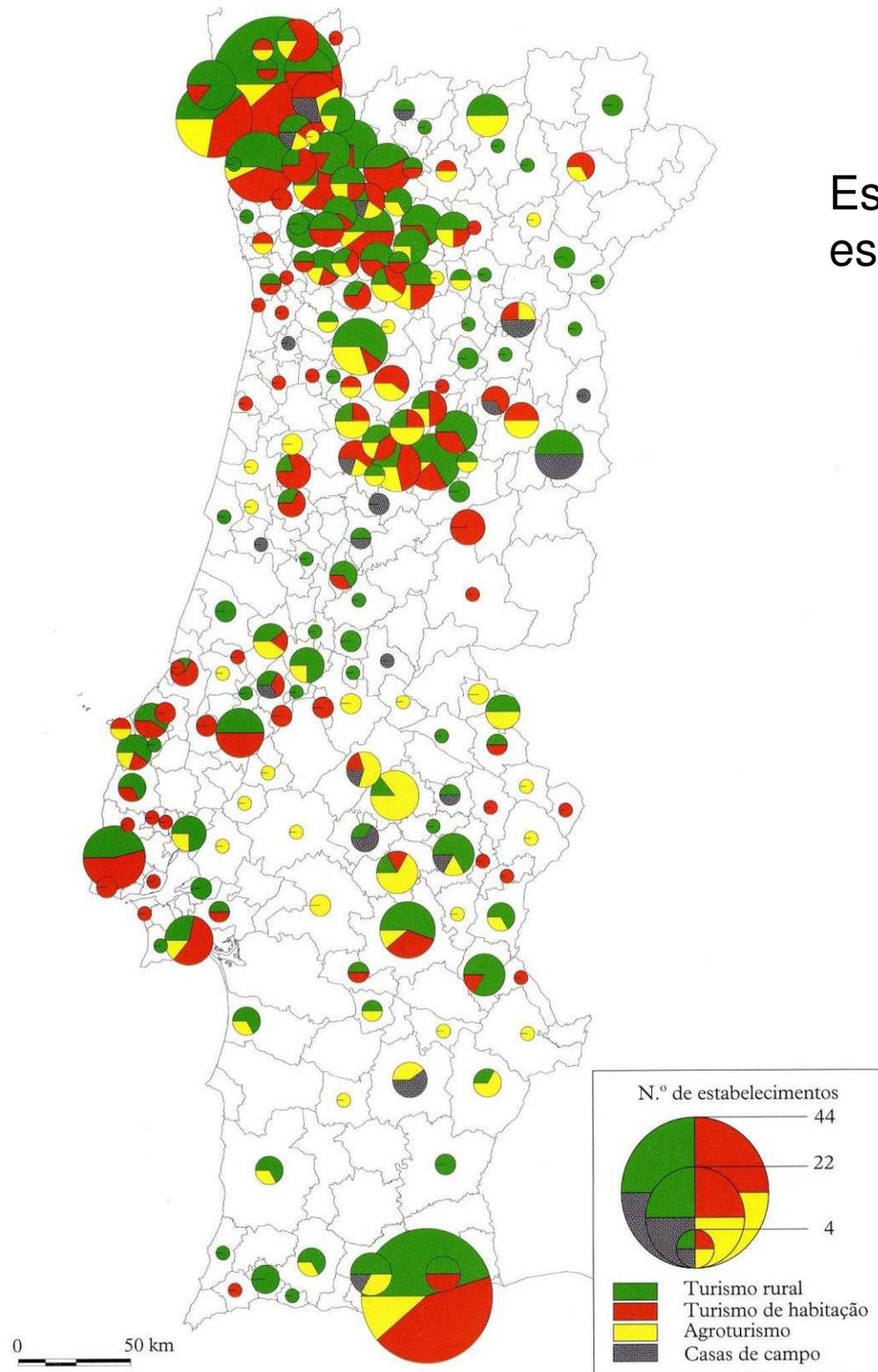
- Crescimento regular, em todo o país, principalmente até 2005. Depois, crescimento mais irregular e mais lento. Concentram-se a Norte, onde crescem mais numa fase inicial.
- Deve-se a vários programas financiados pelos fundos estruturais da UE

Têm proporcionado aos titulares das casas, condições de financiamento únicas e irrecusáveis

Com largas margens de fundo perdido e/ou juros bonificados

Contrapartida – manter, por um período mínimo de 10 anos, a casa afeta ao acolhimento de turistas.

