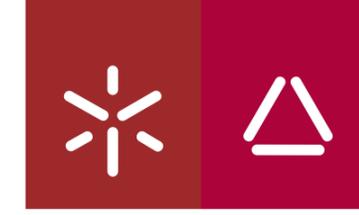


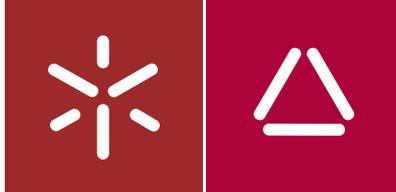


Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Hélder Tiago da Silva Lopes

O turismo como alavanca do
desenvolvimento de áreas rurais:
o caso de estudo do município de Boticas





Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Hélder Tiago da Silva Lopes

O turismo como alavanca do
desenvolvimento de áreas rurais:
o caso de estudo do município de Boticas

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Geografia
Especialização em Planeamento e Gestão do Território

Trabalho efectuado sob a orientação de
Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima
Remoaldo
Professor Doutor Vítor Patrício Rodrigues Ribeiro

DECLARAÇÃO

Nome: **Hélder Tiago da Silva Lopes**

Endereço eletrónico: htsltiago@gmail.com Telemóvel: 932669077

Número do Bilhete de Identidade:14388516

Título dissertação: **O turismo como alavanca do desenvolvimento de áreas rurais: o estudo de caso do município de Boticas**

Orientadores: **Professora Doutora Paula Cristina Almeida Cadima Remoaldo**
Professor Doutor Vítor Patrício Rodrigues Ribeiro

Ano de conclusão: 2016

Designação do Mestrado: Mestrado em Geografia – Área de especialização em Planeamento e Gestão do Território

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, ___/___/_____

Assinatura: Hélder Tiago da Silva Lopes
(Hélder Tiago da Silva Lopes)

*Viajar?
Para viajar basta existir.
Vou de dia para dia, como de estação para estação,
No comboio do meu corpo ou do meu destino,
Debruçado sobre as ruas e as praças
Sobre os gestos e os rostos, sempre iguais sempre diferentes,
Como afinal as paisagens são,
A vida é o que fazemos dela,
As viagens são os viajantes,
O que vemos não é o que vemos,
Senão o que somos.*

Fernando Pessoa, *in Livro do Desassossego*, por Bernardo Soares (vol. II), 1986.

AGRADECIMENTOS

Chegada ao fim mais uma viagem pelo mundo da geografia, é tempo de refletir e dar crédito a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para que esta investigação chegasse a bom porto.

À minha orientadora, Prof^a. Doutora Paula Remoaldo, agradeço o exemplo incomparável que foi durante estes anos, enquanto professora, investigadora e amiga. A confiança, o apoio, o estímulo e os desafios constantes foram importantes para que este trabalho, que agora se conclui, fosse possível. Ao meu orientador, Prof. Doutor Vitor Ribeiro, expresse a minha gratidão pelo empenho, pelo incentivo, pela amizade e por ter acreditado neste trabalho. A ambos, um obrigado por terem feito um acompanhamento minucioso desta dissertação, mesmo nos momentos em que o desgaste foi mais intenso. O apoio de ambos foi fundamental para que fosse possível refletir sobre as questões que foram sendo levantadas, mesmo quando divergentes. Um grande obrigado.

Agradeço à Prof^a. Doutora Isabel Vaz de Freitas, à Prof^a. Doutora Olga Matos, à Prof.^a Doutora Maria Dolores Sánchez-Fernandez, ao Prof. Doutor José Cadima Ribeiro, ao Prof. Doutor Luís Ferreira, à Prof^a. Doutora Ana Rodrigues e ao Prof. Doutor Pedro Pereira pelos conhecimentos multidisciplinares transmitidos durante este ano e que muito contribuiu para alimentar a reflexão em torno da minha dissertação.

À Câmara Municipal de Boticas expresse uma gratidão muito especial, por todo o auxílio prestado para a concretização deste trabalho, nomeadamente nas pessoas do Presidente da Câmara Municipal, Dr. Fernando Queiroga, da Vereadora da Educação e da Cultura, Dr^a. Maria do Céu Fernandes, da Técnica Superior do Turismo da Loja Interativa do Turismo do Norte, Dr^a. Margarita Alves e, sobretudo, do Técnico Superior de História, Dr. Ricardo Mota. Agradeço ainda ao Dr. Licínio Azevedo, estagiário em geografia na Câmara Municipal de Boticas, por toda a colaboração. Resta-me ainda agradecer às pessoas desta terra por toda a amabilidade e hospitalidade.

À Universidade do Minho, ao Lab2PT (Laboratório de Paisagens, Património e Território) e à Câmara Municipal de Boticas agradeço a atribuição de uma bolsa de Investigação no âmbito do projeto 'Povoamentos e Paisagens no Vale Superior do Rio Terva, Boticas/PoPaTERVA 2013-2016' / Protocolo de cooperação do município de Boticas – Universidade do Minho'.

Não menos importante, expresse a minha gratidão a todos os professores do Departamento de Geografia da Universidade do Minho pelos conhecimentos transmitidos ao longo destes anos e pela preocupação constante com o sucesso desta investigação. Obrigado por me terem ajudado a moldar enquanto geógrafo.

À Prof^a. Doutora Maria José Caldeira e à Prof^a. Doutora Maria Manuela Laranjeira expresse um especial agradecimento por terem, numa fase embrionária, contribuído para a reflexão sobre algumas questões relevantes acerca da pertinência da temática, pelo apoio e disponibilização de bibliografia e pela amizade.

Um agradecimento à D. Isabel Salgado e ao Dr. Carlos Eiras por todo o carinho, disponibilidade para atender aos meus pedidos e amizade transmitida ao longo destes cinco anos.

A todos os meus colegas de curso de licenciatura e mestrado, muitos deles amigos também, agradeço a partilha, o apoio, o incentivo e o carinho. Obrigado por terem acreditado em mim e me terem colocado a pressão de dar o meu melhor.

Ainda assim, apesar de ser impossível agradecer individualmente todos os meus amigos (tarefa impossível e injusta), alguns merecem especial menção.

Um agradecimento muito especial aos meus amigos e companheiros para a vida (irmãos de coração) do 'PP'. À Catarina Pinheiro, agradeço as (re)leituras do meu trabalho, a discussão e os desabafos durante este ano e os momentos de descontração nas situações mais duras. À Helena Macedo, agradeço as suas opiniões sempre atentas e pelo apoio e preocupação comigo. Ao José Rocha, agradeço a sua amizade verdadeira, os momentos de confiança, os ápices de 'parvoíce', as opiniões pertinentes e a ajuda disponibilizada. Sem sombra de dúvidas, foram a surpresa deste curso e que levo para o decurso da vida. Aproveito também para reiterar um agradecimento pelas visitas ao terreno em que me acompanharam.

Agradeço à Neuza Silva e ao Zé Pedro Castro todos os momentos proporcionados, a aprendizagem ao longo destes anos e a vossa amizade. Ao Duarte, à Eva, à Filipa, ao Julião, à Delfina, à Joana, à Rosa e à Célia agradeço a troca de ideias e por me terem acompanhado no decurso da realização desta dissertação.

Agradeço à Sara Silva, todo o companheirismo e apoio que manifestou ao longo deste ano. É uma amizade que também levo para a vida.

À Carla, à Nídia, ao Nuno, ao Bruno e à Soraia peço desculpa por ter estado mais ausente, mesmo que a distância física a isso obrigue. De qualquer modo, obrigado por estarem sempre atentos e prontos para ajudar.

Ao meu irmão, pela sua amizade, companheirismo e pelo apoio incondicional. Obrigado pelas opiniões e ajuda nos momentos mais difíceis.

Em último, mas o mais relevante, obrigado aos meus pais por me terem transmitido a ideia de que antes de se ser um ótimo profissional, é preciso ser-se um bom ser humano. Agradecido por terem contribuído para o meu crescimento, esperando não ter defraudado as vossas expectativas.

A todos vós, um muito obrigado sentido, esperando que, de uma forma ou de outra, se revejam neste trabalho.

A quem estiver a ler este trabalho neste momento, agracio a sua curiosidade e interesse.

RESUMO

O TURISMO COMO ALAVANCA DO DESENVOLVIMENTO DE ÁREAS RURAIS: O ESTUDO DE CASO DO MUNICÍPIO DE BOTICAS

O desenvolvimento sustentado de municípios localizados em áreas rurais, tal como o caso de Boticas, requer uma estratégia adequada para responder aos problemas que tendem a estar associados ao facto de ser um território periférico, nomeadamente o combate: ao despovoamento, à fragilidade do tecido económico, à debilidade da espessura institucional e ao encerramento dos equipamentos e serviços básicos. Neste sentido, muitos municípios têm vindo a desenvolver estratégias de desenvolvimento territorial assentes na atividade turística, potenciando, desta forma, a valorização dos seus recursos endógenos.

No entanto, a convergência territorial inerente a estas estratégias é ainda muito pouco visível e as repercussões de uma mesma solução têm impactes muito diferentes em territórios distintos, em função das potencialidades e das oportunidades locais, muitas das vezes antagónicas.

Por estes motivos, esta investigação tenta contribuir para este debate, discutindo o potencial da atividade turística para a revitalização económica do município de Boticas, a partir da experiência de outros contextos territoriais em Portugal, na Europa e a nível internacional. O propósito desta investigação prende-se com a identificação dos recursos e produtos turísticos que possam concorrer para o desenvolvimento e sustentabilidade turística, a curto e médio prazo. Deste modo, na presente dissertação pretende-se: *(i)* reconhecer os recursos turísticos presentes em Boticas; *(ii)* diagnosticar as perceções dos *stakeholders* sobre a possibilidade de se desenvolver a atividade turística e *(iii)* identificar a imagem do destino de Boticas.

Para atender a estes objetivos, recorreu-se a vários instrumentos de análise baseado em duas sessões de *focus group* (concretizadas em 2015), que tiveram como intervenientes 21 agentes locais de diversas áreas de atuação; num inquérito autoadministrado a 453 residentes, dos quais 373 foram validados (concretizado em 2016) e na coleção de 728 fotografias, que incidiram sobre um período que mediou entre janeiro de 2005 e março de 2015, provenientes do *Google Earth*, através de uma conexão à base de dados de fotografias do *Panoramio* (concretizado em 2016).

Os resultados obtidos no presente estudo indiciam três factos basilares: um primeiro que aponta para a existência de recursos turísticos não explorados, passíveis de se ajustarem a certos nichos de procura turística; segundo, que o território tem vindo a apostar na diversificação da oferta de atividades de lazer e recreio, bem como das infraestruturas de apoio à atividade turística, embora depois tal não se repercuta em atração de visitantes; por último, que se sucedem entraves à constituição de redes de agentes locais e de municípios da região que possam atuar ao nível da promoção articulada do território, o que perpetua a ausência de estratégias consequentes neste território. Daí se retiram diversas ilações de política não apenas para o município objeto de análise, mas igualmente para outros territórios rurais com problemas similares.

Palavras-chave: Turismo rural; SIG; Recursos endógenos; *Stakeholders*; Desenvolvimento local; Boticas.

ABSTRACT

TOURISM AS A CONTRIBUTION TO RURAL DEVELOPMENT: THE CASE STUDY OF BOTICAS

The sustainable development of municipalities located in rural areas, such as the case of Boticas, requires an appropriate strategy to respond to the problems that tend to be associated with the fact that it is a peripheral territory, in particular: the fight against depopulation, the fragility of economic fabric, the weakness of institutional thickness and closure of basic equipment and services. In this sense, many municipalities have been developing regional development strategies based on tourism, enhancing thus the development of its endogenous resources.

However, territorial convergence inherent in these strategies is still very inconspicuous and the repercussions of the same solution have very different impacts in diverse regions, depending on the capabilities and local opportunities, often antagonistic.

For these reasons, this research attempts to contribute to this debate, discussing the potential of tourism for the economic revitalization of the municipality of Boticas, from the experience of other territorial contexts in Portugal, in Europe and internationally. The purpose of this research is to contribute to the identification of resources and tourism products that can lead to the development and sustainable tourism in the short and medium range. Therefore, this dissertation tries to: *(i)* recognize the tourism resources and products; *(ii)* identify different perceptions of different stakeholders regarding the tourism potential; and *(iii)* identify the destination image of Boticas.

To this end, we used several tools based on two sessions of focus group (conducted in 2015), which had 21 stakeholders of several areas as interveners; a self-administered survey of 453 residents, of which 373 were validated (conducted in 2016) and in the collection of 728 photographs, related to the period between January 2005 and March 2015, from Google Earth, using the database of Panoramio photographs (implemented in 2016).

Results highlight three main facts: first, there are unexploited tourist resources capable of adjusting to certain niches of demand; second, that the territory has been focusing on diversification of leisure and recreational activities, as well as the infrastructure to support tourism, although this is not reflected in visitor attraction; and finally, that there are obstacles to the establishment of networks of local actors and municipalities in the region in order to provide an integrated promotion of tourism, which perpetuates the lack of consequent strategies in this territory. From these results, one can draw political recommendations not only for the study case, but also to other rural areas with similar problems.

Keywords: Rural tourism; GIS; Endogenous resources; Stakeholders; Local development; Boticas.

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO.....	1
CONTEXTO GERAL.....	2
TERRITÓRIO: OBJETIVOS DE INVESTIGAÇÃO.....	3
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E FONTES UTILIZADAS.....	5
ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	6
1. O RURAL ENQUANTO ESPAÇO DE LAZER E TURISMO.....	11
1.1. NOTA INTRODUTÓRIA.....	12
1.2. O ESPAÇO RURAL – CONCETUALIZAÇÃO, DELIMITAÇÃO E EVOLUÇÃO.....	13
1.2.1. Clarificação de conceitos baseada em índices estatísticos.....	13
1.2.2. Critérios económicos, sociais e demográficos na definição de rural.....	15
1.2.3. Transformações da ruralidade à luz de uma visão idílica do urbano.....	22
1.3. DA IDEIA DE DESENVOLVIMENTO AO DESENVOLVIMENTO RURAL.....	23
1.3.1. Do paradigma da modernização ao novo paradigma de desenvolvimento rural.....	24
1.3.2. Localismo e crescimento inclusivo em áreas rurais.....	27
1.3.3. A consolidação de políticas rurais - o exemplo da abordagem LEADER.....	29
1.4. A TRANSFORMAÇÃO DAS ÁREAS RURAIS EM ESPAÇOS DE TURISMO.....	35
1.5. SÍNTESE.....	37
2. SUSTENTABILIDADE NAS PRÁTICAS DE PLANEAMENTO EM TURISMO EM ÁREAS RURAIS....	39
2.1. NOTA INTRODUTÓRIA.....	40
2.2. SUSTENTABILIDADE DA ATIVIDADE TURÍSTICA.....	40
2.3. O PLANEAMENTO DO DESTINO TURÍSTICO.....	45
2.3.1. A colaboração na afirmação de estratégias de turismo.....	52
2.3.1.1. Os stakeholders e a criação de redes e parcerias.....	53
2.3.1.2. O envolvimento da comunidade no desenvolvimento da atividade turística.....	56
2.3.1.3. A integração da perspectiva dos residentes no desenvolvimento do turismo e a perceção dos impactes.....	58
2.3.2. A construção do destino turístico.....	74
2.3.2.1. A acessibilidade ao destino turístico.....	75
2.3.2.2. Da oferta turística à composição do produto turístico.....	77
2.3.2.3. A construção da imagem do destino.....	80
2.4. SÍNTESE.....	83
3. RETRATO TERRITORIAL DO MUNICÍPIO DE BOTICAS E DO ALTO TÂMEGA.....	87
3.1. NOTA INTRODUTÓRIA.....	88
3.2. A INSERÇÃO DO MUNICÍPIO DE BOTICAS NUM ESPAÇO REGIONAL ASSIMÉTRICO.....	88
3.2.1. Dinâmicas sociodemográficas.....	88
3.2.2. Dinâmicas de produção.....	96
3.2.3. Contexto do setor de atividade turística.....	100
3.2.3.1. Oferta turística.....	101
3.2.3.2. Procura turística.....	115
3.2.3.3. Desenvolvimento da atividade turística.....	118
3.3. SÍNTESE.....	120

4. MÉTODOS E DADOS	123
4.1. NOTA INTRODUTÓRIA.....	124
4.2. <i>FOCUS GROUP</i>	127
4.3. INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO AOS RESIDENTES.....	130
4.3.1. Caraterização da amostra.....	134
4.3.2. Análise de dados.....	136
4.4. ANÁLISE DAS IMAGENS DO <i>PANORAMIO</i>	150
4.5. SÍNTESE	152
5. RESULTADOS - O ENVOLVIMENTO DOS DIVERSOS <i>STAKEHOLDERS</i> REGIONAIS E LOCAIS NA PROMOÇÃO DO TERRITÓRIO.....	155
5.1. NOTA INTRODUTÓRIA.....	156
5.2. UMA PERSPETIVA DE DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÓMICO, A CURTO E MÉDIO-PRAZO	156
5.3. A IDENTIFICAÇÃO DOS RECURSOS ENDÓGENOS NO MUNICÍPIO DE BOTICAS	161
5.4. PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	170
5.5. IMPACTES DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	173
5.6. A IDENTIFICAÇÃO DA IMAGEM DE DESTINO DE BOTICAS	180
5.6.1. A imagem global do destino turístico	180
5.6.2. O apoio dos residentes na construção da imagem do destino de Boticas.....	184
5.6.3. A relevância das fotografias georreferenciadas para a promoção da imagem do destino	187
5.6.4. A perceção sobre a promoção turística e <i>marketing</i> do destino	194
5.6.5. Identificação de produtos-âncora potenciais e dotação de sinergias.....	195
5.7. SÍNTESE	199
6. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	203
6.1. NOTA INTRODUTÓRIA	204
6.2. OBJETIVO 1 - DESENVOLVER UM MODELO DE PARTICIPAÇÃO PÚBLICA EM TURISMO QUE PERMITA DINAMIZAR O TRABALHO EM REDE E FOMENTAR PRÁTICAS MAIS SUSTENTÁVEIS	204
6.3. OBJETIVO 2 - DIAGNOSTICAR AS PERCEÇÕES DOS AGENTES INSTITUCIONAIS E RESIDENTES SOBRE O CONTRIBUTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA ENQUANTO MOTOR DE DESENVOLVIMENTO RURAL.....	205
6.4. OBJETIVO 3 - IDENTIFICAR OS RECURSOS TURÍSTICOS DO MUNICÍPIO DE BOTICAS.....	208
6.5. OBJETIVO 4 - IDENTIFICAR A IMAGEM DO DESTINO	213
6.6. SÍNTESE	220
CONCLUSÕES	221
CONTEXTO GERAL.....	222
CONCLUSÕES EM PROL DA CONSTRUÇÃO DE UM DESTINO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL EM BOTICAS.....	222
PRINCIPAIS LIMITAÇÕES DA INVESTIGAÇÃO	225
RECOMENDAÇÃO PARA FUTUROS TRABALHOS	226
IMPLICAÇÕES EM TERMOS DE GESTÃO DO TERRITÓRIO.....	227
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	229
APÊNDICES	255

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Enquadramento territorial do município de Boticas: População por subsecção, TIPAU e MDT.....	4
Figura 2. Fontes primárias e secundárias usadas no quadro de investigação.....	7
Figura 3. Esquema-síntese do processo de investigação.....	9
Figura 4. Tipologia urbano-rural na Europa, em 2013.....	17
Figura 5. Triade concetual da produção do espaço rural.....	18
Figura 6. Diferentes padrões para a classificação do rural, em Portugal Continental.....	21
Figura 7. Modelo de desenvolvimento sustentável para o turismo.....	42
Figura 8. Modelo de planeamento e gestão do destino turístico de Mill & Morrison.....	47
Figura 9. Metodologia proposta para o diagnóstico estratégico de um destino turístico.....	48
Figura 10. Possibilidades de destino.....	48
Figura 11. Princípios de planeamento PIC.....	52
Figura 12. Dimensões fundamentais numa estratégia de desenvolvimento de um destino turístico.....	54
Figura 13. Atitudes e conhecimentos dos residentes em turismo.....	60
Figura 14. Análise dos impactes do turismo.....	64
Figura 15. Relação teórica entre o ciclo de vida da área do turismo, as perceções locais de impactes e as posições propostas para o ciclo das comunidades de Belize CA – CE.....	70
Figura 16. Irritação dos residentes face ao desenvolvimento turístico (Doxey Irridex) e Ciclo de vida do destino turístico (Butler TALC).....	71
Figura 17. Relação entre acessibilidade física e o número de viagens.....	76
Figura 18. Características e processos dos produtos turísticos.....	78
Figura 19. Formação da imagem do destino.....	81
Figura 20. Distribuição da população residente na região Norte de Portugal Continental, em 2011.....	89
Figura 21. Variação da população residente entre 1864 e 2011.....	90
Figura 22. Taxa de variação da população, na NUTS II Norte de Portugal, por município, entre 2001 e 2011... ..	91
Figura 23. População residente em 1991, 2001 e 2011 e taxa de variação da população entre 1991 e 2001 e 2001 e 2011, nas freguesias do município de Boticas.....	92
Figura 24. Taxa de crescimento natural e migratório (em %) para a NUTS II Norte, em 2011.....	93
Figura 25. População idosa na NUTS II Norte de Portugal Continental, em 2011.....	93
Figura 26. Estrutura etária no município de Boticas, NUTS III Alto Tâmega, NUTS II Norte e NUTS I Portugal	94
Figura 27. Taxa de analfabetismo (%) nos municípios da NUTS II Norte.....	95
Figura 28. Nível de instrução da população residente no município de Boticas (%), em 2001 e 2011.....	96
Figura 29. População ativa e população por setor de atividade económica (em %) nos municípios da NUTS II Norte, em 2011.....	97
Figura 30. Distribuição do Poder de Compra per capita e do número de empresas nos municípios da NUTS II Norte, em 2013.....	98

Figura 31. Taxa de desemprego nos municípios do Alto Tâmega, em 2011.....	99
Figura 32. Índice Sintético de Desenvolvimento Regional na NUTS II Norte, em 2013.....	99
Figura 33. População empregada na CAE Alojamento, restauração e similares (%) nos municípios da NUTS II Norte, em 2011.....	101
Figura 34. População empregada na CAE Alojamento, restauração e similares (%) nas freguesias do município de Boticas, em 2011	101
Figura 35. Distribuição e concentração de património classificado na NUTS II Norte.....	102
Figura 36. Densidade de recursos turísticos e infraestruturas e recursos no município de Boticas	104
Figura 37. Alguns locais de interesse cultural e paisagístico-natural no município de Boticas.	105
Figura 38. Unidade de Paisagem Serras de Larouco e Barroso	108
Figura 39. Alojamentos hoteleiros e nº de camas disponíveis em Boticas	109
Figura 40. Infraestruturas de transporte na NUTS II Norte.....	110
Figura 41. Distância-tempo às principais cidades e vilas ao município de Boticas	111
Figura 42. Acessibilidade geográfica a partir do Aeroporto Francisco Sá-Carneiro	111
Figura 43. Acessibilidade física (minutos) ao Aeroporto Francisco Sá Carneiro e a proporção de hóspedes estrangeiros (%) em 2013.....	112
Figura 44. Acessibilidade a pé de visitantes adultos e idosos aos recursos turísticos na área central de Boticas	113
Figura 45. Acessibilidade física dos turistas e visitantes aos recursos turísticos com o uso do automóvel	114
Figura 46. Estada média (nº de noites) nos municípios da NUTS II Norte	115
Figura 47. Visitantes, por mês, no município de Boticas, entre 2011 e 2015.....	116
Figura 48. Sazonalidade da visita de portugueses e estrangeiros no município de Boticas	117
Figura 49. Índice de Amplitude Sazonal, entre os anos de 2011 e 2015	118
Figura 50. Processo de investigação	124
Figura 51. O modelo estrutural do estudo	139
Figura 52. Modelo estrutural completo.....	140
Figura 53. Algumas considerações sobre o desenvolvimento económico e social, resultante da análise do <i>focus group</i>	157
Figura 54. Locais onde os residentes preferem encontrar os turistas e contacto frequente com os turistas no município de Boticas	159
Figura 55. Atributos turísticos associados às preferências dos inquiridos para visita por parte dos turistas	159
Figura 56. Atributos turísticos a potencializar para o desenvolvimento do turismo, segundo a freguesia de residência	164
Figura 57. Potencial dos atributos turísticos no município de Boticas, em relação à média das opiniões dos residentes	166
Figura 58. Atributos turísticos bem promovidos no município de Boticas	167

Figura 60. Atributos turísticos com potencial de valorização, mas com pouca exploração ou visitação no município de Boticas.....	168
Figura 59. Recursos turísticos bem explorados, segundo os residentes (%).....	168
Figura 61. Recursos turísticos potenciais com exploração reduzida, segundo os residentes (%).....	169
Figura 62. Participação nas iniciativas comunitárias no município de Boticas, em relação à média da opinião dos residentes.....	170
Figura 63. Apoio ao desenvolvimento da atividade turística, conforme a dedicação ao setor do turismo.....	171
Figura 64. Disponibilidade manifestada para o apoio ao desenvolvimento da atividade turística pelos residentes inquiridos.....	171
Figura 65. Perceção dos impactes positivos (A) e negativos (B) por freguesia de residência, em relação aos scores médios.....	176
Figura 66. Perceção dos impactes da atividade turística no município de Boticas, segundo o período de residência no município.....	177
Figura 67. Perceção da imagem global de Boticas.....	183
Figura 68. Modelo final.....	186
Figura 69. Densidade de fotografias na NUTS II Norte.....	187
Figura 70. Distribuição geográfica de fotografias de visitantes e residentes.....	188
Figura 71. Densidade de fotografias – (A) Residentes, (B) Visitantes e (C) Total.....	189
Figura 72. Estatística de <i>Anselin Local Moran's</i>	190
Figura 73. Tipologia das fotografias (%).....	191
Figura 74. Padrões temporais das fotografias de residentes e visitantes.....	192
Figura 75. Padrões temporais nas fotografias em áreas de aglomeração [<i>clusters</i> Alto-Alto (High-High)] em confronto com a totalidade de fotografias.....	193
Figura 76. Interação entre atores locais para a promoção do desenvolvimento turístico sustentável.....	199
Figura 77. Fotografias registadas no Panoramio (entre 2003 e 2015) e visitantes (entre 2011-2015) em confrontação com a temperatura mínima e máxima registada na normal climatológica para o período entre 1971-2000 em Vila Real.....	216
Figura 78. Flyers promocionais de Boticas e a sua integração na NUTS III do Alto Tâmega e NUTS II do Norte. Nota: A descrição dos mapas encontra-se no lado direito da figura.....	217
Figura 79. Relação entre o número de fotografias e os recursos turísticos identificados em Boticas.....	218

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro I. Abordagens para a definição das áreas rurais.....	14
Quadro II. Comparação das variáveis utilizadas nos índices de ruralidade.....	15
Quadro III. Critérios utilizados na Tipologia de Áreas Urbanas (TIPAU) 2014, proposta pelo INE.....	20
Quadro IV. Modelos de desenvolvimento rural exógeno, endógeno e neo-endógeno	27
Quadro V. Características dos diferentes tipos de localismo	30
Quadro VI. Características do programa LEADER, por período de execução.....	32
Quadro VII. Características intrínsecas ao desenvolvimento rural sustentável.....	43
Quadro VIII. Diferenças entre sustentabilidade e resiliência	44
Quadro IX. Impactes positivos e negativos do turismo rural sobre os domínios económico, social e ambiental ..	45
Quadro X. Escalas de análise do turismo	50
Quadro XI. Bipolaridades do planeamento turístico	51
Quadro XII. Variáveis usadas em estudos sobre a perceção dos residentes.....	66
Quadro XIII. Comparação dos principais estudos sobre a segmentação das perceções dos residentes	67
Quadro XIV. Modelo Irridex.....	69
Quadro XV. Principais estudos baseados em modelos para a perceção dos residentes sobre turismo	72
Quadro XVI. Património classificado, segundo a categoria e o tipo de proteção, para a NUTS II do Norte, NUTS III do Alto Tâmega e Boticas	103
Quadro XVII. Redes patrimoniais na NUTS II Norte, NUTS III do Alto Tâmega e Boticas.....	103
Quadro XVIII. Produtos gastronómicos certificados no município de Boticas	107
Quadro XIX. Capacidade de alojamento na NUTS II Norte, em 2014	109
Quadro XX. Medidas e Ações do PRODER para o Grupo de Ação Local (GAL) ADRAT	119
Quadro XXI. Stakeholders entrevistados do município de Boticas.....	125
Quadro XXII. Listagem de instituições contactadas para a realização do <i>focus group</i>	127
Quadro XXIII. Listagem de instituições participantes nas sessões de <i>focus group</i>	128
Quadro XXIV. Perfil dos participantes no <i>focus group</i>	129
Quadro XXV. Temáticas e descrição do questionário definido para o <i>focus group</i>	130
Quadro XXVI. Amostra necessária por freguesia de residência no município de Boticas, com base nos dados dos Censos de 2011.....	132
Quadro XXVII. Amostra necessária por grupos etários no município de Boticas, com base nos dados dos Censos de 2011.....	133
Quadro XXVIII. Perfil sociodemográfico e profissional dos residentes inquiridos.....	134
Quadro XXIX. Comparação entre as características sociodemográficas da população residente e os inquiridos no município de Boticas (em %).....	135
Quadro XXX. Comparação entre a freguesia da população residente e dos inquiridos no município de Boticas (em %)	135

Quadro XXXI. Percentagem de amostra em cada grupo.....	137
Quadro XXXII. Variabilidade intra e intergrupo	137
Quadro XXXIII. Variáveis latentes e indicadores para o modelo	142
Quadro XXXIV. Análise Fatorial Exploratória para as variáveis selecionadas para o modelo.....	144
Quadro XXXV. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para os impactes positivos sobre o destino	146
Quadro XXXVI. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para os impactes positivos sobre a qualidade de vida	146
Quadro XXXVII. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para os impactes negativos	147
Quadro XXXVIII. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para a imagem global do destino	147
Quadro XXXIX. Os três itens compósitos da imagem global do destino.....	148
Quadro XL. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) da imagem do destino turístico (após integração)	149
Quadro XLI. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para o modelo estrutural proposto.....	149
Quadro XLII. Resultados da validade discriminante.....	150
Quadro XLIII. Percentagem de amostra em cada grupo.....	152
Quadro XLIV. Aspectos sobre a atividade turística no município de Boticas, mencionados durante o <i>focus group</i>	158
Quadro XLV. Apoio para o desenvolvimento da atividade turística	160
Quadro XLVI. Análise <i>SWOT</i> do município de Boticas	161
Quadro XLVII. Recursos identificados e seus aspetos positivos e negativos pelos intervenientes no <i>focus group</i>	163
Quadro XLVIII. Atributos turísticos a potencializar para o desenvolvimento da atividade turística no município de Boticas.....	165
Quadro XLIX. Predisposição dos residentes para o envolvimento dos residentes na promoção do turismo (n=136)	172
Quadro L. Correlação entre a predisposição dos residentes para ajudar ao desenvolvimento do turismo e os benefícios pessoais da atividade turística considerados pelos residentes	173
Quadro LI. Perceções dos residentes sobre os impactes do turismo	174
Quadro LII. Scores médios e teste <i>ANOVA</i> relativamente aos impactes do turismo, por grupos etários	174
Quadro LIII. Scores médios e teste <i>ANOVA</i> relativamente aos impactes do turismo, por nível de escolaridade .	175
Quadro LIV. Scores médios e teste <i>ANOVA</i> relativamente aos impactes do turismo, conforme exercício de funções no setor do turismo	175
Quadro LV. Teste <i>ANOVA</i> relativamente aos impactes do turismo, conforme a freguesia de residência.....	175
Quadro LVI. Impactes do turismo percecionados em Boticas entre <i>clusters</i> (percentagem de concordância e scores médios).....	178
Quadro LVII. Perfil sociodemográfico dos três <i>clusters</i> de residentes	179
Quadro LVIII. A imagem de Boticas como lugar de residência.....	181
Quadro LIX. Imagem global de Boticas, segundo os <i>clusters</i> identificados	184

Quadro LX. Parâmetros padronizados no modelo estrutural completo	185
Quadro LXI. Distribuição das fotografias por freguesia (em n°. e %)	188
Quadro LXII. Estatísticas-síntese das fotografias tiradas por visitantes e residentes	189
Quadro LXIII. Resultados-síntese da análise de <i>clusters</i> das fotografias.....	194
Quadro LXIV. Características da visitação do município de Boticas	196
Quadro LXV. Produtos-�ncora a oferecer no município de Boticas	197
Quadro LXVI. Segmenta�o da percep�o dos residentes no município de Boticas	208
Quadro LXVII. Principais recursos turísticos identificados, segundo o grau de explora�o	208
Quadro LXVIII. Classifica�o global dos atributos turísticos	210
Quadro LXIX. Hipóteses testadas e respetivos resultados	213

ABREVIATURAS E SIGLAS

ACISAT	Associação Empresarial do Alto Tâmega
ACT	Alternativa circunstancial para o turismo
ADRAT	Associação de Desenvolvimento Regional do Alto Tâmega
ADT	Alternativas deliberadas para o turismo
AMU	Área Mediamente Urbana
ANIMAR	Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local
ANOVA	Análise de Variância
APR	Área Predominantemente Rural
APU	Área Predominantemente Urbana
AVE	<i>Average Variance Extracted</i> ou, em português, Variância Média Extraída
CAE	Classificação de Atividades Económicas
CBT ou TBC	<i>Community-based tourism</i> ou, em português, Turismo de Base Comunitária
CCDR-n	Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional do Norte
CEE	Comunidade Económica Europeia
CFA ou AFC	<i>Confirmatory Factorial Analysis</i> ou, em português, Análise Fatorial Confirmatória
CFI	<i>Comparative Fit Index</i>
CIC	Comissão Interministerial de Coordenação
CIMAT	Comissão Intermunicipal do Tâmega
CR	<i>Critical Ratio</i> ou, em português, rácio crítico
Cum	Valor acumulado
DLLOC ou DLBC	Desenvolvimento Local Orientado para a Comunidade ou Desenvolvimento Local com Base Comunitária
DOP	Denominação de Origem Protegida
DP	Desvio-padrão
EC ou CE	<i>European Commission</i> ou, em português, Comissão Europeia
EFA ou AFE	<i>Exploratory Factorial Analysis</i> ou Análise Fatorial Exploratória
EU ou UE	<i>European Union</i> ou, em português, União Europeia
EUA	Estados Unidos da América
FEADER	Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural
FSE	Fundo Social Europeu
GAL	Grupo de Ação Local
GATT	<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i> ou, em português, Acordo Geral sobre Tarifas Aduaneiras.
GFI	<i>Goodness of fit index</i>
IAS	Índice de Amplitude Sazonal
IG	Indicação Geográfica Protegida

INE	Instituto Nacional de Estatística
IpC	Indicador de poder de compra
IRT ou TRI	<i>Integrated Rural Tourism</i> ou, em português, Turismo Rural Integrado
LEADER	<i>Liaisons Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale</i>
LISA	<i>Anselin Local Moran's</i>
MDT	Modelo Digital do Terreno
NUTS	Nomenclatura de Unidades Territoriais
OECD ou OCDE	<i>Organisation for Economic Cooperation and Development</i> ou, em português, Organização para a Cooperação Económica e Desenvolvimento
OMT	Organização Mundial do Turismo
<i>p</i>	Probabilidade de significância
<i>p (rho)</i>	Correlação de <i>Spearman</i>
PAC	Política Agrícola Comum
PDR	Programa de Desenvolvimento Rural
PENT	Plano Estratégico Nacional do Turismo
PEST-A	Política, Económica, Social, Tecnológica e Ambiental
PIB	Produto Interno Bruto
PIC	<i>Planning, Incremental and Cooperation</i>
PME	Pequena e Média Empresa
QCA	Quadro Comunitário de Apoio
QREN	Quadro de Referência Estratégico Nacional
R²	Qui-quadrado
RMSEA	<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>
SEM ou MEE	<i>Structural Equation Modelling</i> ou, em português, Modelação de Equações Estruturais
SET	<i>Social Exchange Theory</i> ou, em português, “Teoria da Troca Social”
SIG	Sistemas de Informação Geográfica
Sig. (2-tailed)	Valor de significância
SRMR	<i>Standardised Root Mean Square</i>
SWOT	<i>Stengths, Weaknesses, Opportunities and Threats</i> ou, em português, Forças, Oportunidades, fraquezas e ameaças
<i>t</i>	Valor da estatística T
TALC	<i>Tourist-Area Life Cycle</i> ou, em português, o Ciclo de Vida da Área Turística
TIPAU	Tipologia de Áreas Urbanas
TMI	Turismo de Massas Insustentável
TMS	Turismo de Massas Sustentável

UNWTO ou OMT *World Tourism Organization* ou, em Português, Organização Mundial do Turismo

VAB Valor Acrescentado Bruto

WTTC *World Travel & Tourism Council*

α Alfa de *Cronbach*

β *Loadings* estandardizados



Fotografia tirada pelo autor, em 20.04.2016.

Introdução

O começo é a metade do todo.
Platão (428 a.C. – 348 a.C.)

