



**Visions of Sustainability:  
ATLAS Reflections 2002**

**November 2002**



*Association for Tourism and Leisure Education*

PO box 3042 | 6802 DA Arnhem | The Netherlands

tel +31-26-4452699 | fax +31-26-4452932

mail [info@atlas-euro.org](mailto:info@atlas-euro.org)

internet [www.atlas-euro.org](http://www.atlas-euro.org)



Association for Tourism  
and Leisure Education

**Visions of Sustainability:  
ATLAS Reflections 2002**

**November 2002**

Edited by  
Greg Richards  
Leontine Orderwater

A handwritten signature or set of initials in blue ink, appearing to be "GR" or similar.

ISBN: 90-75775-13-X

## Contents

Introduction – Greg Richards	5
ATLAS annual conference 2002 - Visions of sustainability	7
ATLAS Africa conference - Community tourism. Options for the future	8
ATLAS annual conference 2003 - Quality of life	10
Tourism, the environment and ethics - Andrew Holden	11
Turismo rural: uma estrutura metodológica de investigação - Carlos Fernandes, Goretti Silva e Marco Rebelo	17
Parques temáticos y desarrollo sostenible de destinos tradicionales. Claves de interpretación desde la gestión relacion - Ana Goytía Prat	29
El Papel de la mirada del turista la sostenibilidad del turismo cultural - Ana Goytía Prat	41
ATLAS members	53
ATLAS reports	
ATLAS Winter University - Greg Richards	59
ATLAS Asia-Pacific - Brian King	59
ATLAS Africa - John Akama	60
	61
ATLAS Special Interest Groups	65
Cultural Tourism Research Group - Greg Richards	65
Gastronomy and Tourism Research Group - Greg Richards	66
Policy Research Group - Michael Hall	66
Backpackers Research Group - Irena Ateljevic	66
Tourism SME Research Group - Rhodri Thomas	68
Sustainable Tourism Consortium - Greg Richards	69
Book reviews	
The practice of graduate research in hospitality and tourism - Evangelos Christou	71
Service quality management in hospitality, tourism and leisure - Marjanna M. Augustyn	71
Cultural attractions and European tourism - David Bruce	74
The Internet and travel and tourism education - Olgun Cicek	75

## **Turismo rural: uma estrutura metodológica de investigação**

*Carlos Fernandes<sup>1</sup>  
Goretti Silva<sup>2</sup>*

*Marco Rebelo<sup>2</sup>  
Escola Superior de Tecnologia e Gestão  
Instituto Politécnico de Viana do Castelo  
Portugal  
cferrnandes@estg.ipv.pt*

### **Abstract**

### **Introdução**

O Turismo é reconhecidamente a maior indústria mundial, com taxas de crescimento anuais surpreendentes (Pera & McLaren, 1999). Num relatório recentemente publicado a Comissão Europeia faz referência ao Turismo como sendo um fenómeno complexo em constante evolução, que se tem evidenciado como uma das mais importantes actividades económicas a nível mundial (Marente & Minghetti, 2001). De acordo com estimativas do WTTC, (Conselho Mundial das Viagens e do Turismo) este é também o sector com maior capacidade de criação de oportunidades de emprego. Mas o Turismo tem vindo a afirmar-se, não só pela absorção de mão de obra, mas também como uma alternativa para o desenvolvimento das comunidades junto das quais se impõe (Pera & McLaren, 1999).

Segundo o Instituto Internacional do Turismo, cada ano mais de 3.300 milhões de turistas (equivalente a aproximadamente metade da população mundial) viajam para fora da sua residência habitual, numa média de 3-4 dias. O turismo internacional já representa mais de 6% das exportações a nível mundial. Um em cada quinze empregos no planeta depende da indústria do turismo; está previsto que uma em cada dez pessoas estará a trabalhar em actividades relacionadas com o turismo até ao ano 2005. Espera-se ainda a criação de, aproximadamente, 150 milhões de empregos neste sector, dentro dos próximos 10 anos.

Numa economia cada vez mais global, o sucesso da promoção de destinos turísticos já não depende apenas do conhecimento e satisfação das necessidades daqueles que são os seus clientes mais directos, os turistas. É identificarem novas oportunidades e novos segmentos de mercado, procurando perceber as motivações que estão na base das decisões de quem viaja e na escolha dos destinos.

---

<sup>1</sup> Professor Adjunto e Coordenador do Projecto OPTOUR  
<sup>2</sup> Técnicos do Projecto OPTOUR

Mas os turistas constituem apenas um dos grupos que devem ser alvo das preocupações dos responsáveis pelo Turismo. Cada vez mais é fundamental uma abordagem abrangente, que inclua o conjunto dos actores intervenientes no processo, como sejam os agentes locais (fornecedores de serviços), administração local e regional bem como outras organizações cujo desempenho é essencial para a implementação de estratégias de desenvolvimento.

As áreas rurais assumem ao nível do Turismo, uma importância tão visível quanto crescente pelo interesse que exercem num número cada vez maior de turistas. O Turismo Rural constitui actualmente uma das prioridades ao nível do desenvolvimento do Turismo em muitos países Europeus. Se por um lado a procura pelo produto Turismo Rural têm vindo a crescer significativamente, assiste-se por outro lado a alguma indefinição quanto ao futuro de algumas áreas rurais, devido às grandes transformações verificadas ao nível da agricultura (Ratz & Puczko, 1998).