Estabelecimentos de turismo em espaço rural por modalidades



Fonte: DGT em Cavaco, 2006

Quem oferece

- ✓ Pertença a estrato sociais elevados revelada nos elevados níveis de formação académica e de qualificação profissional //
- ✓ // requisitos legais: natureza e qualidade dos imóveis a afetar ao TER e do seu correspondente recheio; e qualificações e conhecimentos que os seus proprietários devem reunir (línguas estrangeiras faladas; informações sobre o património natural, etnográfico, gastronómico, cultural e paisagístico da região) (Dec.-Reg. nº. 13/2002 de 12 de Março)
- ✓ Uma proporção relativamente maior de mulheres.
- ✓ Idade média (55 anos), dispondo de pensões e outros rendimentos e de tempo disponível.
- ✓ Projeto que lhes preenchem o tempo, lhes realizem sonhos e aspirações antigas e lhes rentabilizem patrimónios imobiliários e financeiros.

Estratégia patrimonial / Estratégia empresarial

Estratégia patrimonial

- ✓ Dispõem de várias fontes e montantes de rendimentos suficientemente elevados para não dependerem ou sequer necessitarem das receitas das atividades turísticas
- ✓ Não encaram o TER como um negócio que é preciso fazer render mas sim como um meio para poderem ter acesso a apoios financeiros para restauração das casas
- ✓ Invocam os elevados custos financeiros de manutenção e funcionamento destas casas

Estratégia empresarial

- ✓ Indivíduos mais jovens,
- ✓ TER via para rentabilizar os seus patrimónios e para construírem oportunidades ocupacionais e profissionais
- ✓ Fazem por ter hóspedes
- ✓ Avaliam positivamente os resultados económicos

Quem procura

- ✓ Pertença a estrato sociais elevados e urbanos (vários estudos na Europa e Portugal)
- ✓ *Região Centro*: famílias residentes e Portugal, planeiam mais a sua visita, utilizando frequentemente informação de familiares e amigos, mas também outras fontes, viajam em automóvel, permanecem na região 5 dia, repetem as suas viagens a este destino, procuram mais tanto a riqueza natural (áreas protegidas) como a cultural (museus, monumentos, centros históricos e aldeias históricas).
(Eusébio e Kastenholtz, 2010)

- ✓ *Douro*: maioritariamente portugueses de origem urbana (Lisboa e Porto), idade profissional ativa (20 a 65 anos de idade), níveis de formação académica relativamente elevados....

Mas em viagens mais longas, em barco-hotel, estrangeiros reformados e formação académica elevada.

(Ribeiro, 1998)

TER como potencial para o desenvolvimento rural

Numa primeira fase

Uma solução muito efetiva para a recuperação de um significativo património arquitetónico e histórico do país

Menos uma solução estritamente empresarial (não houve uma efetiva oferta de alojamentos)

Benefícios privados superiores aos benefícios sociais

A recuperação e conservação do património pessoal e familiar representa a motivação claramente dominante no envolvimento com o TER
(Joaquim, 1999, citado por Ribeiro, Manuela, 2003)

- ✓ Há estudos que diagnosticam a ausência de contributos significativos do turismo para o desenvolvimento das comunidades rurais (Ribeiro, 2000)
- ✓ Criação de um **número limitado de postos de trabalho** diretos e provavelmente indiretos.
- ✓ Desproporção entre o investimento e o número de emprego gerado / fixação das populações.
- ✓ Manter os laços com a propriedade e com a terra e conservação de património edificado, gastronómico
- ✓ Valor simbólico dos campos \ perda de importância económica e social / / políticas de desenvolvimento rural de alcance limitado.
- ✓ O contributo do turismo em espaço rural para o desenvolvimento rural parece depender da sua integração num conjunto mais alargado de produtos e serviços turísticos, ou seja, de alguma escala (Silva, 2009).

Balanço entre a oferta e a procura

- ✓ Vários estudos apontam para a baixa taxa de ocupação dos alojamentos TER e fraco contributo para a criação de emprego (Mesquita, 2007)

Taxas de ocupação dos alojamentos TER

Portugal, 2000 – 13.2%;

Taxa de ocupação-cama

Alentejo, 2010 – 30% e 2012 – 25%

2008 a 2012, as dormidas nos estabelecimentos TER e TH depois de um forte crescimento com um pico em 2010, indiciam uma descida do número, a uma taxa de variação negativa na ordem dos 10%.

(Turismo de Portugal – Anuário das Estatísticas do Turismo, 2011 e INE – Estatísticas do Turismo, 2012).