Contexto geral

O turismo, enquanto setor de atividade económica, tem registado nos últimos anos uma evolução positiva, resultante do aumento do número de turistas internacionais, que, em 2014, correspondeu a 1 134 milhões de turistas internacionais, cifrando-se num crescimento de 4,2% face a período análogo do ano anterior (UNWTO, 2016). Em Portugal, estes valores ascenderam aos 9,3 milhões em 2014 (UNWTO, 2016), sendo que as receitas diretas geradas se encontram na ordem dos 6,4% do Produto Interno Bruto (PIB - WTTC, 2016).

Pese embora a importância acrescida que tem sido dada ao setor do turismo a nível internacional, em Portugal continua a verificar-se a dependência de certos mercados emissores “tradicionalistas” de países como a Espanha, a França, o Reino Unido ou a Alemanha (Mowforth & Munt, 2008; Rodrigues & Breda, 2014). Por outro lado, o turismo de “Sol & Mar” continua a revelar-se como a principal fonte de rendimento e de capital ligado ao turismo em Portugal.

Ainda assim, nos últimos anos, os territórios rurais têm vindo a procurar alternativas estratégicas, muitas das vezes assentes no turismo rural, por forma a potenciar o desenvolvimento das economias locais. A este respeito, verifica-se a ausência de estudos que substanciem esta atividade em áreas rurais, o que por si só, demonstra a fragilidade em delinear estratégias que se adequem às necessidades destes territórios (Figueiredo & Kastenzholz, 2008).

Para a dotação de destinos turísticos sustentáveis, reconhece-se a necessidade de diversificar a oferta, de valorizar a componente ambiental e a preservação cultural, bem como reforçar as parcerias estabelecidas (Cadima Ribeiro & Vareiro, 2007). Neste sentido, é premente o envolvimento da comunidade local e dos visitantes para a identificação dos principais recursos existentes e dos interesses que os mesmos evidenciam (Figueiredo & Kastenzholz, 2008). Só assim será possível aumentar os fluxos turísticos, que visam, na sua essência, contribuir para vários objetivos, tais como: *(i)* criar emprego e crescimento da economia local; *(ii)* atenuar os custos associados a infraestruturas (*e.g.*, estradas, saneamento, meios de comunicação); *(iii)* impulsionar a criação de outros setores de atividade, com associação direta, indireta ou induzida; *(iv)* contribuir para o bem-estar dos residentes com a introdução de vários equipamentos públicos ou coletivos (*e.g.*, pavilhões gimnodesportivos e de recreação, parques ao ar livre, supermercado, correios, escolas e transportes públicos); *(v)* apoiar a conservação dos recursos culturais (nomeadamente na estética das atrações turísticas primárias) e preservação dos recursos naturais (Hall & Jenkins, 1999). Para além do retorno que pode estar associado ao setor, a aposta neste segmento de atividade turística pode ser desenvolvido com menores investimentos, em comparação com outras estratégias de turismo (de massas) que envolvem grandes empresas e cadeias de operadores (Wilson *et al.*, 2001). Efetivamente, o turismo rural não depende, de um modo global, de empresas externas e as decisões podem (e devem) ser tomadas a uma escala geográfica estrita (Shaw & Williams, 1994; Cadima Ribeiro & Vareiro, 2007). Normalmente, os benefícios com a atividade turística em áreas rurais repercutem-se em serviços diretamente

(*e.g.*, atrações e hotéis) ou indiretamente abrangidos (*e.g.*, postos de gasolina e supermercados - Wilson *et al.*, 2001), aos quais se somam os benefícios conseguidos pela população local.

O combate ao desemprego, o declínio da população e a valorização da atividade económica podem, assim, ser sustentados com estratégias alicerçadas na atividade turística. No entanto, não se pode olvidar que esta realidade pode ser severamente distorcida. Em primeiro lugar, as áreas rurais quando têm sido capazes de fixar população, recebem essencialmente população aposentada, que procura abrandar o ritmo de vida, ao invés da população jovem que se fixa normalmente em áreas urbanas, muitas das vezes, com empregos parciais e sazonais. Por exemplo, as áreas rurais algarvias têm assistido a fenómenos lentos de rurbanização, embora seja frequente nestes territórios a incapacidade de fixar população jovem (são essencialmente ingleses reformados que aproveitam para se fixar nestas áreas). Em segundo lugar, a comunidade local pode sentir a perda de identidade e podem ser marginalizados pelo desenvolvimento da atividade turística e, em último recurso, correm o risco de “museificação” dos seus costumes e tradições pelos turistas. Não obstante, uma outra preocupação prende-se com o incremento de padrões socioeconómicos desiguais entre a população de chegada (com maiores níveis de riqueza) e a população local (com níveis economicamente mais baixos - Wilson *et al.*, 2001; Boyne *et al.*, 2003). Esta última crítica apontada parece um pouco inconsistente, face ao poder de compra que está intrínseco a estes visitantes, considerando que os mesmos podem investir capital nestes territórios.

Assente nas fragilidades que apresentam alguns territórios, afigura-se necessário o estabelecimento de alternativas estratégicas que se ajustem aos recursos turísticos, sejam eles tangíveis ou intangíveis, com o objetivo de os potenciar e conservar. Desta forma, a presente investigação propõe-se refletir sobre o posicionamento do município de Boticas em Portugal e na União Europeia, avaliando a possibilidade de desenvolver uma estratégia para a atividade turística, que valorize a integração dos vários intervenientes locais, sem depauperar os recursos e qualidades deste território.

Esta dissertação parte de várias questões, que irão ser respondidas ao longo da mesma.

1. Quais são os recursos endógenos suscetíveis de se transformarem em recursos turísticos no município de Boticas?
2. Quais são os produtos-âncora possíveis de identificar neste território?
3. Qual é a imagem do destino de Boticas?

Território: objetivos de investigação

O território escolhido para a aplicação da metodologia de investigação é o município de Boticas, que está localizado no distrito de Vila Real, na NUTS III do Alto Tâmega, na NUTS II do Norte e no nordeste de Portugal Continental. O município abrange uma área de 321,96 km² e encontra-se subdividido em dez freguesias, das quais, segundo a Tipologia das Áreas Urbanas (TIPAU) referente a 2014, sete freguesias são consideradas Áreas Mediamente

Urbanas (AMU) e três freguesias consideradas Áreas Predominantemente Rurais (APR). Em 2011, a população residente no município de Boticas cifrava-se em 5 750 indivíduos, dos quais 1 510 habitantes residiam em Boticas e Granja, o que corresponde a 26,3% da população residente no município (Figura 1).

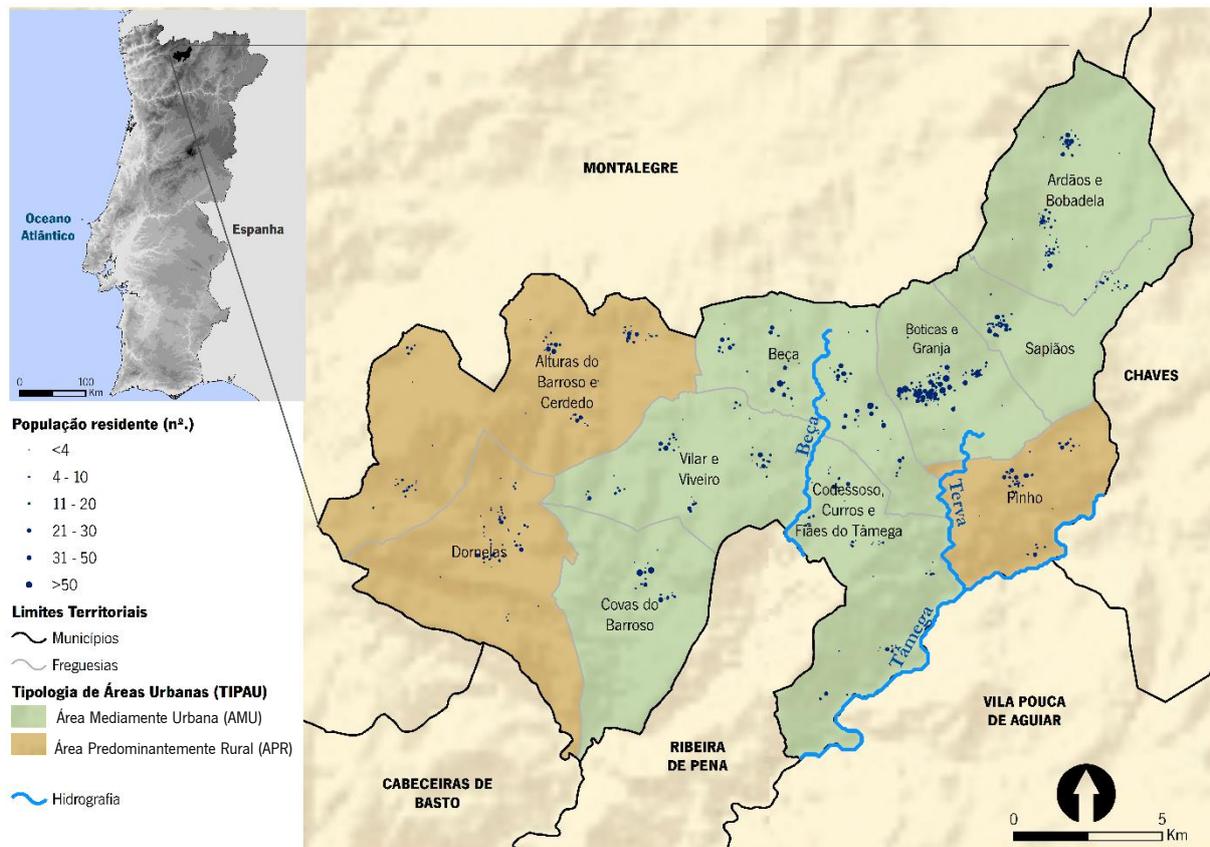


Figura 1. Enquadramento territorial do município de Boticas: População por subsecção, TIPAU e MDT¹
 Fonte: Elaboração própria [com base no Recenseamento Geral da População, 2011; TIPAU 2014 (INE) e Atlas do Ambiente].

A ausência de políticas articuladas para territórios de baixa densidade tem-se manifestado no incremento de problemas de natureza socioeconómica e cultural. Ainda assim, a determinação de estratégias para a atividade turística, a curto e médio prazo, pode gerar novas sinergias nestes territórios que potenciem a sua economia. Só assim será possível a dotação de infraestruturas e serviços mais próximos das comunidades, a geração de emprego e o incremento de benefícios e rendimentos provenientes destas atividades.

Desta forma, a presente investigação pretende contribuir para a sustentabilidade da atividade turística no município de Boticas. Com base neste pressuposto, foram equacionados quatro objetivos principais que nortearam a presente investigação:

- i) identificar os recursos turísticos do município de Boticas;

¹ Ardaões e Bobadela; Alturas do Barroso e Cerdedo; Boticas e Granja; Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega; e Vilar e Viveiro tratam-se de União de Freguesias, resultantes da reorganização administrativa do território, decretada na Lei n^o 11-A/2013, de 28 de janeiro.

- ii) diagnosticar as perceções de alguns *stakeholders* (agentes institucionais e residentes) sobre o contributo da atividade turística enquanto motor de desenvolvimento rural;
- iii) desenvolver um modelo de participação pública em turismo que permita dinamizar o trabalho em rede e fomentar práticas mais sustentáveis;
- iv) identificar a imagem do destino.

Procedimentos metodológicos e fontes utilizadas

Na presente investigação foi utilizado um quadro metodológico múltiplo, com recurso a fontes primárias e secundárias, de modo a garantir o cumprimento dos objetivos previamente enunciados. Relativamente às fontes secundárias destacam-se as que se equacionam a seguir.

1. Revisão da literatura – com vista à clarificação de conceitos e da resposta à problematização teórica que suporta a presente investigação.
2. Análise da situação territorial, do ponto de vista socioeconómico e da atividade turística, com recurso a uma análise regional e local, através da consulta e sistematização de dados estatísticos das bases de dados do EUROSTAT, bem como do INE e do PORDATA. Para este fim, foram usadas ferramentas de Sistema de Informação Geográfica (SIG) para cartografar diversas variáveis, que possibilitaram a caracterização da sub-região do Alto Tâmega e do município de Boticas.
3. Armazenamento e sistematização de informações provenientes de diversas entidades sobre o turismo no município de Boticas: Turismo de Portugal; Turismo do Porto e Norte (de Portugal); Loja Interativa do Turismo do município de Boticas; Câmara Municipal de Boticas; outras organizações e associações regionais e locais.

A pesquisa realizada suporta-se igualmente em fontes primárias, nomeadamente, num enfoque de cariz qualitativo a partir da informação resultante dos *focus group* realizados e das entrevistas semiestructuras concretizadas a instituições e associações no contexto das problemáticas definidas para a investigação, em dois níveis:

- nível I – regional – com a convocatória de instituições e associações de cariz regional, junto de várias entidades, tais como, a Associação Empresarial do Alto Tâmega (ACISAT); a Associação de Desenvolvimento da Região do Alto Tâmega (ADRAT); a Comunidade Intermunicipal do Alto Tâmega (CIMAT); o Pena Aventura;
- nível II – local – junto da Câmara Municipal de Boticas, de associações de desenvolvimento local (*e.g.*, CELTIBERUS), das juntas de freguesia, de representantes de hotelaria e de outras instituições e agentes locais [*e.g.*, Loja Interativa de Turismo, Parque Arqueológico do Vale do Terva (Bobadela); Parque de Campismo “Virgílio António de Miranda”].

Neste âmbito, procedeu-se à realização de duas sessões de *focus group* em parceria com a autarquia de Boticas, que decorreram no dia 14 de setembro de 2015, e tiveram como principais objetivos: (i) diagnosticar as

potencialidades turísticas do município de Boticas; *(ii)* identificar a imagem do destino de Boticas e as percepções de vários intervenientes, nomeadamente da população residente, acerca do desenvolvimento do turismo e da sua participação mais ativa neste setor de atividade económica e *(iii)* contribuir para o desenvolvimento participativo e sustentável do município e dos municípios adjacentes. A opção por esta técnica deveu-se às potencialidades inerentes à participação grupal, numa perspetiva da possibilidade de reprodução de informação resultante do debate entre vários indivíduos. Para estas sessões foram selecionados 24 intervenientes locais, tendo participado 21, repartidos antecipadamente em dois grupos e que responderam, livremente, às 14 questões selecionadas para ambos os grupos. Ambas as sessões tiveram a duração de 2 horas e meia. A partir da informação resultante dos *focus group* a instituições e associações locais desenvolveu-se uma análise de conteúdo, ancorada nos pressupostos metodológicos sugeridos por Bardin (2004).

A aplicação dos inquéritos por questionário autoadministrado realizado aos residentes, teve em vista responder à problemática definida *a priori*. Dos resultados destes inquéritos, pretendeu-se apurar informação relevante a partir de análise univariada e multivariada e através da utilização de *software* estatístico para o efeito. Além disso, realizou-se a construção de um modelo com 9 hipóteses. Estas técnicas foram complementadas com o recurso à observação participante e não participante.

Além disso, a percepção dos *stakeholders* locais foi aferida com a utilização de uma técnica complementar baseada na análise das fotografias dos visitantes e residentes registadas no *Panoramio*, entre os anos de 2003 e 2015 (refira-se que para o ano de 2015 apenas se contabilizaram as fotografias até ao mês de março).

Com efeito, é expectável a determinação de cenários para o setor, que anteceda a proposta da estratégia turística, que resulta de uma análise criteriosa de todas as oportunidades e fragilidades que foram identificadas em momentos anteriores.

A descrição detalhada dos métodos utilizados para a obtenção dos resultados encontra-se no Capítulo IV desta dissertação. Não obstante, a Figura 2 descreve as principais fontes primárias e secundárias usadas para responder aos objetivos de investigação.

Estrutura da dissertação

Para além deste *item* introdutório, importa referir que a presente dissertação é composta por seis capítulos (Figura 3). Embora não se tenha feito uma divisão formal da dissertação em duas partes, pode-se indicar que todo o processo de investigação decorreu das mesmas. Ao passo que a primeira parte se destina à clarificação de conceitos e abordagens relacionadas com o turismo em áreas rurais, a segunda parte da dissertação é consagrada à análise dos resultados da componente empírica desenvolvida entre 2015 e 2016, cujo âmbito geográfico é o município de Boticas.

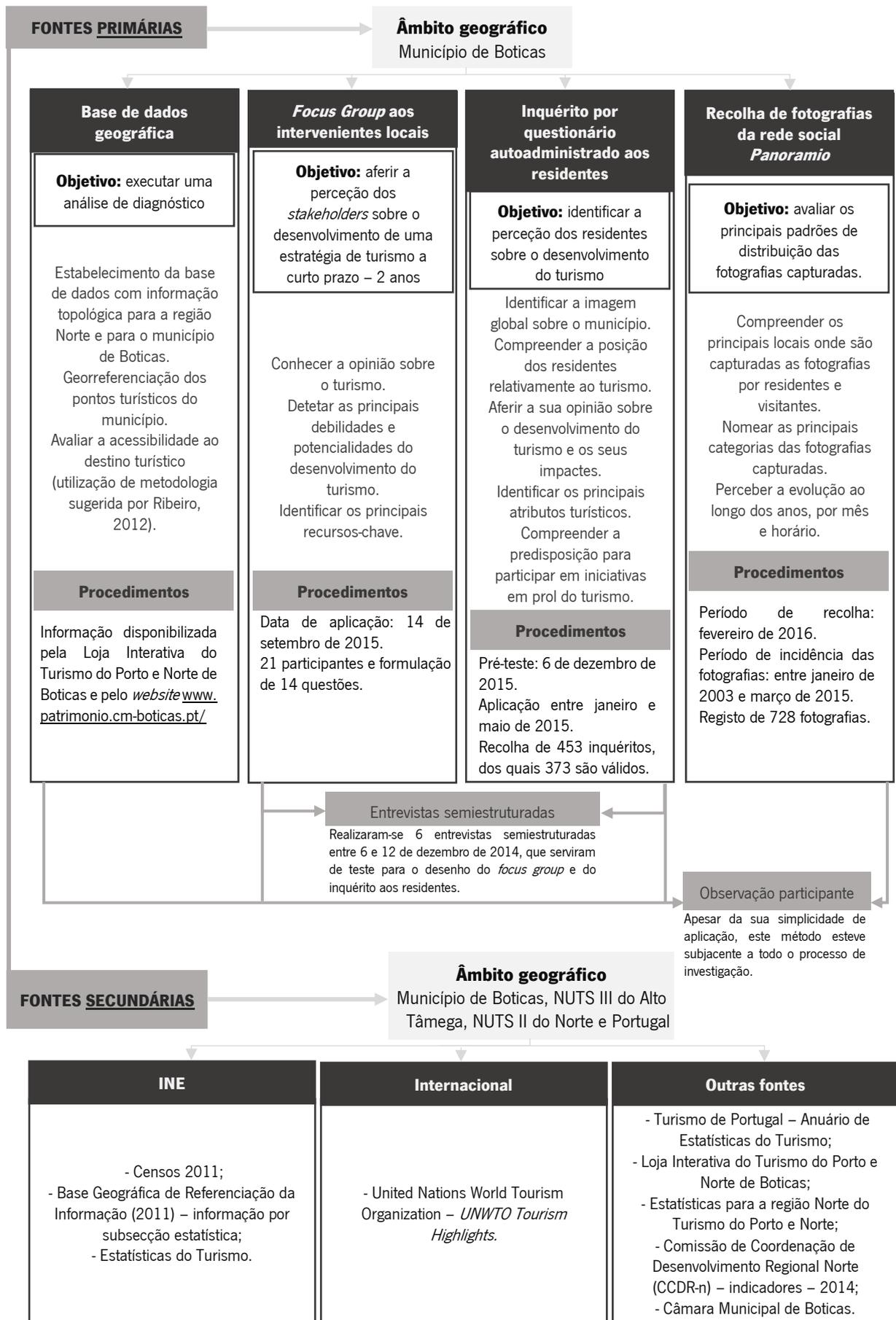


Figura 2. Fontes primárias e secundárias usadas no quadro de investigação
Fonte: Elaboração própria.

Neste sentido, a primeira parte da dissertação encerra dois capítulos, cujo enfoque se centra na discussão de conceitos e teorias associados à atividade turística e ao turismo rural. O primeiro capítulo intitulado *O rural enquanto espaço de lazer e de turismo* procura identificar as principais determinantes da atividade turística em áreas rurais, reconhecendo os principais conceitos e paradigmas associados. Por outro lado, o segundo capítulo *Sustentabilidade nas práticas de planeamento em turismo em áreas rurais* consigna-se ao contributo que advém do planeamento para a construção de novos destinos turísticos, recorrendo à articulação dos diversos atores locais para a definição de estratégias mais sustentáveis.

A segunda parte desta dissertação está estruturada em quatro capítulos dedicados à componente empírica da investigação concretizada. Esta parte inicia-se com o capítulo três, intitulado *Retrato geográfico do município de Boticas e do Alto Tâmega*. Neste capítulo é feita a caracterização do município em análise, articulando os principais elementos que são essenciais à atividade turística. No quarto capítulo, designado de *Métodos e Dados* é definida a metodologia de investigação subjacentes a este estudo. Descrevem-se os pressupostos metodológicos e realiza-se uma breve caracterização das amostras selecionadas. São também enunciados alguns métodos a que se recorreu durante o estudo deste destino turístico, designadamente o recurso aos SIG como ferramenta de análise espacial fulcral utilizada nesta investigação, os procedimentos de análise qualitativa e os métodos de análise univariada e multivariada utilizados para a análise quantitativa. Com a triangulação de diferentes métodos de análise, sobressaem o *focus group* realizado junto dos principais *stakeholders*, o inquérito aplicado aos residentes e a análise das fotografias do *Panoramio*.

No capítulo subsequente designado por *Resultados – O envolvimento dos diversos stakeholders regionais e locais na promoção do território* são apresentados os principais resultados da investigação. Este capítulo encerra várias secções, onde se integra: (i) a perspetiva de desenvolvimento social e económico, a curto e médio prazo, assim como a identificação dos recursos endógenos; (ii) a participação da comunidade no desenvolvimento local; (iii) os possíveis impactes decorrentes do desenvolvimento da atividade turística; (iv) a definição da imagem do destino e, não menos relevante, (v) a apresentação de produtos-âncora potenciais e das sinergias entre atores. Não obstante, o capítulo seis *Discussão dos resultados* visa relacionar e discutir os diferentes resultados obtidos, contribuindo para a confrontação entre os pressupostos teóricos e as evidências empíricas. Com os seis capítulos enunciados, é espectável retratar o cenário complexo associado a este tipo de território de baixa densidade, com múltiplas fragilidades, mas também com algumas oportunidades.

Termina-se, com um *item* conclusivo (*Notas Finais*), com uma síntese das premissas e argumentos que demonstram as oportunidades e a pertinência de uma estratégia de turismo para o município de Boticas assente num enquadramento de desenvolvimento futuro no seio da região do Alto Tâmega.

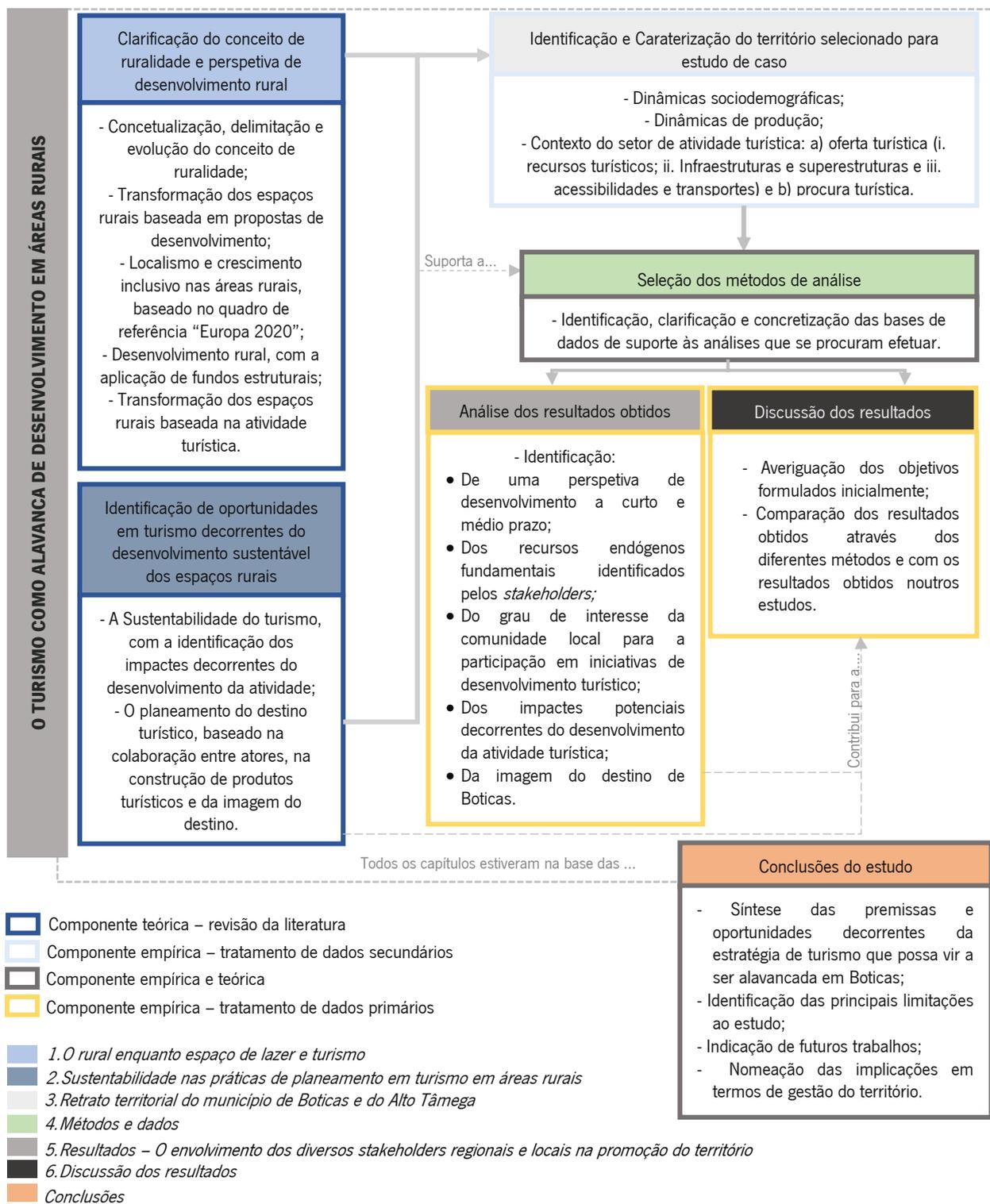


Figura 3. Esquema-síntese do processo de investigação
 Fonte: Elaboração própria.

Espera-se que esta investigação possa contribuir para a definição de uma estratégia territorial de base turística no município de Boticas, atenuando as debilidades associadas ao seu tecido sociodemográfico e económico. A presente investigação será divulgada junto dos corpos dirigentes da Câmara Municipal de Boticas, bem como de

outros atores locais com intervenção específica em turismo, nomeadamente as entidades governativas de outros municípios rurais. Esta postura decorre do compromisso assumido e da ânsia de ajudar a compreender a problemática do turismo rural, através da promoção dos recursos endógenos e, em última instância, da geração de emprego e promoção da economia local.



1

Fotografia tirada pelo autor, em 11.04.2014.

O rural enquanto espaço de lazer e turismo

Rural é um adjetivo que qualifica culturas, visões do mundo, imaginários...e, por arrastamento, as gentes e a geografia, o território e as paisagens desses imaginários.

(Domingues, 2011: 121)

1.1. Nota introdutória

O declínio populacional e, por sua vez, da massa crítica nas áreas rurais do interior de Portugal Continental têm provocado o enfraquecimento da preservação dos recursos naturais e culturais. De facto, o empobrecimento das áreas rurais mais não é do que o resultado de uma súmula de efeitos da perda de vitalidade dos territórios nas suas dimensões social, económica, política, cultural e ambiental.

No entanto, o discurso político atual privilegia políticas de desenvolvimento das áreas rurais sustentáveis e de enfoque comunitário, por forma a aumentar as receitas económicas geradas e para incitar à melhoria da qualidade de vida da população local. Esta visão está intrinsecamente relacionada com o paradigma atual que se sustenta na diversificação das atividades económicas nas áreas rurais e na valorização das capacidades endógenas destes territórios. A diversificação das atividades económicas em áreas rurais não é um fenómeno novo, atendendo a que já durante o início do século XX existiam algumas indústrias artesanais e comércio da atividade agrícola, que, de vez em quando, se mesclavam com a atividade agrícola. Entretanto, o declínio do modelo agro-silvo-pastoril nas áreas rurais originou uma série de novos desafios, o que forçou estas áreas a associarem-se a outros setores de atividade, tais como o turismo.

Para o efeito, conta-se com uma série de programas e fundos, que têm como principais reptos a conservação da natureza e da paisagem e a geração de um afluxo de população das grandes cidades. A respeito disso, um dos fenómenos gerados nas últimas décadas prende-se com uma tendência para a contraurbanização de indivíduos que não se adaptam ao *stress* e à pressão dos padrões de vida cosmopolita. Através do recurso ao programa *Liaisons Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale* (LEADER), muitas áreas rurais conseguem desenvolver novos produtos no território para aumentar os visitantes, criar novas modalidades de apoio ao desporto ou gerar novas publicações, revistas e guias sobre as áreas naturais. O surgimento de novos produtos turísticos nas áreas rurais corresponde ao anseio de muitas comunidades e entidades governativas em resolver os problemas oriundos da perda de relevância das atividades primárias tradicionais e considerando que estas áreas têm hipóteses múltiplas, assentes na diversidade de recursos, que apresentam, muitas das vezes, um baixo nível de conservação.

É em torno destas questões que se debruça o primeiro capítulo desta dissertação. O primeiro subcapítulo visa contribuir para a concetualização e delimitação das áreas rurais, enquanto o segundo destina-se a demonstrar as dinâmicas transformadoras das áreas rurais nas últimas décadas, bem como contribuir para o entendimento dos novos desafios que se colocam ao seu desenvolvimento. Por sua vez, o terceiro subcapítulo aborda a evolução do programa LEADER, bem como o seu principal contributo para o desenvolvimento das áreas rurais. O último subcapítulo destina-se a refletir o papel de programas como o LEADER na construção e promoção da atividade turística em destinos rurais.

1.2. O espaço rural – concetualização, delimitação e evolução

Importa recordar, em primeiro lugar, que não existem soluções universais, nem definições que contemplem a diversidade de imaginários sobre o mundo rural. Tão pouco, as soluções e as características apontadas revelam a heterogeneidade do mundo rural.

Rural é um conceito espacial ou territorial (Sharpley & Sharpley, 1997), que assume uma posição polissémica, em razão da multiplicidade de atuações, para as quais são passíveis numerosas delimitações teóricas (Beynon, Crawley & Munday, 2015). Ao falar-se de rural pressupõe-se uma pluralidade de áreas rurais (Figueiredo, 2011), atendendo a que, mesmo entre os países da Europa, existe *toda uma geografia, tecido económico e social* [que compreende] (...) *uma diversidade de atividades: agricultura, negócios, comércio, pequenas e médias empresas, serviços* (CEE, 1988: 15).

1.2.1. Clarificação de conceitos baseada em índices estatísticos

A diversidade de áreas rurais é patente num conjunto vasto de abordagens, que são usadas para a definição de rural, bem como no modo como os dados sobre estas áreas são recolhidos, tratados e utilizados. Bengs & Schmidt-Thomé (2006) sintetizaram as várias abordagens utilizadas para a definição das áreas rurais em quatro grupos: *Implicit definitions; Statistically derived policy-relevant differentiation of rural areas; Statistically derived index of rurality; Neutrally defined rural delimitation* (Quadro I). Copus *et al.* (2008) referem-se ao emprego de dois tipos de tipologias: as tipologias espaciais e socioeconómicas ou as de desempenho, sendo que as primeiras se baseiam em critérios demográficos, como a densidade populacional ou a população empregada no setor primário, ao passo que as segundas se baseiam em indicadores institucionais, sociais, económicos e ambientais dos territórios. Além da diversidade de perceções do que é a ruralidade e dos seus elementos, a dificuldade em recolher dados adequados à escala ou às questões em análise e os objetivos de estudo constituem as principais razões para esta diversidade de tipologias do espaço rural (EU, 2013).

Independentemente da variedade de abordagens, a tipologia da OECD (2006) é uma das mais consistentes entre a variedade de propostas, pelo facto de diferenciar as regiões rurais entre: regiões rurais remotas dinâmicas, regiões dinâmicas intermédias, regiões atrasadas intermédias e regiões remotas atrasadas. As regiões rurais remotas dinâmicas localizam-se afastadas das áreas centrais urbanas, mas são autossuficientes, no que concerne aos recursos e infraestruturas necessárias. Não obstante, as regiões intermédias dinâmicas possuem uma ligação restrita com as áreas metropolitanas, pelo que tendem a apresentar polos industriais especializados em determinado tipo de produção. As regiões atrasadas intermédias dependem da reestruturação da base da economia local, mas não se assumem como uma situação dramática como as regiões rurais remotas atrasadas, cujas características apontam para uma situação de declínio demográfico, desvitalização económica e perda dos valores tradicionais (OECD, 2006).

Quadro I. Abordagens para a definição das áreas rurais

Abordagem	Fontes de informação	Contexto teórico e metodologias empregues
<i>Implicit definitions</i>	Considerações multidimensionais baseadas na revisão da literatura e na análise empírica.	CEE (1988) – ‘tipos-padrão’ de áreas rurais, com base na identificação de desafios de desenvolvimento. Copus & Crabtree (1996) – sustentabilidade socioeconómica nas áreas rurais, com base em três atributos (população, densidade e atividade económica) e mensurável em três dimensões (estrutura, desempenho e dependência). Von Meyer (1997) – dinamismo <i>versus</i> atraso das regiões rurais. OECD (2006) – tipologia de áreas rurais em regiões rurais remotas dinâmicas; regiões rurais remotas atrasadas; regiões dinâmicas intermédias; regiões atrasadas intermédias.
<i>Statistically derived policy-relevant differentiation of rural areas</i>	Classificação realizada com análise exploratória, após seleção de critérios pré-definidos teoricamente (variáveis dos recenseamentos). Análise multivariada.	Análise de <i>clusters</i> (<i>e.g.</i> , Williams, 1996 – perfil socioeconómico). Análise de Componentes Principais (<i>e.g.</i> , Malinen <i>et al.</i> , 2006 – perfil socioeconómico; Haase, 1998 – privação; Hannan & Commins, 1993 – ambiente social das áreas rurais). Análise de Componentes Principais e análise de <i>clusters</i> combinada (<i>e.g.</i> , Walsh, 1980 – regiões agrícolas; Cawley, 1986 – privação rural). Cartografia detalhada de variáveis individuais (<i>e.g.</i> , Cooke, 2000 – análise de privação).
<i>Statistically derived index of rurality</i>	Análise multivariada, baseada sobretudo nos recenseamentos.	Análise de Componentes Principais (<i>e.g.</i> , Cloke, 1977; Mitchell & Doyle, 1996; Harrington & O’Donoghue, 1998). Análise de Qui-quadrado (<i>e.g.</i> , Hodge, 1996). Análise de <i>clusters</i> (<i>e.g.</i> , Robinson, 1990; Mitchell & Doyle, 1996).
<i>Neutrally defined rural delimitation</i>	Análise univariada (recurso a taxas de variação da densidade populacional; distribuição da população ou algumas medidas de distância/acessibilidade).	Densidade populacional ponderada (<i>e.g.</i> , Craig, 1985). Densidade populacional <i>cut-off point</i> (<i>e.g.</i> , OECD, 1994; Walford & Hockey, 1991; Commins & Keane, 1994). Modelo gravitacional (<i>e.g.</i> , Copus & Crabtree, 1996).

Fonte: Adaptado de Bengs & Schmidt-Thomé (2006).

Uma outra visão sobre a ruralidade advém de discursos académicos e governamentais, que subscrevem uma visão positivista, que considera que o rural pode ser apreendido com precisão com base em dados quantitativos e através da validade de testes estatísticos, em detrimento dos dados não-numéricos que não possam ser testados do mesmo modo (Woods, 2011). No seio desta perspetiva, surgiram, durante a década de 1970, os primeiros índices que, através de abordagens quantitativas de multi-indicadores estatísticos, permitiam delimitar as áreas rurais (Quadro II).

Um dos passos mais relevantes nesta matéria foi alcançado por Cloke (1977), através da definição de um índice de ruralidade para a Inglaterra e País de Gales para o ano de 1971. O índice combinava 16 variáveis, versando sobre elementos focados na densidade populacional, na acessibilidade a instalações, na distância aos centros urbanos e nos movimentos pendulares (Beynon, Crawley & Munday, 2015). Este índice foi atualizado para o ano

censitário de 1981 por Cloke & Edwards (1986). De facto, os estudos que utilizaram este tipo de análise demonstram a necessidade de se atualizarem continuamente os métodos, atendendo à introdução de novos dados, embora todas as contribuições demonstrem que a replicação de modelos é possível (Beynon, Crawley & Munday, 2015).