Verifica-se a existência de um consenso tanto social quanto político relativamente à necessidade e à urgência de se criarem alternativas de emprego para essas regiões menos favorecidas, no sentido de proporcionar às suas populações, a opção de aí permanecerem, condição necessária para a reversão do declínio a que estas regiões tem estado sujeitas durante as últimas décadas (Ribeiro & Marques, 1999).

O Turismo Rural, enquanto área do saber, tem vindo a ser alvo de atenção por parte de muitos cientistas e investigadores. Todavia persistem ainda desconfortos sendo urgente e necessária uma abordagem interdisciplinar (Kombol, 1998). A tentativa de definir por exemplo "turismo rural" é só por si uma tarefa complicada. O termo tem diferentes significados em diferentes países. Genericamente, as definições e argumentação em torno de Turismo rural baseiam-se nos conceitos de "ruralidade", características das sociedades rurais (Lane, 1994), necessidades e motivações dos turistas rurais e procura pelo produto turismo rural (Grefi, 1994).

Em diferentes países da Europa, o Turismo Rural encontra-se em diferentes estádios de desenvolvimento (Diniz, 1999). Em Portugal, o turismo em espaço rural surge como uma forte alternativa em termos de desenvolvimento e de criação de riqueza, bem como da diversificação da própria base económica do meio rural (DGT, 2000), e apesar da sua reduzida expressão numérica, tem vindo a registar um crescimento constante. Em 2000, o total das dormidas no TER, atingiu 398,8 milhares, correspondendo 176,6 milhares a dormidas nacionais e 222,2 milhares a estrangeiros. Até Abril as dormidas de nacionais foram superiores às dormidas de estrangeiros, invertendo-se esta situação de Maio a Outubro. Em Novembro, verificou-se novamente um acréscimo das dormidas de nacionais e um decréscimo das de estrangeiros. Constatou-se que o mês com maior taxa de ocupação-cama foi Agosto (43,3%), seguido os meses de Julho e Setembro, com 27,3% e 24,2%, respectivamente (DGT, s.d., pp. 75-76).

Numa economia cada vez mais global, não basta aos destinos turísticos concentrarem-se na satisfação das necessidades dos seus clientes. A maior preocupação de todos os responsáveis pelo desenvolvimento do Turismo, deve

consistir na identificação de novas oportunidades e novos segmentos de mercado, bem como no conhecimento das motivações que estão na base das escolhas dos destinos por parte dos turistas.

Mas os potenciais turistas são apenas um dos clientes que os promotores do destino devem procurar conhecer. E cada vez mais necessário ter em linha de conta as necessidades de outros públicos como sejam os fornecedores de serviços (oferta), administração local e outras instituições envolvidas no processo de desenvolvimento do turismo.

A multiplicidade de agentes envolvidos no sistema turístico, implica que existam diferentes necessidades de informação: desde a procura aos impactes e papel do turismo na economia às implicações em termos de recursos humanos; da recolha de dados estatísticos às análises qualitativas. Existe uma procura crescente de trabalhos de investigação que reúnem informação aos mais diversos níveis (territorial, sectorial, temporal, ...) a qual requer também abordagens diferentes e um esforço enorme de coordenação e homogeneização particularmente no que respeita às definições de base e metodologias aplicadas (Manente & Minghetti, 2001).

A Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, encontra-se de momento a desenvolver um estudo, denominado OPTOUR – *Opportunities for and Barriers to Tourism Led Integrated Development within Rural Regions of Selected European States*<sup>3</sup> tendo como objectivo estratégico contribuir para a identificação e compreensão dos diversos factores (institucionais, económicos, sociais,...) que ao longo dos últimos anos condicionaram o desenvolvimento de actividades de Turismo em Áreas Rurais em cada um dos países participantes.

#### **Objectivos operacionais**

Pretende-se ainda com a compreensão destes factores, contribuir para a definição de modelos de desenvolvimento integrado tendo por base a implementação de actividades de turismo em áreas rurais. Modelos esses, aplicáveis à realidade dos países da Europa de Leste, particularmente dos países envolvidos neste estudo (Bulgária e Roménia), onde o Turismo Rural é uma realidade emergente.

Um dos pressupostos deste estudo é que diferentes contextos sócio-económicos estão na base de diferentes estádios de desenvolvimento ao nível do Turismo, diferenciando os países da União Europeia de alguns países da Europa de Leste. Genericamente, os países da União Europeia têm vindo a beneficiar de um conjunto de estratégias definidas ao nível dos órgãos comunitários, e que, quando adoptadas pelas respectivas instituições nacionais, se traduzem em iniciativas que vão no sentido de encorajar, facilitar ou até mesmo orientar o desenvolvimento do Turismo Rural.

<sup>3</sup> Em parceria com os seguintes parceiros: Bourne-mouth University (Inglaterra), Universidad de Leon (Espanha), TUM-Technical University of Munich (Alemanha), HFFI - Higher Institute of Food and Flavour Industries em Plovdiv e Traitan University of Sata Zagora (Bulgária) e USAMV-CJ Universidade de Agricultura de Cluj-Napoca (Roménia). Projecto, financiado pela Comunidade Europeia (ao abrigo do Programa 5º Quadro de Apoio), com início em Outubro de 2000 e decorrerá até Setembro de 2003.