Conclusões

Turismo Rural não é **a solução** para o desenvolvimento rural, mas pode dar o seu contributo para o mesmo

(idem para os produtos de qualidade)

“O turismo não pode salvar a vida rural, mas em contrapartida a vida rural não pode ser salva sem o turismo” [?!]

programáticas [?!]

Para que esse contributo se concretize, importa

- ✓ criar sinergias entre atividades, produtos e serviços localmente produzidos e equipamentos; promoção e comercialização
- ✓ que os gastos realizados pelos turistas concorram para o emprego e o rendimento dos locais.
- ✓ Promover um desenvolvimento participativo do turismo que reforce as instituições, dinamize a vida social, promova a integração económica e cultural. [lembrar as limitações do desenvolvimento endógeno]

Bibliografia

- Anuário das Estatísticas do Turismo 2011.
- Baptista, Fernando (2008), “A transição rural e o património”, in *Museus e património imaterial: agentes, fronteiras, identidades*, Instituto dos Museus e da Conservação.
- Cavaco, Carmina (2006), “O turismo e as novas dinâmicas territoriais”, in Medeiros, Carlos (dir.), *Geografia de Portugal: actividades económicas e espaço geográfico*, Rio de Mouro, Círculo de Leitores, pp. 387-427.
- Correia, M. Custódia, Lewes, Amaral, Santana, Jorge e Santos, M. Regina (2009), *Guia de Observação do Património Rural*, Lisboa, Direcção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural.
- Eusébio, Celeste e Kastenholz, Elidabeth (2011), “Quem procura o turismo no espaço rural? Especificidades do mercado da Região Centro de Portugal”, in Figueiredo, Elisabete (coord. Geral) *O Rural Plural. Olhar o presente, imaginar o futuro*, Castro Verde, 100Luz, ISBN: 978-989-8448-06-4
- Fernandes, Ana Matos (2010), “Discurso de reinvenção da ruralidade – exigências, expectativas e representações urbanas na construção de uma ruralidade consumível” in *Actas do IV Congresso de Estudos Rurais: Mundos Rurais em Portugal – Múltiplos Olhares, Múltiplos Futuros*. Universidade de Aveiro, 4 a 6 de Fevereiro
- Fragata, António (2003), “Da qualidade dos produtos agrícolas tradicionais: elementos para a sua elaboração social e técnica”, in Portela, José e Caldas, João C. (org.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, pp. 449-462.
- INE, 2006, Inquérito à estrutura das explorações agrícolas: 2005.
- INE, I. P. | Anuário Estatístico de Portugal 2011
- Jones et al (2007), ‘Multiple interfaces of the European Landscape Convention’ , *Norwegian Journal of Geography* , Vol. 61, 207-215; ISSN 0029-1951

- Mesquita, Ana M. Vicente (2009), *Sistemas de Distribuição no Turismo em Espaço Rural: a Região de Trás-os-Montes*, Aveiro, Departamento de Economia e Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.
- Pinto-Correia, T., *et al.* (2010) 'The changing role of farming in a peripheric South European area – the challenge of the landscape amenities demand', in H. Wiggering *et al.*, *Innovations in European Landscapes*. Berlin, Springer.
- Primdahl, J., *et al.* (2010) 'Functional and Structural Changes of Agricultural Landscapes: How Changes are Conceived by Local Farmers in Two Danish Rural Communities', *Landscape Research*, 35: 6, 633-653; DOI: 10.1080/01426397.2010.519593;
URL: <http://dx.doi.org/10.1080/01426397.2010.519593>
- Ribeiro, Manuela (2003), “Espaços Rurais como Espaços Turísticos. Reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural, em Portugal” em Portela, José e Caldas, João C. (org.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, pp 199-215.
- Ribeiro, Manuela (1998), “Turismo e desenvolvimento da Região do Douro – processos e (alguns) resultados da evolução recente do sector” in *Douro - Estudos & Documentos*, vol. VIII (6), 2º, 25-49)
- Silva, Luís (2009), *Património, Ruralidade e Turismo. Etnografia de Portugal Continental e dos Açores*, Lisboa, ICS, ISBN 978-972-671-344-9
- Silva, Luís (2009), *Casas no Campo, Etnografia do Turismo Rural em Portugal*, Lisboa, ICS, ISBN 978-972-671-247-3
- Tregear, Angela, Arfini, Filippo, Belletti, Giovanni e Marescotti (2007), Regional foods and rural development: the role of product qualification, *Journal of Rural Studies*, 23: 12-22.