Quadro II. Comparação das variáveis utilizadas nos índices de ruralidade

	Autores (ano)		
	<i>Smith (1973)</i>	<i>Cloke (1977)</i>	<i>Cleveland (1995)</i>
Variáveis utilizadas no índice de ruralidade	Densidade populacional.	Densidade populacional.	Acesso ao metro por meio de estradas interestaduais/autoestradas.
	População residente em áreas rurais (%).	População com idade igual ou superior a 65 anos (%).	Emprego no comércio a retalho (%).
	População residente.	Homens com idade entre 15 e 45 anos (%).	Emprego qualificado (%).
	População empregada na agricultura (%).	Mulheres com idade entre 15 e 45 anos (%).	Emprego no setor agrícola (%).
	População residente em quintas (%).	Taxa de ocupação (doméstica/habitação).	Rendimento familiar médio.
	Variação média anual da população residente (%).	Taxa de ocupação (pessoas por alojamento).	Famílias em situação de pobreza (%).
	Emprego em profissões ligadas à medicina (%).	Alojamentos familiares.	Emprego em setores governamentais (%).
	Emprego em atividades de entretenimento (%).	Estrutura ocupacional (% de agricultura).	Variação da população (%).
	Emprego em serviços (%).	Movimentos pendulares (saídas).	População com idade igual ou superior a 65 anos (%).
		Alteração populacional (em 10 anos).	Densidade populacional (por milhas ao quadrado).
		Imigração (pop. residente com < 5 anos).	Nível de instrução baixo/elevado.
		Saldo migratório.	
		Emigração (% de população que emigrou no ano anterior).	
		Distância ao centro urbano mais próximo com 50 000 habitantes.	
	Distância ao centro urbano mais próximo com 100 000 habitantes.		
	Distância ao centro urbano mais próximo com 200 000 habitantes.		

Fonte: Adaptado de Beynon, Crawley & Munday, 2015.

No entanto, estas visões sucintas, embora ajudem à classificação das áreas rurais, ostentam dificuldades em produzir mapas *verdadeiros* de áreas rurais, cuja dependência se associa aos indicadores selecionados e à escala geográfica em que os mesmos são utilizados (Woods, 2011).

1.2.2. Critérios económicos, sociais e demográficos na definição de rural

A ruralidade não pode ser avaliada de uma forma universal, porque existem critérios diferentes para a sua delimitação e é uma adaptação, em termos genéricos, à história e ao contexto em que se insere (Hervieu & Viard,

2001). Neste sentido, uma das abordagens mais completas para as áreas rurais é apresentada por Lane (1994b). Diversos autores utilizam esta definição pela sua capacidade de síntese em três características fundamentais, mais ou menos consensuais, para a distinção entre o rural e o urbano: (i) a população e a densidade populacional (*elementos ecológicos ou demográficos*); (ii) o uso do solo e as atividades económicas (*elementos económicos*); e (iii) as vivências das comunidades e estruturas sociais tradicionais (*elementos sociais* - Sharpley & Sharpley, 1997; Frey & Zimmer, 2001; Roberts & Hall, 2001; van Leeuwen, 2010).

A perspetiva comumente usada para a definição de áreas rurais circunscreve-se apenas à utilização de *critérios demográficos*. As áreas rurais são consideradas como não-urbanas, no sentido em que, por definição, correspondem a áreas de baixa densidade ou a pequenos aglomerados populacionais. De modo genérico, todas as aglomerações com menos de 2 000 ou 2 500 habitantes são definidas como rurais, mas em certos países uma centena de habitantes é suficiente para se considerarem urbanas (Sharpley & Sharpley, 1997).

Um critério adotado pela OCDE baseia-se na densidade populacional, considerando como rurais as áreas com densidade populacional inferior a 150 hab./km². Neste critério, são distinguidas as regiões predominantemente rurais (> 50% de população rural), as regiões significativamente rurais (entre 15% e 50% de população rural) e as regiões predominantemente urbanas (<15% de população rural; Cunha, 2013; EC, 2013 - Figura 4). Mais recentemente, esta tipologia foi revista para a constituição de uma análise de alta resolução espacial, com a informação construída numa grelha de 1 km², por forma a evitar omissões frequentes na tipologia da OCDE usada anteriormente (van Eupen *et al.*, 2012). Não obstante, em vários países, são utilizadas definições próprias para a concetualização de ruralidade, e tendo subjacentes critérios demográficos. Por exemplo, no caso do INE (Instituto Nacional de Estatística) espanhol, considera-se como área rural qualquer área com uma população inferior a 15 000 habitantes.

Outra abordagem utilizada para a definição de ruralidade emprega *critérios económicos*, tendo como adquirido que nas áreas rurais, grande parte das parcelas do território se destinam à atividade agrícola, à indústria florestal e à exploração dos recursos naturais. Nas áreas urbanas, a produção organiza-se em torno de atividades não-agrícolas, sendo natural que em espaços urbanos se verifique, de modo tendencial, uma maior oferta de emprego, o que tende a aumentar os movimentos pendulares, associados à deslocação casa-trabalho. Tal acontece, por exemplo, no norte da Nigéria, onde os custos de vida na cidade são muito elevados, o que origina elevados níveis de deslocação para as áreas mais periféricas no final de um dia de trabalho (van Leeuwen, 2010). Nos Países Baixos, verificam-se níveis de acessibilidade elevados, graças à boa cobertura de transportes públicos, o que potencia deslocações pendulares campo-cidade. Deste modo, os critérios definidos para os aglomerados urbanos nos Países Baixos estruturam-se em: municípios urbanos com 2 000 ou mais habitantes; municípios semiurbanos com menos de 2 000 habitantes e com menos de 20% da população masculina com atividade económica no setor agrícola e em municípios iminentemente residenciais, em resultado dos movimentos pendulares facilitados por uma rede de transportes coesa (United Nations, 2000).

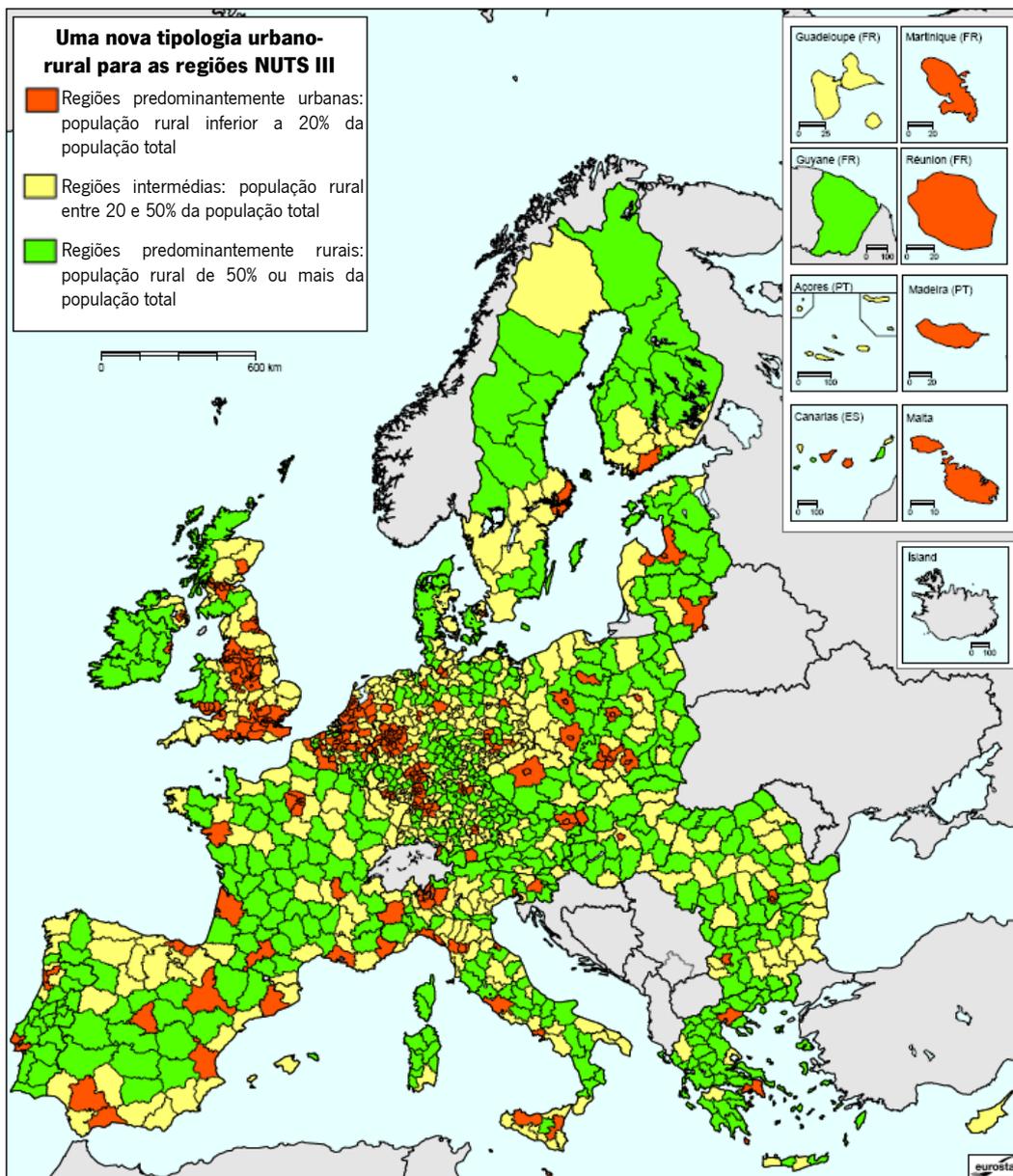


Figura 4. Tipologia urbano-rural na Europa, em 2013
 Fonte: Adaptado de EC (2013).

Não menos relevante, os critérios associados à *estrutura social* são também utilizados na concetualização de ruralidade. As áreas rurais são, por tradição, espaços onde se evidencia o sentido de pertença à comunidade, a conservação de economias simples e de práticas agrícolas de autoconsumo, uma maior indiferença face à materialidade das coisas e a preservação da tranquilidade e da quietude do campo, mas cujas manifestações são muito difíceis de quantificar, por existirem diferentes exteriorizações comportamentais e comunicacionais em diferentes áreas rurais (Sharpley & Sharpley, 1997). Por outras palavras, estas áreas estão tradicionalmente associadas à produção de alimentos, à atividade agrícola, aos modelos de vida tradicionais de comportamento em família camponesa e a um tipo de paisagem com simbioses entre os elementos naturais e as práticas do ser humano (Ferrão, 2000).

De facto, as áreas rurais compreendem pessoas, usos e outros recursos, circunscritos a pequenas aglomerações, cuja economia se encontra no *hinterland* de centros urbanos maiores, também é certo que são frequentemente delimitados pela contraposição das suas características às áreas urbanas (Kayser, 1990; Mormont, 1990; Isserman, 2005). O rural é visto como um espaço definido e imaginado em relação às características das áreas urbanas. As próprias relações sociais e económicas (os fluxos de bens e pessoas) sempre foram comuns, quer no discurso urbano, quer no rural. Se o rural tende a refletir o imaginário das áreas urbanas, também o campo serviu para legar a constituição de políticas, manifestamente idílicas, de planeamento e gestão das cidades (*e.g.*, Cidade-jardim e *garden suburbs*, de Ebenezer Howard, ou as próprias hortas urbanas, que se multiplicaram desde meados do século XVIII).

Baseado nas ideias de Henri Lefebvre, sobre a produção do espaço capitalista, Halfacree (2006) produziu um modelo do espaço rural, designado de *three-fold*. Segundo esta visão holística sobre as áreas rurais, estas devem ser consideradas segundo três pilares interrelacionados: (i) o *espaço físico*, que comporta os elementos naturais, culturais e estéticos e as modificações na produção e consumo destas áreas; (ii) as *representações do rural*, associadas ao modo como o rural é retratado em contextos formais (*e.g.*, nas políticas das autoridades locais e nos documentos de planeamento); e (iii) as *vidas do rural*, que corresponde à reprodução de práticas rurais na vida quotidiana das pessoas (Figura 5).

Apesar de tudo, foram detetadas várias limitações neste modelo, entre as quais se destaca o facto de não se inserirem, nem explicitarem as ações dos atores sociais e das redes criadas por estes atores e também pela razão destes e as suas relações corresponderem somente a uma parte abstrata deste conjunto.

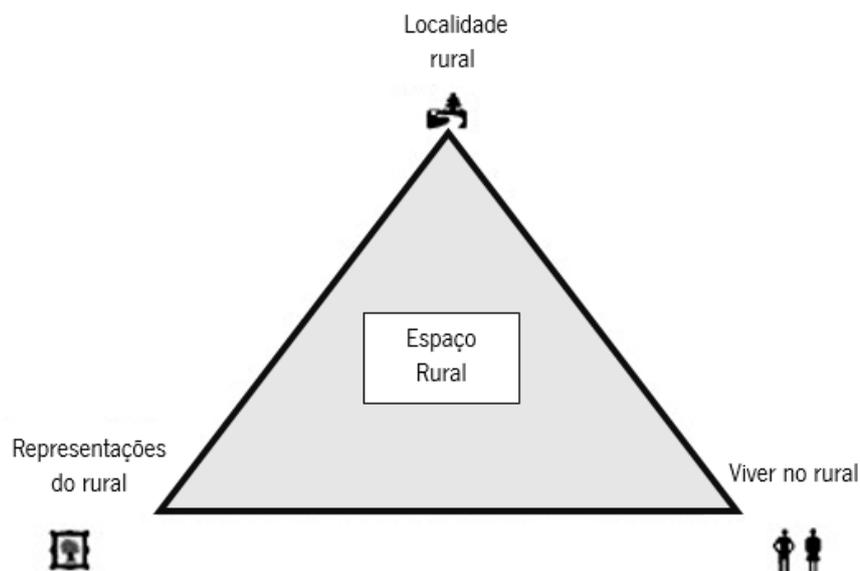


Figura 5. Tríade conceitual da produção do espaço rural
Fonte: Adaptado de Halfacree, 2006.

Na sua essência, a ruralidade deve ser considerada numa abordagem multidimensional, ao invés da tradicional distinção baseada em aproximações ao conceito de metropolitização (Isserman, 2005). Além disso, salienta-se

um desvanecimento da dicotomia rural/urbano no contexto das atividades económicas, particularmente no seio dos países ditos mais desenvolvidos, fruto da redução do peso da atividade agrícola e da assunção de setores pós-industriais ligados aos serviços, o que potencia o surgimento de outras atividades nas áreas rurais. Como consequência, a economia rural contemporânea tem que ser considerada numa visão pós-moderna de *reconstrução* do campo (van Leeuwen, 2010). Desta forma, cada vez mais, deixa de fazer sentido a diferenciação entre rural e urbano, dando lugar a uma aproximação de um *continuum urbano* (Kastenholz, 2014).

Mesmo no quadro de referência europeia, o rural não tem sido, ao longo dos tempos, discutido da mesma forma. Na França e no Reino Unido, o rural teve sempre uma importância fulcral, essencialmente no enquadramento teórico. Na Alemanha, a ruralidade nunca assumiu muita relevância, à exceção das questões do *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT), em português, Acordo Geral sobre Tarifas Aduaneiras e da Política Agrícola Comum (PAC), ao passo que, em Espanha e em Portugal, a relevância do rural esteve associada às transformações exigidas pela PAC, com repercussões significativas no quadro político-económico (Marques, 2004).

A propósito do contexto nacional, existiram já várias tentativas de classificar o rural, das quais se apresentam quatro na Figura 6. A delimitação do mosaico territorial por Marques (2004) representa uma tentativa de demarcar as áreas rurais das freguesias do território nacional, baseada em informação dos recenseamentos gerais da população e do recenseamento agrícola. Em virtude da análise ser efetuada à escala nacional, verifica-se uma multiplicidade de contextos territoriais, tais como altas densidades das áreas metropolitanas, baixas densidades devido a certos tipos de ocupação ou áreas de prado e pastagens.

Outra das delimitações foi concretizada pelo INE, no ano de 2014. Após as primeiras classificações da Tipologia de Áreas Urbanas (TIPAU), nos anos de 1999 e 2009, a TIPAU foi redefinida em 2014, tendo em vista atender à própria dinâmica demográfica e socioeconómica a que estiveram sujeitas as freguesias (Figura 6). Na 39ª Deliberação da Secção Permanente do Conselho Superior de Estatística, foi feita a divisão tripartida das freguesias do território nacional, definindo-as em: Áreas Predominantemente Urbanas (APU), Áreas Mediamente Urbanas (AMU) e Áreas Predominantemente Rurais (APR - Quadro III). Da análise efetuada pelo INE, ressalva-se a convergência para uma delimitação das freguesias consoante a morfologia das áreas, que decorre dos resultados à escala da subsecção estatística. De modo sintético, existem vários critérios morfológicos e administrativos que foram utilizados para a delimitação da classificação TIPAU 2014, onde se enquadram as Áreas Predominantemente Rurais (APR - <http://smi.ine.pt/Versao/Detalhes/3485>).

A Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local tentou delimitar grandes manchas contíguas no território nacional para municípios com características semelhantes (Figura 6). Para este efeito, foram utilizados vários indicadores de caracterização, onde consta a densidade populacional, o índice de integração urbana, a percentagem da população ativa rural a trabalhar no setor primário, o índice de potencial demográfico e o índice de capital humano. Atendendo aos pressupostos que originaram esta classificação, foi possível delimitar sete tipos de rural: baixa densidade norte, baixa densidade centro, baixa densidade sul, transição agrícola, transição indústria e

serviços, rural denso e rural metropolitano. De facto, os três tipos de baixa densidade apresentam níveis médios de densidade populacional muito inferiores aos outros tipos de rural. A transição agrícola corresponde a um tipo de rural com características muito similares às dos tipos de baixa densidade.

Por sua vez, a transição da indústria e serviços assemelha-se à transição agrícola nos níveis de densidade populacional e nos índices de potencial demográfico e de capital humano, ao passo que o rural denso e o rural metropolitano correspondem às localidades onde apenas os valores percentuais referentes à população ativa rural no setor primário são inferiores relativamente aos restantes tipos de rural (ANIMAR, 2014).

Quadro III. Critérios utilizados na Tipologia de Áreas Urbanas (TIPAU) 2014, proposta pelo INE

Áreas Predominantemente Urbanas (APU)	Áreas Medianamente Urbanas (AMU)	Áreas Predominantemente Rurais (APR)
<ul style="list-style-type: none"> – Maior valor da média da população no total da população da freguesia e o rácio entre a área da subsecção e a área total da freguesia; – Integra a sede da Câmara Municipal e apresenta uma população igual ou superior a 5 000 hab.; – Integra um lugar com população igual ou superior a 5 000 hab. 	<ul style="list-style-type: none"> – Maior valor da média da população na população total da freguesia e o rácio entre a área da subsecção e a área total da freguesia, que corresponde a espaço urbano, sendo que o espaço rural ultrapassa 50% da área total da freguesia; – Integra a sede da Câmara Municipal e tem uma população igual ou inferior a 5 000 hab.; – Integra um lugar com população igual ou superior a 2000 hab. e inferior a 5 000 hab. 	<ul style="list-style-type: none"> – Freguesia não classificada como “Área Predominantemente Urbana” nem “Área Medianamente Urbana”.

Fonte: Elaboração própria, a partir de <http://smi.ine.pt/Versao/Detalhes/3485>.

Mais recentemente, em março de 2015, a Comissão Interministerial de Coordenação (CIC) aprovou uma classificação para os municípios de baixa densidade, com base em três modalidades que visava a diferenciação positiva para efeitos do procedimento dos Programas Operacionais e do Portugal 2020. Por esta razão, aprovou-se uma listagem de 165 municípios e de 73 freguesias de baixa densidade (CIT, 2015).

A classificação de territórios rurais ou urbanos, em quaisquer das perspetivas utilizadas nestes documentos, deve ser considerada com algumas reticências. Em primeiro lugar, estas classificações são visões simplistas de realidades territoriais, na maior parte dos casos, complexas. Em segundo, os padrões de vida das áreas rurais alteraram-se de modo tão significativo, nomeadamente no que concerne às atividades económicas e aos estilos de vida destas populações, o que contribui para que não seja possível anuir uma delimitação clara do que é ou não rural. Por último, o facto deste tipo de tipologia ser delimitada à escala nacional cria algumas categorias similares para territórios com características diferentes decorrentes da sua localização geográfica em Portugal Continental.

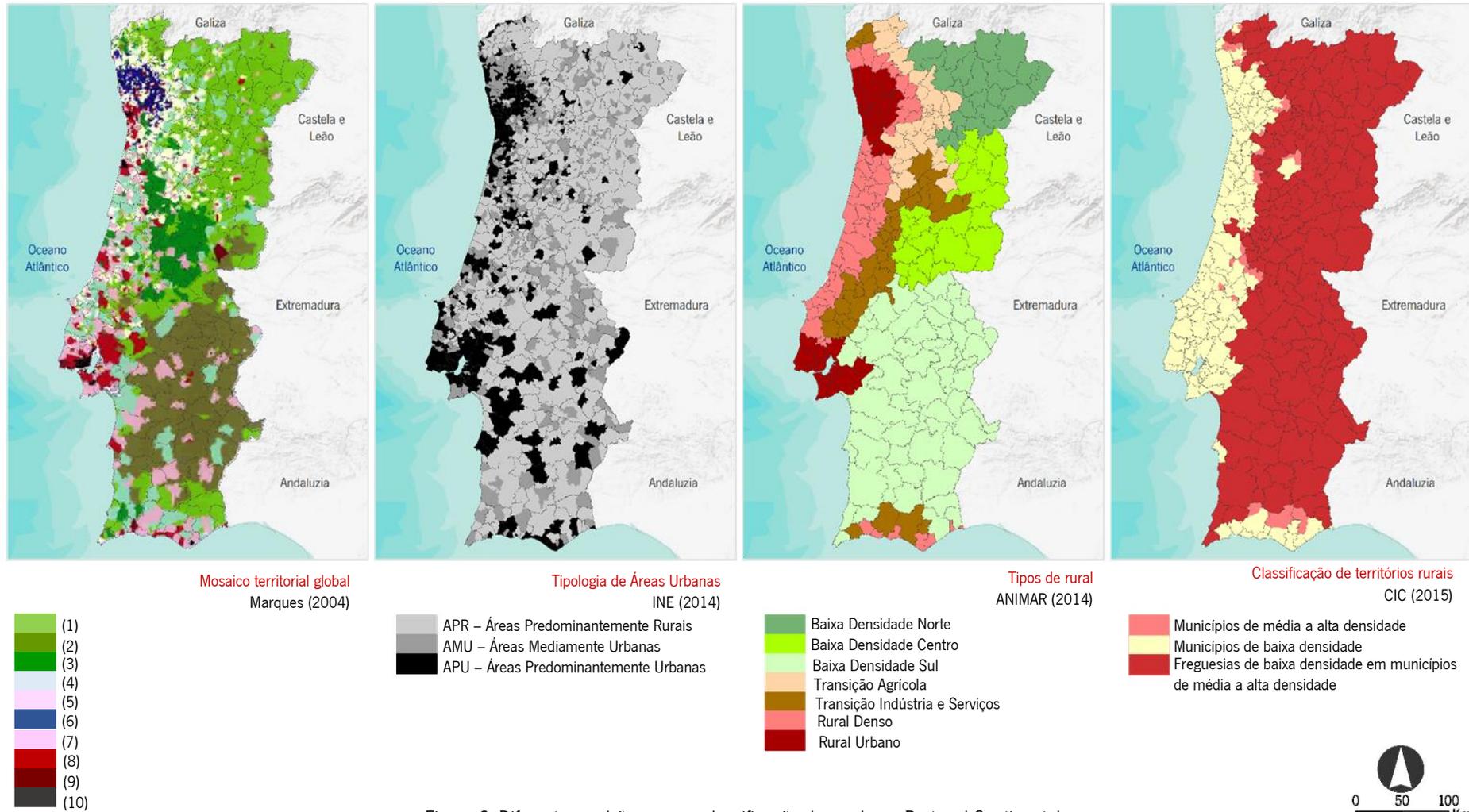


Figura 6. Diferentes padrões para a classificação do rural, em Portugal Continental

Fonte: Elaboração própria, com base em Marques, 2004; ANIMAR, 2014; <http://smi.ine.pt/Versao/Detalhes/3485> e CIC, 2015.

(1) Culturas mediterrâneas ou prados e pastagens permanentes num contexto regressivo de baixa densidade, mas grandes dependências das atividades agroflorestais; (2) Prados e pastagens permanentes e em grandes explorações num contexto de baixa densidade populacional e atividades agrícolas em regressão; (3) Matas e florestas num contexto de baixa densidade populacional e atividades agrícolas em regressão; (4) Baixa densidade populacional e construtiva num contexto de ocupação agrícola; (5) Matas e florestas e policultura num contexto em que as atividades agrícolas regridem e as atividades industriais emergem; (6) Indústria difusa num contexto em que as atividades e a ocupação agrícola são regressivas; (7) Periferias metropolitanas associam-se às freguesias das áreas urbanas alentejanas; (8) Periferia urbana muito dinâmica evidencia uma estrutura social diversificada e uma morfologia de ocupação do solo heterogéneo; (9) Tecido urbano relativamente consolidado onde dominam os residentes; (10) Altas densidades associam-se a elevada concentração no emprego terciário e a dinâmicas residenciais por vezes regressivas.

1.2.3. Transformações da ruralidade à luz de uma visão idílica do urbano

As áreas rurais sofreram alterações significativas nos últimos 50 anos (McAreavey, 2009), fruto de metamorfoses socioeconómicas e produtivas manifestadas pelo decurso do processo histórico mundial, o que provocou uma série de desafios e oportunidades para estes territórios.

Para tal, contribuíram alterações demográficas, sociais e económicas profundas, generalizadas a vastos territórios (Woods, 2005). Uma das principais consequências destas alterações refletiu-se na diminuição significativa do número de efetivos populacionais empregados no setor agrícola em áreas rurais. Aliás, nos países da União Europeia, apenas 13% do emprego rural estava, em 2006, direta ou indiretamente, relacionado com a agricultura, embora o solo agrícola correspondesse a 96% do território (OECD, 2006). Em 2014, a União Europeia mantinha uma vasta extensão de território rural (91%) e a população que, direta ou indiretamente, estabelecia uma relação com este território correspondia a 59% (Muresan *et al.*, 2016). Para além disso, as alterações subjacentes a estes espaços, onde o rural e o urbano se tendem a mesclar, incrementaram a constituição de uma multiplicidade de espaços de transição urbano-rural, não só em termos de organização territorial, mas essencialmente nos padrões socioeconómicos de ocupação do espaço (Costa, 1999), o que contribuiu para uma maior complexidade na definição de ambos os espaços. A escala desta transformação é tão complexa, pelo facto de se assistir a um processo de conversão de mais de 1 milhão de hectares de solo agrícola por ano noutro tipo de uso do solo (McCarthy, 2008).

O facto de planeadores urbanos e regionais terem redesenhado os espaços urbanos, optando pelos modelos de crescimento urbano, assentes na expansão e difusão (*leapfrog* e *scattered*) e pelo crescimento fragmentado ao longo de espaços residenciais e de serviços, contribuiu para a proliferação de um modelo de crescimento do tipo *urban sprawl* (Ribeiro, 2012). Em razão desta expansão urbana, é necessário que a geografia rural permaneça atenta a esta evolução, considerando que o crescimento de cidades com padrões com níveis de densidade mais reduzidos (assente na expansão de residências em banda e unifamiliares), contribui para a combinação entre os elementos rurais e urbanos, onde o sentimento rural só subsiste, em alguns casos, graças a um ideal anti-urbano (McCarthy, 2008). As melhorias nas infraestruturas, nomeadamente das vias de comunicação, bem como dos equipamentos básicos das áreas rurais, contribuíram para a multifuncionalidade destas áreas.

A primeira referência à multifuncionalidade das áreas rurais, em contexto europeu, data de 1988, na comunicação proferida no âmbito da Comissão Europeia (CE), designada *O futuro do mundo rural* (Galvão & Devy-Vareta, 2010). Os contributos da União Europeia (UE) a este respeito têm sido tão significativos, que, hoje em dia, os espaços rurais não são somente espaços de produção, mas passaram a incluir igualmente as funções de consumo.

As novas funções dos espaços rurais são vislumbradas enquanto processo de sobrevalorização das atividades ligadas aos serviços, para fazer face a um enfraquecimento da ruralidade tradicional, graças à perda de efetivos populacionais e à descaraterização agrícola.

Na verdade, o espaço rural está envolvido em problemas de densidade: de população (massa crítica), de mão-de-obra qualificada, de *savoir-faire*, de atores, relações e iniciativas, de rendimentos e de capitais, de uso do solo, de criação de emprego, de infraestruturas, de equipamentos e de serviços (Cavaco, 2009). Atualmente, e em função do que se referiu até ao momento, um conceito que importa destacar relacionado com a perda de vitalidade das áreas rurais prende-se com o de baixa densidade. Este conceito engloba uma multiplicidade de situações de *deficit* económico e nos domínios institucional, relacional, demográfico, de ocupação, de condições de emprego e de capacidade de produção (Oliveira Neves, Magalhães & Relvas, 2001), que sugerem a falta de capacidade destes territórios para recuperar da inércia para onde caminharam (Carvalho, 2009).

Graças a estas mutações, as áreas rurais foram recentemente envolvidas em novos desafios e oportunidades, devido à necessidade de reconfigurar e analisar os processos rurais, nomeadamente para fazer face a uma crise de identidade que estas áreas atravessam (Figueiredo, 2013). No estudo realizado por este autor, aplicado à Rede de Aldeias do Xisto, é referida a desadequação da promoção dos recursos rurais aos elementos territoriais. Neste estudo de caso, tal como em grande parte do território português e espanhol, verifica-se a construção de referências, símbolos e sinais à luz das representações sobre a ruralidade de turistas urbanos, o que origina um fenómeno designado de *McRuralização*. Se por um lado, este fenómeno é visto como um potenciador das oportunidades nas áreas rurais e da requalificação de determinados territórios, por outro lado, é difícil que a *McRuralização* consiga mitigar o fenómeno do êxodo rural, essencialmente graças ao esgotamento das possibilidades de *oferta McRuralizada* (Figueiredo, 2013).

Também é evidente que existem áreas rurais que vêm perdendo capital humano, sobretudo o mais qualificado, causando o fenómeno designado de *brain-drain* e contribuindo para a formação de áreas rurais com baixo potencial (Stockdale, 2006; Wellbrock, Roep & Wiskerke, 2012). Ao mesmo tempo, identificam-se espaços rurais que aproveitam as oportunidades decorrentes da globalização e são designados como *hot-spots* do desenvolvimento (Wellbrock *et al.*, 2012). Desta forma, certamente que *o rural* [continua] *a exist[ir]* e a fazer sentido, quanto mais não seja (...) *porque existem políticas públicas que o têm como objeto* (Cabral Rolo, 2014: 13).

1.3. Da ideia de desenvolvimento ao desenvolvimento rural

É essencial iniciar este *item* com a referência ao polimorfismo do conceito de desenvolvimento, em razão de se tratar de um assunto ainda não resolvido, mesmo ao longo das últimas décadas, em que tem vindo a ser considerado no meio académico de forma discricionária. É um conceito que está associado a múltiplas áreas do conhecimento científico e desde a antiguidade clássica tem assumido variadas concetualizações, consoante o período histórico em que se insere. Ao longo dos tempos, considerou-se que o desenvolvimento era capaz de resolver todos os problemas, pese, porém, que nem sempre as soluções apontadas foram resolúveis e, por vezes, os problemas até parecem ter-se agravado com os seus efeitos.

Até à Idade Moderna, a ideia de desenvolvimento traduzia uma forte conexão teológica e antropológica, que terá vindo a ganhar novas direções com os contributos de Leibniz, que no século XVII, passou a integrar um conceito de mudanças estruturais que ocorrem em estágios pré-definidos e inevitáveis. Durante os séculos XVIII e XIX, surgem novas assunções com abordagens intrínsecas às filosofias progressistas, que consideram que o indivíduo tem a capacidade de contribuir para um mundo melhor, mediante exercícios de observação meticulosa e resultantes de práticas de movimento, processo ou mudança, que, cumulativamente, alteraram o modo como se aborda o desenvolvimento (Siedenberg, 2004). Cowen & Shenton (1996) associam o surgimento do conceito ao período de turbulência da Revolução Industrial, embora não seja possível precisar se a sua origem terá ocorrido neste período.

De qualquer maneira, o desenvolvimento assumiu-se como disciplina no período do pós Segunda Guerra Mundial (Rapley, 2008) e como uma manifestação para a resolução das consequências causadas pela devastação da guerra (Cowen & Shenton, 1996; Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney, 2006). Independentemente das múltiplas construções concetuais, a noção de desenvolvimento adquiriu uma nova roupagem nos anos 50 do século XX, com o discurso de Harry Truman, que ao assumir o seu mandato enquanto presidente dos EUA, em janeiro de 1949, iniciou um novo paradigma com repercussões a nível mundial (Siedenberg, 2004; Radomsky, 2011).

Porém, a passagem de uma fase do desenvolvimentismo para a fase da globalização originou sérias alterações na discussão do conceito de desenvolvimento. Neste cômputo, a globalização tem, curiosamente, incrementado o interesse pelas práticas de nível regional e de nível local, dando uma certa primazia à intervenção nas áreas rurais. Num mundo globalizado, estas áreas têm um papel fundamental para desobstruírem as fraquezas e vertebrarem estratégias responsáveis, nos domínios social e económico (Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney, 2006; Coe & Hess, 2013; Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney, 2014).

É, neste contexto, que se insere o desenvolvimento rural, enquanto um processo de crescimento económico que privilegia a qualidade de vida das populações locais, a participação dos atores locais e o desenvolvimento dos elementos endógenos de um certo território, e numa perspetiva de sustentabilidade (Boqué & Soler, 2016).

1.3.1. Do paradigma da modernização ao novo paradigma de desenvolvimento rural

A abordagem do paradigma da modernização ou exógeno baseia-se no pressuposto de que todas as sociedades evoluem tendencialmente de sociedades irracionais, limitadas em tecnologia para uma sociedade moderna, racional e com tecnologia de ponta (Taylor, 1989). Este paradigma baseia-se em quatro processos de desenvolvimento paralelos: *(i)* a transição da agricultura de autoconsumo para a agricultura comercial através de processos de modernização, mecanização e industrialização dos processos agrícolas (Woods, 2011); *(ii)* a diversificação da economia rural, com base em processos de modernização económica; *(iii)* a modernização das infraestruturas básicas, inclusive a eletrificação e proliferação do abastecimento de água, bem como uma

intervenção progressiva na reabilitação da habitação rural; e *(iv)* o *upgrade* dos padrões sociais, com a emancipação social, o incremento de práticas informadas e responsáveis, e a racionalidade estética e cultural.

As principais repercussões deste paradigma verificam-se na dualidade entre países do sul e países do norte global e entre a cidade/meio urbano e o campo/meio rural. De facto, o pressuposto de que todas as sociedades partilham inicialmente do mesmo grau de desenvolvimento, tem implicações na implementação de medidas iguais para os países mais pobres do Sul e para as nações industrializadas. Estas medidas têm efeitos nefastos para o desenvolvimento dos países menos desenvolvidos ou na consideração das áreas urbanas como mais desenvolvidas do que as áreas rurais, atendendo a que a modernidade é avaliada segundo padrões industriais, de conhecimento e de cultura mais elevados (Woods, 2011).

Como consequência deste tipo de modelo verificou-se uma cisão entre a modernização rural e a nostalgia face ao rural idílico, causada por fenómenos de contraurbanização e do surgimento de uma nova economia de consumo das áreas rurais, bem como pela inversão de fenómenos de instalação de indústrias em vastas áreas rurais (Epp & Whitson, 2001). Efetivamente, o modelo de modernização foi aplicado a partir dos anos 20 do século XX e atingiu o seu expoente máximo durante o período pós Segunda Guerra Mundial. Porém, o “novo paradigma de desenvolvimento rural” assumiu-se como o modelo dominante na Europa com as críticas crescentes ao modelo da modernização rural, durante as décadas de 70 e 80 do século XX (van der Ploeg *et al.*, 2000), consolidando-se com a afirmação do neoliberalismo durante os anos de 1990 (Cheshire, 2006). De qualquer forma, embora seja comumente criticado, vários países continuam a aplicá-lo, nomeadamente o Brasil, a China e a Índia (Woods, 2011).

No novo paradigma de desenvolvimento rural, existem três princípios gerais que sustentam a visão de desenvolvimento endógeno: *(i)* transição do desenvolvimento com base em investimento estrangeiro para o desenvolvimento endógeno; *(ii)* mudança do modelo *top-down* para o *bottom-up*; nesta nova abordagem, o Estado apenas facilita o desenvolvimento rural, enquanto as ações são levadas a cabo pelas próprias comunidades rurais; e *(iii)* a estrutura de desenvolvimento territorial passou da modernização setorial para o desenvolvimento rural integrado de base territorial. Neste sentido, o rural é visto como diferenciado, atendendo a que tem os seus próprios recursos sociais, culturais, ambientais, que podem ser aproveitados para a valorização individual de cada território com base nas suas especificidades. O desenvolvimento endógeno centra-se no aproveitamento dos recursos locais de um determinado território, com a valorização de uma economia da cultura, que se sustenta nas atividades sociais e económicas (Ray, 1998; Kneafsey, 2001). As áreas rurais podem, assim, afirmar a sua singularidade pela produção gastronómica regional e local diferenciada (Kneafsey, 2001; Fonte, 2008); por práticas de ecoturismo; por modos de turismo cultural focados, por exemplo, na gastronomia ou na música e pelo reaproveitamento do património local e requalificação de indústrias artesanais tradicionais, bem como pela exploração de recursos natural-paisagísticos de forma sustentável e equilibrada (Siebert, Laschewski & Dosch, 2008; Kitchen & Marsden, 2009).