Por outro lado, é consensualmente aceite que, independentemente da realidade e do estágio de desenvolvimento, o fenómeno turístico pressupõe como actores fundamentais: a Procura, ou seja, os Turistas, com todo um universo de percepções e expectativas; os Empreendedores, ou seja, as Empresas que providenciam todo o tipo de serviços e facilidades aos turistas; e, finalmente, o conjunto das diversas Instituições que, com competências específicas e através de diferentes estratégias, garantem o apoio necessário ao desenvolvimento do sector aos mais diversos níveis.

Este apoio pode acontecer em fases tão distintas como são a orientação inicial para definição das ideias de investimento, a redução do esforço financeiro necessário à sua concretização, através da disponibilização de esquemas de financiamento - o que resulta na redução do risco associado ao investimento - e, numa fase final, a promoção da oferta.

Assim sendo, como objectivos operacionais para este estudo foram definidos:

- análise e avaliação das motivações, percepções e imagens que os potenciais turistas dos 4 países da União Europeia têm relativamente aos países da Europa do Leste enquanto destinos de Turismo Rural;
- identificação das oportunidades e constrangimentos (fiscais, ambientais, sociais, institucionais) com que se deparam os empreendedores ou fornecedores de serviços turísticos em cada um dos países participantes;
- identificação das diferentes estratégias propostas pelas instituições e agências de desenvolvimento (governamentais e não governamentais) no sentido de facilitar a implementação do Turismo Rural em cada um dos países;
- análise da reacção dos empreendedores às percepções e expectativas detectadas junto dos potenciais visitantes, sejam estes provenientes dos países da União Europeia (mercado internacional), ou dos respectivos países (mercado interno);
- análise da reacção dos empreendedores dos países de Leste às estratégias definidas pelos organismos responsáveis nesses países em paralelo com as estratégias identificadas em diferentes países da UE;
- análise da reacção por parte das instituições (governamentais e não governamentais) dos países de Leste, à avaliação que é feita por parte dos empreendedores desses mesmos países em relação às estratégias nacionais em paralelo com as estratégias existentes nos países da UE.

### **Estrutura Metodológica**

Como se depreende dos objectivos enunciados, a implementação deste estudo obriga a uma metodologia de trabalho que assenta numa abordagem multidisciplinar.

Para o estudo da Procura, foi definida a aplicação de um inquérito a uma amostra de 400 habitantes de uma determinada área urbana em cada um dos países, seleccionados de forma aleatória através de índice de ruas. Nos países de Leste, a amostra é de 600 habitantes no total, 300 em cada uma das duas principais cidades desse país. O Inquérito é feito mediante entrega de questionário para auto-preenchimento, o qual foi elaborado através da análise de *focus groups*, em cada um dos sete países. O questionário explora o uso de

diferenciais semânticos com base em grelhas de antónimos bi-polares, e visa identificar as percepções dos potenciais turistas relativamente a diferentes áreas rurais e oferta de turismo rural nesses países:

Para o estudo da vertente da Oferta - agentes turísticos - foi definida uma abordagem bipartida. Uma primeira fase com uma amostra de 104 entrevistados empresários de 4 regiões diferentes em cada um dos países, com definição de um conjunto de perguntas a serem colocadas em entrevista estruturada directa. Esta abordagem visa recolher experiências na criação e gestão de actividades de turismo em áreas rurais, no sentido de identificar o tipo de oportunidades e constrangimentos - com que se deparam os diferentes investidores em áreas rurais distintas - e na implementação de diferentes tipologias de actividade, que foram organizadas para o efeito em quatro grupos:

- Alojamento
- Animação
- Restauração
- Pluriactividade (quando conjugam alojamento ou restauração com actividades de animação)

Numa segunda fase, o número de entrevistados, ainda por determinar, será bastante mais reduzido, sendo seleccionadas apenas algumas das entidades abordadas anteriormente, para realização de estudos de caso. A entrevista estruturada foi também o método definido para identificação, junto das instituições e organizações competentes (governamentais e não governamentais), das respectivas estratégias de orientação e apoio ao desenvolvimento do Turismo Rural em cada um dos países. A amostra inicialmente definida é de 50 entrevistas por país, a qual permite não só o cruzamento de informação entre os diferentes países como a análise intranacional. As instituições e organizações a abordar são, em termos de área de influência, de âmbito nacional, regional e local.

De acordo com a metodologia estabelecida, o primeiro *output* deste projecto consiste num conjunto de relatórios, da responsabilidade dos respectivos parceiros, que caracterizam o estágio de desenvolvimento e evolução do Turismo Rural nos últimos 20 anos, em cada um dos países.

Estes relatórios permitem, através da recolha e análise exaustiva de informação que foi feita, não só, uma actualização bibliográfica nesta matéria, como também, a confirmação de um pressuposto base deste projecto, segundo o qual, realidades sócio-económicas diferentes resultam em processos de desenvolvimento turístico também bastante díspares. Mediante a análise de toda a informação recolhida, confirma-se que no contexto europeu, o Turismo Rural em Portugal é ainda uma realidade muito recente.

Durante este primeiro ano de trabalho, as tarefas desenvolvidas por todos os parceiros, prendem-se sobretudo com a execução dos pacotes de trabalho nº 1 e 2. Análise da procura - *Motivations to Visit* e Identificação de Oportunidades e Constrangimentos por parte da oferta - *Opportunities and barriers to supply*, respectivamente. Adicionalmente, foi ainda iniciado o debate sobre a metodologia a ser aplicada na execução do pacote de trabalho nº 3 - Identificação de Instituições e respectivas estratégias de apoio ao desenvolvimento do Turismo Rural - *Strategies for facilitation*.



Da participação da ESTG<sup>4</sup> neste projecto, é de realçar que, enquanto responsável pelo pacote de trabalho n.º 1, esta tem concentrado maiores esforços no processo de implementação do estudo da procura, tendo integrado, numa fase inicial, um grupo de trabalho, conjuntamente com colegas da Universidade de Bourne-mouth e do HIFFI<sup>5</sup> – Bulgária, responsável pela elaboração do questionário e respectivo método de amostragem.

O questionário, teve obrigatoriamente de merecer a aprovação por parte dos restantes parceiros, sendo sujeito a um pré-teste já no terreno – para comprovar a sua lógica de concepção - a que se seguiu a sua aplicação em todos os países. Actualmente, tendo já concluído a fase de recolha e inserção de dados, está a decorrer o período de análise interna, durante a qual, cada parceiro faz uma síntese dos resultados obtidos, sendo posteriormente cruzada toda a informação - de todos os países envolvidos - no sentido de produzir uma análise global.

A aplicação do questionário em Portugal teve lugar na cidade do Porto, um dos principais centros urbanos do país, e consequentemente, potencial centro emissor de consumidores da oferta de Turismo rural.

O método de amostragem utilizado foi o da selecção aleatória de um determinado número de residentes (400), num determinado número de ruas (50) de um total de 2.073, seleccionadas através do índice alfabético (mapa do Porto).

A abordagem foi feita mediante deslocação dos técnicos às residências identificadas para entrega do questionário. Apesar de no primeiro contacto os técnicos terem preenchido e recolhido uma primeira parte, com vista à identificação de todos os inquiridos, o corpo principal do questionário era de auto-preenchimento, o que obrigava a uma segunda abordagem aos residentes para a recolha final. O trabalho de entrega e recolha decorreu durante aproximadamente 6 semanas, entre Abril e Junho de 2001.

Para obtenção dos 400 questionários devidamente preenchidos (pelo menos 90% das questões respondidas) foram entregues 635 questionários, ou seja, foi conseguida uma taxa de resposta de cerca de 62%, o que contrariou positivamente as expectativas iniciais. Considerando que o Recenseamento Geral da População havia decorrido quase em simultâneo a este inquérito, e que não foi usado qualquer tipo de incentivo (prémios) à participação no estudo, a adesão foi consideravelmente maior que o esperado. O facto de ter sido enfatizado, por parte dos técnicos, tratar-se de um estudo de âmbito internacional ao abrigo de um financiamento da União Europeia, parece ter seduzido e motivado os inquiridos.

A aplicação desta metodologia esteve sujeita a algumas condicionantes, como são exemplo o facto de algumas ruas do Porto, apesar de terem sido seleccionadas devido à ordem que ocupam no índice de ruas, revelarem tratar-se de áreas predominantemente industriais ou comerciais, obrigando a recorrer a outras ruas em áreas habitacionais. Por outro lado, em algumas das ruas não foi possível reunir o número de questionários estabelecido, sendo necessário

haver uma compensação através da recolha de um número mais elevado de questionários em ruas maiores.

Outras dificuldades identificadas no decurso do trabalho, traduzem-se na impossibilidade de recolher alguns dos questionários distribuídos, seja por falta de disponibilidade das pessoas para os preencherem, contrariamente ao que pensavam na altura da entrega, seja por se ter revelado impossível encontrá-las posteriormente em suas casas.

Algumas das reacções mais frequentes dos inquiridos prendiam-se com o facto do questionário ser um pouco comprido, o que implicava alguma disponibilidade de tempo para poder responder na íntegra, e por outro lado, na manifesta dificuldade em expressar opinião sobre uma realidade desconhecida. Ou seja, era pedido às pessoas que indicassem percepções sobre um conjunto de parâmetros, relativamente a áreas rurais em Portugal, bem como na Bulgária ou Roménia. Algumas das reacções foram no sentido de lhes ser impossível responder às questões, visto não conhecerem minimamente esses lugares, quando na realidade nada lhes era questionado ao nível do conhecimento, mas sim do imaginário. Esta situação denota alguma confusão entre os conceitos de "imagem" e "percepção", por oposição ao de "conhecimento", por parte dos inquiridos.

#### **Tratamento da Informação**

Ao nível do tratamento da informação, a única questão que se coloca, sem que represente um problema propriamente dito, prende-se com o facto dos questionários terem bastantes questões abertas, o que obriga, face à natureza dos dados, a um maior esforço de harmonização da codificação da base de dados, de forma a permitir o cruzamento de informação entre os vários parceiros, bem como o tratamento para análise global.

A informação recolhida mediante aplicação deste inquérito permite, do ponto de vista de análise intra-nacional, um reforço no conhecimento da procura potencial pelo produto "Turismo Rural" complementando outros estudos que tenham também abordado esta temática. No plano internacional contribui sobretudo para um conhecimento significativamente mais lato, nomeadamente na identificação das diferenças de percepções e comportamentos entre os potenciais turistas dos diversos mercados analisados, bem como das imagens que estes associam a países, tão distantes quanto desconhecidos em termos turísticos, pelo menos para a maioria dos portugueses, como são a Roménia e a Bulgária.