Não obstante, existem várias críticas apontadas a este modelo de desenvolvimento. Entre os principais problemas, enumeram-se, entre outros, a predisposição relativa ao investimento (devido a fatores como a localização geográfica, a dotação de vias de comunicação, os níveis de habilitação e de qualificação profissional e a estrutura económica), o envolvimento de capital social e os níveis e poderes da participação das comunidades rurais (Woods, 2011). De facto, os estudos de Agarwal, Rahman & Errington (2009) e Isserman, Feser & Warren (2009) demonstram que existe uma série de questões multidimensionais que afetam a prosperidade relativa das áreas rurais, respetivamente, na Inglaterra e nos Estados Unidos da América, pelo dispar desempenho económico das áreas rurais face às políticas de desenvolvimento endógeno. Em alguns dos casos, as fragilidades apresentadas por programas de desenvolvimento rural endógeno estão simplesmente relacionadas com a concentração dos desígnios das localidades nas elites locais ou em profissionais de desenvolvimento rural (DuPuis & Goodman, 2005; Woods, 2007). Além disso, este modelo é uma visão utópica à luz da Europa contemporânea, atendendo a que se promove o desenvolvimento socioeconómico puramente endógeno, o que não é admissível face aos propósitos das políticas neoliberais, das ações governamentais e da consolidação da União Europeia (UE - Galdeano-Gómez, Aznar-Sánchez & Pérez-Mesa, 2011).

A solução passa pela adequação da política de desenvolvimento rural ao binómio *inside-outside*. Se por um lado, é necessária uma visão interna para a mobilização dos atores e recursos locais, por outro lado, é crucial uma visão externa, para a consolidação de públicos-alvo e a “venda” de uma marca aos *policymakers* (Ray, 1999, 2006). Esta perspetiva consolida a ideia fundamental designada por desenvolvimento (rural) neo-endógeno, que associa os mecanismos exteriorizados a um nível territorial local (participação dos agentes locais) às várias manifestações exógenas (Ray, 2006; Bosworth *et al.*, 2015), considerando que qualquer local é afetado por forças endógenas e exógenas, e que o nível local deve interagir com o exterior (High & Nemes, 2007). A teoria do desenvolvimento rural neo-endógeno emergiu no Reino Unido nos finais dos anos 90 do século XX, numa tentativa de responder às alterações sociais das áreas rurais e à falência das teorias de desenvolvimento exógeno e endógeno (Bosworth & Atterton, 2012). Shucksmith (2010) discute o desenvolvimento neo-endógeno nas práticas de planeamento, nomeadamente em processos de *place-making*. Por sua vez, Bosworth & Atterton (2012) destacam o potencial dos empresários imigrantes em áreas rurais como agentes de desenvolvimento neo-endógeno no Reino Unido. Ainda assim, esta teoria de desenvolvimento continua a não ter repercussões práticas no que concerne à sua teoria, considerando que as suas intervenções são baseadas em simples suposições (Galdeano-Gómez, Aznar-Sánchez & Pérez-Mesa, 2011). O Quadro IV sintetiza as principais diferenças entre as principais abordagens de desenvolvimento rural, propostas por Galdeano-Gómez, Aznar-Sánchez & Pérez-Mesa (2011).

A estratégia da política rural da OCDE vai ao encontro do modelo de desenvolvimento rural endógeno, através do reforço das potencialidades rurais locais. De qualquer modo, a instauração de um modelo de desenvolvimento

rural endógeno e, posteriormente neo-endógeno, contribui para que haja um maior envolvimento de todos os níveis de governação, partindo a maioria das iniciativas de uma escala micro (no seio da comunidade local).

Quadro IV. Modelos de desenvolvimento rural exógeno, endógeno e neo-endógeno

	Desenvolvimento exógeno	Desenvolvimento endógeno	Desenvolvimento neo-endógeno
Princípio principal	Economia de escala e concentração.	Aproveitamento dos recursos locais (naturais, sociais e culturais), tendo em vista o desenvolvimento sustentável.	Interação entre forças locais e globais.
Força dinâmica	Polos de crescimento urbano (condutores exógenos para as áreas rurais).	Iniciativa local e empresarial.	Globalização e alterações rápidas em tecnologias de informação e comunicação.
Função das áreas rurais	Alimentos e produtos primários para a expansão das economias urbanas.	Economia de serviços diversificada.	Economia do conhecimento, dinâmica de participação de atores locais em redes locais e externas e processos de desenvolvimento.
Principais problemas das áreas rurais	Baixa produtividade.	Limitada capacidade de áreas e grupos para participar nas atividades económicas.	Alocação de recursos e competitividade no ambiente global.
Foco do desenvolvimento rural	Modernização agrícola: encorajamento da mobilidade de mão-de-obra e capital.	Reforço das capacidades (ferramentas, instituições, infraestruturas).	Promoção das capacidades e forças locais e da participação de atores internos e externos.
Crítica	Desenvolvimento dependente, distorcido, destrutivo e imposto.	Não é prática na Europa contemporânea.	Intervenções baseadas em suposições, considerando os níveis de evidências empíricas insuficientes.

Fonte: Adaptado de Galdeano-Gómez, Aznar-Sánchez & Pérez-Mesa (2011).

1.3.2. Localismo e crescimento inclusivo em áreas rurais

Os objetivos identificados na macro-tendência Europa 2020 baseados no crescimento inclusivo (*inclusive growth*) inscrevem-se num ideal de crescimento que visa a inclusão social e territorial, através da reestruturação da economia e da diversificação do emprego e dos mercados, particularmente em espaços rurais.

Esta mudança alicerça-se numa perspetiva contemporânea que valoriza o nível local (e regional - MacKinnon, Cumbers & Chapman, 2002). Na realidade, *o desenvolvimento local não pode funcionar sem intervenções exteriores, embora não possa progredir sem a vontade e as iniciativas locais. Trata-se de um processo que torna possível, em meio rural, que a associação das iniciativas locais e de incentivos externos conduza à realização de projetos indutores de progresso* (Kayser, 1990: 222). O desenvolvimento local (e regional) é, então, afetado pela componente espacial, onde se inserem as pessoas, as atividades e os recursos necessários e, neste sentido, apenas será possível admitir-se a ideia de desenvolvimento à escala nacional, caso esta esteja intimamente relacionada com o desenvolvimento local (Lopes, 1983; Lee, 2010). Além disso, se a globalização parece desvanecer o papel da ação local, tal não se tem verificado na prática. *A contrario*, a proximidade geográfica favorece o surgimento de forças motrizes potenciadoras de desempenhos económicos bem-sucedidos (Rodríguez-Pose & Crescenzi, 2008) ou a ocorrência de relações intangíveis de interdependência, muitas das vezes, não premeditadas, entre agentes económicos, devido ao favorecimento do contexto (Storper, 1995). Desta forma, a

promoção do local é essencial para entender as mutações ocorridas nas áreas rurais, bem como para interceder sobre as mesmas.

Na sua essência, o equilíbrio entre a utilização dos recursos endógenos e o estabelecimento de redes (*social networks*) são elementos contextuais relevantes a propósito da *place-based approach*. Esta abordagem assume que o contexto geográfico é objetivamente importante, devido à frequência de padrões sociais, culturais e institucionais territorialmente vinculados, a par do conhecimento da intervenção política, através da interação e inclusão de grupos locais e agentes externos (Barca, McCann & Rodríguez-Pose, 2012). As tensões desta abordagem são ainda mais relevantes em áreas rurais, refletindo sobre a ideia que a persecução do crescimento, sem uma análise cuidadosa, pode afetar significativamente as condições ambientais e sociais destas áreas (Bridger & Alter, 2008; Lee, Wall & Kovacs, 2015). Outras abordagens que se inserem nestes padrões de descentralização do poder, no contexto do desenvolvimento, são o modelo *bottom-up* e o *empowerment*. A abordagem *bottom-up* tem a sua origem na perspetiva de desenvolvimento endógeno, tal como já foi mencionado anteriormente, e favorece as iniciativas locais, em que os *stakeholders* participam na elaboração e implementação de estratégias de desenvolvimento. Tendo em conta estes pressupostos, estas iniciativas são fulcrais para o enraizamento das ações concretizadas no território, tornando os efeitos reais (e/ou potenciais) mais sustentáveis (Tödtling, 2011). A consecução das iniciativas de desenvolvimento local (e rural), numa abordagem *bottom-up*, valoriza o princípio de participação da própria comunidade na criação, enriquecimento e robustecimento dos lugares, onde se procura promover a qualidade de vida da população. É, fundamentalmente, através da participação das comunidades locais que se fomenta o *empowerment* nas decisões locais (Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney, 2006). Neste sentido, existem alguns trabalhos académicos que revelam a importância de *collaborative planning* e *deliberative place-sharing* no desenvolvimento rural (embora tenha o seu predomínio na teoria e prática das áreas urbanas), em que os *stakeholders* são envolvidos deliberadamente no conhecimento das diretrizes futuras delineadas para o seu território e baseia-se no imperativo subjacente à mobilização de atores e comunidades para o alcance dos objetivos, que suportam o local e os outros atores (Shucksmith & Talbot, 2015).

A valorização dos aspetos sociais, culturais, económicos e políticos de um determinado local, que se vem manifestando muito recentemente, tem-se sustentado em várias contribuições na literatura científica em Geografia Económica, que procuram desenvolver os territórios com base no seu contexto geográfico através de processos de inovação, e que se designa por *relational turn* (Boggs & Rantisi, 2003; Yeung, 2005; Fløysand & Jakobsen, 2011). Esta abordagem implica a ação de atores-chave e o estabelecimento de redes, atribuindo uma maior relevância às *networks*, ao invés das estruturas físicas, através do entendimento que interpretações baseadas exclusivamente nas estruturas físicas se manifestam na centralização de poder no topo da hierarquia, e concentram-se em leis e padrões generalistas (Boggs & Rantisi, 2003). Além disso, o sucesso da política local não se explica pelas suas capacidades endógenas ou pela capacidade de copiar sucessos de outros territórios, mas representa a capacidade relacional entre as redes de atores (Yeung, 2005).

Notoriamente, o localismo está, em contexto de desenvolvimento local (e rural), associado aos processos de governança, em vez de se focar nos resultados sociais potenciais do processo (Dare, 2013), compreendendo que se trata de entregar o poder, os recursos e as funções necessárias às instituições e comunidades locais (Evans, Marsh & Stoker, 2013). Porém, estes pressupostos de desenvolvimento local não são consensuais. De facto, este estilo de governança contemporânea tem elementos pertinentes (Pratchett, 2004; Stoker, 2007), embora existam várias críticas a este localismo de políticas públicas de desenvolvimento (Stoker, 2004; Parkinson, 2007).

De qualquer modo, há três formas de enquadramento do localismo: o administrativo ou condicional, o representativo e o comunitário (Hildreth, 2011). A lógica de funcionamento, a mensuração do sucesso, as potencialidades e as fragilidades encontram-se descritas no Quadro V.

Deve ressaltar-se, contudo, que é fundamental que se verifique uma utilização mesclada dos vários tipos de localismos, ao invés de se circunscrever à aplicação de apenas uma forma de localismo (Porteous, 2013). Ainda assim, normalmente valoriza-se um único tipo de perspetiva na ação pública. Por exemplo, no Reino Unido, a perspetiva condicional/administrativa é aparentemente relevante nas políticas públicas de desenvolvimento rural (Hildreth, 2011), pese embora o modelo escocês assemelhar-se ao localismo representativo (Shucksmith & Talbot, 2015). No caso português, o modelo de desenvolvimento rural continua a permanecer muito próximo de uma perspetiva de localismo condicional, nomeadamente pela reduzida descentralização e desconcentração dos poderes estatais. É, neste contexto, que Dias (1996) e Oliveira (2013), por exemplo, se referem à necessidade de descentralização e desconcentração da Administração Pública Central, por forma a possibilitar uma visão holística de desenvolvimento (local, regional e nacional) e, por seu turno, diminuir as assimetrias verificadas entre as áreas do litoral e interior ou entre o espaço urbano e rural.

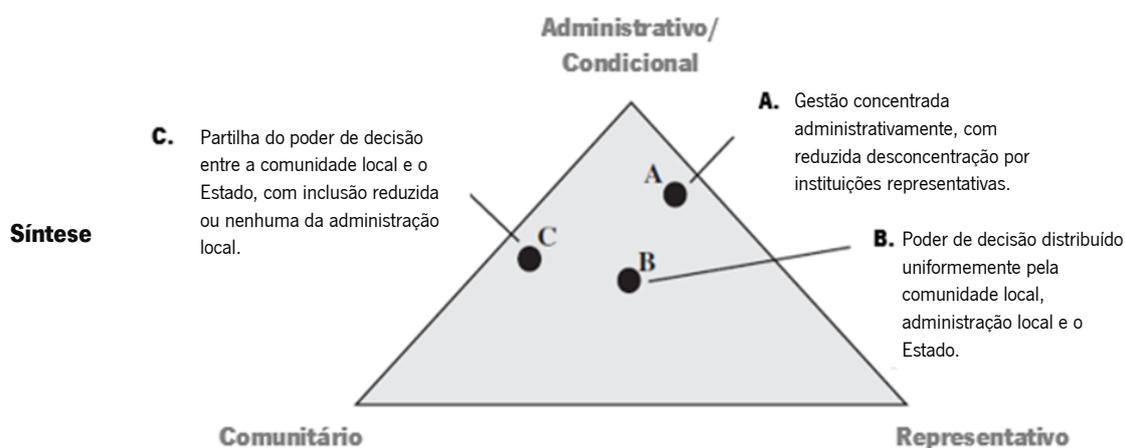
Apesar das diferenças notáveis entre os tipos de localismo ou as tensões entre a concentração-desconcentração, centralização-descentralização e central-local, é certo que, atualmente, as narrativas rurais são delineadas por um conjunto de linhas gerais de políticas e práticas rurais. Esse conjunto de decisões são - à luz do quadro governativo nacional - incluídas ao nível da UE (*e.g.*, no âmbito do programa/abordagem LEADER ou da PAC).

1.3.3. A consolidação de políticas rurais - o exemplo da abordagem LEADER

O fenómeno de desenvolvimento rural baseado em políticas públicas é relativamente recente. Apenas desde finais dos anos 80 do século XX, as problemáticas, as perspetivas e as medidas desejáveis para o desenvolvimento do mundo rural foram devidamente consideradas pela Comissão Europeia e pelos fundos estruturais alocados para o efeito (Cavaco, 1999a; Fragoso, 2005).

Quadro V. Características dos diferentes tipos de localismo

	Administrativo (A)	Representativo (B)	Comunitário (C)
Mecânica de funcionamento	Desconcentração condicional da tomada de decisão com base no alcance de objetivos acordados.	Poder e responsabilidade do governo local eleito em sufrágio universal.	Direitos e apoios concedidos para a participação das comunidades em decisões e ações locais.
Tipologia de redes	Redes intergovernamentais.	Redes de organização hierárquica.	Rede comunitária (governança).
Mensuração	Metas e factos.	Triunfo eleitoral ou fracasso.	Capacidade de acordos em rede. Consecução dos objetivos da rede e justiça processual.
Potencialidades	Faz sentido no contexto de governação multinível e em processos complexos.	Possibilita a identificação clara de responsabilidades e permite atender às necessidades locais.	Oferece conhecimento local e o envolvimento dos cidadãos no suporte às soluções.
Fragilidades	(1) Perspetiva próxima da abordagem <i>top-down</i> , repercute-se na falta de prestação de contas nos níveis hierárquicos inferiores. (2) Foco em objetivos externos, ao invés de escolhas locais.	(1) Os recursos (financeiros e técnicos) podem comprometer o envolvimento. (2) A prestação de contas pode ser reduzida.	(1) Potencial para apreender exclusivamente os interesses das elites locais persiste. (2) Distribuição desigual das capacidades nas comunidades pode levar à exclusão de certos grupos. (3) Controle democrático fraco, com difícil perceção da prestação de contas na comunidade. (4) Persistência de vozes minoritárias.



Fonte: Adaptado de Dare (2013) e Evans, Marsh & Stoker (2013).

Findos os anos 80, a UE adotou o modelo de desenvolvimento endógeno para as áreas rurais. Num repto ao fracasso da política estrutural, e numa tentativa de reformar a PAC, a UE procurou ultrapassar a simplicidade da abordagem setorial, intervindo nas áreas rurais com maiores debilidades. A par do *The Future of Rural Society* (documento publicado em 1988), a Comissão Europeia apresentou várias intervenções-piloto, nomeadas como *Iniciativas Comunitárias*, de onde surgiu uma atuação para o desenvolvimento rural – o LEADER (Ray, 2000). Este programa foi introduzido em 1991 e corresponde à designação tomada por sucessivas iniciativas comunitárias de desenvolvimento e diversificação económica dos espaços rurais na União Europeia (Moseley, 2003; High & Nemes, 2007). De facto, introduziram-se várias alterações significativas ao longo do tempo (Pedro, 2009), que visaram fornecer condições para ações inovadoras de desenvolvimento rural sustentável (High & Nemes, 2007). Como resultado, efetivou-se um conjunto de programas com vários benefícios territoriais face aos recursos necessários e às questões de coesão social induzidas por outras abordagens para o desenvolvimento (Farrell, Thirion &

Schmied, 2005). A relevância destas iniciativas de desenvolvimento rural no contexto europeu tornou este processo, fruto de análise teórica e prática, num corpo significativo de trabalhos académicos (Ray, 1997, 1998, 2000; Midmore, 1998; High & Nemes, 2007; Convery *et al.*, 2010; Nardone, Sisto & Lopolito, 2010; Bosworth *et al.*, 2015). A par disso, não fosse o sucesso desta iniciativa, não teriam sido concebidas renovações sucessivas do LEADER ao longo dos últimos 15 anos. Genericamente, o LEADER I (1991 - 1993), o LEADER II (1994 - 1999), o LEADER + (2000 - 2006), a Abordagem LEADER (2007 - 2013) e, atualmente, o Desenvolvimento Local Orientado para a Comunidade (DLOC - 2014 - 2020) criaram uma série de oportunidades para as áreas rurais, através da intervenção de Grupos de Ação de Local (GAL) e com base em sucessivos investimentos e instruções atualizadas face a novos contextos sociais, políticos e económicos (Quadro VI).

No que concerne à aplicação do programa, este veio favorecer o estabelecimento de uma abordagem *bottom-up*, participativa, onde diferentes partes interessadas se reúnem em GAL, incluindo a coletividade de atores da sociedade civil (*e.g.*, órgãos públicos, empresas, moradores), através do estabelecimento de parcerias público-privadas responsáveis pelas decisões de apoio a projetos (Cavaco, 1999b). Estes apresentam-se sob a forma de associações ou outro tipo de grupos a candidaturas, ao abrigo do programa, e comprometem-se a responder a um conjunto de objetivos de cariz social e territorial, com efeitos nas comunidades locais (Moreno, 2008). Além disso, o LEADER é um programa que consegue obter resultados menos tangíveis e analisar factos com medição difícil (Vidal, 2009).

A iniciativa LEADER apresenta duas características principais: a natureza experimental dos projetos e a natureza participativa. Um dos principais benefícios que decorre do LEADER é a participação em rede, promovendo a partilha dos recursos locais e a aprendizagem mútua, bem como o contexto sistémico com vista à resolução de problemas económicos e sociais complexos (High & Nemes, 2007). Aliás, um dos principais elementos com relevância para a atuação em desenvolvimento local que decorre deste tipo de iniciativas é o conceito de capital social, introduzido em contexto anglo-saxónico por James Coleman no final da década de 80 do século XX (Gregory *et al.*, 2011), e que aloca o capital social em linha de conta com os conceitos de capital financeiro, físico e humano. Este tipo de capital beneficia das relações sociais entre atores, e não do capital humano isolado, nem estritamente dos elementos físicos associados à estrutura produtiva (Coleman, 1988).

Atendendo a estes pressupostos, no LEADER I (1991-1993), as medidas foram articuladas à luz dos princípios e objetivos consagrados nos fundos estruturais. Desta forma, os detalhes do programa incluíam uma série de áreas-chave de intervenção, com primazia para: (1) o apoio técnico (avaliação e identificação do potencial local), (2) a formação profissional (participação da população na economia local), (3) o turismo rural (valorização da qualidade das áreas rurais e da multifuncionalidade), (4) os produtos agroflorestais e pesca (valor acrescentado nos produtos locais) e (5) as pequenas empresas, artesanato e serviços locais (pluriatividade, PME's e tecnologia - Ray, 1998). Além disso, o carácter experimental e inicial desta iniciativa permitiu que as diferentes regiões da Europa atuassem conforme a natureza e recursos do meio rural, *i.e.*, os atores das regiões do sul da Europa desenvolveram

estratégias onde optaram por valorar o setor do turismo, com vista à diversificação das atividades desenvolvidas em contexto rural (Moreno, 2008). Desde logo, esta visão de desenvolvimento constituiu uma ocasião para as áreas rurais se libertarem de velhas expectativas depositadas na modernização das atividades agrícolas através da PAC.

Quadro VI. Características do programa LEADER, por período de execução

Programa	LEADER I	LEADER II	LEADER +	Abordagem Leader	DLOC
Período	1991 – 1993	1994 - 1999	2000 – 2006	2007 – 2013	2014 – 2020
Nível de maturação	Iniciação	Generalização	Aprofundamento	Assimilação	Consolidação
Principais referências	-Assunção de política baseada no enfoque territorial. -Integração e participação local que favoreceu a inversão do setor privado. -Caráter experimental. -“Nascimento das ADL”.	-Continuação do enfoque estabelecido no LEADER I. -Introdução da perspetiva territorial. -Relevância para a consecução de projetos inovadores. -“Reforço das ADL”. -Constituição do Observatório para o Desenvolvimento Rural.	-Não é uma mera continuação do programa precedente. -Afirmação de um enfoque no desenvolvimento sustentável e integrado. -Fomento de estratégias integradas de grande relevo para o desenvolvimento rural local.	-Integração do LEADER no FEADER, permitindo alargar o leque de atuação. -Integração dos GAL num sistema comum de gestão, informação, controlo e financiamento dos PDR.	-Quadro jurídico, regras e metodologia comum para vários fundos de apoio da UE. - <i>Kit</i> de arranque LEADER para as autoridades que não executaram o programa no período entre 2007-2013.
Nº de Grupos de Ação Local (na UE e em PT)	(UE) 217 (PT) 20	(UE) 906 (PT) 48	(UE) 893 (PT) 52	(UE) 2200 (PT) 53	(UE) 2402 (PT) 47
Investimento, em euros (na EU e em PT)	(UE) 442M€ (PT) 45.533.494€	(UE) 1.755M€ (PT) 136.870.742€	(UE) 2.105M€ (PT) 186.220.201€	(UE) 5.500M€ (PT) 461.172.785€	(UE) 2.201M€ (PT) 386.692.700€

Fonte: Elaboração própria, tendo por base EC (2014), EC (2016) e Ministério da Agricultura e do Mar (2014).

O sucesso da primeira iniciativa levou à constituição formal da 2ª fase do programa LEADER – o LEADER II. Este programa baseava-se num conjunto de eixos, que vinham adicionar novos âmbitos à ação dos GAL. Desta feita, o LEADER II baseou-se na aquisição de competências (eixo A), na programação de inovação rural (eixo B), na cooperação transnacional (eixo C) e na rede europeia do desenvolvimento rural (eixo D - <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/euro/p1-1.htm>). A consecução de decisões políticas para as áreas rurais foi, neste segundo momento, muito mais ponderada, em resultado da passagem de uma “fase de projeto” para a “fase de programa” (Moreno, 2008). As lições retiradas destas duas primeiras edições do LEADER foram consolidadas nas versões seguintes, possibilitando, desta feita, o alargamento do programa a todas as áreas rurais europeias, inclusive as economicamente mais favorecidas (Nardone, Sisto & Lopolito, 2010).

Neste contexto, inserido no Quadro Comunitário de Apoio (QCA) III, o LEADER + (2000-2006) centrou-se em 4 temas aglutinadores: (1) o uso do conhecimento e de novas tecnologias, (2) a melhoria da qualidade de vida, (3)

o apreço pelos produtos locais e (4) a melhoria no uso dos recursos naturais e culturais, possibilitando uma orientação das estratégias para novas formas de valorização do património e geração de emprego (Cánoves, Villarino Pérez & Herrera Jiménez, 2006). Perceivelmente, este foi um período de aprofundamento, o que resultou, claramente, em seleção de propostas com base em critérios mais exigentes e, consecutivamente, em projetos mais sustentáveis (Moreno, 2008).

Durante a programação da União Europeia para o período entre 2007 e 2013, decidiu-se estruturar o desenvolvimento rural no âmbito do Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER). Neste sentido, a abordagem LEADER (2007 – 2013) integrou o eixo 3 do FEADER e deixou de ser considerada uma iniciativa comunitária, atendendo a que o período de experimentação havia já culminado (Lopes, 2012). Para este período, o sustentáculo da abordagem LEADER baseou-se em sete características primordiais: (1) as estratégias locais de desenvolvimento por zona, (2) a abordagem *bottom-up* para a elaboração e execução de estratégias, (3) as parcerias locais do setor público e privado (os GAL), (4) as ações integradas e multissetoriais, (5) a inovação, (6) a cooperação e (7) a ligação em rede (CE, 2006). Para além disso, o programa LEADER 2007-2013 diferiu dos projetos/programas anteriores, visto que integrou os programas de desenvolvimento rural, cofinanciados ou não por fundos da União Europeia (Courades, 2004). Na realidade, tal pode ter-se devido à valorização do conceito de *mainstreaming*, durante o *World Summit on Sustainable Development*, que decorreu em 2002, em Joanesburgo (Convery *et al.*, 2010). Além disso, o *Novo Paradigma Rural* (OECD, 2006) veio propor uma maior ênfase territorial nas políticas de desenvolvimento rural, com indicação de fatores locais e regionais, estruturas e tendências específicas (*e.g.*, tradição empresarial, rede pública e privada, ética de trabalho, identidade regional, participação e atratividade do ambiente cultural e natural).

Ao longo dos vários anos de intervenção LEADER, verificou-se um aumento do número de GAL em várias regiões da Europa (Quadro VI). É, nesse sentido, que os cenários para os fundos estruturais da UE pós-2013, que incluem o FEADER, introduzem novas disposições para acesso ao financiamento, retificando os regulamentos antecedentes. Esta visão insere-se no modelo de desenvolvimento proposto no seio da tendência Europa 2020 (EC, 2010), onde é consubstanciada uma estratégia para gerar crescimento inteligente, sustentável e inclusivo para a União Europeia. Para tal, introduz-se uma nova estrutura, que usa o Quadro Estratégico Comum para disponibilizar os fundos da UE, com base em regras básicas que seguem os princípios gerais de sustentabilidade, da igualdade, da governação multiescalar e das parcerias (Ferrão, 2012).

Neste novo quadro com o horizonte 2014-2020, existem opções comuns para o estabelecimento do Desenvolvimento Local com Orientação Comunitária (DLOC). Após a experiência com a abordagem LEADER, ressalva-se a atuação que considera o apoio às estratégias de desenvolvimento local integrado e a desobstrução à inércia através da participação de GAL num processo de implementação sustentável, multidimensional, multissetorial e sinérgico. Adicionalmente, a matriz multiescalar destas estratégias permite uma maior adaptação das áreas às suas reais necessidades (*e.g.*, criação de estratégias multifundos num espaço geográfico com aspetos

urbanos e rurais - EC, 2012). É com base nestas abordagens territoriais que advém a promoção de *smart places* como objetivo fulcral para o desenvolvimento das áreas rurais.

No âmbito do DLOC 2020, o Programa de Desenvolvimento Rural (PDR) 2014–2020 para Portugal Continental tem como estratégia a criação de valor, a proteção e gestão dos recursos de forma eficiente e a sustentabilidade do território (Ministério da Agricultura e do Mar, 2014). A visão estratégica para o desenvolvimento rural baseia-se na *criação de condições para a dinamização económica e social do espaço rural* (objetivo estratégico 3), com recurso a medidas que promovam a multifuncionalidade das áreas rurais ou melhoria da qualidade de vida dos residentes que habitam em áreas rurais. Neste contexto, a estratégia encontra-se subdividida em dez medidas: 1. Inovação; 2. Conhecimento; 3. Valorização da produção agrícola; 4. Valorização dos recursos florestais; 5. Organização da produção; 6. Gestão do risco e restabelecimento do potencial produtivo; 7. Agricultura e recursos naturais; 8. Proteção e reabilitação de povoamentos florestais; 9. Manutenção da atividade agrícola em zonas desfavorecidas e 10. LEADER. Importa destacar a medida 10. LEADER, pelo facto de corresponder àquela onde melhor se enquadra a atividade turística. Para o efeito, as principais áreas de apoio destacadas nesta medida com influência direta sobre a promoção da identidade endógena e a sustentabilidade dos territórios rurais são a *promoção de produtos de qualidade locais* e a *renovação das aldeias* (Ministério da Agricultura e do Mar, 2014). Uma das principais vantagens que tem decorrido deste novo programa com horizonte 2020, decorre da possibilidade de se aplicarem fundos diversos, para vários contextos, numa certa área geográfica.

Porém, devem ressaltar-se algumas fragilidades que podem estar associadas à tentativa de aplicação de multifundos numa área. Tal como observa Pollermann, Raue & Schnaut (2014), contrariamente ao FEADER, nos restantes fundos estruturais [*e.g.*, Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) e Fundo Social Europeu (FSE)] não existe obrigação para estabelecer o DLOC em programas dos Estados-membros e, quando existe, as normas de execução podem não ser compatíveis entre o FEADER e os restantes fundos estruturais.

De qualquer maneira, este tipo de abordagem de desenvolvimento rural veio asseverar, junto dos decisores, que é, cada vez mais, importante reconhecer a diversidade de experiências locais, atendendo a que uma intervenção que identifique as diferenças regionais, tem mais possibilidades de ser eficaz (Tovey, 2008; Wellbrock *et al.*, 2012). Aliás, o desenvolvimento rural deve advir de uma estratégia multifuncional para as áreas rurais, assente em âmbitos-chave como a agricultura, a produção agropecuária, o artesanato ou o turismo rural, conforme as vocações dos respetivos territórios. É, neste sentido, que Domingues (2011) se refere ao desenvolvimento rural, advindo de programas como o LEADER (e das suas soluções para setores como o artesanato, a criação de emprego e o turismo) como uma visão social, que procura mitigar as fragilidades destas áreas, em termos de despovoamento, envelhecimento ou fragilidade económica.

1.4. A transformação das áreas rurais em espaços de turismo

As áreas rurais revelaram, nos últimos anos, um crescimento do papel do turismo e lazer, como uma opção potencial para o seu desenvolvimento (Carneiro, Lima & Silva, 2015).

O turismo rural é um conceito comumente utilizado na vida quotidiana e por parte da comunidade académica, e corresponde à atividade turística desenvolvida nas áreas rurais (EUROSTAT, 1998) ou, então, relaciona-se com os produtos e motivações turísticas do espaço rural (Briedenhann & Wickens, 2004; Figueiredo & Kastenzholz, 2008; Kastenzholz *et al.*, 2012; Eusébio, Kastenzholz & Breda, 2014).

A abordagem, na presente investigação, relativamente ao turismo rural situa-se na esfera do conceito defendido pelo EUROSTAT (1998). Independentemente destas diferenciações, Lane (1994b) considera que o turismo rural deve cumprir vários critérios, entre eles: localizar-se em áreas rurais; basear-se na funcionalidade e nas características dos espaços rurais; desenvolver-se à microescala; estruturar-se organicamente e ser ponderado com base nos anseios da população local. Apesar desta tentativa de generalização, o conceito e a instrumentalização do turismo rural não é consensual, porquanto a própria definição de ruralidade não contribui para uma anuência concetual deste tipo de turismo e trata-se de um fenómeno recente, quanto à proporção do número de visitantes registados.

Embora o turismo rural não seja uma prática recente (*e.g.*, presença de alojamentos locais, em inícios do século XX, destinados a turismo em áreas rurais do Reino Unido e nas montanhas da Baviera e Tirol - Cánoves *et al.*, 2004; Haven-Tang & Sedgley, 2014; Herrera Jiménez, Romero & Cánoves, 2005), a sua relevância foi praticamente residual até à década de 60 do século XX (Moreno, 2008). Em consequência de uma rápida expansão, o turismo em áreas rurais está a resultar no aumento do consumo turístico, na valorização das experiências reais e céleres e em alterações dos padrões da agricultura contemporânea (Haven-Tang & Sedgley, 2014).

Lane & Kastenzholz (2015) agruparam a evolução do turismo rural segundo o modelo de ciclo de vida do turismo (TALC) de Butler (1980). Apesar das limitações inerentes à fixação dos vários períodos de evolução do turismo rural, compreendendo os contextos histórico-políticos e culturais diversificados, mesmo entre países europeus (*e.g.*, os países da Europa de Leste mantiveram os regimes comunistas até finais dos anos 80 do século XX), é plausível a determinação de três fases evolutivas do turismo rural pós-moderno (ou pós-turismo - Cavaco, 2008): entre 1970 e 1980 (fase de emergência), entre 1980 e finais dos anos 90 (fase de consolidação) e início do século XXI (fase de regeneração ou declínio).

Entre 1970 e 1980, o turismo foi visto como uma solução para a crise que afetava o espaço rural, manifestando-se na reconversão de vastos campos agrícolas, sobretudo nos países mais desenvolvidos (Silva & Leal, 2015). Num segundo momento (pós-1980), a atividade turística em áreas rurais disseminou-se a vastas regiões do mundo e sob variadas formas de turismo rural (*e.g.*, turismo de aventura, turismo equestre). Na viragem do século, surge

uma nova fase de desenvolvimento do turismo rural. Se alguns territórios têm conseguido regenerar as estratégias através de processos de inovação, por outro lado, vastas áreas estão a assistir a uma desaceleração do desenvolvimento assente no turismo rural (Lane & Kastenholtz, 2015), atendendo a que parte destes territórios evidenciam uma certa fadiga face a este setor de atividade (Herrera Jiménez, Romero & Cánoves, 2005).

Efetivamente, o declínio e a reestruturação do setor agrícola, a par de outras fragilidades inerentes à ruralidade estiveram na origem de práticas de turismo como visão alternativa para a revitalização socioeconómica das áreas rurais (Sharpley, 2002; Briedenhann & Wickens, 2004; Lane & Kastenholtz, 2015). A par disso, existem duas razões, nas últimas décadas, para o incremento do turismo em áreas rurais: a promoção do turismo em programas de desenvolvimento rural (*e.g.*, o LEADER), por um lado, e a alteração dos hábitos e das motivações de consumo dos visitantes dos espaços rurais, por outro.

Em primeiro lugar, os programas de desenvolvimento rural apresentaram, desde a sua conceção, um ideário de política turística para as áreas rurais (Sharpley, 2002). Note-se, por exemplo, as primeiras referências da revista *Leader magazine* (1992). No entanto, desde 2000, com a introdução do LEADER + (e dos sucessivos programas) evidenciou-se claramente uma redução do investimento com vocação para o turismo nas áreas rurais (Moreno, 2008). Neste contexto, o turismo pode ter sido privilegiado, num primeiro momento, como uma atividade para “superar o trauma da perda” nas áreas rurais (Domingues, 2011).

Em segundo lugar, a alteração das motivações de consumo em turismo está, por sua vez, relacionada com uma visão pós-fordista ou neo-fordista de turismo, onde os turistas procuram desfrutar da quietude e da paz do ambiente natural e aprender os costumes e tradições dos locais de visita (Poon, 1993; Sharpley & Sharpley, 1997; San Martín & Herrero, 2012; Hughes, 2014). Pese embora a existência de um grande número de investigações que se dedica ao estudo das motivações dos turistas (*e.g.*, Crompton, 1979; Dann, 1981; Jang & Cai, 2002; Bansal & Eiselt, 2004; Hsu, Tsai & Wu, 2009; Chen & Chen, 2010), as que consideram as motivações em turismo rural (e a sua segmentação) são muito mais reduzidas (*e.g.*, Kastenholtz, Davis & Paul, 1999; Molera & Albaladejo, 2007; Park & Yoon, 2009; Devesa, Laguna & Palacios, 2010; Farmaki, 2012). De qualquer modo, o aumento do número de publicações científicas sobre as motivações do turismo rural atravessa o decurso natural do estabelecimento de uma “alternativa de turismo” (Weaver, 1995) e da sua multiplicação em nichos de turismo, como o turismo em espaço rural, o ecoturismo, o agroturismo, o turismo verde, o turismo cultural, o turismo de aventura ou o turismo natural.