Toda a informação recolhida em cada uma das abordagens é tratada e analisada através do SPSS<sup>6</sup>, sendo criadas bases de dados partilhadas por todos os parceiros, de forma a possibilitar o cruzamento de informação e análise conjunta.

<sup>4</sup> Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viana do Castelo  
<sup>5</sup> Higher Institute for Food and Flavour Industry

<sup>6</sup> Statistical Package for Social Sciences

Da participação da ESTG<sup>4</sup> neste projecto, é de realçar que, enquanto responsável pelo pacote de trabalho nº 1, esta tem concentrado maiores esforços no processo de implementação do estudo da procura, tendo integrado, numa fase inicial, um grupo de trabalho, conjuntamente com colegas da Universidade de Bournemouth e do HIFFI<sup>5</sup> – Bulgária, responsável pela elaboração do questionário e respectivo método de amostragem.

O questionário, teve obrigatoriamente de merecer a aprovação por parte dos restantes parceiros, sendo sujeito a um pré-teste já no terreno – para comprovar a sua lógica de concepção - a que se seguiu a sua aplicação em todos os países. Actualmente, tendo já concluído a fase de recolha e inserção de dados, está a decorrer o período de análise interna, durante a qual, cada parceiro faz uma síntese dos resultados obtidos, sendo posteriormente cruzada toda a informação - de todos os países envolvidos - no sentido de produzir uma análise global.

A aplicação do questionário em Portugal teve lugar na cidade do Porto, um dos principais centros urbanos do país, e consequentemente, potencial centro emissor de consumidores da oferta de Turismo rural.

O método de amostragem utilizado foi o da selecção aleatória de um determinado número de residentes (400), num determinado número de ruas (50) de um total de 2.073, seleccionadas através do Índice alfabético (mapa do Porto).

A abordagem foi feita mediante deslocação dos técnicos às residências identificadas para entrega do questionário. Apesar de no primeiro contacto os técnicos terem preenchido e recolhido uma primeira parte, com vista à identificação de todos os inquiridos, o corpo principal do questionário era de auto-preenchimento, o que obrigava a uma segunda abordagem aos residentes para a recolha final. O trabalho de entrega e recolha decorreu durante aproximadamente 6 semanas, entre Abril e Junho de 2001.

Para obtenção dos 400 questionários devidamente preenchidos (pelo menos 90% das questões respondidas) foram entregues 635 questionários, ou seja, foi conseguida uma taxa de resposta de cerca de 62%, o que contrariou positivamente as expectativas iniciais. Considerando que o Recenseamento Geral da População havia decorrido quase em simultâneo a este inquérito, e que não foi usado qualquer tipo de incentivo (prémios) à participação no estudo, a adesão foi consideravelmente maior que o esperado. O facto de ter sido enfatizado, por parte dos técnicos, tratar-se de um estudo de âmbito internacional ao abrigo de um financiamento da União Europeia, parece ter seduzido e motivado os inquiridos.

A aplicação desta metodologia esteve sujeita a algumas condicionantes, como são exemplo o facto de algumas ruas do Porto, apesar de terem sido seleccionadas devido à ordem que ocupam no Índice de ruas, revelarem tratar-se de áreas predominantemente industriais ou comerciais, obrigando a recorrer a outras ruas em áreas habitacionais. Por outro lado, em algumas das ruas não foi possível reunir o número de questionários estabelecido, sendo necessário

haver uma compensação através da recolha de um número mais elevado de questionários em ruas maiores.

Outras dificuldades identificadas no decurso do trabalho, traduzem-se na impossibilidade de recolher alguns dos questionários distribuídos, seja por falta de disponibilidade das pessoas para os preencherem, contrariamente ao que pensavam na altura da entrega, seja por se ter revelado impossível encontrá-las posteriormente em suas casas.

Algumas das reacções mais frequentes dos inquiridos prendiam-se com o facto do questionário ser um pouco comprido, o que implicava alguma disponibilidade de tempo para poder responder na íntegra, e por outro lado, na manifestação de dificuldade em expressar opinião sobre uma realidade desconhecida. Ou seja, era pedido às pessoas que indicassem percepções sobre um conjunto de parâmetros, relativamente a áreas rurais em Portugal, bem como na Bulgária ou Roménia. Algumas das reacções foram no sentido de lhes ser impossível responder às questões, visto não conhecerem minimamente esses lugares, quando na realidade nada lhes era questionado ao nível do conhecimento, sim do imaginário. Esta situação denota alguma confusão entre os conceitos de "imagem" e "percepção", por oposição ao de "conhecimento", por parte dos inquiridos.

#### **Tratamento da Informação**

Ao nível do tratamento da informação, a única questão que se coloca, sem que represente um problema propriamente dito, prende-se com o facto dos questionários terem bastantes questões abertas, o que obriga, face à natureza dos dados, de forma a permitir o cruzamento de informação da base de parceiros, bem como o tratamento para análise global.

A informação recolhida mediante aplicação deste inquérito permite, do ponto de vista de análise intra-nacional, um reforço no conhecimento da procura potencial pelo produto "Turismo Rural", complementando outros estudos que tenham também abordado esta temática. No plano internacional contribui sobretudo para um conhecimento significativamente mais lato, nomeadamente na identificação das diferenças de percepções e comportamentos entre os potenciais turistas dos diversos mercados analisados, bem como das imagens que estes associam a países, tão distantes quanto desconhecidos em termos turísticos, pelo menos para a maioria dos portugueses, como são a Roménia e a Bulgária.

Toda a informação recolhida em cada uma das abordagens é tratada e analisada através do SPSS<sup>6</sup>, sendo criadas bases de dados partilhadas por todos os parceiros, de forma a possibilitar o cruzamento de informação e análise conjunta.

<sup>4</sup> Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viana do Castelo

<sup>5</sup> Higher Institute for Food and Flavour Industry

<sup>6</sup> Statistical Package for Social Sciences



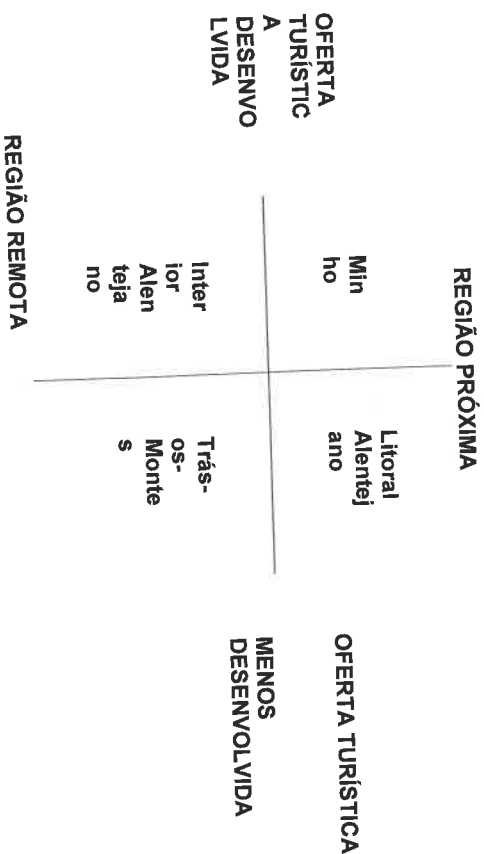
## Definição das regiões de estudo

Relativamente ao 2º pacote de trabalho (constrangimentos por parte da oferta), e a prossecução dos objectivos estabelecidos para identificação dos constrangimentos e oportunidades com que se depararam os agentes ou empreendedores foi definido em termos metodológicos que seriam abordados empresariais ou entidades em 4 áreas distintas de cada país.

A selecção destas áreas teve por base, por um lado, o nível de desenvolvimento em termos de oferta turística e por outro, a distância relativamente a um centro urbano com alguma dimensão. Assim sendo, as áreas seleccionadas foram classificadas como desenvolvidas em termos turísticos ou não, e remotas ou próximas em relação a estes últimos (Fig. 1).

A identificação dos critérios de proximidade e nível de desenvolvimento resultou da discussão levada a cabo entre os vários parceiros, sobre a definição de meio ou área rural, e da inevitável existência de diferenças entre a realidade rural dos vários países representados neste projecto. Sendo impossível tratar a pluralidade de situações identificadas, foi necessário estabelecer um critério de selecção que fosse o mais abrangente possível. Desta forma, a selecção das regiões para implementação do 2º pacote de trabalho em Portugal, foi feita tendo em linha de conta os referidos critérios, que se traduzem, esquematicamente, do seguinte modo:

Figura 1: Critérios de selecção de áreas para aplicação



As razões para a selecção da região do Minho como representativa da tipologia de região próxima e desenvolvida em termos turísticos são bastante evidentes. Aqui nasceu, e se desenvolveu com maior intensidade, a oferta de Turismo em Espaço Rural, sendo uma área com forte capacidade de atracção turística, pela concentração e diversidade de recursos naturais e culturais, bem como uma

razoável capacidade de resposta ao nível da oferta instalada. Além de estar actualmente bem dotada em termos de infra-estruturas, a melhoria de acessos permite encurtar a distância-tempo aos principais centros urbanos do Norte de Portugal, Porto e Braga.

Por outro lado, a região de Trás-os-Montes, corresponde à tipologia definida como remota, pela distância que a separa do Porto e Braga, factor que contribui em grande medida para a fraca competitividade da região enquanto destino turístico. Apesar da riqueza de recursos que é possível identificar, persiste todo um conjunto de circunstâncias adversas ao desenvolvimento da oferta turística em geral, e do Turismo Rural em particular.

O Alentejo, pela sua dimensão e diversidade, acaba por se enquadrar, no que respeita aos quadrantes definidos pelos critérios, em diferentes situações dependendo das sub-regiões em questão.

No que se refere ao Norte Alentejano (interior), apesar deste não distar muito, em termos geográficos, de núcleos urbanos relevantes, distância essa ainda mais encurtada por via das actuais vias de comunicação, a percepção generalizada que se tem é que esta é uma região remota em relação, por exemplo, a Lisboa - grande centro urbano e potencial centro emissor de visitantes - e onde o factor interioridade contribui fortemente para tal. Todavia, a região concentra um conjunto de recursos muito interessante, encontrando-se actualmente bem dotada de infra-estruturas para o Turismo, em particular na vertente de Turismo Rural.