Ainda a respeito da transformação das áreas rurais em espaços de turismo, devem acrescentar-se as incertezas face à imposição de novos concorrentes externos, nomeadamente do desenvolvimento do turismo de cruzeiro e do turismo urbano (Lane & Kastenholtz, 2015). Neste contexto, o turismo nas áreas rurais tem, cada vez mais, que assumir uma posição de equilíbrio entre os recursos do território e a procura turística. Assim, nos últimos anos, vários autores lembraram a importância de advogar as questões de sustentabilidade na atividade turística em áreas rurais (Bramwell, 1994; Lane, 1994a; Gobattoni *et al.*, 2015; Kastenholtz *et al.*, 2012; Kim & Jamal,

2015), bem como valorizar uma perspetiva endógena, baseada numa aproximação *bottom-up* e *grass-roots*, designada na literatura científica por *integrated rural tourism* (IRT - Oliver & Jenkins, 2003; Cawley & Gillmor, 2008; Saxena & Ilbery, 2008; Panyik, Costa & Rätz, 2011; Carneiro et al., 2015; Panyik, 2015). O capítulo 2 da presente dissertação desenvolve-se em torno da perspetiva da sustentabilidade no desenvolvimento de estratégias de planeamento da atividade turística em áreas rurais, atendendo a que o desenvolvimento que deve nortear territórios como o de Boticas se deve pautar por um desenvolvimento focado na tríade economia, sociedade e ambiente e pela integração da comunidade local nas iniciativas de desenvolvimento turístico.

1.5. Síntese

In primis interessa reter que a compreensão sobre o conceito de ruralidade é parte fundamental de qualquer estudo sobre as áreas rurais. De um conjunto de abordagens teóricas e empíricas, nota-se que grande parte das tentativas de concetualização são de difícil aplicação, porquanto as entidades governativas optam, muitas das vezes, por opções mais vagas em conteúdo. Outras vezes, opta-se por visões determinísticas, tendo por base indicadores estatísticos, que mais não são do que uma porção da realidade, considerando que a estatística não consegue recolher todas as dimensões do rural. Para tal, a melhor solução passa, na perspetiva deste estudo, por consolidar o conceito com base em ambas as dimensões referidas anteriormente: estatística e teoria. Por outro lado, parte desta complexidade em definir as áreas rurais na contemporaneidade decorre de um percurso evolutivo das áreas urbanas, que absorveram uma parte substancial dos territórios rurais, nomeadamente graças ao crescimento em “mancha de óleo” e a processos de suburbanização.

Além disso, partes destes territórios, que, ainda assim, continuam a deter características preservadas do mundo campestre, têm estado envolvidas em processos de retorno de indivíduos das grandes metrópoles, essencialmente idosos, que procuram passar o fim de vida nestas áreas. Também nestes espaços geográficos, considerados, muitas das vezes, mais débeis ou frágeis, têm sido reforçadas as suas competências no decurso da era da globalização, estabelecendo-se como *hotspots* do desenvolvimento.

Para isso, foram criados instrumentos públicos, desde os finais dos anos 80 do século XX, e as respetivas medidas e estratégias, tendo em vista o desenvolvimento das áreas rurais. Com base neste pressuposto, existe a tentativa de articular as diferentes dimensões do setor económico e social nos processos de desenvolvimento, dando azo a um cunho de desenvolvimento rural integrado, assente no ambiente endógeno e na participação local.

Tendo em vista a implementação de uma política com base territorial para o desenvolvimento rural, foi criada uma iniciativa europeia específica que visa integrar as conceções de desenvolvimento que se haviam firmado durante os anos de 1980, relacionadas com o enfoque integrado, endogénico e *bottom-up*. O sucesso desta iniciativa foi de tal magnitude que podem contar-se, até à data, cinco programas consecutivos. Atualmente, o programa vigente designa-se Desenvolvimento Local de Orientação Comunitária (DLOC) 2014-2020. É com base na integração de uma matriz multiescalar, que se introduziu nesta última iniciativa, que se fundamentou a promoção de *smart*

places, com o fim de desenvolver as áreas rurais. Em Portugal, encontra-se em execução o Programa de Desenvolvimento Rural (PDR) 2014–2020, que reforça as ideias de participação comunitária e desenvolvimento local, no seio das vicissitudes nacionais. Desde a sua conceção, entre os principais objetivos deste programa de desenvolvimento rural encontra-se a promoção do turismo, por forma a valorizar o património tangível e intangível, que parte destes territórios mantém e, por outro lado, criar condições para a geração de emprego.

O turismo em áreas rurais tem, assim, vindo a constituir-se como uma aposta potencial de desenvolvimento rural e coincide com o momento de viragem na política de turismo nacional, que tende a privilegiar produtos de nicho, ao invés, do tradicional segmento de “Sol & Mar”. É notória a emergência de um novo tipo de turistas, com motivações pós-fordistas ou neo-fordistas de turismo, que vão, cada vez mais, à procura de vivenciar a cultura local e desfrutar do sossego e acalmia que caracteriza o ambiente natural.

O leque de perspetivas sobre a ruralidade e o desenvolvimento rural apontados neste capítulo permitirão programar uma perspetiva do desenvolvimento da atividade turística mais próxima da realidade territorial, atendendo a que no seio deste capítulo foram já identificadas algumas oportunidades. O município de Boticas, que é objeto de estudo na presente investigação, é claramente uma área rural, e no seio do LEADER podem ser identificados ou não alguns instrumentos capazes de desobstruir as fragilidades e alavancar as oportunidades deste território e, por outro lado, é certo que o turismo não é *per se* uma solução para todos os problemas, pelo que o desenvolvimento da atividade turística terá que ser definido em concordância com aquilo que é o território em questão e as opções terão que ser avaliadas em conformidade com a participação ativa da população local.



Fotografia tirada pelo autor, em 11.04.2014.

Sustentabilidade nas práticas de planeamento em turismo em áreas rurais

Tourism is a goose that not only lays a golden egg, but also fouls its own nest.

Hawkins, 1982: 3

2.1. Nota introdutória

Neste capítulo, pretende-se abordar algumas questões teóricas, que irão servir, mais à frente, de enquadramento à parte empírica desenvolvida na presente investigação, designadamente a perspetiva dos residentes sobre o desenvolvimento da atividade turística e os seus impactes, a acessibilidade ao destino turístico, a criação da imagem do destino turístico e, de uma forma mais alargada, a contribuição para o planeamento do turismo. Deve ressaltar-se que, para que os territórios possam ser mais sustentáveis, será necessário promover práticas de planeamento mais próximas das comunidades locais e numa perspetiva de longo alcance. Além do mais, gradualmente, os indivíduos procuram nas suas viagens relações com o tempo (o passado e a história) e o espaço (envolvimento com a comunidade e território). Os mesmos valorizam práticas de turismo baseadas na experiência, na cocriação e na identidade social e territorial.

Portanto, é factual que os lugares e os territórios adquiram novas dimensões simbólicas para quem os visita. Neste sentido, a afinidade entre o turismo, o turista, o território e a comunidade local parece particularmente relevante nas práticas turísticas desenvolvidas, designadamente em áreas rurais. É, nesta esteira, que, na atualidade, a relação entre turista e lugar ocupa um elo de ligação entre a evolução (a modernidade) e o passado, a história e as tradições locais.

Neste contexto, como o cerne desta investigação é contribuir para a criação de um novo destino turístico sustentável, é crucial considerar-se uma perspetiva baseada na comunidade para o planeamento da atividade turística e criação da imagem do destino mais próxima da realidade.

Após a apresentação de algumas considerações teóricas sobre a sustentabilidade da atividade turística, segue-se a abordagem ao planeamento do destino turístico, onde se integram os princípios de colaboração de atores, da acessibilidade ao destino e da criação da imagem do destino.

2.2. Sustentabilidade da atividade turística

A instituição de práticas e princípios sustentáveis em turismo assumiu maior relevância após a publicação do livro *Ecological Principles for Economic Development Sustainable* em 1973 (Bramwell & Lane, 1993), embora a definição de desenvolvimento sustentável apenas se tenha popularizado em 1987, com o relatório *Our common future*, mais conhecido por Relatório *Brundtland* (Brundtland, 1987), onde se proporcionaram condições para a criação de práticas sustentáveis em vários setores, designadamente na conexão ambiente–desenvolvimento. Nos anos 90 do século XX, realizou-se a Cimeira da Terra (1992), no Brasil, onde se estabeleceram vários programas e acordos, designadamente a Agenda 21, cujas ações foram assinadas por 180 países (Crosby & Prato, 2009). Este paradigma de desenvolvimento sustentável, em concordância com as políticas de crescimento económico e com a corrente ambientalista, deram origem a outros conceitos relevantes: *balanced growth*, desenvolvimento a longo termo; e igualdade social (Shen, Hughey & Simmons, 2008).

Dentro da macro-tendência da Estratégia Europa 2020 e no contexto nacional, o Portugal 2020, tem como principal objetivo promover um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo. Neste seio, por forma a responder às orientações a médio prazo após o contexto do 2020, foi lançado, entretanto, a Agenda de Desenvolvimento Sustentável 2030, onde foram lançadas 17 metas, que visam reforçar a transformação de um grande número de áreas geográficas em espaços mais sustentáveis ao nível económico, social e cultural. Entre as principais linhas de ação emergentes deste documento, encontra-se o consumo responsável e a produção de recursos, bem como a constituição de redes, a cooperação *win-win* e a consolidação da perspectiva multidimensional das redes às escalas regional e local. No que concerne ao turismo em áreas rurais, verifica-se a necessidade de valorizar a promoção mais sustentável da endogeneidade, bem como promover práticas para a mitigação dos fenómenos de despovoamento.

Do preceito da sustentabilidade parte a ideia, por Geógrafos do turismo, de interconexão entre o desenvolvimento do turismo, a participação da comunidade e a conservação ambiental, essencialmente devido à necessidade crescente de articular estratégias conciliadoras de ambiente e economia (Hunter, 1997; Hardy, Beeton & Pearson, 2002; Richards & Hall, 2003). Aliás, a importância que a sustentabilidade tem no turismo pode ser observada pela disponibilidade de uma revista indexada nas principais bases de dados internacionais - o *Journal of Sustainable Tourism*. Além disso, Hall (2011) avaliou a frequência da expressão “turismo sustentável” em resumos, palavras-chaves ou títulos em revistas com elevado fator de impacto, para o período entre 1989 a 2010, sugerindo o redobramento do interesse de académicos pela sustentabilidade no turismo. Paralelamente, várias Organizações Não Governamentais (ONG's), agências internacionais e governos têm vindo a promover ativamente a melhoria dos desempenhos nos domínios económico, social e ambiental na atividade turística (Carter *et al.*, 2015). De qualquer modo, apesar do volume de trabalhos sobre sustentabilidade na atividade turística, ainda persistem três problemas: (i) a ausência de uma definição precisa, que abarque as condições intrínsecas à sustentabilidade; (ii) a improporcionalidade na medição dos impactos e (iii) a debilidade na análise e monitorização de mecanismos sociais e políticos (Buckley, 2012). Tal-qualmente, a atividade turística consubstancia constantemente os princípios sustentáveis, embora as suas práticas e, consecutivamente, os efeitos resultantes fiquem aquém do que seria expectável.

Neste sentido, distinguem-se três pilares que suportam o desenvolvimento sustentável (a sustentabilidade económica, sociocultural e ambiental), sendo que a eficácia de um modelo sustentável só é possível graças ao efeito de equilíbrio entre todas as dimensões (Hall, 2011; Panyik, 2015; Muresan *et al.*, 2016). No entanto, a palavra “equilíbrio” requer a sua utilização com cautela, atendendo a que a proteção ambiental não é, muitas vezes, coadunável com os interesses económicos inerentes ao turismo (Cater, 1995; Hunter, 2002; Sharpley, 2004).

Neste cômputo, o modelo de Patterson *et al.* (2004) apresenta uma organização funcional destes elementos para a Comunidade da Dominica (situado no mar das Caraíbas), onde integra os subconjuntos económico e social no

sistema ecológico proeminente. Este modelo sugere uma melhoria da qualidade de vida das populações locais e uma maior experiência turística dos visitantes (Figura 7).



Figura 7. Modelo de desenvolvimento sustentável para o turismo
 Fonte: Adaptado de Patterson *et al.*, 2004.

Apesar de habitualmente se considerarem as três dimensões (economia, ambiente e sociedade) para o desenvolvimento sustentável da atividade turística, outros autores, como Sachs (1993), fundamentam o desenvolvimento sustentável através da integração de seis dimensões: (i) a sustentabilidade social, que se alicerça no desenvolvimento através de padrões de crescimento, e com resultados efetivos para a redução de assimetrias sociais; (ii) a sustentabilidade cultural, que se suporta na promoção das potencialidades intrínsecas do território, na identidade e no modo de vida local, bem como numa participação mais ativa destes agentes no estabelecimento de políticas territoriais; (iii) a sustentabilidade ecológica, que se baseia num desenvolvimento do turismo limitado à capacidade de carga e a uma utilização racional de recursos; (iv) a sustentabilidade económica, que se fundamenta num crescimento económico mais sustentável, que garanta boas condições para as gerações atuais, mas que, ainda assim, para a consecução destes propósitos não provoque a deterioração das condições de vida das gerações vindouras; (v) a sustentabilidade espacial, que está inerente a um princípio de distribuição territorial equilibrada dos alojamentos turísticos, por forma a garantir que a capacidade de carga não é excedida e (vi) a sustentabilidade política, que prevê uma ação baseada em princípios de negociação, possibilitando a integração dos diferentes interesses, globais ou locais.

Para fazer face a estas questões, Sharpley (2000) explorou a união entre o turismo sustentável e o paradigma do desenvolvimento sustentável (Quadro VII), através da determinação dos princípios fundamentais, dos objetivos de

desenvolvimento e dos requisitos para o desenvolvimento sustentável, onde se salienta claramente a participação ativa da comunidade local e a utilização dos recursos endógenos, de uma forma mais racional.

Quadro VII. Características intrínsecas ao desenvolvimento rural sustentável

<p>Princípios fundamentais</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Abordagem holística: questões de desenvolvimento e ambientais integradas dentro da sociedade global. • Visão de futuro: foco na capacidade a longo-termo para a manutenção do ecossistema global. • Igualdade: desenvolvimento que é equitativo e que providencia oportunidades de acesso e utilização de recursos para todos os membros de uma sociedade, no presente e no futuro.
<p>Objetivos de desenvolvimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melhoria da qualidade de vida para todas as pessoas: expectativa de melhorar os níveis de educação, de vida e as oportunidades. • Satisfação das necessidades básicas; concentração na natureza do que é fornecido. • Autoconfiança: liberdade política e tomada de decisão face às necessidades locais. • Desenvolvimento endógeno.
<p>Objetivos de sustentabilidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Níveis populacionais sustentáveis. • Valorização dos recursos naturais. • Uso sustentável dos recursos renováveis. • Níveis de poluição dentro da capacidade assimilativa do ambiente.
<p>Requisitos para o desenvolvimento sustentável</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adoção do novo paradigma social relevante para o desenvolvimento sustentável. • Política nacional e internacional e sistemas económicos dedicados ao desenvolvimento equitativo baseado no uso dos recursos de modo sustentável. • Sistemas tecnológicos que podem procurar continuamente novas soluções para os problemas ambientais. • Aliança global, que facilita o desenvolvimento de políticas integradas ao nível local, nacional e internacional.

Fonte: Adaptado de Sharpley, 2000.

Não menos importante, é a ideia de que o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos está associado à resiliência das comunidades locais, pese embora o facto das noções de sustentabilidade e de resiliência não deverem ser utilizadas de modo unívoco. Ambos os conceitos tendem a centrar a sua investigação nas temáticas dos ecossistemas naturais, do desenvolvimento das comunidades humanas e das alterações climáticas e a circunscrição a estes objetivos e tópicos de investigação faz crer que a sustentabilidade e a resiliência se tratam da mesma coisa. No entanto, o modo de enquadrar, estudar e resolver as questões de investigação são, na maior parte das vezes, antagónicas (Quadro VIII).

De facto, enquanto a sustentabilidade corresponde à capacidade de sobrevivência que é inerente à maioria dos sistemas, a resiliência assume o pressuposto de que existe um estado de harmonia na forma como a sociedade funciona dentro de um contexto mais lato. Ambos os conceitos de sustentabilidade e resiliência, associam-se à incerteza sobre a melhor forma de garantir a sobrevivência do sistema e de atingir o seu estado de harmonia (Lew *et al.*, 2016).

De uma forma desintricada, ao passo que a sustentabilidade procura entender o que se pretende proteger e conservar e se, para os devidos efeitos, se deve manter ou alterar, a resiliência tem intrínsecas as questões de adaptação ou de conceção e de melhorias substanciais.

Quadro VIII. Diferenças entre sustentabilidade e resiliência

	Sustentabilidade	Resiliência
Pressupostos	Estabilidade e equilíbrio são a norma (ou pelo menos possível).	Mudança e caos não linear e imprevisível são a norma.
Metas	Os ideais normativos (conservação da cultural, ambiental e económica; equidade intergeracional).	Sistemas estratégicos, dinâmicos e de auto-organização; instituições de ensino e culturas inovadoras.
Foco de investigação	Impactes ambientais e sociais do desenvolvimento e crescimento económico; uso excessivo dos recursos; pegadas de carbono.	Gestão dos desastres naturais e antrópicos; impactes das alterações climáticas; capital social e redes.
Métodos	‘Uso adequado’ da gestão de recursos; mitigação ou preservação contra as alterações; reciclagem e cultura ambiental; educação para a mudança de comportamento.	Reduzir a vulnerabilidade e aumentar a capacidade física e social para a mudança (flexibilidade, redundância); <i>feedback</i> do sistema e desempenho; educação para a inovação.
Crítica	Mal definido e altamente politizado.	Não aborda as causas das alterações sociais e ambientais.

Fonte: Adaptado de Lew *et al.* (2016).

Para o efeito, as principais questões trabalhadas para alcançar uma gestão equilibrada entre a atividade turística, os visitantes e os espaços rurais são: *(i)* a acessibilidade aos equipamentos e infraestruturas; *(ii)* as questões dos transportes no acesso ao destino turístico; *(iii)* a gestão do comportamento dos visitantes nos destinos turísticos; e *(iv)* a gestão e promoção da atividade turística nas áreas rurais (Sharpley, 2004).

Inerentes a estes trabalhos estão, entre outros, os seguintes objetivos: satisfazer as necessidades das comunidades locais; estabelecer um canal de oferta de produtos locais, proporcionar a retenção de benefícios para as comunidades locais e assegurar o desenvolvimento dentro da capacidade de resposta do ambiente e das sociedades locais (Zou, Huang & Ding, 2014).

Assim, a sustentabilidade dos destinos rurais resulta da contraposição entre os impactes positivos e negativos da atividade turística, ao nível local e regional. Como salientam vários autores, é importante considerar e mediar os possíveis efeitos que podem ser gerados pela atividade turística sobre as atividades económicas, a sociedade e o ambiente em prol de práticas mais sustentáveis (Roberts & Hall, 2001; Sharpley & Sharpley, 1997; Crosby & Prato, 2009 - Quadro IX).

Uma diversidade de estudos concentra-se na análise dos impactes positivos e negativos do turismo nas comunidades locais. Destaque-se que, geralmente, as comunidades e entidades governamentais locais assumem mais facilmente os impactes económicos positivos, pelo facto de se refletir na criação de emprego, investimentos e no aumento do rendimento nacional, ao passo que os impactes negativos percecionados, de forma imediata, tendem a estar associados ao aumento da inflação (Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Muresan *et al.*, 2016).

Deste modo, é indispensável a implementação de práticas de planeamento e ordenamento turístico que se norteiem pela mitigação dos principais problemas e pela valorização das principais oportunidades que daí decorrem.

Quadro IX. Impactes positivos e negativos do turismo rural sobre os domínios económico, social e ambiental

	Economia	Social	Ambiental
Positivos	<ul style="list-style-type: none"> - Geração de rendimentos alternativos e complementares. - Criação de emprego. - Diversificação da economia rural. - Conservação das atividades e dos serviços locais. - Criação ou recuperação de infraestruturas e equipamentos coletivos. - Criação de condições para a manutenção da população nos territórios rurais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento do interesse pelas condições de lazer e cultura na comunidade local. - Melhoria da qualidade de vida das populações locais. - Criação de sentimentos de orgulho, da autoestima e identidade. - Valorização dos costumes e tradições locais. - Estímulo ao empreendedorismo das comunidades locais. - Maior mobilidade social em comunidades locais mais hierarquizadas. - Intercâmbio de ideias entre turistas e residentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contribuição para a proteção, conservação e reabilitação das áreas naturais. - Reabilitação e requalificação de edifícios degradados. - Introdução de medidas de planeamento e gestão de áreas rurais. - Sensibilização das comunidades locais e dos turistas e visitantes para ações de turismo sustentável.
Negativos	<ul style="list-style-type: none"> - Incompatibilidade do setor turístico com algumas atividades. - Inflação dos preços dos terrenos, da propriedade imobiliária, alimentação e outros serviços. - Especulação na oferta e nos preços dos serviços, essencialmente no período de maior afluência de visitantes. - Caráter estacional dos trabalhos, com efeitos no acesso ao emprego a tempo parcial. - Distorções na economia local como consequência da concentração excessiva dos fluxos turísticos num único local de uma região. - Dependência desmesurada da atividade turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento da conflitualidade entre as comunidades locais e os visitantes, nomeadamente para o acesso a determinados recursos. - Padronização de tradições e valores culturais locais. - Ressentimento face ao turismo rural pela possibilidade de se estabelecerem 'guetos de luxo' em lugares com estruturas socioeconómicas mais débeis. - Tensões sociais para a criação de empregos com salários mais elevados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Degradação das condições naturais, por poluição da água, ar e visual. - Perturbação dos ecossistemas naturais (fauna e flora). - Congestionamento de trânsito viário. - Rivalidade por utilização de recursos e do solo.

Fonte: Adaptado de Sharpley & Sharpley, 1997; Roberts & Hall, 2001; Crosby & Prato, 2009.

2.3. O planeamento do destino turístico

O planeamento do turismo deve consistir numa sequência de ações concebidas pelo setor público e/ou privado, onde se procura organizar e desenvolver as áreas de destino, em concordância com os objetivos políticos pré-estabelecidos (Umbelino & Amorim, 2010; Page, 2011; Simão & Partidário, 2012). Neste contexto, a cisão entre as funções dos governos e as entidades com interesses privados deve ser cada vez mais ténue. Deste modo, atualmente não é coadunável com o contexto político-institucional, que a política e o planeamento sejam pensados como simples funções dos governos. Ao invés, deve ser considerado um processo de negociação e de compromisso entre os setores público e/ou privados (Dredge, 2006; Dredge & Jamal, 2015).

A propósito desta matéria, pode identificar-se uma diversidade de modelos de análise e gestão que organizam metodologicamente todo o processo da atividade turística. Tal como acontece com os paradigmas da ciência do planeamento regional, que evoluíram do paradigma clássico até ao paradigma de mercado, também o turismo foi afetado por esta evolução. Apesar dos modelos da atividade turística serem mais recentes e, por esta ordem de ideias, tratarem-se de abordagens menos consolidadas, podem diferenciar-se quatro grandes correntes de

planeamento em turismo: os modelos racionais (Getz, 1986; Gunn, 1994), os modelos sistémicos (Leiper, 1979; Inskeep, 1991), os modelos de produto (Lawson & Baud-Bovy, 1977; Butler, 1980) e os modelos de gestão estratégica (Mill & Morrison, 1985; Costa, Panyik & Buhalis, 2013). Deste conjunto, pode referir-se:

- (i) O modelo de Mill & Morrison (1985) foi pioneiro nesta matéria; este considera que o planeamento e a gestão do destino turístico devem ser avaliados em consonância com as condições internas e externas do destino turístico (Figura 8); a nível interno, devem considerar-se as suas atrações, os equipamentos, as infraestruturas, o capital humano e o investimento; no que concerne às condições externas, deve contabilizar-se a economia, as dinâmicas de investimento e as flutuações de mercado;
- (ii) O modelo de Donald Getz (1986) baseia-se na perspetiva física do planeamento, através da identificação dos problemas e soluções possíveis, numa interconexão entre a fase de diagnóstico, planeamento, implementação e monitorização;
- (iii) Inskeep (1991) desenhou um modelo centrado nas componentes ambiental, social e económica, com demarcação infraestrutural, nomeadamente no que diz respeito à utilização destas por parte de residentes e turistas;
- (iv) O modelo Alberta de Gunn (1994) identificou vários *layers* necessários, quer naturais, quer culturais, ao processo de planeamento. Além disso, menciona as fases indispensáveis a este processo, desde o inventário de recursos à implementação do planeamento, destacando, para o efeito, as entidades responsáveis pela sua concretização;
- (v) O modelo de Ritchie & Crouch (2003) fundamenta-se nos pressupostos inerentes aos modelos anteriores e assume-se como um modelo de competitividade do destino turístico; este modelo parte do levantamento dos recursos (os fundamentais e os críticos) e pressupõe o estabelecimento de políticas de planeamento e de estratégias para a oferta;
- (vi) Beni (1999) considera que o planeamento em turismo apresenta as seguintes etapas: a definição dos objetivos de partida; o inventário dos recursos turísticos naturais e culturais e as suas principais características diferenciadoras; a análise e síntese da situação existente; a formulação do plano de turismo, assim como as recomendações para a sua viabilidade e a implementação e monitorização do processo; o mesmo autor também diferencia o planeamento a longo prazo do planeamento estratégico de turismo, correspondendo este último a um conjunto de etapas, onde se inserem o estudo preliminar (das características geográficas, dos recursos, dos padrões socioeconómicos e turísticos), o diagnóstico (a avaliação dos recursos naturais, do património cultural, da estrutura sociodemográfica e política, das infraestruturas e os equipamentos e do comportamento do mercado atual e futuro) e o prognóstico (diretrizes e políticas de programação de ações, metas e objetivos para o desenvolvimento turístico sustentável).

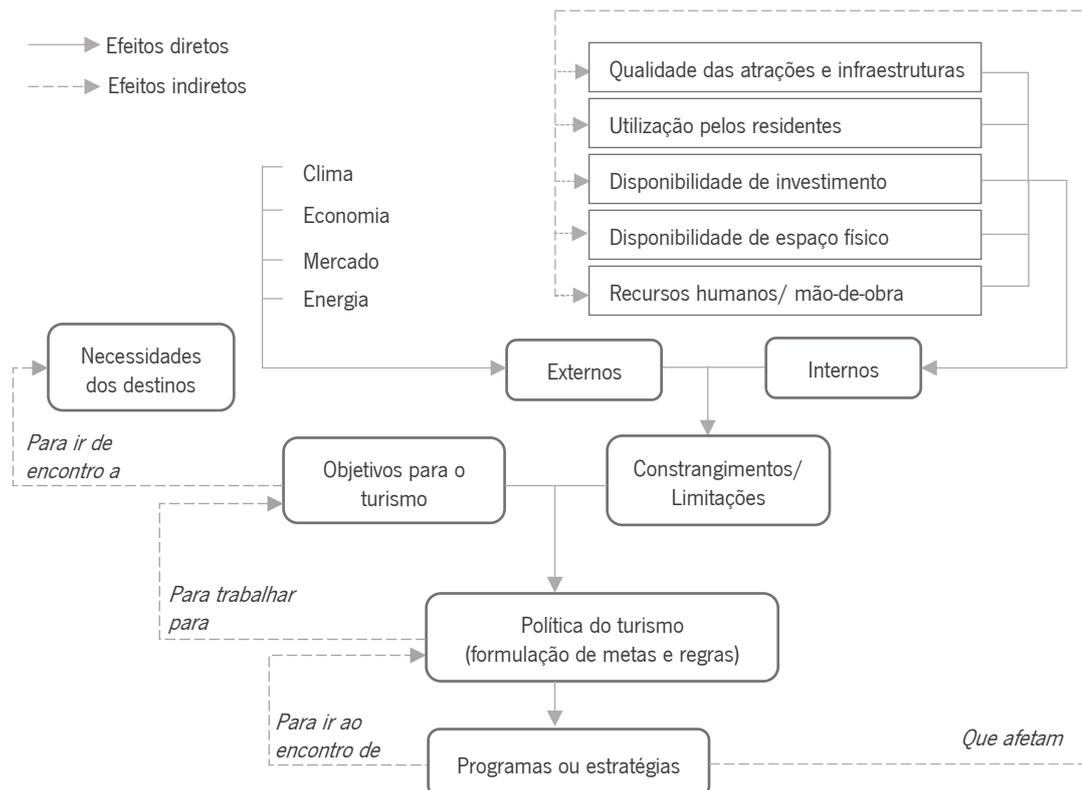


Figura 8. Modelo de planeamento e gestão do destino turístico de Mill & Morrison
 Fonte: Adaptado de Mill & Morrison, 1985.

(vii) Ferreira (2008) identificou, no âmbito do Estudo Estratégico de Desenvolvimento do Turismo em Esposende (EEDTE), dezasseis fases metodológicas para o diagnóstico estratégico de um destino turístico (Figura 9). Para isso, enquadrou as diferentes fases metodológicas em vários momentos de análise (análise da envolvente; análise *pest-a*; análise da procura; análise dos *stakeholders*; análise *swot* e grupos de discussão).

(viii) O modelo “Produto-Espaço” de Costa *et al.* (2013) versa, tal como alguns dos outros modelos, sobre uma visão estratégica do turismo, mas desenvolve, a par dessa, uma visão subalterna aos restantes modelos, que se prende com os efeitos da governança nos destinos turísticos.

De qualquer modo, a gestão do destino turístico deve ser encarada num contexto mais amplo como resultante de um conjunto de contingências, intrínseco ao volume de negócios da atividade turística e ao nível de regulação da organização da mesma.

Weaver (2000) num estudo que aplicou em *Gold Coast*, na Austrália, identificou quatro hipóteses de desenvolvimento (Figura 10): as alternativas deliberadas para o turismo (*Deliberate Alternative Tourism*), as alternativas circunstanciais para o turismo (*Circunstancial Alternative Tourism*), o turismo de massas sustentável (*Sustainable Mass Tourism*) e o turismo de massas não sustentável (*Unsustainable Mass Tourism*). Normalmente,

as situações mais comuns correspondem às alternativas deliberadas para o turismo e ao turismo de massas sustentável, que são as mais desejáveis para o desenvolvimento económico, social e cultural do destino turístico.

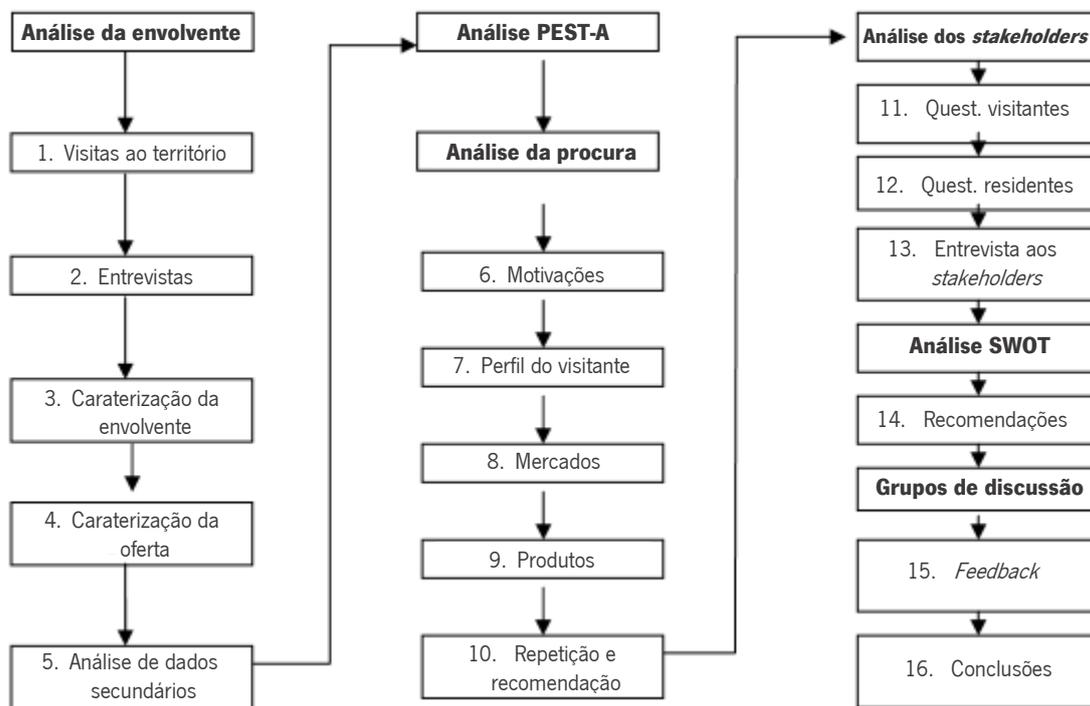


Figura 9. Metodologia proposta para o diagnóstico estratégico de um destino turístico
Fonte: Ferreira, 2008.

Elevado	Alternativas deliberadas para o turismo (ADT)	Turismo de Massas Sustentável (TMS)
Baixo	Alternativa circunstancial para o turismo (ACT)	Turismo de Massas Insustentável (TMI)

Figura 10. Possibilidades de destino
Fonte: Traduzido de Weaver (2000).

Independentemente da hipótese de planeamento que se defina para o território em questão, não se pode defender que o mesmo possa minimizar todos os impactes negativos, maximizar o retorno económico dos destinos turísticos e estimular respostas mais precisas para as comunidades recetoras de turismo, a médio e longo prazo (Hall, 2001). Desta forma, podem ser identificadas cinco abordagens de planeamento em turismo (Getz, 1987; Hall, 2005):

- (i) Uma abordagem para o fomento, que considera o turismo enquanto promotor de um bom uso de recursos culturais e físicos;

(ii) Uma abordagem económica, orientada para a atividade, que valoriza a atividade turística como um meio para a geração de riqueza e criação de emprego;

(iii) Uma abordagem espacial/física, inerente ao controlo da atividade através da consideração das suas características espaciais e ambientais;

(iv) Uma abordagem orientada para a comunidade, que releva o papel da comunidade na experiência turística;

(v) Uma abordagem sustentável do turismo, através da integração dos designios sociais, ambientais e económicos no sistema de planeamento.

De qualquer modo, estas abordagens não são eliminatórias e tão pouco devem ser consideradas de modo isolado (Getz, 1987), mas como um conjunto de abordagens que se complementam entre si. Para que tal seja possível, é necessário atender à atividade turística como um sistema. Mill & Morrison (1985) consideram que o sistema decorre da identificação de quatro partes: o mercado, a viagem, o destino e o *marketing*. De facto, o sistema corresponde a uma intercombinação entre um conjunto de partes que contribuem para a criação de uma atividade turística unitária. O turismo é, pois, considerado um sistema, por descrever as inter-relações entre os diversos setores que permitem a viagem de e para um destino.

Num determinado nível geográfico, podem ser nomeados quatro elementos de base para o sistema turístico: a região geradora – de onde provém o turista e o local onde a viagem turística se inicia e encerra; a região de direção ou de trânsito – corresponde à região turística por onde se deve viajar até se atingir o destino turístico; a região de destino – a região que é alvo da escolha para visitar e onde ocorrem as consequências diretas do sistema; e o ambiente – referente à localização dos fluxos de viagem e interação do turista (Hall, 2008). Ainda assim, esta noção de sistema turístico deve ser considerada básica, até porque pode haver mais do que um destino na rota da viagem do turista. Neste contexto, é natural que outros autores enfatizem outras discussões, nomeadamente as dimensões da oferta e da procura em turismo (*e.g.*, Gunn, 1994; Hall, 2005; Fazenda, Silva & Costa, 2008). Todos os modelos relevam a importância da experiência turística, que ocorre normalmente quando o consumo e a produção coincidem (Hall, 2005).

Note-se que, porém, estas experiências turísticas têm que ser enquadradas numa determinada escala de análise. Apesar de muitas vezes ser uma questão relegada para segundo plano, a escala geográfica é extremamente relevante (Harvey, 1969). No que concerne à escala, podem considerar-se três perspetivas que se distinguem quanto: (i) à escala de cobertura – corresponde à abrangência necessária para a compreensão dos fluxos turístico e sobre o turismo; (ii) à escala de padronização – deve-se à comparação de métodos de coleção de dados idênticos e com áreas de investigação equivalentes e (iii) à escala de ligação – corresponde à conexão entre os vários níveis de escala. Podem identificar-se relações: (1) do mesmo nível – através de relações comparativas; (2) de um nível macro para um nível inferior – utilizado essencialmente para relações contextuais (*e.g.*, a política nacional do

turismo molda o tipo de políticas que devem ser desenvolvidas a uma escala micro) e (3) de um nível micro para uma escala superior – corresponde a uma fase de agregação de relacionamentos que ocorrem autonomamente (e.g., o número de hóspedes registados a nível nacional são o resultado do somatório de todas as partes). O Quadro X distingue três escalas de análise na atividade turística, onde se distinguem os conceitos-chave e os atores públicos e privados intrínsecos.

Quadro X. Escalas de análise do turismo

Escala de análise	Enfoque	Conceitos-chave (comportamento na viagem)	Enfoque do planeamento e política	Conceitos-chave (planeamento e política do turismo)	Atores	
					Público	Privado
Macro (nacional)	Agregação	<ul style="list-style-type: none"> – Distribuição, padrões e fluxos. – Atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> – Estado Nacional. – Estrutura. – Ideologia. 	<ul style="list-style-type: none"> – Interesse nacional e estatal. – Cultura política. – Disposições políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Governo central. – Organismos do governo central. – Grandes empresas públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> – Grandes empresas de transporte aéreo, ferroviário e rodoviário. – Grandes grupos hoteleiros, agentes de viagens e operadores turísticos. – Organizadores de grandes eventos. – Associações empresariais e profissionais de âmbito nacional.
Meso (regional e local)	Combina agregação e análise individual	<ul style="list-style-type: none"> – Mobilidade, fase da viagem, estilo de vida, carreira de viagem. 	<ul style="list-style-type: none"> – Organização. – <i>Decision making</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> – Organizações individuais como atores políticos. – Parceiros políticos. – Redes de política. 	<ul style="list-style-type: none"> – Governo regional. – Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional. – Câmaras municipais. – Empresas municipais. 	<ul style="list-style-type: none"> – Empresas de transporte rodoviário regional e de transporte fluvial. – Organizadores de eventos desportivos, religiosos, etc. – Associações empresariais regionais.
Micro (local)	Individual	<ul style="list-style-type: none"> – Personalidade, estilo de vida. – Motivação, expectativa e satisfação. 	<ul style="list-style-type: none"> – Individual. – Agência. 	<ul style="list-style-type: none"> – Psicologia política. – Personalidade. – Motivações. – Valores políticos individuais. – Atores individuais. 	<ul style="list-style-type: none"> – População local. 	<ul style="list-style-type: none"> – População local. – Hotelaria e restauração. – Agentes de viagens independentes. – Empresas de animação turística. – Organizadores de eventos locais (festas, feiras e romarias).

Fonte: Adaptado de Vieira (2007) e Hall (2008).

Independentemente da escala de análise, a finalidade do planeamento do turismo não deve ser somente reorganizar o setor, tendo em vista o crescimento económico e o lucro, mas sobretudo orientar o seu enfoque para as questões de índole social, nomeadamente a solidariedade, o comprometimento e/ou a reciprocidade (Dencker, 2004). Para Williams (2009), os principais objetivos do planeamento do turismo prendem-se com: (i)

dispor de uma oferta estruturada de equipamentos e infraestruturas de apoio à atividade turística em vastas áreas geográficas; *(ii)* garantir a coordenação dos transportes, alojamento, *marketing* e recursos humanos; *(iii)* intervir para a conservação de recursos e a otimização de benefícios para a comunidade; *(iv)* (re)distribuir os investimentos e benefícios económicos do turismo e *(v)* contribuir para a assunção do significado político da atividade turística, através da integração do turismo num sistema de planeamento.

Burns (1999; 2004) concedeu uma abordagem bipolar para o planeamento turístico onde são apresentadas algumas das suas limitações e contradições. Através do seu contributo, demonstra duas visões alternativas utilizadas comumente na literatura sobre a questão: uma abordagem baseada numa visão economicista, onde se ostenta o turismo como uma atividade resolúvel de todos os problemas e, por outro lado, uma abordagem holística, em que se defende o desenvolvimento sustentável do turismo (Quadro XI).

Quadro XI. Bipolaridades do planeamento turístico

	Abordagem economicista “Turismo primeiro”	Abordagem holística “Desenvolvimento primeiro”
Padrões de desenvolvimento	Crescimento económico e enfoque nas necessidades de produção.	Dualismo, dependência, subdesenvolvimento.
Caraterísticas-chave	Turismo como indústria (desenvolvimento do produto; retorno do investimento).	Turismo como sistema (holístico, redistribuição, desenvolvimento humano sustentável).
Inferências-chave	Turismo como prática consumista, comodificação.	Turismo como cultura/ Cultura como turismo.
Enfoque	Núcleo.	Periferia.
Filosofia subjacente	Globalização conduz à aldeia global, em que GATT e mercados livres possibilitam a distribuição.	Turismo como parte de um pacote para a melhoria das alternativas económicas, possibilitando a distribuição equitativa.
Descrição	Visa a maximização do diferencial do mercado através da familiarização do produto. Produto homogeneizado indiferenciado, depende do núcleo com um foco em objetivos definidos pelos planeadores externos e da indústria internacional do turismo.	Visa um destino independente, diferenciado e com uma dependência mínima do núcleo. Focado em metas de desenvolvimento humano sustentável definido pela população e conhecimento local.

Fonte: Adaptado de Burns, 1999, 2004.

Apesar de serem as abordagens normalmente acolhidas em planeamento turístico, as suas falhas levaram à necessidade de se repensar uma “terceira via”, por forma a contribuir para a integração de todos os atores (entidades públicas e/ou privadas, residentes e visitantes) nas diversas fases do processo. Ainda assim, esta “terceira via” não tem sido acautelada na maioria dos casos (Burns, 2004). De qualquer forma, a maioria dos estudos com ênfase nesta matéria concorda em afirmar que os princípios de equidade, transparência, eficiência, eficácia, integração, equilíbrio, harmonia e integridade cultural e ambiental serão tão mais respeitados, quando existe a cooperação e colaboração entre atores (Inskeep, 1991; Timothy & Tosun, 2003b).

Atendendo a estes pressupostos basilares, Timothy & Tosun (2003b) desenharam um modelo, designado de PIC, onde integraram a participação, o desenvolvimento incremental e a colaboração/cooperação enquanto meios

processuais para o alcance das metas de sustentabilidade em planeamento turístico. Este modelo visa, na sua essência, orientar e não substituir *per se* os processos de planeamento desenvolvidos passo-a-passo. Aliás, os princípios de participação e colaboração devem ser incluídos ao longo de todo o processo.



Figura 11. Princípios de planeamento PIC
Fonte: Adaptado de Timothy & Tosun, 2003b.

Assim sendo, os instrumentos de planeamento do turismo vigentes apresentam uma nova realidade, o que exige respostas mais eficazes, por forma a atender à complexidade das mutações e incertezas e promover um desenvolvimento socioeconómico sustentável (Fonseca & Ramos, 2011).

Por forma a contribuir para o desenvolvimento turístico, considera-se, *grosso modo*, que existem vários elementos que devem ser, sem sombra de dúvidas, acautelados, começando por um bom diagnóstico do território que influenciará significativamente o desenvolvimento futuro do destino (*e.g.*, a utilização de uma análise *SWOT* e *PEST-A*). Não obstante, cada vez mais é necessário, aquando ou após a realização do diagnóstico, o *benchmarking* do destino turístico, por forma a contribuir para a determinação de vantagens comparativas face a outros territórios ou, simplesmente, para se criarem sinergias. Após a definição do plano, a iniciativa de planeamento será tanto melhor, caso seja realizada uma análise prospetiva das concretizações e os seus efeitos económicos, sociais, ambientais e espaciais.

2.3.1. A colaboração na afirmação de estratégias de turismo

A colaboração deriva das premissas das obras do filósofo alemão Habermas, de 1984 e de 1987 (Dredge, 2006). Na atividade turística, o planeamento colaborativo tem os seus primórdios durante a década de 1990 com os

trabalhos de Getz & Jamal (1994) e de Jamal & Getz (1995). Estes autores introduziram uma abordagem de planeamento colaborativo dinâmico baseado na teoria da colaboração.

Desde logo, esta abordagem deve partir de uma delimitação entre as diferenças entre os conceitos de colaboração e cooperação. Se por um lado, a cooperação corresponde a um trabalho conjunto e cooperativo para se atingir um determinado objetivo, a colaboração tem uma esfera mais estrita, e refere-se a um processo flexível e dinâmico, que envolve várias partes autónomas e regendo-se por normas, regras e estruturas compartilhadas na resolução um determinado problema, bem como no estabelecimento de diretrizes para o futuro (Jamal & Getz, 1995; Jamal & Stronza, 2009; Vogt *et al.*, 2016). O processo de colaboração baseia-se em quatro características principais: os interessados são independentes; o processo é construtivo e cumulativo; as decisões são conjuntas; e o resultado do projeto e a decisão advêm da responsabilidade coletiva de todos os envolvidos (Vernon *et al.*, 2005).

As vantagens potenciais que decorrem de processos colaborativos são múltiplas. Em primeiro lugar, a colaboração entre atores facilita, desde logo, a construção de consensos. Segundo, evita custos potenciais associados a eventuais conflitos quando existem contradições entre partes interessadas. Terceiro, o processo será tanto mais colaborativo, quanto maior legitimidade política for dada às partes interessadas durante o processo de decisão. Em quarto lugar, a colaboração determina os efeitos positivos sobre a coordenação de políticas e ações conexas e incrementa a consideração dos impactes potenciais (Bramwell & Sharman, 1999). Com efeito, a colaboração entre partes interessadas tem sido aplicada no domínio do planeamento do turismo em três grandes áreas de investigação: (i) na identificação inicial e o envolvimento dos principais interessados; (ii) na manutenção da colaboração e (iii) na implementação dos *outputs* resultantes do processo colaborativo (Arnaboldi & Spiller, 2011). A colaboração possibilita que o turismo não seja imposto a uma comunidade. Ao invés, a atividade turística é delineada coletivamente e é resultante dos anseios coletivos de atores e população local (Vogt *et al.*, 2016). Tal como refere Robinson (1999), a colaboração não se trata exclusivamente de um mecanismo útil para alcançar práticas mais sustentáveis. Pelo contrário, a colaboração possibilita a integração de uma pluralidade de *stakeholders* de uma certa comunidade (Getz & Jamal, 1994).

2.3.1.1. Os *stakeholders* e a criação de redes e parcerias

Vários investigadores afirmam que o conceito de *stakeholder* (parte interessada) ganhou maior destaque após o lançamento do livro de Freeman (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Sautter & Leisen, 1999; Byrd, Bosley & Dronberger, 2009; García, Gómez & Molina, 2012; Waligo, Clarke & Hawkins, 2013; McComb, Boyd & Boluk, 2016). Freeman (1984) defendeu no seu trabalho que, numa organização, os *stakeholders* correspondem a qualquer grupo ou indivíduo que possa afetar ou ser afetado pelos objetivos dessa organização. De um modo global, podem distinguir-se, na atividade turística, quatro principais perspetivas dos *stakeholders*: os residentes, as organizações governamentais locais, os empresários e os turistas. A integração dos diferentes *stakeholders* no desenvolvimento de uma certa estratégia torna o processo de atividade turística mais integrativo,

considerando, que na maior parte das vezes, existem diferenças vincadas entre as opiniões dos diferentes grupos (Byrd *et al.*, 2009).

Os estudos realizados em turismo vêm sublinhando constantemente a necessidade da colaboração dos *stakeholders* para que se possa configurar produtos turísticos bem-sucedidos (Wang & Fesenmaier, 2007). Outros valorizam a importância do estabelecimento de redes e parcerias entre eles (Dredge, 2006; Scott, Cooper & Baggio, 2008) para a construção das estratégias de criação de produtos e para a estratégia de *marketing* do destino.

Para que a colaboração dos atores possa acontecer, é crucial que os atores locais acreditem que podem retirar benefícios do desenvolvimento da atividade, ou seja, é fundamental que haja a expectativa da melhoria da qualidade de vida da população. A colaboração entre os atores deve ocorrer a dois níveis: intra-destino, que corresponde à concepção de estratégias que levam à integração dos diversos atores ao nível local; e inter-destino, que consiste na integração de atores regionais igualmente interessados no incremento da indústria turística (Wang & Fesenmaier, 2007).

Para a definição das estratégias a desenvolver nos destinos turísticos, importa ter presente três dimensões fundamentais (Figura 12): os atores, as relações e os recursos (Scott *et al.*, 2008). Os atores estabelecem conexões entre si, no sentido de trocarem recursos, informações e atividades que facilitam o processo.

Num determinado destino turístico, existem vários atores, sendo que a sua dimensão e função contribuem para a heterogeneidade dos mesmos. Estes colaboram entre si (de forma estruturada ou não) e tentam dar respostas diretas que contribuam para a competitividade de um destino. Por sua vez, os recursos materializam-se em conhecimento, capital ou informação que sejam detidos pelos atores de um determinado destino.

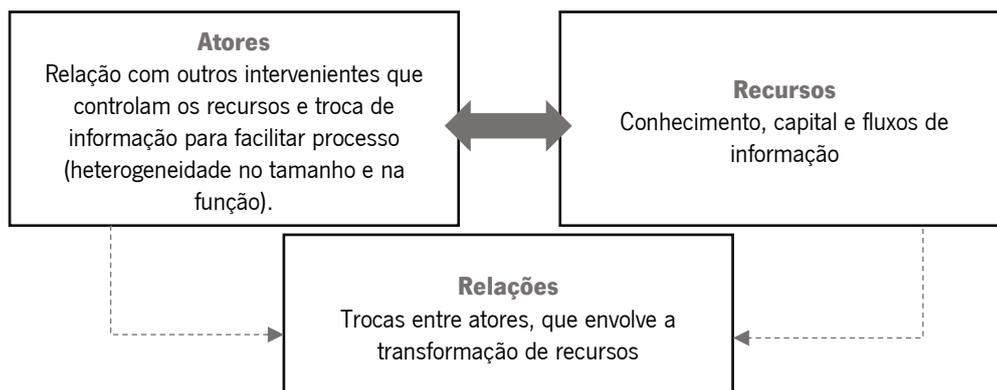


Figura 12. Dimensões fundamentais numa estratégia de desenvolvimento de um destino turístico

Fonte: Elaboração própria, com base em Scott, 2008.

A relação entre os intervenientes locais e a transformação dos recursos, constitui um terceiro elemento. A relação entre ambos permite definir as redes (*networks*), que são, normalmente, determinadas por ligações que se identificam entre pessoas, objetivos e eventos (Scott *et al.*, 2008). À luz das teorias de desenvolvimento neo-

endógeno, as redes surgem nas estratégias de turismo como abordagens mais equilibradas de desenvolvimento, designadamente em áreas rurais, possibilitando a combinação de princípios *bottom-up* e *top-down*, e o estabelecimento de parcerias entre os setores públicos e privados. Estas parcerias possibilitam que o turismo nestas áreas rurais se concentre, eficazmente, sobre os seus valores económicos, ambientais e culturais distintivos (Haven-Tang & Sedgley, 2014). De qualquer modo, é necessário incentivar uma intervenção concentrada nas pessoas, em detrimento de uma atuação centrada no planeamento, atendendo a que uma operação baseada nas pessoas tende a reunir mais benefícios. Ressalve-se, por exemplo, a possibilidade de aumentar a confiança da população local, de fomentar a coletividade e de realçar as necessidades e as capacidades de gestão local (Bramwell, 2014). A capacidade de participação dos *stakeholders* no desenvolvimento de práticas turísticas sustentáveis tem que ser inferida em função dos níveis de literacia ou da compreensão do significado de sustentabilidade dos vários intervenientes (Hatipoglu, Alvarez & Ertuna, 2016). A falta de conhecimento por parte da comunidade local pode resultar na perda de controlo sob os processos de planeamento e influenciar negativamente o desenvolvimento da atividade turística (Moscardo, 2011).

A necessidade de haver plataformas de conhecimento dentro de uma estrutura institucional ou de promover a aquisição de conhecimento torna fundamental considerar múltiplas técnicas de auscultação dos *stakeholders* no processo de planeamento em turismo, que incluem *drop-in centres*, sessões técnicas de grupo, questionários de opinião aplicados ao cidadão, *focus group*, inquéritos por entrevista e reuniões para a construção de consensos (Yüksel, Bramwell & Yüksel, 2005). A técnica selecionada para o efeito deve ser aquela que melhor se adegue aos objetivos que se pretendem atingir (Yüksel, Bramwell & Yüksel, 2005).

A investigação empírica que tem recorrido aos *stakeholders* procura sobretudo recolher um conjunto de resultados e de alternativas que possam dar corpo a um conjunto de produtos identitários do destino, que, obviamente, suscitem a respetiva atratividade. Por exemplo, em Ponte de Lima (Portugal), Mota, Remoaldo & Cadima Ribeiro (2012) referem-se à criatividade como uma aposta para a diversificação turística, assente na multiplicidade de recursos existentes no município. Por sua vez, uma investigação aplicada aos municípios de Covilhã e Seia, em 2013, retirou como principais ilações a necessidade de se criar uma rede de *stakeholders* turísticos que estabeleçam relações de complementaridade, algo que já se verificava em ambos os municípios ao nível intramunicipal (85% dos entrevistados no município da Covilhã e 81,6% no município de Seia consideravam que os atores locais estabeleciam relações de cooperação), mas não entre os dois referidos municípios vizinhos (Pais & Vaz, 2014).

Scott *et al.* (2008) estudaram a rede de *stakeholders* em quatro destinos australianos com diferentes níveis de coesão e defenderam o uso da técnica designada *split-run* (técnica de análise de publicidade para vários anúncios distintos de um mesmo produto) como a mais eficaz para determinar o sucesso da publicidade para a oferta estruturada e coesa dos destinos. Por seu turno, Wang & Ap (2013) entendem que a cooperação entre as organizações governamentais é a chave para uma política de turismo eficaz. No entanto, no estudo de caso

desenvolvido na China, os autores consideraram que o sistema de governo centralizado colocava dificuldades à implementação das políticas de turismo.

Num estudo realizado por Wilson *et al.* (2001), em que se optou pelo *focus group* como metodologia, comprovou-se a necessidade de uma liderança assertiva, que suportasse as decisões locais da participação, bem como o recurso a estratégias de planeamento, de coordenação e de cooperação entre os *stakeholders* no que se referia às decisões a tomar a nível local.

Deve, então, considerar-se o desenvolvimento do turismo rural sustentável como resultado de uma relação entre os principais *stakeholders*, nomeadamente a comunidade local, os investidores estrangeiros e os turistas. Desde logo, é fulcral que a ruralidade seja preservada na sua integridade. Não menos relevante, é a necessidade de uma partilha de oportunidades em toda a comunidade local, de os investidores estrangeiros retirarem benefícios da economia à escala local e, por seu turno, dos turistas fruírem de uma experiência turística de elevada qualidade (Zou, Huang & Ding, 2014).

2.3.1.2. O envolvimento da comunidade no desenvolvimento da atividade turística

A integração da comunidade nos propósitos de desenvolvimento do turismo remonta à década de 1970, associada ao interesse redobrado por práticas de turismo alternativas, designadamente inerentes às diretrizes lançadas por instituições internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU) (Dodds, Ali & Galaski, 2016). Ressalve-se que até 1970 incrementaram-se as viagens internacionais, integradas em operações de larga escala, com o envolvimento de múltiplos operadores, designadamente as agências de viagens, os hotéis ou a aviação comercial, contribuindo para a afirmação de um turismo de grande escala ou turismo de massas (Vareiro, 2008; Pereira, 2014).

Em razão da importância económica associada ao turismo e pelo facto de este se ter expandido de uma forma caótica, obrigou as várias entidades a criar novas dimensões em termos de ordenamento do território, economia, sociedade e ecologia (Cunha, 2013; Costa, 2014). Ainda assim, o surgimento de políticas e instrumentos que valorizavam a inclusão dos anseios e opiniões das comunidades locais apenas se afirmou durante a década de 1990, quando se instrumentalizou uma abordagem holística para o desenvolvimento do turismo sustentável (Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Costa, 2014). Com a assunção de uma política baseada em princípios da governança, o turismo adotou novos padrões de desenvolvimento, assentes na perspetiva comunitária.

O polimorfismo do termo comunidade, próprio de uma utilização em vários ramos da ciência (*e.g.*, Biologia, Sociologia, Antropologia ou Psicologia), obriga a pensar sobre o conceito à luz daquilo que são os processos políticos e sociais, que ocorrem no seio de uma determinada localização geográfica (Dalby & Mackenzie, 1997). Por outro lado, o conceito de comunidade tem que ser visto pela sua contraposição, em termos diacrónicos e concetuais ao de sociedade, porque se a “comunidade” se caracteriza por relações face a face, personalizadas e

com algum sentimento, a “sociedade” caracteriza-se pela impessoalidade e segmentação, baseada num processo associativo e contratual (Silva, 2012). Ao nível conceitual, o termo comunidade pode, então, ser usado para descrever os residentes de uma determinada localidade ou um grupo particular de pessoas de um certo espaço geográfico, que partilham dos mesmos ideais (Storey, 1999). Este autor menciona que, embora numa comunidade se possam verificar interesses e/ou valores partilhados, designadamente a própria residência, isso não significa que, inequivocamente, esta comunidade partilhe dos mesmos interesses ou opiniões. Assim, o termo comunidade parece envolver os próprios interesses ou opiniões partilhadas por um conjunto de pessoas.

Uma das noções mais relevantes em relação ao desenvolvimento do turismo em comunidade é o de *community-based tourism* (CBT) ou Turismo de Base Comunitária (TBC). Na prática, o conceito está inerente à participação e *empowerment* dos residentes no planeamento, no desenvolvimento e na gestão dos impactos do turismo, com a finalidade de seguir uma estratégia que potencie as capacidades e mitigue as debilidades da comunidade local (Timothy & Tosun, 2003a; Fernandes, 2012; Ndivo & Cantoni, 2016; Ruiz-Ballesteros & Cáceres-Feria, 2016).

O tipo, a forma e o contexto em que envolvimento da comunidade é aplicado varia exponencialmente, contribuindo para situações bem distintas de implementação da atividade turística. Desde logo, porque esta atividade é de âmbito global (em função da dimensão da procura), e, por outro lado, porque a organização, a gestão e os benefícios alcançáveis têm basicamente uma extensão local (em função da dimensão da oferta). Estes benefícios podem ser mais relevantes nas áreas rurais, visto que continuam a persistir algumas estruturas comunitárias mais coesas e mantêm-se meios de subsistência tradicionais (Le, Weaver & Lawton, 2016).

Apesar dos sucessivos projetos de turismo de base comunitária levados a cabo pelas ONG's e organizações governamentais, continuam a persistir problemas associados à identificação das vantagens operativas destes projetos a nível individual (Weaver, 2010). Mais ainda, as comunidades nem sempre retiram benefícios destas estratégias assentes nestes modelos *bottom-up*. Blackstock (2005) considera que o TBC apresenta várias fragilidades, tais como: (i) a intenção de desenvolver a médio prazo uma indústria turística rentável sobrepõe-se ao propósito de capacitar o desenvolvimento das comunidades locais; (ii) as comunidades são vistas como unidades homogéneas, ao invés de se considerar as dissemelhanças causadas por vontades e anseios distintos; e (iii) existem restrições externas, intrínsecas aos imperativos económicos e a uma agenda neoliberal, que coloca várias limitações à ação local, à autonomia e à justiça social.

Ipso facto, o êxito do desenvolvimento do turismo baseado na comunidade é dependente do modo como o poder local controla as ações e administra a prestação de contas. O fortalecimento da comunidade pode ser alcançado através do reforço do seu poder e de responsabilidades na tomada de decisão (Fernandes, 2012). Além disso, o desenvolvimento turístico em áreas rurais só permitirá a melhoria das condições socioeconómicas da comunidade, no caso da estratégia turística definida ser ecuménica aos interesses de todos. Note-se, por exemplo, que a atitude dos residentes é fundamental para a construção de experiências turísticas mais sustentáveis e de qualidade para os visitantes (Ap, 1992; Choi & Murray, 2010).

2.3.1.3. A integração da perspectiva dos residentes no desenvolvimento do turismo e a percepção dos impactes

Importa começar por referir que, na literatura, é amplamente utilizado o termo “percepções” dos residentes (Ap, 1992; Byrd *et al.*, 2009; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013; Garau-Vadell, Díaz-Armas & Gutierrez-Taño, 2014; Almeida-García *et al.*, 2016), embora outros autores se refiram a “atitudes” (Andereck & Vogt, 2000; Ribeiro, Valle & Silva, 2013; Almeida-García, Vázquez & Macías, 2015), a “opiniões” (Davis, Allen & Cosenza, 1988; Williams & Lawson, 2001) e outros ainda a “reações” (Jurovski, Uysal & Williams, 1997; Fredline & Faulkner, 2000). A diferença entre ambos os vocábulos é uma questão de semasiologia. Na realidade, o que se procura na maioria dos estudos é perceber o que os residentes pensam sobre o turismo e os seus impactes. Para isso, as percepções do turismo podem diferenciar-se em duas grandes abordagens, conquanto ambos os aspetos sejam coadunáveis: (i) o recurso a testes de identificação de variáveis que podem determinar ou prever as percepções dos residentes e (ii) o emprego da segmentação dos residentes, em concordância com o seu nível de apoio ao turismo (Sharpley, 2014).

A integração deste tipo de análise em turismo remonta ao final da década de 1970 (*e.g.*, Pizam, 1978), a partir da qual as percepções ou atitudes do turismo por parte dos residentes se assumem como um tópico relativamente importante para o desenvolvimento de estratégias para a atividade turística. Na prática, isto resulta numa diversidade de estudos sobre esta questão (Vargas-Sánchez, Porrás-Bueno & Plaza-Mejía, 2011; Nunkoo & Gursoy, 2012), quando a sua importância se redobra pelo facto de uma posição menos favorável à prossecução dos interesses turísticos por parte dos residentes ter efeitos negativos sobre as ações dos restantes *stakeholders*, designadamente de entidades governamentais e do comércio local em áreas mais frágeis ou de permanente contacto entre turistas e residentes (Garau-Vadell *et al.*, 2014).

Com base nestes pressupostos, os estudos efetuados sobre a perspectiva dos residentes em turismo fundamentam-se, de um modo global, em três teorias principais (Garau-Vadell *et al.*, 2014).

(i) A “Teoria das Representações Sociais” (*Social Representations Theory*), que descreve e explica a complexidade dos estímulos dentro de um certo ambiente social e físico. Numa sociedade, as representações sociais correspondem a construções organizacionais que determinam como as pessoas agem no seu quotidiano e em termos de ideias, valores e conhecimento gerados na própria comunidade (Sharpley, 2014; Suess & Mody, 2016). Normalmente, esta teoria recorre à análise de *clusters*, pelo simples facto de procurar consensos entre grupos de residentes (Sharpley, 2014). Todavia, devem julgar-se algumas das fragilidades, designadamente pelo carácter ambíguo das percepções, a ausência de limites claros, bem como pela dificuldade redobrada no estabelecimento de consensos (Garau-Vadell *et al.*, 2014; Sharpley, 2014; Woosnam & Aleshinloye, 2012).

(ii) A “Teoria de Ligação à Comunidade” (*Community Attachment Theory*) considera que os residentes percebem os impactes conforme a sua ligação ao grupo. Em turismo, a utilização da variável de período

de residência tem sido recorrentemente utilizada em várias investigações realizadas até ao momento (*e.g.*, Sheldon & Var, 1984; Um & Crompton, 1990; McCool & Martin, 1994; Wang & Pfister, 2008; Woosnam & Aleshinloye, 2012). A própria participação em organizações cívicas pode ser uma variável utilizada para a medição das atitudes em relação ao turismo (Wang & Pfister, 2008). Ainda assim, esta teoria tem sido criticada por ser parcial e não ter em conta outros aspetos que podem ser relevantes para a influência das perceções dos residentes (Garau-Vadell *et al.*, 2014).

(iii) A “Teoria da Troca Social” (*Social Exchange Theory* - SET) visa atender ao processo de interação ou de troca de recursos físicos e simbólicos entre um grupo de pessoas. O SET baseia-se, deste modo, numa premissa central com três componentes principais de benefícios, custos e recursos, onde o comportamento humano ou a interação social é responsável pela troca dos recursos materiais e imateriais (Kosmaczewska, Thomas & Dias, 2015). No processo de turismo, corresponde a um processo de negociação entre os turistas e residentes, atendendo a que devem ser otimizados os benefícios provenientes do encontro entre ambas as partes (Sharpley, 2014; Styliadis *et al.*, 2014). Na sua essência, *residents seek benefits of tourism in the exchange process for something they consider to be approximately equal to the benefits they received* (Ap, 1992: 21). Apesar de ser a teoria mais comumente utilizada na literatura sobre a perceção de residentes, há várias limitações que devem ser apontadas: (1) a racionalidade e o processamento de informação pelos residentes alteram as construções sociais; (2) o conhecimento do indivíduo resulta da absorção de premissas sociais e não tende a derivar da sua experiência pessoal e (3) a perceção é formada de acordo com um contexto sociocultural e histórico mais amplo. Portanto, isto significa que a Teoria da Troca Social pode ser considerada como demasiado simplista para avaliar a realidade (Sharpley, 2014).

Embora nesta investigação se salientem estas teorias, existem outras defendidas por outros investigadores, tais como: a “Teoria da Resistência” (*e.g.*, Chhabra, 2010); a “Teoria dos *Stakeholders*” (*e.g.*, Nicholas, Thapa & Ko, 2009); a “Teoria da Dependência” (*e.g.*, Lepp, 2008); a “Teoria da Construção Social” (*e.g.*, Lawton, 2005); a “Teoria das Atitudes” (*e.g.*, Kwon & Vogt, 2010) e a “Teoria da Ação Fundamentada” (*Theory of Reasoned Action* - *e.g.*, Lepp, 2007).

Independentemente do emprego de quaisquer destas teorias, um estudo recente de Sharpley (2014), relativamente à revisão da literatura sobre a perceção dos residentes, revela que este tópico tem assumido uma proeminência crescente na agenda de investigação das últimas duas décadas. Ainda assim, apesar do crescimento na produção científica, continuam a presenciar-se debilidades teóricas, metodológicas e empíricas, o que possibilita a abertura a novos enfoques de análise (Kosmaczewska, Thomas & Dias, 2015). Porém, o facto de as atitudes dos residentes serem afetadas pelo desenvolvimento da atividade turística, e, mais significativo, o facto de se diferenciarem conforme a perceção do fenómeno, influenciam o modo como esta indústria é (re)definida no contexto do planeamento e desenvolvimento sustentável (Ap, 1992; Dyer *et al.*, 2007). Geralmente, os turistas

são relutantes em visitar locais onde não sentem que são bem-vindos (Yoon, Gursoy & Chen, 1999) e isso motiva uma especial atenção por parte dos planeadores da atividade turística.

Ainda assim, note-se que é difícil controlar o apoio ou a oposição à atividade turística com base em intenções comportamentais (Nunkoo & Gursoy, 2012). Uma exceção relevante a esta tendência prende-se com a investigação de Carmichael (2000). Este estudo relaciona as atitudes com os comportamentos, considerando o modo como as atitudes positivas ou negativas se refletem posteriormente numa intervenção ativa ou inativa dos residentes.

Em grande parte, as relações dos residentes com a atividade turística e os turistas pode ser tipificada em: *(i)* a situação em que ambas as partes saem beneficiadas (a mais desejável e favorável à prossecução de ambos os interesses); *(ii)* o caso que a comunidade beneficia, mas o setor turístico não acompanha (situação pouco frequente); *(iii)* a situação em que o desenvolvimento da indústria do turismo não é acompanhada por repercussões na comunidade (situação frequente) e *(iv)* a situação em que ambas as partes são lesadas, que ocorre quando os destinos turísticos entram num estágio de declínio (Singh, 2011 - Figura 13).

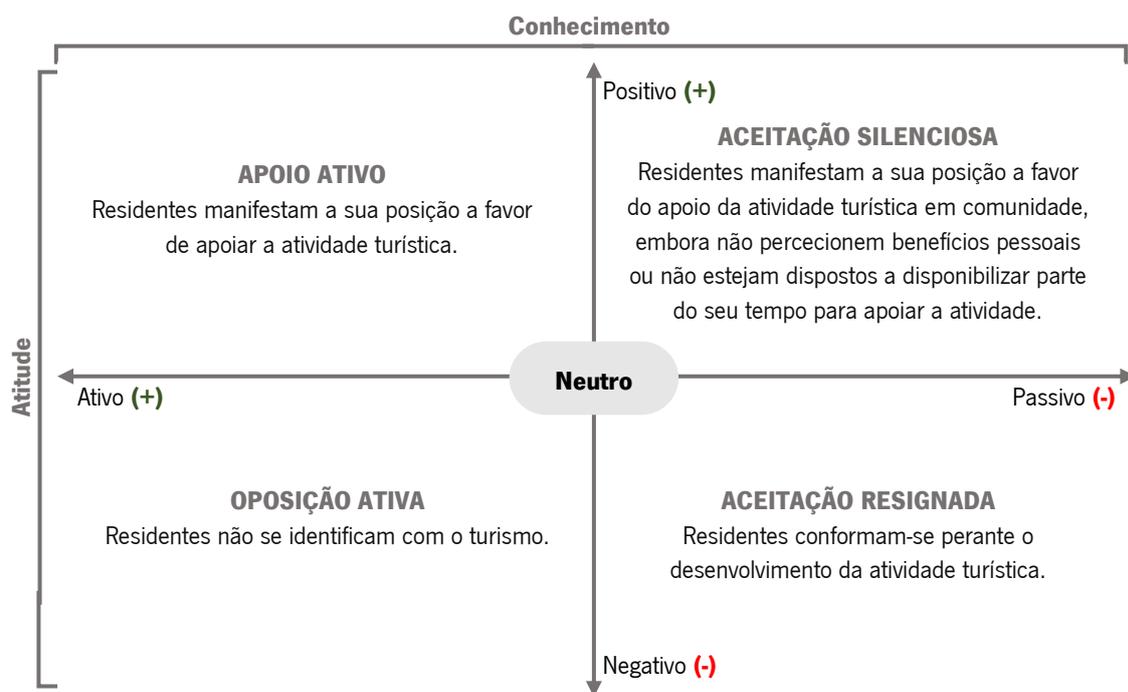


Figura 13. Atitudes e conhecimentos dos residentes em turismo
Fonte: Adaptado de Carmichael (2000).

Entre as principais conclusões deste estudo, destacam-se: *(i)* as atitudes que não são positivas, nem negativas, mas sim neutras, normalmente, não geram ações subsequentes; *(ii)* se por um lado, alguns dos que apoiam o desenvolvimento do turismo tendem a apoiá-lo silenciosamente, há outros que, muitas das vezes, expressam atitudes negativas, mas aceitam o turismo de forma resignada. De facto, isto demonstra que nem sempre as atitudes negativas dos residentes implicam que os mesmos desapoiem ou reajam antagonicamente ao desenvolvimento do turismo. No entanto, isto não significa que a sua atitude se perpetue ao longo do tempo.

Portanto, o desenvolvimento não pode (nem deve) ocorrer de forma isolada. Ao invés, deve favorecer-se o recurso a análises longitudinais do destino turístico (Carmichael, 2000) e deve assumir-se que a atividade turística decorre em ambientes específicos, onde o apoio dos residentes é fundamental para a consecução de estratégias de desenvolvimento do turismo. A inclusão das comunidades locais em fase inicial do desenvolvimento da atividade turística é, assim, basilar, por forma a monitorizar a opinião dos residentes no desenvolvimento de projetos turísticos mais inclusivos (Dyer *et al.*, 2007). Em particular, as perceções e atitudes dos residentes podem maximizar os benefícios e minorar os impactos negativos resultantes do desenvolvimento do turismo (Vargas-Sánchez, Porras-Bueno & Plaza-Mejía, 2011; Stylidis *et al.*, 2014).

A noção de impactos na atividade turística tem adquirido maior peso na literatura científica ao longo dos últimos 30 anos. Tal como foi inferido anteriormente, a principal razão para o crescente interesse neste tipo de estudos é a consciência de que o desenvolvimento do turismo tem efeitos positivos e negativos a nível local e que a mitigação dos impactos na comunidade em que se inscreve pode contribuir para práticas mais sustentáveis de turismo (Almeida-García *et al.*, 2016). Outra razão que sustenta a relevância dos impactos na literatura referente à perceção de residentes relaciona-se com o facto de, por exemplo, as opiniões negativas sobre o turismo poderem obstruir o desenvolvimento e a sustentabilidade do turismo (Butler, 1980; Ap, 1992).

É, neste sentido, que a própria visão sobre os impactos evoluiu em concordância com a integração dos residentes. Ao passo que em 1960 as investigações se desenvolviam em torno dos impactos positivos do turismo, os anos de 1970 foram marcados pela consideração dos impactos negativos. Já na década de 1980, os impactos do turismo assumiram uma focagem mais equilibrada (Andereck & Vogt, 2000).

De qualquer modo, a evolução do quadro de investigação permitiu o alcance de consenso em dois aspetos. Apesar de se tratarem de termos compreensíveis, podem diferenciar-se três grupos de impactos de turismo: económicos, socioculturais e ambientais, aos quais se relaciona o discernimento negativo ou positivo dos seus efeitos (Remoaldo, Duque & Cadima Ribeiro, 2015; Almeida-García *et al.*, 2016).

Os impactos económicos da atividade turística são, como já houve oportunidade de mencionar anteriormente, aqueles que mais atraíram até à data a atenção dos investigadores em diversas áreas de investigação e os que, efetivamente, mais afetaram a perceção dos residentes. Aliás, se os residentes retiram benefícios positivos da atividade turística, tendem a ter atitudes positivas face à atividade económica (Nunkoo & Ramkissoon, 2011; Almeida-García, Vázquez & Macías, 2015; Muresan *et al.*, 2016). Do lado positivo, o turismo está associado à criação de oportunidades de emprego para os residentes (Davis, Allen & Cosenza, 1988; Dyer *et al.*, 2007; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013), à melhoria da economia local (Perdue, Long & Allen, 1990), à criação de rendimentos, à melhoria dos padrões de vida (Pizam, 1978) e à conceção de novos negócios e investimentos públicos e/ou privados (Dyer *et al.*, 2007). No entanto, um dos principais aspetos negativos do turismo está relacionado com a sazonalidade. A este propósito, a atividade turística obriga os residentes a lidarem com a irregularidade laboral intra-anual (Almeida-García, Vázquez & Macías, 2015).