O Litoral Alentejano, é, por outro lado, face à sua localização na zona costeira, mais desenvolvido e de mais fácil acesso, considerado como uma área mais próxima de núcleos urbanos, e de inegável beleza paisagística. No entanto, a recolha de informação realizada aponta esta região como pouco consistente em termos turísticos, com excepção de algumas localidades, onde o turismo balnear tem já alguma expressão - veja-se o caso de Vila Nova de Mil Fontes. O trabalho de campo confirmou posteriormente esta percepção.

Em termos de estabelecimentos abordados, as 4 tipologias principais já referidas, foram subdivididas em sub-grupos, em conformidade com a sua localização, ou não, em quintas. Ou seja, foi considerado em termos de metodologia, que, face às diferentes modalidades de alojamento turístico que existem nos diferentes países, o facto deste se localizar em Quinta, ou numa exploração agrícola, ou não (*on or off farm*) era pertinente.

Assim sendo, seria de todo conveniente fazer essa distinção, em termos de análise, relativamente a algumas dessas modalidades. Apesar de Portugal ser o único país com uma modalidade de alojamento com a designação específica "Turismo em Espaço Rural", é possível encontrar alguns paralelismos entre esta e a modalidade de *Rural Houses*, usada pelos restantes parceiros, para classificar todo o alojamento privado localizado em meio rural, que não se enquadre na hotelaria clássica.

## Implicações metodológicas

O número de entidades entrevistadas em cada uma das tipologias foi o seguinte:

- i) alojamento:
1. hotéis: 3 entrevistadas
  2. TER (rural houses) *on farm*: 2 entrevistadas
  3. TER (rural houses) *off farm*: 2 entrevistadas
  4. self catering *on farm*: 2 entrevistadas
  5. self catering *off farm*: 2 entrevistadas
  6. outros: 3 entrevistadas
- ii) restaurantes: 3 entrevistadas
- iii) atrações:
1. cultural/artesanato: 3 entrevistadas
  2. actividades desportivas: 3 entrevistadas
- iv) pluriactividade: 3 entrevistadas
- 
- Total de 26 entrevistas em cada região

A fase de levantamento decorreu durante 6 semanas, entre finais de Agosto e meados de Outubro, o que corresponde a cerca de 7 dias de trabalho em cada uma das regiões. Para identificação e selecção das entidades a entrevistar foi solicitado o apoio às respectivas Regiões de Turismo, sendo que nas regiões de Trás-os-Montes e Litoral Alentejano foi mais difícil a identificação do número de agentes necessário para cada tipologia, o que confirma a sua classificação como "pouco desenvolvidas".

Neste momento, terminada a fase de levantamento, que contou com muita receptividade por parte das entidades, encontra-se em preparação a base de dados que acolherá toda a informação recolhida, com vista ao seu tratamento e análise, de forma a responder aos objectivos propostos para esta componente do projecto.

Em simultâneo está em preparação o trabalho de campo relativo ao pacote de trabalho n.º 3, nomeadamente ao nível da construção do guião de entrevista e da identificação do conjunto de instituições que, a nível nacional, regional (nas mesmas regiões onde decorreu o pacote de trabalho n.º 2) e local, pelo seu desempenho no apoio e dinamização do processo de desenvolvimento do Turismo Rural, constituem o universo de entidades a entrevistar.

Tal como foi já referido, os objectivos do pacote de trabalho n.º 3 prendem-se basicamente com a identificação e análise das estratégias de apoio ao desenvolvimento do turismo rural e respectivo contexto organizacional em que decorrem, bem como identificar e caracterizar o conjunto de políticas e acções implementadas por organizações governamentais e não-governamentais com impactos directos no desenvolvimento regional.

Os três primeiros pacotes de trabalho revelaram-se desta forma essenciais para a boa prossecução do projecto, pois constituem a fase de recolha e tratamento da informação, a qual é indispensável à obtenção dos elementos que garantem a continuidade do estudo nas restantes componentes, condicionando, consequentemente os resultados finais.

Apesar do projecto OPTOUR se encontrar ainda numa fase inicial, nomeadamente em termos do tratamento de informação inserida nas bases de dados de cada um dos pacotes de trabalho, é possível desde já adiantar alguns pontos que nos parecem relevantes.

Desde logo, a implementação deste projecto constitui uma oportunidade única de aprofundar, de forma integrada e concertada com um conjunto de parceiros, uma série de factores, a saber:

- conhecimento das percepções dos potenciais visitantes provenientes da União Europeia relativamente a novos destinos rurais na Europa de Leste;
- a identificação das barreiras, comuns ou específicas, à implementação de iniciativas de turismo rural de forma integrada;

Neste sentido espera-se que venham a ser feitas recomendações em termos de estratégias e modelos de desenvolvimento, estando também prevista a organização de um programa intensivo de workshops para "Animadores de Turismo Rural" a realizar nos países de Leste, parceiros deste estudo.

De salientar, por outro lado, que os parceiros integrantes do projecto, apresentam no seu todo, áreas rurais com características completamente diferentes, e realidades também elas díspares, pelo que foi necessário criar um modelo de análise, que permitia no futuro congregar toda a informação, e sobretudo, proceder ao seu cruzamento.

Sem estes procedimentos, tornar-se-ia mais difícil obter resultados em termos das acções previstas no âmbito do OPTOUR, pelo que a sua componente mais pragmática, de agir sobre a realidade do Turismo em Áreas Rurais, seria particularmente afectada.

Esta integração da informação suscitará, por outro lado - no plano nacional de cada um dos parceiros no estudo - uma visão mais abrangente dos problemas e dificuldades das áreas rurais e do desenvolvimento da actividade turística nas mesmas, dado o número de realidades concretas que o projecto comporta.