De um modo global, a avaliação deste grupo de impactes por parte dos residentes é geralmente positiva, atendendo a que os mesmos reconhecem na indústria turística a capacidade de enriquecer o tecido da economia local. Por este facto, a maior parte dos estudos verificaram uma correlação positiva entre os benefícios em ganhos económicos e as atitudes positivas em relação ao turismo (Dyer *et al.*, 2007). Ainda assim, Johnson, Snepenger & Akis (1994) constataram que os residentes percecionavam o turismo como uma atividade que oferece salários baixos e empregos de baixa qualidade.

Não obstante, o turismo tem efeitos sobre as características socioculturais, afetando os costumes, as crenças, os valores e os hábitos dos residentes de um determinado destino turístico. De facto, a interação entre os residentes e os turistas resulta normalmente em novas oportunidades socioculturais, pese embora poder sucederem-se, de quando em vez, sentimentos de angústia e pressão, o que ameaça a sua identidade e realidade sociocultural (Almeida-García, Vázquez & Macías, 2015). Entre os principais elementos que têm tido uma influência positiva sobre os residentes, destacam-se as oportunidades para atividades de lazer (Andereck & Vogt, 2000), o estímulo das atividades culturais, o aumento do interesse pela manutenção e preservação dos locais históricos e arqueológicos e o aumento do orgulho e da identidade cultural.

Dyer *et al.* (2007) reconhecem o turismo como promotor do intercâmbio cultural entre os residentes e turistas. Ainda assim, há aspetos negativos relacionados com o congestionamento do tráfego (Perdue, Long & Allen, 1990; Johnson, Snepenger & Akis, 1994; Dyer *et al.*, 2007; Remoaldo, Duque & Cadima Ribeiro, 2015), a criminalidade (Perdue, Long & Allen, 1990; Remoaldo, Duque & Cadima Ribeiro, 2015) e pode também criar ou exacerbar problemas relacionados com o consumo de drogas, álcool e a prostituição (Diedrich & García-Buades, 2009; Almeida-García *et al.*, 2016).

Na realidade, destacam-se algumas simbioses no modo como os residentes tendem a perceber os impactes socioculturais, tendo em conta que existem estudos que avaliam positivamente os impactes socioculturais e apoiam o turismo, e vários autores sugerem que o desenvolvimento turístico pode trazer benefícios para a comunidade de acolhimento, mas também custos sociais. Portanto, o que isto significa é que os impactes socioculturais do turismo serão, em maior ou menor grau, influenciados pelo contexto em que se desenvolve a atividade turística (Almeida-García, Vázquez & Macías, 2015).

O turismo pode ser também a razão principal para se proteger e preservar recursos locais, ou, em vez disso, contribuir para a sua deterioração e para o aumento da sua fragilidade. Considere-se o facto de nas áreas rurais, as condições ambientais e naturais constituírem os principais elementos a preservar. De qualquer forma, quer em meios rurais, quer urbanos, os turistas tendem a ajudar a preservar os recursos naturais. Em alguns estudos, os residentes reconhecem que o turismo pode aumentar significativamente a produção de resíduos (Remoaldo, Duque & Cadima Ribeiro, 2015) e a poluição. Contudo, os residentes tendem a sobrevalorizar os efeitos económicos diretos sobre a sua qualidade de vida, ao considerarem que as condições ambientais não são tão

importantes para garantir uma manutenção ou melhoria dos seus padrões de vida (Almeida-García, Vázquez & Macías, 2015).

O modo como os residentes percebem os impactos do turismo é igualmente resultado do grau de satisfação com a comunidade, sendo uma componente fundamental para o desenvolvimento e planeamento da atividade turística (Kim, Uysal & Sirgy, 2013). São vários os estudos em que se demonstra que os residentes satisfeitos com a sua comunidade são mais propensos a perceber os impactos positivos do turismo (Vargas-Sánchez, Plaza-Mejía & Porras-Bueno, 2009; Nunkoo & Ramkissoon, 2010). Portanto, a perspectiva dos residentes apresenta normalmente um padrão conforme o tipo de variáveis empregues.

Variáveis dissecadas em estudos sobre as atitudes dos residentes

As atitudes dos residentes têm sido objeto de vários estudos e a comunidade científica tem-se concentrado na análise dos principais fatores que influenciam o seu comportamento. Neste sentido, uma parte significativa das investigações realizadas até ao momento procura identificar, medir e comparar as variáveis, por forma a prever as respostas dos residentes relativamente à atividade turística (Sharpley, 2014; Almeida-García *et al.*, 2016). Para fazer face à diversidade de variáveis identificadas e exploradas, há várias tentativas para categorizar as variáveis em grandes grupos (*e.g.*, Harrill, 2004; Deery, Jago & Fredline, 2012; Sharpley, 2014).

A categorização proposta por Sharpley (2014) acrescenta valor à dicotomia entre fatores extrínsecos e intrínsecos, proposta por Faulkner & Tideswell (1997). Tendo como referência vários estudos que utilizaram modelos, como o ciclo de vida do destino de Butler (1980), o *Irridex* de Doxey (1975) e a “Teoria da Troca Social” (SET) descrita no estudo de Ap (1992), Faulkner & Tideswell (1997) consideraram estas duas grandes dimensões na interface entre o desenvolvimento do turismo e a comunidade. Deste modo, ao passo que a primeira dimensão (extrínseca) se refere a algumas características do destino turístico, designadamente a fase e natureza do desenvolvimento, a relação entre os turistas e residentes, a sazonalidade e o tipo de turistas que recebe o local, a segunda dimensão (intrínseca) lida com os aspetos da comunidade de acolhimento, tais como as características socioeconómicas, o envolvimento na comunidade, o período de residência e a proximidade da atividade turística à área de residência (Figura 14).

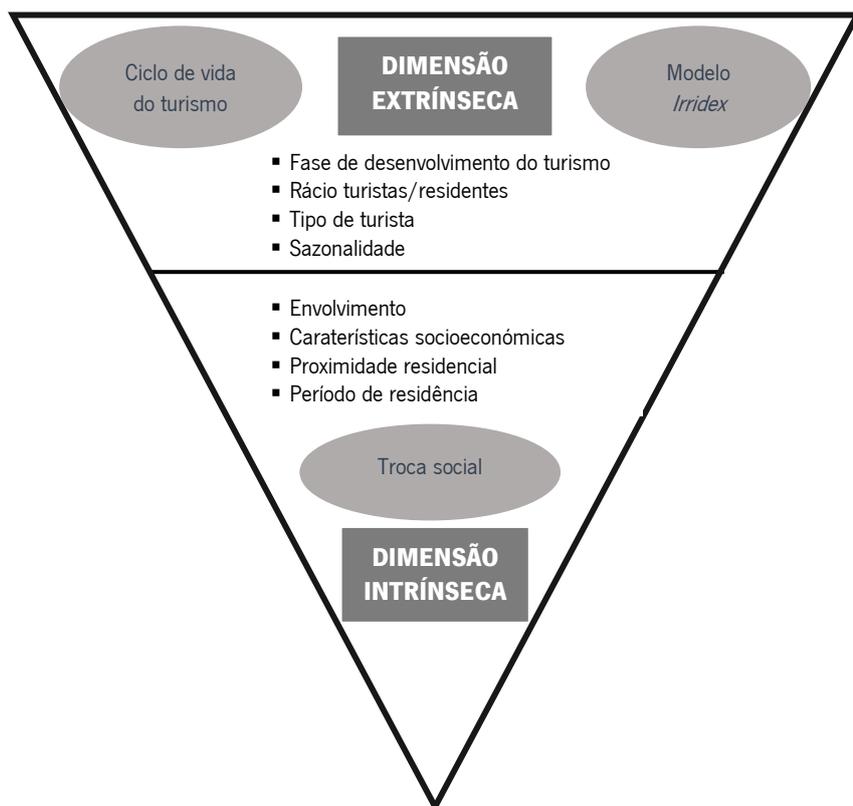


Figura 14. Análise dos impactes do turismo
 Fonte: Adaptado de Faulkner & Tideswell (1997).

Com base nestas dimensões, facilmente se enquadram, em maior ou menor grau, uma lista de referências bibliográficas preconizada por Sharpley (2014) e com algumas adições, entretanto feitas, no decurso da presente investigação. Deste modo, o Quadro XII serve para resumir a diversidade de variáveis, que sintetizam o modo como se interpretam as percepções dos residentes. Da análise da literatura, reconhece-se que o desenvolvimento da atividade turística tende a incrementar a dependência económica relativamente ao setor e que têm sido muito poucas as relações identificadas entre as variáveis independentes e as atitudes dos residentes. De igual modo, a percepção e a atitude dos residentes têm que ser calculadas com alguma prudência, considerando-se o facto deste tipo de estudos não conseguir particularizar as individualidades dos residentes. Mesmo nos casos em que se privilegia uma segmentação de subconjuntos de amostras populacionais, onde se procura essencialmente desagregar padrões dos indivíduos, não se cuida de particularizar as opiniões dos residentes, mas compatibilizar características contíguas entre os mesmos.

Segmentação da percepção dos residentes

A utilização da segmentação da percepção dos residentes encontra-se, atualmente, ainda numa fase de amadurecimento. Num estudo recente, Nunkoo, Smith & Ramkissoon (2013) analisaram os artigos sobre a percepção dos residentes publicados nas revistas *Annals of Tourism Research*, *Tourism Management* e *Journal of Travel Research*, entre 1984 e 2010, e que têm sido as de maior fator de impacto. Algumas das conclusões mais relevantes do estudo prendem-se com o seguinte: foram registadas 140 publicações sobre as percepções dos

residentes e 72,1% destes artigos têm uma natureza quantitativa. Desta sùmula, 8% utilizou como método privilegiado de investigação a análise de *clusters*, sendo que a maior parte dos estudos que recorreram a esta técnica sucederam-se ao período pós-2000. Deste modo, é possível afirmar que há já um corpo teórico substancial para a segmentação das opiniões dos residentes sobre a atividade turística, com base em análise de *clusters* (Davis, Allen & Cosenza, 1988; Fredline & Faulkner, 2000; Weaver & Lawton, 2001; Williams & Lawson, 2001; Brida, Osti & Barquet, 2010; McDowall & Choi, 2010; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013).

O Quadro XIII sintetiza uma sùrie de estudos sobre a perceção de residentes com base nas análises de segmentação. Todos os estudos refletem o contexto, os objetivos e os instrumentos utilizados para esta medição (Sharpley, 2014). O reconhecimento da heterogeneidade das comunidades de acolhimento relativamente à perceção do turismo estimulou algumas tentativas para a distribuição das opiniões dos residentes por segmentos homogéneos.

Apesar dos resultados reconhecerem uma heterogeneidade das características das comunidades locais, possibilitando a exequível segmentação das perceções sobre o desenvolvimento do turismo (Madrigal, 1995), não se recolheram conclusões significativas de uma segmentação unária a todos os destinos.

Há várias críticas que não podem ser descuradas relativamente a este tipo de análise. Existe uma consensualização relativamente aos segmentos de residentes que têm pontos de vista antagónicos, mas os restantes grupos são mais difíceis de determinar. Esta impossibilidade é motivada pela falta de consistência entre o agrupamento de variáveis, o tipo de comunidade, as características dos destinos, o número de *clusters* identificados e os instrumentos de recolha dos dados (Fredline & Faulkner, 2000). Considera-se, ainda, que o modo de recolher os dados, que se baseia numa escala de perceções, reflete uma análise relativamente simplista e a ausência de uma teoria inclusiva do turismo, capaz de medir substancialmente os impactes não económicos, também tende a fragilizar a segmentação de residentes (Sharpley, 2014).

De qualquer modo, a avaliação destes padrões resultantes da segmentação dos residentes com as variáveis independentes, permitem desenvolver estratégias mais eficazes para neutralizar ou evitar impactes negativos (Davis, Allen & Cosenza, 1988; Fredline & Faulkner, 2000; Šegota, Mihalič & Kuščer, 2016). Não obstante, embora a um nível genérico não se possa uniformizar a segmentação de residentes, a nível local, a sua relevância é clara, pelo facto de permitir identificar padrões e anseios predominantes. Além do mais, a conexão entre a “Teoria da Troca Social” e a “Teoria dos *Stakeholders*” permite alegar que os residentes fazem parte de grupos heterogéneos e com interesses muito variados (Šegota, Mihalič & Kuščer, 2016).

Quadro XII. Variáveis usadas em estudos sobre a percepção dos residentes

Variáveis	Influência nas percepções	Estudos
Extrínsecas		
Fase de desenvolvimento do turismo	Modelos lineares “tradicionais” preveem que as percepções do turismo se tornam mais negativas, quanto mais o setor se torna desenvolvido. Ainda assim, os estudos são, muitas das vezes, contraditórios.	Doxey, 1975; Butler, 1980; Davis, Allen & Cosenza, 1988; Long, Perdue, & Allen, 1990; Upchurch & Teivane, 2000; Sheldon & Abenjona, 2001; Lepp, 2008 e Vargas-Sánchez <i>et al.</i> , 2009.
Natureza/Tipos de Turismo/Turista	O caráter dos turistas, incluindo a nacionalidade, pode correlacionar-se com percepções positivas ou negativas dos residentes.	Smith, 1977; Sheldon & Var, 1984 e Johnson <i>et al.</i> , 1994.
Densidade de Turistas/Desenvolvimento do Turismo	Quanto maior a densidade do turismo/ turistas, mais negativas são as percepções em relação ao turismo. Contudo, atitudes positivas (<i>e.g.</i> , benefícios económicos) podem superar tais preocupações.	Bestard & Nadal, 2007 e Vargas-Sánchez, Porras-Bueno & Plaza-Mejía, 2011.
Sazonalidade	Percepções do turismo variam consoante a época do ano, embora a alta e a baixa temporada possam contribuir para um maior equilíbrio.	Belisle & Hoy, 1980 e Sheldon & Var, 1984.
Fase de desenvolvimento do país	Embora poucos estudos abordem esta variável, quanto maior o desenvolvimento, mais positivamente serão consideradas as oportunidades apresentadas para a percepção do turismo.	Lepp, 2007.
Intrínsecas		
Dependência económica/emprego do turismo	Os resultados de muitos estudos sugerem que o trabalho no setor/dependência do turismo como uma fonte de receita está inerente às atitudes mais positivas dos residentes em relação ao turismo. Contudo, uma variedade de variáveis (<i>e.g.</i> , nível de salários usufruídos no turismo) pode moldar as suas atitudes.	Brougham & Butler, 1981; Um & Crompton, 1987; King, Pizam & Milman, 1993; Smith & Krannich, 1998; Snaith & Haley, 1999; Wang & Pfister, 2008; Lee, 2013.
Ligação à comunidade	Ligação à comunidade, medida por variáveis como o período de residência, posse de propriedade, família grande e outros critérios similares, apresentam uma influência ambígua e, em alguns dos casos, contraditória, sobre a percepção do turismo.	Sheldon & Var, 1984; Ross, 1992; McCool & Martin, 1994; Mason & Cheyne, 2000; Gursoy, Jurovski & Uysal, 2002; Gursoy & Rutherford, 2004; Andereck <i>et al.</i> , 2005; Nepal, 2008; Woosnam <i>et al.</i> , 2009; Woosnam, 2012; Lee <i>et al.</i> , 2013 e Rodrigues <i>et al.</i> , 2014.
Distância da área turística	Embora se possa assumir que quanto maior a proximidade às áreas turísticas, mais negativas são as percepções da atividade turística, essa relação não tem sido consistente em todos os estudos, detetando-se em alguns outros fatores mais relevantes (designadamente, a natureza do desenvolvimento e a dependência económica).	Belisle & Hoy, 1980; Jurovski & Gursoy, 2004; Raymond & Brown, 2007 e Sharma & Dyer, 2009.
Interação com turistas	O contacto e interação com os turistas apresenta uma correlação positiva para o apoio ao turismo, embora isso varie conforme a natureza do contacto e o tipo de turista.	Lawson <i>et al.</i> , 1998; Teye, Sönmez, & Sirakaya, 2002; Andereck <i>et al.</i> , 2005 e Vargas-Sánchez, Porras-Bueno & de los Ángeles Plaza-Mejía, 2011.
Valores pessoais	Recentemente, estudos exploraram a relação entre os valores pessoais e as percepções do turismo.	Gursoy & Rutherford, 2004; Woosnam, Norman & Ying, 2009; Choi & Murray, 2010 e Woosnam, 2012.
Identidade social/ <i>status</i> social	Foi encontrada alguma correlação entre <i>status</i> social dos residentes e o modo como se identificam com o destino.	Husbands, 1989; Nunkoo & Gursoy, 2012 e Palmer, Koenig-Lewis & Jones, 2013.
Demografia (idade, género e nível educacional)	Alguns estudos têm associado a certas características sociodemográficas as atitudes positivas/negativas. Por exemplo, os residentes mais velhos podem visualizar o turismo de modo menos favorável do que os indivíduos mais jovens. Ainda assim, a maioria conclui que estas variáveis não determinam a variação na percepção dos residentes acerca do turismo.	Haralambopoulos & Pizam, 1996; Snaith & Haley, 1999; Fredline & Faulkner, 2000; Mason & Cheyne, 2000; Tosun, 2002 e Huh & Vogt, 2008.

Fonte: Adaptado de Sharpley (2014).

Quadro XIII. Comparação dos principais estudos sobre a segmentação das percepções dos residentes

Autores (Data)	Localização do estudo de caso	Tamanho da Amostra	Metodologia	Segmentação (percepção dos residentes)				
				← Percepções positivas				→ Percepções negativas
Davis, Allen & Cosenza (1988)	Florida (E.U.A.)	415 residentes	Análise das atitudes, interesses e opiniões usando um inquérito por questionário via e-mail.	Lovers (20%)	Love 'Em for a Reason (21%)	In-betweeners (18%)	Românticos cautelosos (21%)	Haters (16%)
Evans (1993)	15 vilas e cidades da Nova Zelândia	1485 residentes	Inquérito por questionário por via telefónica.	Lovers (20%)		Controlados (32%)	Egoistas (37%)	Haters (11%)
Ryan & Montgomery (1994)	Bakewell (Reino Unido)	Fase 1: 101 e Fase 2: 59 residentes	Amostragem aleatória multi-fases: Fase 1 (entrega de questionários em mão) e Fase 2 (entrega dos questionários aos 101 respondentes).	Entusiastas (22%)			Middle-of the roaders (54%)	Irritados (24%)
Madrigal (1995)	Sedona (meio rural) (E.U.A.) e lorque (meio urbano) (Reino Unido)	743 residentes: 428 residentes de Sedona e 315 residentes de lorque	Análise de variáveis independentes (temas de impostos, planeamento, regulação e futuro) baseada nas investigações anteriores de Perdue, Long & Allen (1990) através de inquérito por questionário.	Lovers (13%)		Realistas (56%)		Haters (31%)
Fredline & Faulkner (2000)	Austrália (associado a um evento designado <i>Gold Coast IndyCar Race</i>)	350 residentes	Análise baseada no estudo de Davis, Allen & Cosenza (1988). Inquérito por questionário presencial e administrado, na área urbana contígua ao <i>Gold Coast</i> .	Lovers (23%)	Preocupados com a razão (9%)	Realistas (24%)	Apoiantes ambivalentes (29%)	Haters (15%)
Weaver & Lawton (2001)	Taborine Mountain (Austrália)	492 residentes	Análise de atitude dos residentes face ao turismo e à sua percepção sobre variáveis extrínsecas e intrínsecas. Inquérito por questionário dividido em 6 subsecções. O inquérito foi enviado a uma amostra aleatória de 1000 famílias.	Apoiantes (45%)		Neutros (51%)		Opositores (22%)
Williams & Lawson (2001)	Auckland, Blenheim, Christchurch, Hokitika, Kaikoura, Napier, Queenstown, Rotorua, Taupo e Whangarei (Nova Zelândia)	1062 residentes	Aplicação de inquérito por questionário com 48 itens para a percepção da opinião acerca do turismo. Pré-teste junto de 248 estudantes de <i>Marketing</i> de Otago University, Nova Zelândia.	Lovers (44%)	Taxplayers (25%)		Inocentes (20%)	Cínicos (10%)

Fonte: Elaboração própria.

Quadro XIII. Comparação dos principais estudos sobre a segmentação das percepções dos residentes (conclusão)

Autores (Data)	Localização do estudo de caso	Tamanho da Amostra	Metodologia	Segmentação (percepção dos residentes)				
				Percepções positivas		Percepções negativas		
Thyne & Lawson (2001)	Southern Lakes Region (Nova Zelândia)	1094 residentes	Aplicação de inquérito por questionário enviado para cada localidade baseada na dimensão populacional.	Lovers (14%)	Apoiantes por interesse próprio (30%)	We Miss Out (40%)	Criticos (16%)	
Andriotis & Vaughan (2003)	Heraklio, Chania, Rethymno e Agios Nikolaos - Creta (Grécia)	194 residentes	Aplicação de inquérito por questionário com 44 questões. Os questionários foram distribuídos em 400 residências.	Defensores (42,5%)	Preocupados social e ambientalmente (39,5%)	Céticos economicamente (18%)		
Pérez & Nadal (2005)	Ilhas Baleares (Espanha)	791 residentes	Aplicação de questionário baseado no trabalho de Williams and Lawson (2001). Subdividido em 5 partes, onde se procurava avaliar a posição dos residentes sobre os impactos do turismo, a prossecução de políticas para o turismo, temas gerais sobre problemas relacionados com o crime, o ambiente e o desemprego e os efeitos do turismo sobre o bem-estar.	Apoiantes ao desenvolvimento (11%)	Apoiantes ao desenvolvimento prudentes (26%)	Apoiantes ao desenvolvimento alternativos (18%)	Ambivalentes e cautelosos (24%) Protecionistas (20%)	
Brida, Osti & Barquet (2010)	Folgaria (Itália)	295 residentes	Emprego de um inquérito por questionário a uma amostra aleatória de famílias de residentes.	Apoiantes ao desenvolvimento (27%)		Apoiantes por razões ambientais (40%)	Ambivalentes (19%) Protecionistas (14%)	
Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro (2013)	Guimarães (Portugal)	400 residentes	Aplicação de inquérito por questionário por amostra de conveniência. Distribuição do inquérito por quatro escolas secundárias públicas e uma profissional. O questionário tem, na sua totalidade, 25 questões.	Entusiastas (42%)		Otimistas moderados (40%)	Céticos (19%)	
Ribeiro, Valle & Silva (2013)	Tarrafal, Praia, Sal, S. Vicente e S. Filipe (Cabo Verde)	492 residentes	Aplicação de inquérito por questionário, dividido em três partes, com a inclusão de várias variáveis para medir a percepção dos residentes relativamente ao turismo.	Residentes otimistas (55,6%)		Residentes racionais (17,6%)	Residentes indiferentes (26,8%)	
Presenza, Del Chiappa & Sheehan (2013)	Termoli (Itália)	736 residentes	Análise baseada num inquérito desenvolvido em língua italiano. Inquérito por questionário online e distribuído por alunos universitários.	Ativistas (38,9%)	Favoráveis (17,8%)		Desencantados (23,6%) Opositores (19,7%)	
Šegota, Mihalič & Kuščer (2016)	Bled (Eslovénia)	329 residentes	Análise baseada num inquérito por questionário distribuído através de dois meios: inquérito enviado online e através de jornal local. Foram devolvidos 167 por correio e 162 foram preenchidos on-line.	Cidadãos responsáveis (15,5%)	Ativistas desinformados (5,8%)	Observadores passivos (21,9%)	Residentes inconscientes (56,8%)	

Fonte: Elaboração própria.

Em Portugal, o número de estudos destinados a segmentar os residentes conforme a sua perceção sobre o turismo é ainda muito reduzido, destacando-se claramente, na região Norte, o trabalho de Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro (2013). Por outro lado, não há estudos desenvolvidos em áreas rurais em Portugal que façam a segmentação dos residentes em função da sua perceção de impactes e do desenvolvimento da indústria turística.

A construção de modelos para a análise de perceção dos residentes

As primeiras tentativas de elaboração de modelos teóricos sobre a temática iniciam-se durante a década de 1970 e 1980. Neste período, salientam-se os trabalhos de Doxey (1975) e Butler (1980). Foi, essencialmente, com base nestes modelos que se iniciou um novo ciclo para o estabelecimento de relações hipotéticas entre a perceção dos residentes e a construção de oportunidades em turismo. Efetivamente, o comportamento dos residentes em relação ao turismo pode ser discriminado em quatro fases: de euforia, de apatia, de aborrecimento e de antagonismo (Quadro XIV). A designação de *Irridex* parte do princípio de que a irritação dos residentes é ocasionada pelos impactes negativos associados à atividade turística (Doxey, 1975).

Quadro XIV. Modelo *Irridex*

Fases	Descrição
Euforia	Fase inicial do desenvolvimento do turismo. Visitantes e investidores são bem-vindos. Há pouco planeamento ou mecanismos de controlo.
Apatia	Os visitantes são considerados como garantidos. O contacto entre anfitriões e visitantes torna-se mais formal.
Aborrecimento	As pessoas têm dúvidas quanto à utilidade da atividade turística para o desenvolvimento local. Os planeadores tentam controlar a saturação através do aumento de infraestruturas e equipamentos, em vez de limitar o crescimento do fenómeno turístico.
Antagonismo	Expressão de irritação. Os visitantes passam a ser vistos como causa de todos os problemas. O planeamento é corretivo e a promoção do destino é aumentada para compensar a deterioração da sua reputação.

Fonte: Adaptado de Doxey, 1975.

Assim como acontece com outros modelos, também o modelo *Irridex* é alvo de críticas, designadamente pela seguinte ordem de ideias: trata-se de um modelo de natureza qualitativa e é um modelo eminentemente teórico. A maior debilidade deste modelo decorre do facto de num destino turístico não existir um grupo homogéneo de residentes, mas por coincidirem comunidades heterogéneas numa determinada área geográfica (Brunt & Courtney, 1999; Carmichael, 2000).

Por sua vez, um outro modelo relevante está associado à teoria do ciclo de vida do destino turístico (TALC – *Tourist-Area Life Cycle*). Neste modelo, o nível de desenvolvimento da atividade turística encontra-se subdividido em fase de exploração, envolvimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação, declínio ou rejuvenescimento (Butler, 1980 - Figura 15). Este modelo tornou-se num dos mais citados e utilizados na literatura sobre a atividade turística e classifica, essencialmente, os destinos como produtos e o seu padrão de desenvolvimento é espelho de uma curva do ciclo de vida clássico, tendo em conta que ao processo de crescimento inicial mais lento, segue-se um período temporal em que ocorre um rápido crescimento. Posteriormente, o ritmo de crescimento da atividade

turística é mais lento, e culminará num provável declínio do destino turístico. Assim que o desenvolvimento excede a capacidade inerente ao destino (em termos de parâmetros económicos, sociais, ambientais e físicos), resulta na diminuição da qualidade da experiência de visitação e tem efeitos nefastos para os próprios residentes (Russo, 2002).

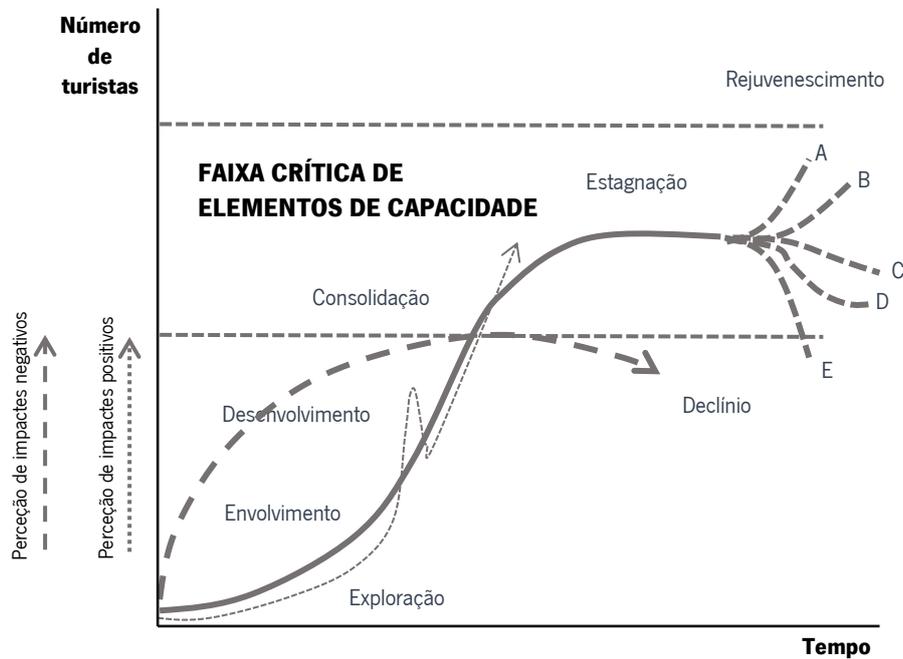


Figura 15. Relação teórica entre o ciclo de vida da área do turismo, as percepções locais de impactos e as posições propostas para o ciclo das comunidades de Belize CA – CE
 Fonte: Adaptado de Faulkner and Tideswell (1997).

Para todos os efeitos, este modelo apresenta algumas deficiências, nomeadamente quanto   sua previsibilidade e   sua aplicabilidade. O modelo não especifica qual a diferencia o entre “ reas de turismo” e “produtos turístico”, entre “ciclo de vida” e “evolu o” e, por último, a capacidade de carga e o seu limiar (Diedrich & García-Buades, 2009). A respeito deste último argumento, Lundtorp & Wanhill (2001) afirmam que o declínio do número de turistas numa área geográfica não   determinado pela diminui o da capacidade de carga, mas porque o mercado turístico esgotou.

Os trabalhos de Doxey (1975) e de Butler (1980) apresentam uma varia o em sentido inverso devido a uma altera o dos anseios e manifesta es dos residentes e visitantes (Figura 16), ou seja, a partir da compara o de ambos os modelos   passível de se prever que a uma determinada fase de desenvolvimento do destino turístico estará associada uma atitude por parte dos residentes. Ressalve-se que no momento em que acontece um declínio da atividade turística num destino, os residentes estarão envolvidos em sentimento de nostalgia.

Outro modelo relevante   o de Perdue, Long & Allen (1990), que associa as rela es existentes entre a percep o dos impactos e o apoio dos residentes, quer para o desenvolvimento da atividade turística, quer para a constitui o de benefícios pessoais para toda a comunidade. Este autor comprovou, através da utiliza o de um modelo de equa es estruturais para a rela o entre a percep o dos impactos do turismo e o nível de apoio dos residentes

ao desenvolvimento turístico, que os residentes que beneficiam, diretamente ou indiretamente, do turismo estão mais dispostos a apoiar o desenvolvimento desta atividade.

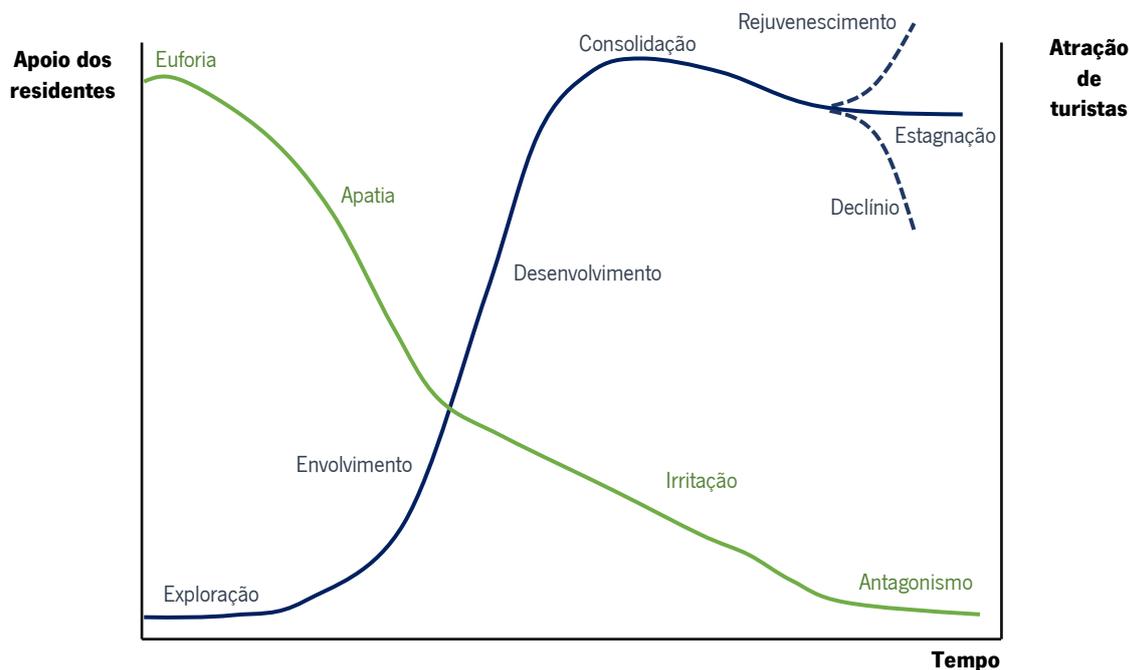


Figura 16. Irritação dos residentes face ao desenvolvimento turístico (Doxey *Irridex*) e Ciclo de vida do destino turístico (Butler TALC)

Fonte: Adaptado de Doxey (1975) e Butler (1980).

É, essencialmente, graças aos contributos destes vários modelos, que se ergue uma série de modelos mais refinados para a perceção de impactes e desenvolvimento do turismo (Vargas-Sánchez, Porras-Bueno & Plaza-Mejía, 2011; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013; Kim, Uysal & Sirgy, 2013).

O Quadro XV apresenta um resumo de alguns dos modelos de análise das perceções dos residentes desenvolvidos em investigações, desde o ano de 1994. Para o efeito, no intervalo de vinte e dois anos, verifica-se um esforço para providenciar o refinamento de algumas das variáveis e indicadores usados ou, ainda, para ensaiar e providenciar novos instrumentos de investigação (*e.g.*, Fredline & Faulkner, 2000; Choi & Sirakaya, 2005; Nunkoo & Ramkissoon, 2011).

Apesar dos progressos registados, há a necessidade de se criarem critérios que permitam a comparação de resultados entre os diversos estudos concretizados em diferentes áreas geográficas do mundo, com padrões espaciais, sociodemográficos e económicos muito distintos. Nunkoo & So (2015) demonstram que os estudos referentes à perceção dos residentes estão ainda fragmentados em termos teóricos. Para o efeito, estes autores procuraram comparar o modelo criado na sua investigação (MB) com outros quatro concorrentes ($MC_1 - MC_4$), através do recurso a análise fatorial e a equações estruturais, por forma a descobrir novas relações entre variáveis, a fortalecer a teoria intrínseca a estes modelos e contribuir para a sustentação dos métodos e para a minoração de enviesamentos.

Quadro XV. Principais estudos baseados em modelos para a percepção dos residentes sobre turismo

Autor	Ano	Área de estudo	Amostra	Variáveis	Principais resultados
Lankford & Howard	1994	Oregon e Washington (EUA)	1436 residentes	27 variáveis numa escala de atitudes de impactes do turismo (<i>Tourism Impact Attitude Scale - TIAS</i>), subdivididas em interesse pelo turismo e benefícios pessoais.	Sugerem a aplicabilidade noutras comunidades, nomeadamente em áreas urbanas. Embora a escala TIAS seja adequada para os efeitos psicométricos, é ainda necessário comprovar com a comparação com outros estudos.
Ap & Crompton	1998	Fredericksburg, Galveston e Mission (Texas, EUA)	958 residentes	35 variáveis, divididas em vários impactes económicos, socioculturais e ambientais e nas atitudes da comunidade.	Sugere a classificação da percepção dos residentes em: acolhimento, tolerância, harmonização e afastamento. Este estudo oferece um instrumento relevante para o desenvolvimento de estratégias de planeamento da atividade turística.
Gursoy, Jurovski & Uysal	2002	5 regiões de Virgínia (EUA)	776 residentes	32 variáveis. Desenvolvimento de 15 hipóteses, fundamentadas na utilização do SET.	Sugere que a utilização separada dos fatores de custos e benefícios melhora a compreensão das percepções dos residentes face ao turismo.
Gursoy & Rutheford	2004	Áreas rurais da região de Washington e Idaho (EUA)	290 residentes	39 variáveis. Desenvolvimento de 19 hipóteses para validação, fundamentadas no emprego do SET.	Sugere a utilidade do SET para a explicação das percepções das comunidades face ao turismo.
Vargas-Sánchez, Porras-Bueno & Plaza-Mejía	2011	Huelva (Espanha)	400 residentes	68 variáveis divididas em: caracterização pessoal, benefícios pessoais, impactes do turismo, relação com o turismo e atitudes em relação ao desenvolvimento turístico.	Sugere que a percepção dos impactes positivos é superior aos negativos, ainda que não seja eficaz noutros destinos turísticos.
Kim, Uysal & Sirgy	2013	Virgínia (EUA)	321 residentes	25 variáveis, através da consideração dos impactes do turismo. Foram elaboradas, para o efeito, 12 hipóteses.	Sugere que os residentes percebem o turismo em quatro dimensões de impactes (económicos, culturais, sociais e ambientais), que influenciam a sua percepção sobre o bem-estar.
Rodrigues <i>et al.</i>	2014	Lamego (Portugal)	300 residentes	51 variáveis, onde se patenteia a ligação e envolvimento na comunidade, os benefícios e custos percebidos, a gestão do poder público na atividade turística e o apoio ao desenvolvimento de práticas de turismo sustentável.	Sugere que os benefícios percebidos pelos residentes são influenciados pela sua ligação à comunidade, bem como é resultado dos efeitos da gestão de poder público. Os impactes também são determinantes para o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável.
Park, Nunkoo & Yoon	2015	Regiões rurais da Coreia do Sul	556 residentes	17 indicadores, onde se procurou medir o apoio da comunidade ao desenvolvimento do turismo, os impactes da atividade turística, o grau de satisfação com a comunidade e o capital social.	Sugere que o capital social é uma condição necessária para melhores práticas de turismo sustentável. Os residentes que demonstram um grande capital social são suscetíveis de ser mais sensíveis aos efeitos negativos do desenvolvimento do turismo. Além disso, a integração dos residentes na sua comunidade influencia significativamente o seu apoio ao desenvolvimento do turismo.