Desta forma, o estudo contribuirá também para uma análise profunda do que é actualmente o tecido económico das áreas rurais, e das transformações que nesse plano têm vindo a ocorrer em curtos espaços de tempo, e principalmente dos países parceiros integrados na Comunidade Europeia.

Quanto a Portugal, esta será uma boa oportunidade de aprofundar o conhecimento da realidade da actividade turística no meio rural e do papel que esta possa ter na sua modificação e/ou conservação. Com esta análise pretende-se ainda salientar o facto do Turismo em Espaço Rural (TER), enquanto modalidade de alojamento, ser erradamente usada para identificar uma oferta mais abrangente e complexa, a qual tem vindo a registar uma procura crescente - maioritariamente composta por nacionais - procuram consubstanciando assim o propósito de diversificação do produto turístico.

## Bibliografía

- Diniz F. (1999) Rural Tourism Impact in Local Economies - Proportional Income and Employment Multipliers (The case of Douro Region). In: *XIII Summer Institute of the European Regional Science Association*, "Tourism Sustainability and Territorial Organisation", II Volume.
- Lane B. (1994) What is Rural Tourism? In: Bramwell B. and Lane B. (eds) *Rural Tourism and Sustainable Rural Development*. Channel View Publications, Clevedon.
- Linhas Orientadoras para a política de Turismo em Portugal. Direcção Geral do Turismo, 1998.
- Manente M. e Minghetti V. (2001) Facilitating the exchange and dissemination of information, notably through new technologies. Tourism and Employment Council. Final Report of Working Group <sup>a</sup>.
- Pancic K.T. (1998) Rural Tourism and Croatia's Islands. In Hall D. e O'Hanlon L. (eds) *Rural Tourism Management: Sustainable Options*. Conference Proceedings, SAC, Escócia.
- Pera L.E. McLaren D. (1999) Globalization, Tourism & Indigenous Peoples: What You Should Know About the World's Largest "Industry", <http://www.rethinkintourism.org>.
- O Turismo em 2000, Direcção Geral do Turismo, s.d.
- Ratz T.E. Puczko L. (1998) Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary. In Hall D. e O'Hanlon L. (eds) *Rural Tourism Management: Sustainable Options*. Conference Proceedings, SAC, Escócia.
- Ribeiro M. e Marques C. (1999) Rural Tourism and the Development of Less Favoured Areas Between Rhetoric and Practice. In *XIII Summer Institute of the European Regional Science Association*, "Tourism Sustainability and Territorial Organisation", II Volume.

## Parques temáticos y desarrollo sostenible de destinos tradicionales. Claves de interpretación desde la gestión relación

Ana Goytia Prat

Universidad de Deusto, Instituto de Estudios de Ocio, Spain  
agoytia@ocio.deusto.es

### Abstract

Thematic parks and sustainable development of traditional tourism sites

The need of repositioning traditional mass tourism destinations is leading many Spanish traditional tourism sites to regenerate its resources and to implement new attractions in order to be competitive in the tourism market. Within this process, Thematic Parks are seen as means for repositioning traditional tourism places. The Warner Bros Park in Madrid, "Terra Mitica" in Benidorm, "Port Aventura" in Gerona, or "Isla Magica" in Sevilla are examples of this trend in which thematic parks are understood as the best way of repositioning the tourism place. This article analyses the need of considering sustainable tourism principles in the process of repositioning consolidated mass tourism sites. The role of thematic parks in the process of regeneration of traditional tourism places is discussed, taking into consideration the need of, not only transform the tourism supply, but also the need of changing tourism management trends from a "mass tourism perspective" to a "sustainable great scale tourism".

### Turismo Sostenible. Principios y práctica en contextos paraculturales

A medida que se ha extendido el debate sobre el turismo sostenible se ha ido desarrollando colectivamente la conciencia sobre la necesidad de evitar los impactos negativos del turismo, de tal manera que se puedan conseguir las metas presentes sin comprometer las posibilidades de generaciones futuras para alcanzar sus propias necesidades" (Informe Brutiand, 1987). Esta definición general aparece como referente sobre el que se construye, durante los años 80, la idea de turismo sostenible, justificado como una reacción a los estragos medioambientales cometidos por la depredación indiscriminada del turismo de masas. De este modo, el turismo sostenible asienta sus primeras bases sobre los principios de conservación, administración y sensibilidad medioambiental. Sin embargo, esta preocupación por la buena administración de los recursos naturales aparece, hoy en día, como un principio importante y necesario, pero no suficiente para cubrir la filosofía implícita en el concepto de Turismo Sostenible. En palabras de Bramwell y col. (1996) 'los aspectos de la gestión turística sostenible no son solo medioambientales sino también económicos, sociales, culturales, políticos y de gestión' (Bramwell y col, 1996:44). Es decir, hoy por hoy, tal y como se deriva de documentos como 'La Carta del Turismo Sostenible' (1995), la sostenibilidad turística se entiende como un constructo multivariante, sustentado en principios diversos.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Bramwell y col. (1996:44) señalan diez principios: 1- La planificación y la gestión son respuestas esenciales para resolver los problemas del mal uso de los recursos naturales y humanos del turismo; 2- No se defiende el anti-crecimiento pero se enfatizan los límites del