Fonte: Elaboração própria.

Quadro XV. Principais estudos baseados em modelos para a percepção dos residentes sobre turismo (Continuação)

Autor	Ano	Área de estudo	Amostra	Variáveis	Principais resultados
Nunko & So	2015	Região de Niágara, Canadá	391 residentes	30 variáveis, onde se considera: o apoio ao turismo, os impactes do turismo, a confiança no governo local, o conhecimento da atividade turística, o poder dos residentes, o bem-estar dos residentes e os benefícios dos mesmos.	Sugere que o apoio dos residentes locais foi determinado pela percepção de impactes positivos e os benefícios pessoais.
Vargas-Sánchez <i>et al.</i>	2015	Algarve (Portugal) e Huelva (Espanha)	383 residentes (Algarve) e 386 residentes (Huelva)	68 variáveis, organizadas em: características pessoais, benefícios pessoais, impactes do turismo, relação com a atividade turística e atitude face ao desenvolvimento do turismo.	Sugere que o nível de maturidade diferenciado dos destinos turísticos provoca variações consideráveis na opinião dos residentes. De qualquer modo, os autores entendem que é fundamental ter em consideração a opinião dos residentes para o processo de planeamento da atividade turística.

Fonte: Elaboração própria.

Em Portugal, apenas se identifica até à data a investigação de Rodrigues *et al.* (2014) e de Vargas-Sánchez *et al.* (2015). No primeiro caso, é proposto um modelo concetual, onde se procurou apurar o apoio dos residentes ao desenvolvimento de práticas de turismo sustentável na cidade de Lamego (Portugal). Para tal, desenvolveu-se o quadro teórico (a ligação e o envolvimento na comunidade, a gestão do poder público, os custos e benefícios percebidos pelos residentes e o apoio ao desenvolvimento do turismo sustentável), com base em nove hipóteses de investigação. Neste estudo identificaram-se vários *handicaps* sugestivos para outros estudos, particularmente pelo facto de se tratar de uma amostra de conveniência e de se limitar a análise à escala da cidade.

No estudo efetuado por Vargas-Sánchez *et al.* (2015), procurou-se comparar o destino turístico do Algarve (Portugal) com o de Huelva (Espanha), por possuírem níveis de desenvolvimento diferenciados. Nos pressupostos desta investigação estava inerente o estabelecimento de relações entre as seguintes variáveis: as percepções sobre o turismo; o nível de desenvolvimento turístico; os benefícios pessoais; os impactes positivos e negativos percebidos; o envolvimento na comunidade e a atitude em relação ao turismo. Para o efeito, foram desenvolvidas quinze hipóteses, das quais seis foram rejeitadas. Deste conjunto, duas foram rejeitadas em ambos os destinos turísticos.

Com base nos resultados da aplicação dos vários modelos, torna-se crucial o desenvolvimento de modelos mais aprimorados nos contextos nacional e internacional. Primeiro, é fundamental que sejam comparados destinos que, embora possam possuir características demográficas e socioeconómicas distintas, tenham a mesma circunscrição administrativa ou similar (efetivamente, não será correto, mesmo entre áreas geográficas de países diferentes, comparar uma região com um município, freguesia ou aldeia, ou vice-versa). Por outro lado, é crucial que estes

modelos sejam consolidados com outras abordagens de planeamento, mais ou menos consistentes, que permitam corroborar eventuais resultados obtidos.

2.3.2. A construção do destino turístico

O conceito de destino turístico implica a eleição de um ou mais lugares para visita ou permanência. Para tal, o indivíduo cria uma rota, por onde permanecerá e/ou percorrerá, sendo a sua duração estimada num determinado número de dias ou de horas (Cunha, 2013). Consoante a duração da viagem dos turistas, os destinos turísticos poderão classificar-se em *(i)* destinos principais, quando o local ou o país corresponde ao espaço geográfico onde o visitante permanece durante um período maior; em *(ii)* destinos à distância máxima, que corresponde ao local ou ao país visitado situado a uma maior distância do local de residência e em *(iii)* destino motivante, que corresponde ao local ou país preferido para visita e à razão primordial para o planeamento da viagem (OMT, 1995).

Ainda assim, a noção de destino turístico não é consensual, pois enquanto certos autores se aproximam de um certo pragmatismo na definição, outros procuram atingir a base consensual através do recurso a conteúdo de índole estatística. Neste cômputo, McIntosh, Goeldner & Ritchie (1995) definem um destino turístico como aquele que oferece 1 500 quartos ou mais aos turistas. Num relatório da UNWTO (2002) assume-se que um destino turístico corresponde a um espaço físico, em que o visitante permanece pelo menos durante um dia. Por sua vez, Pizam (2005) circunscreve o destino a uma área geográfica, cujas atuações são influenciadas pelas perceções dos turistas. De qualquer modo, um destino turístico não deve ser limitado a uma certa área geográfica, visto que existe sempre uma série de interconexões e interdependências que podem ser originadas intra ou interdestinos (Cunha, 2013). Talvez o mais correto seja utilizar-se a aceção de Framke (2002), ao defender-se que o destino turístico é a soma de interesses, atividades, instalações, infraestruturas e atrações que criam a identidade de um lugar – o destino.

Com a certeza destes pressupostos, pode deduzir-se que as principais componentes do destino turístico correspondem: *(i)* aos recursos turísticos, isto é, ao conjunto de elementos naturais, culturais, sociais, históricos ou tecnológicos que podem proporcionar uma atração turística (*e.g.*, fauna, flora, montanhas, costumes); *(ii)* às infraestruturas, que correspondem a construções necessárias ao desenvolvimento humano e que se podem localizar em espaços subterrâneos ou superficiais (*e.g.*, os sistemas de fornecimento de água e energia, o saneamento básico, as estradas); *(iii)* os equipamentos, que são todas as unidades criadas para alojar, manter e entreter os turistas (*e.g.*, alojamentos hoteleiros, a restauração, os comércios locais, os centros interpretativos); *(iv)* o acolhimento e a cultura, isto é, os comportamentos dos residentes face à receção dos visitantes, bem como as manifestações culturais e atividade artísticas organizadas para o efeito (*e.g.*, música, dança, festas) e *(v)* as acessibilidades, constituídas pela organização dos meios de transporte intra e interdestino (Cunha, 2013).

Deve salientar-se, neste momento, o modelo de Butler (1980), por prescrever a evolução dos destinos, como um ciclo de vida, constituído pelas fases de exploração, envolvimento (ou comprometimento), desenvolvimento, consolidação, estagnação e pós-estagnação. Tal como já se teve oportunidade de referir, em grande parte dos

casos, o modelo de Butler tem-se revelado adequado às explicações sobre o comportamento dos destinos. Ainda assim, deve-se constatar que nem todas as tendências evolutivas seguem, inexoravelmente, as fases fixadas no mesmo.

Ainda assim, sabe-se que para a exploração de um certo destino turístico é essencial que existam pelo menos duas componentes fundamentais: a acessibilidade ao destino e os produtos turísticos. Além disso, é necessário que se construa uma determinada imagem sobre o destino turístico. É sobre estes elementos que se debruçarão os *ítems* seguintes.

2.3.2.1. A acessibilidade ao destino turístico

A relação entre turismo e transportes tem vindo a ser significativamente marginalizada nas investigações em turismo (Hall, 1999; Page, 2005; Currie & Falconer, 2013; Scuttari, Lucia & Martini, 2013). Apesar da crescente democratização do acesso aos meios de transporte, nomeadamente à classe média, os estudos dos impactes económicos e sociais do sistema de transportes nos turistas ainda são raros (Scuttari, Lucia & Martini, 2013).

Os estudos que têm sido realizados em matéria de turismo e mobilidade estão intrinsecamente relacionados com os padrões de consumo de energia e de recursos pelos turistas e residentes à escala local (Dubois *et al.*, 2011; Williams, 2013), com a importância dos transportes aéreos para a atração de turistas (Bieger & Wittner, 2006; Halpern & Bråthen, 2011), com os transportes públicos e turismo (Gronau & Kagermeier, 2007; Albalade & Bel, 2010) e com a relação entre os transportes e os destinos turísticos rurais (Dickinson & Robbins, 2008; Brida, Deidda & Pulina, 2014).

Porém, sabe-se que as infraestruturas de transporte são uma componente essencial em turismo, contribuindo para a criação de novas atrações turísticas através de decisões de investimentos mais eficazes, bem como para o incremento das oportunidades subjacentes às já existentes (Khadaroo & Seetanah, 2007; Scuttari, Lucia & Martini, 2013).

No contexto do paradigma da sustentabilidade, os setores do turismo e transportes têm sido delineados para potencialmente se alcançar a eficiência, a equidade e a proteção ambiental (Ribeiro, Remoaldo & Gutiérrez, 2013; Scuttari, Lucia & Martini, 2013). Neste sentido, o setor dos transportes deslocou-se do conceito de gestão do sistema de tráfego para a gestão de mobilidade (ou procura na viagem – Scuttari, Lucia & Martini, 2013). Esta nova abordagem envolve mudanças de atitude e comportamentais favoráveis a modos de transporte e alternativas mais sustentáveis para viajar (Gronau & Kagermeier, 2007). Nesta perspetiva, os destinos turísticos devem ser fáceis de obter (Prideaux, 2000), sem que, porém, se degradem os recursos existentes.

A gestão da mobilidade tem contribuído para a aproximação das disciplinas de turismo e transporte. Nesta corrente de pensamento, a mobilidade em turismo sustentável pode minimizar os impactes negativos sobre a socioeconomia e o ambiente, além de garantir a satisfação das necessidades dos visitantes e dos residentes.

Por forma a analisar as motivações dos turistas, o conceito de sistema de transporte turístico (*tourist transport system* - Page, 2005) pode ser usado para analisar a estrutura multifacetada de transporte turístico, que combina o movimento físico dos turistas que usam um ou mais meios de transporte (a componente da logística) e a experiência de viagem (a componente experiencial). Ambas as componentes contêm uma estrutura complexa. No que concerne à logística, incluem-se as rotas de comunicação, os meios de transporte e os fluxos. Neste sentido, individualizam-se diferenças entre os transportes utilizados a longa distância e as ligações existentes no destino, sendo que, embora o planeamento e as redes de transporte tenham um papel fundamental no desenvolvimento dos destinos, não existem estudos suficientes que se dediquem à influência da rede de transportes para os padrões de movimentos dos turistas durante a sua visita (Masiero & Zoltan, 2013). Normalmente, a escolha do local de visita pelos turistas faz-se em função dos recursos locais e atrações existentes. Neste processo de decisão, entre diversas alternativas, escolhem os locais com maior acessibilidade, em função da distância relativa (Celata, 2007). Os destinos rurais vêm fragilizadas as oportunidades de atrair novos públicos-alvo e, mormente, quando atraem turistas para estes espaços periféricos, é comum o uso do automóvel (Pearce, Moscardo & Ross, 1996; Dickinson & Robbins, 2008; Masiero & Zoltan, 2013), o que provoca a inexistência de padrões sustentáveis de mobilidade em turismo. Segundo Hall (2008), é natural que a aproximação aos espaços periféricos resulte na diminuição do número de viagens (Figura 17). Embora o número de viagens na deslocação a áreas periféricas diminua substancialmente por causa da distância, é possível retirar proveito dos valores naturais destas áreas mais remotas, que se distinguem da azáfama que se vivencia nos espaços urbanos e que contribuem para a experiência do turista e para a escolha do destino (Hall, 2010; Bifulco & Leone, 2014).

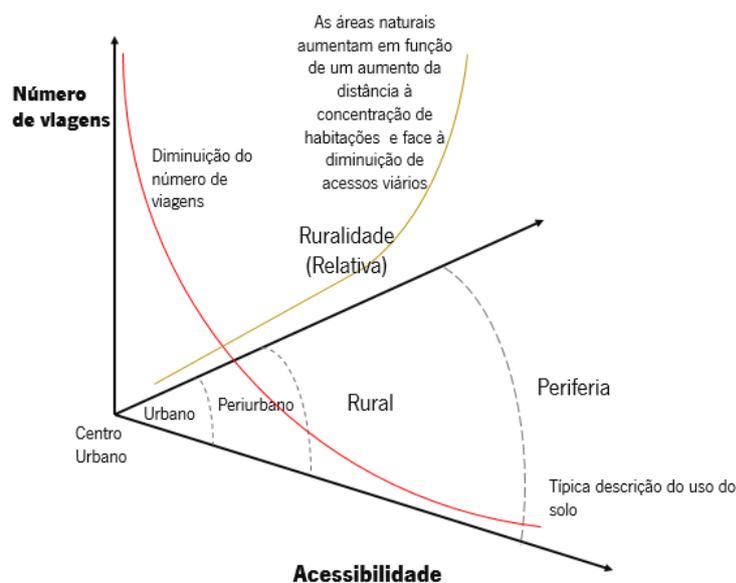


Figura 17. Relação entre acessibilidade física e o número de viagens
 Fonte: Adaptado de Hall, 2008.

Não obstante, a complexidade da componente experimental da viagem depende dos usuários que utilizam os transportes (Scuttari, Lucia & Martini, 2013). Neste sentido, distingue-se o transporte reservado apenas para turistas, conhecido como transporte exclusivo, que difere daquele que é compartilhado com outros utilizadores do

sistema de transportes, tais como a comunidade de acolhimento ou trabalhadores do setor de turismo (Hall, 1999). No caso de transporte não-exclusivo, a experiência de viagem depende muito do nível de afluência dos utilizadores aos meios de transporte em que se realizarão as rotas ou as visitas (Scuttari, Lucia & Martini, 2013).

Na realidade, a (...) *mobility not only have implications for tourism but also for a wide range of human activities, as well as ideas of accessibility, extensibility, distance and proximity* (Hall, 2008: 21). Os impactes multidimensionais e a complexidade associada aos sistemas de transporte são pertinentes em estudos de planeamento e desenvolvimento de estratégias de mobilidade sustentável em turismo, utilizando-se princípios de planeamento estratégico e ancorando-se na participação dos *stakeholders* (Scuttari, Lucia & Martini, 2013).

2.3.2.2. Da oferta turística à composição do produto turístico

Importa iniciar este debate com a consideração de que a oferta turística só será objeto de procura se existir um produto consistente para atender à procura dos visitantes (Cunha, 2013). De um modo particular, é essencial que os destinos criem produtos turísticos suficientes, em quantidade e em qualidade, para que seja possível constituir uma base de sinergias e conexão entre os mesmos (Benur & Bramwell, 2015). Efetivamente, os produtos constituem pacotes de componentes tangíveis e intangíveis, inerentes às atrações, às instalações, aos serviços e aos preços colocados ao dispor do visitante (Middleton, Clarke & Carvalho, 2002).

Um destino turístico não tem necessariamente mais do que um produto turístico. Pelo contrário, a decisão sobre a porção de produtos deve ser ponderada com base num binómio diversidade/concentração. Caso se opte pela diversidade de produtos turísticos pode aumentar significativamente a competitividade turística. Entre as principais potencialidades dos destinos que optam por uma diversificação dos produtos turísticos, verifica-se uma maior personalização e flexibilidade para atender aos gostos turísticos; a possibilidade de retorno económico e eficiência face a um pacote individual; a possibilidade de construir produtos “alternativos” a nível social e económico e a hipótese de estabelecimento de sinergias, coordenação e cooperação para um *marketing* conjunto. Por sua vez, no caso da concentração de produtos pode potenciar-se a criação de uma imagem coerente e uma maior reputação baseada em experiências singulares; o desenvolvimento de parcerias e cooperação por interesses empresariais ou territoriais comuns e, em alguns destinos, permite, ainda, desenvolver um produto de massas, concorrendo para o incremento de vantagens em termos de economias de aglomeração e de escala. Efetivamente, ambas as abordagens têm vantagens potenciais concorrentes para o desenvolvimento sustentável do destino (Benur & Bramwell, 2015). Segundo o mesmo autor, existem vários elementos, relações e processos do produto contextualizados num certo destino, desde a fase inicial (produto primário) até à fase final para consumo (produto comercial).

A concentração e a diversificação dos produtos assume a sua relevância pela conexão entre a oferta e procura turística, numa relação contínua. Assim sendo, torna-se possível a cocriação de experiências por parte do turista, em conformidade com os seus valores, estilo de vida e identidade.

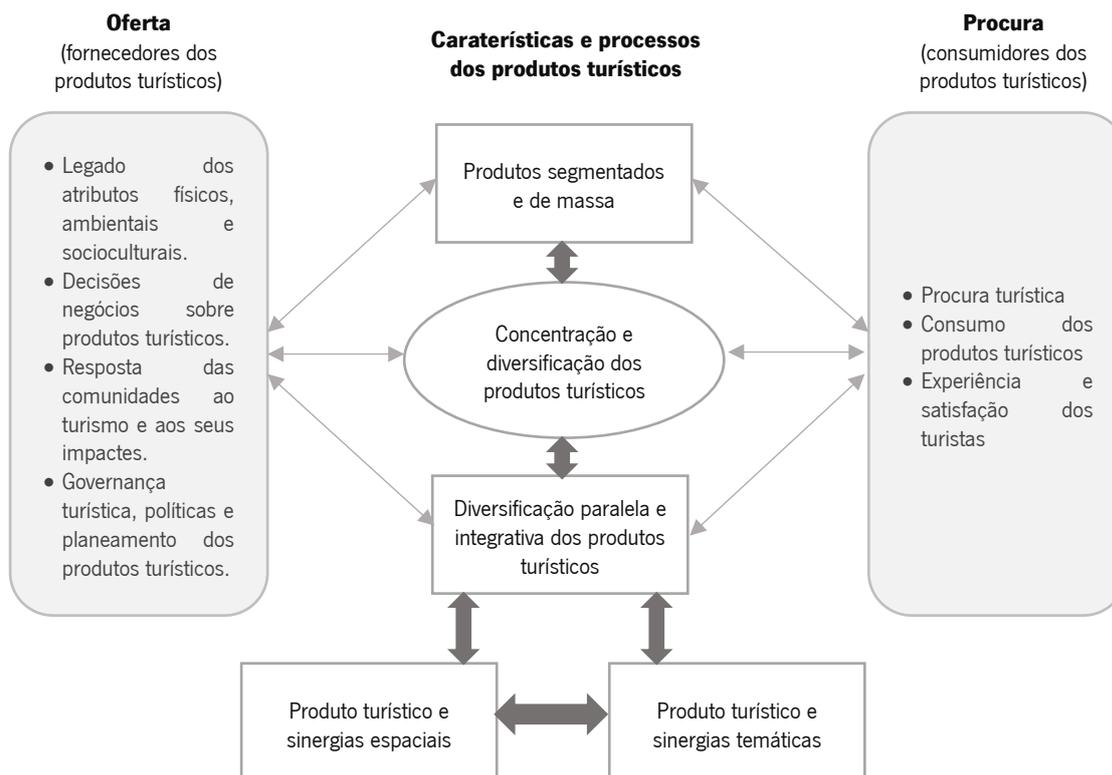


Figura 18. Caraterísticas e processos dos produtos turísticos
Fonte: Adaptado de Benur & Bramwell, 2015.

Noutro ponto de vista, o produto turístico também pode ser visto como um processo complexo de produção. Smith (1994) considera que este pode ser composto por cinco elementos (espaço físico, liberdade de escolha, serviço, envolvimento e hospitalidade). Estes variam em ordem de importância, desde os elementos *core* até aos elementos complementares, cuja intervenção do Estado também vai diminuindo, enquanto o nível de participação dos consumidores vai variando em proporção inversa. De facto, o produto turístico não resulta de uma combinação simples dos cinco elementos, mas sim de uma interação sinérgica entre todas as componentes. Para a construção do produto é necessário um processo complexo de agregação em várias etapas: entradas primárias (recursos); entradas intermédias (instalações), saídas intermédias (serviços) e saídas finais (experiências). O *output* deste processo é a geração da experiência e da memória da viagem, intrínseca à aprendizagem ou ao descanso físico e mental (Smith, 1994). A procura por determinado produto é, na prática, o resultado das imagens, das expectativas e do nível de satisfação do turista com o destino (Pearce, 2014). Efetivamente, a motivação face a estes é também resultado da possibilidade de escolha entre produtos de turismo de massas ou de turismo de nicho (Benur & Bramwell, 2015). Ao passo que o turismo de massas pode envolver um número significativo de turistas e que se destaca por envolver um conjunto de produtos padronizados e tendencialmente inflexíveis (Mowforth & Munt, 2008), o turismo de nicho está normalmente associado a mercados especializados, de reduzida capacidade de carga, flexível e, para o efeito, com menor número de visitantes. O turismo de nicho compreende, em termos genéricos, a componente do ambiente, dos sistemas de oferta e procura e o sistema de informação turística, assente nos domínios de multidimensionalidade e de ciclicidade (Trauer, 2006).

Esta ideia estrutura-se em dois grandes eixos, que comportam o grau de motivação do turista e a frequência desta prática, contribuindo para a definição de um *continuum* no envolvimento turístico (Cavaco & Simões, 2009), que vai desde o principiante ao especialista. A complexidade do produto é comportada pelo segmento de turismo de nicho específico em causa (*e.g.*, Turismo de Natureza - Trauer, 2006).

Do turismo de massas ao turismo de nicho, têm sido criadas, nos últimos anos, várias tipologias ou taxonomias para classificar os produtos (McKercher, 2016), designadamente para classes de produtos relacionados com o património cultural (Tweed, 2005) e o turismo baseado nos recursos naturais (Mihalič, 2006; Arnegger, Woltering & Job, 2010). Segundo McKercher (2016) podem identificar-se cinco grandes famílias de produtos turísticos, alicerçadas nas necessidades a serem satisfeitas: o prazer, a procura pessoal, as atividades humanas, a natureza e os negócios. No contexto da investigação que aqui se apresenta, destaca-se a família de produtos da categoria de natureza. O autor considera que as famílias de produtos representados na categoria de natureza foram, efetivamente, aquelas cujas segmentações foram mais dificilmente estabelecidas, em resultado de uma maior diversidade de experiências.

Em Portugal, o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT - Horizonte 2015 - Versão 2.0.) definiu dez produtos turísticos (“Sol & Mar”, Golfe, Turismo de Negócios, *City Break*, *Touring* – Turismo Cultural e Religioso, *Resorts* Integrados e Turismo Residencial, Turismo de Natureza, Saúde e Bem-Estar, Náutico e Cruzeiros e Gastronomia e Vinhos), e os respetivos planos de ação, que permitem clarificar a oferta nacional e entender qual o grau de abrangência de cada um dos mesmos (Turismo de Portugal, 2011).

Numa edição anterior do PENT, foi identificada a contribuição dos produtos turísticos por cada região de turismo, agrupados em vários níveis conforme o grau de relevância para o desenvolvimento no destino (Ministério da Economia e da Inovação, 2007). Desta forma, o “Sol & Mar” tem uma relevância fulcral no desenvolvimento da atividade turística, nomeadamente no Algarve, impondo-se para o efeito a necessidade de requalificar este produto. Por sua vez, o produto turístico imperante no país relaciona-se com o *Touring* cultural e paisagístico (as regiões de Lisboa, Madeira, Porto e Norte, Centro e Alentejo têm este produto em primeiro nível). Um segmento em ascensão em Portugal prende-se com as estadias de curta duração na cidade (*City Break*), valorizando-se, para o efeito, a melhoria da acessibilidade aos destinos turísticos do Porto e Lisboa. Não obstante, as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira apresentam como principal produto turístico o Turismo de Natureza.

No âmbito do plano estratégico para o turismo português, designado “Turismo 2020 – cinco princípios para uma ambição”, está patente o desígnio de Portugal alcançar até 2020 o estatuto de destino mais ágil e dinâmico da Europa (Turismo de Portugal, 2015a), o que por si só denota uma expectativa de colocá-lo entre os dez mais competitivos do mundo e gerar receitas superiores aos concorrentes diretos. Para o efeito, segundo este documento, a oferta estrutura-se em função da procura, sendo que num contexto de modificação constante dos interesses, não se devem categorizar de modo rígido e unívoco os produtos turísticos e é fundamental que os mesmos não se encontrem desfasados dos atributos existentes no território (Barros, 2016).

Não obstante, apesar de organizações internacionais e nacionais sentirem a necessidade de se criar um sistema de classificação, considera-se que estas tipologias correspondem a visões parciais, subjacentes a diferentes métodos utilizados e as noções de produto, estilo de viagem, tipo de turista e atributos de destino distintos (McKercher, 2016). De qualquer forma, identificam-se três premissas basilares sobre os produtos turísticos: *(i)* a cada segmento de mercado corresponde um ou mais produtos definidos em função das características particulares de uma determinada região ou país, tendo como certo que as condições locais imprimem diferenciações singulares; *(ii)* um produto turístico diferencia-se do tipo de turismo, atendendo a que este resulta de uma decisão exógena ao indivíduo, com o objetivo de comercialização, ao passo que os tipos de turismo resultam de fatores psicológicos, socioculturais e profissionais, inerentes a um certo indivíduo e a uma determinada atração e *(iii)* a projeção do produto turístico submete-se aos anseios e necessidades dos visitantes, que estão em constante mutação (Cunha, 2013).

Como resultado da variação no comportamento dos consumidores, o ciclo de vida de um certo produto comporta um conjunto de fases, iniciando-se com a sua conceção (fase embrionária), subjugando-se posteriormente à sua introdução no mercado, ao crescimento, à maturidade, à saturação e ao declínio. Tal como no ciclo de vida do destino, o ciclo de vida do produto tem um comportamento análogo. Desta forma, pode evitar-se o declínio, através da adaptação e consolidação dos produtos às novas necessidades do mercado (Agarwal, Cooper & Lockwood, 1994).

2.3.2.3. A construção da imagem do destino

A imagem do destino continua a ser um dos temas mais populares nas investigações em turismo nas últimas três décadas, pese embora se continue a verificar dificuldade em precisar do que se trata realmente o conceito (Gallarza, Saura & García, 2002; Pike, 2002; Garrod, 2009; Carneiro, Costa & Crompton, 2014; Hunter, 2016). Uma tentativa de esclarecimento deste conceito precisou a imagem do destino como um conjunto de atitudes, de percepções, de crenças e de ideias que um indivíduo tem acerca de um determinado destino turístico e é efeito da absorção da promoção (Crompton, 1979; Echtner & Ritchie, 1991; Gartner, 1996). Echtner & Ritchie (1991) identificaram sete elementos para a formação da imagem: as imagens mentais sobre a experiência de uma viagem; a mutação da imagem baseada na obtenção de informações sobre o local; a decisão de realizar a viagem para o destino; a viagem *per se* para o destino; o envolvimento no destino (*e.g.*, festas, eventos, cocriação); o regresso ao local de partida e a modificação da imagem do destino baseada na experiência.

Efetivamente, a imagem do destino é o resultado de um processo dinâmico de negociação entre a promoção e a experiência. Trata-se, pois, de um processo multidimensional, onde se integra: *(i)* a imagem da paisagem real; *(ii)* a imagem do destino, projetada ou gerada, com representações iconográficas e textuais para comercialização e *(iii)* a imagem percebida com base em percepções individuais ou coletivas (Hunter, 2012, 2016). Existem outras três componentes na imagem de um destino: a componente cognitiva, a componente afetiva e a componente

comportamental (Gartner, 1993; Ryan & Aicken, 2010). A componente cognitiva diz respeito a crenças que as pessoas têm sobre um determinado destino, a componente afetiva corresponde aos motivos de visita de um destino e a componente comportamental representa, tal como a designação indicia, o comportamento que as pessoas manifestam em relação a um destino, designadamente o desejo de regressar ou não no futuro. A formação da imagem resulta da avaliação cognitiva e sentimental em relação aos atributos de um certo espaço geográfico (Baloglu & McCleary, 1999 – Figura 19).

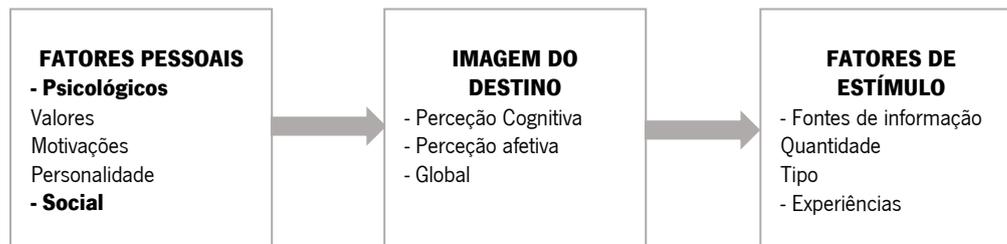


Figura 19. Formação da imagem do destino
Fonte: Adaptado de Baloglu & McCleary, 1999.

Estes comportamentos patenteiam a ideia de que o conceito de imagem é bastante intrincado, pelo simples facto da sua natureza ser complexa, múltipla (em elementos e em processos), relativista (subjéctiva e geralmente comparativa) e dinâmica (variação a médio e longo prazo nas características espaço-temporais - Gallarza *et al.*, 2002). Esta complexidade é, ainda, impulsionada pelas próprias mudanças que ocorrem nos destinos turísticos e associa-se a dinâmicas de transformação de capital e de práticas por parte dos diversos agentes envolvidos no território (Marine-Roig, 2015).

As imagens são formadas normalmente através de quatro grupos envolvidos: os agentes publicitários (porta-vozes e jornalistas), os agentes turísticos (gestores turísticos e agentes de viagem, que criam uma imagem turística, tendo em vista a comercialização do destino), os agentes autónomos destacados (*e.g.*, jornais, livros, arte) e os agentes orgânicos (os próprios turistas e residentes, embora estes não tenham como objetivo principal a formação da imagem - Gartner, 1993). Na presente investigação, procura-se, essencialmente, destacar a formação da imagem através dos agentes orgânicos (designadamente os residentes) e de agentes autónomos (nomeadamente com recurso a fotografias e aos *media* sociais).

Ressalve-se que embora a imagem do destino seja comumente constituída pela visão dos turistas, deve atender a que parte desta construção advém de manifestações comportamentais dos residentes, pois quanto mais favorável for a posição destes, maior será a sua participação no turismo (Choo, Park & Petrick, 2011).

Pike (2002) analisou, para o período entre 1973 e 2000, 142 publicações sobre a imagem dos destinos turísticos e concluiu que apenas em dois estudos se apresentava esta perspetiva segundo a opinião dos residentes. No sentido de colmatar este tipo de lacunas, vários estudos foram desenvolvidos, por modo a contribuir para uma perspetiva comparada entre a visão dos residentes e os visitantes sobre esta temática (Agapito, Mendes & Valle, 2010; Ryan & Aicken, 2010; Choo *et al.*, 2011; Nunkoo & Ramkissoon, 2011). Agapito, Mendes & Valle (2010)

compararam a perspetiva da imagem de residentes e visitantes, com uma amostra de 378 residentes e outra de 381 visitantes. Para o efeito, o estudo demonstrou que há uma correlação positiva entre a imagem global de um destino e a recomendação do destino a amigos e a parentes. Ryan & Aicken (2010) procuraram entender se os turistas e os residentes partilhavam a mesma perceção sobre a imagem do destino da Ilha Waiheke (Nova Zelândia), com uma dimensão amostral de 2 290 residentes e 2 151 visitantes. Note-se que, para o efeito, se verificou que existe uma concordância entre os atributos considerados por ambos os *stakeholders*. Choo, Park & Petrick (2011) envolveram, através da aplicação de um inquérito por questionário, 346 residentes na identificação da imagem do destino de Havai. Por seu turno, Nunkoo & Ramkissoon (2011) procuraram desenvolver, com recurso a um questionário a 252 residentes, um estudo sobre a imagem do destino, baseada nos aspetos sociais, económicos, nas acessibilidades e transportes, nos serviços governamentais e na oferta de comércio local. Ambos os estudos corroboraram a relevância da inserção da opinião dos residentes no desenvolvimento da imagem do destino turístico, em razão destes conhecerem certas particularidades da área geográfica, que, por exemplo, facilmente escapam a turistas.

A identificação da imagem turística requer, portanto, a reflexão sobre as fontes de informação consultadas e é o resultado da existência de conhecimentos e impressões sobre uma determinada área geográfica (MacKay & Fesenmaier, 1997; Donaire, Camprubi & Galí, 2014).

De modo a desenvolverem-se novos métodos de análise da imagem do destino, têm surgido vários trabalhos que utilizam como método de análise as fotografias (Santos, 1998; Choi, Lehto & Morrison, 2007; Camprubi, Guia & Comas, 2013; Donaire *et al.*, 2014; Garcia-Palomares, Gutiérrez & Mínguez, 2015). Outro facto é que a utilização massiva da internet tem introduzido, cada vez mais, alterações significativas no modo como o indivíduo interage em sociedade e possibilitado a expressão de múltiplos valores culturais (Castells, 1999). Fruto da evolução da internet e do advento das câmaras digitais, promoveu-se, nas últimas décadas, a proliferação do número de fotografias registadas por viagem (Donaire & Galí, 2011) e, por outro lado, o hábito de partilhá-las com colegas de trabalho, família e amigos ou em meios mais abrangentes (em resultado da partilha *online*, muitas vezes sincrónico ao processo de tirar a fotografia, em *websites* 2.0., que incluem o *Flickr*, o *Picasa*, o *Facebook*, o *Panoramio* ou o *Pinterest* - Lo *et al.*, 2011).

Fruto de alterações contínuas sobre o território, a fotografia tem, hoje, a capacidade de congelamento espaço-temporal, promovendo a descontextualização e fragmentação do espaço geográfico (Donaire *et al.*, 2014). Para a conceção da imagem do destino deve considerar-se que a fotografia pode funcionar como uma visão pessoal do indivíduo ou, pelo contrário, resultar somente num conjunto de imagens estereotipadas (Markwick, 2001).

Geralmente, os estudos que utilizam as fotografias para a conceção da imagem do destino, sistematizam a análise de conteúdo com base num conjunto de parâmetro e regras, por forma a manter a congruência e validade entre dados (Donaire *et al.*, 2014). O que é interessante nesta perspetiva é que a opinião das pessoas é constituída com

base em fotografias, mas também tem a capacidade de tornar estas fotografias em objetos turísticos, em lembranças ou em postais, resultante da forma idílica como cada indivíduo concebe e imagina o espaço geográfico.

Num estudo de Donaire *et al.* (2014) aplicado a Boí Valley, na região da Catalunha (Espanha), procurou-se classificar as fotografias do *Flickr* nas categorias de natureza, património, cultura e serviços de turismo. Adicionalmente foram analisadas outras características das fotografias, nomeadamente se se constatava a presença humana (isto é, se existiam turistas ou residentes na fotografia), o *zoom* da imagem e, por último, se era uma fotografia que retratava um espaço interior ou exterior. Posteriormente, foram aplicados algoritmos para o agrupamento de dados. Para o efeito, utilizou-se o método de *Ward*, com base na distância euclidiana ao quadrado.

Por sua vez, García-Palomares, Gutiérrez & Mínguez (2015) examinaram a distribuição das fotografias do *Panoramio* em oito cidades da União Europeia (Atenas, Barcelona, Berlim, Londres, Madrid, Paris, Roma e Roterdão) e procuraram avaliar a densidade de fotografias nestas áreas geográficas. Através da agregação de dados em redes hexagonais procurou-se analisar os padrões de localização (concentração ou dispersão), usando as estatísticas de *Getis-Ord General G* e de *Global Moran's I*. Embora o principal objetivo de análise desta investigação seja a identificação dos padrões das fotografias de turistas, as tiradas pelos residentes também foram avaliadas, por modo a comparar-se os padrões entre ambos os grupos.

Dados os objetivos de disseminação da imagem turística, infere-se que, quer a opinião dos residentes (num primeiro momento), quer as fotografias partilhadas em rede, contribuem para uma disseminação mais célere da imagem turística. Atualmente, as novas plataformas de redes sociais competem com os tradicionais guias de viagem ou folhetos, por permitirem aos indivíduos carregarem as imagens na internet, simultaneamente ao processo de fotografar (Lo *et al.*, 2011). Porém, convém ressaltar que o poder destas plataformas se circunscreve a faixas etárias mais jovens e a grupos com certas características socioeconómicas (nomeadamente, a classe média e a média alta).

Além disso, as imagens *online* dos destinos rurais têm sido pouco investigadas por parte da comunidade académica. O facto de haver cada vez mais um interesse por parte dos residentes de áreas urbanas em pernoitar e visitar as áreas rurais demonstra que é essencial promover o *marketing* e a promoção, nomeadamente a *online*, dos destinos rurais (Zhou, 2014).

2.4. Síntese

Como síntese deste capítulo, importa começar por referir que o turismo conquistou, em pleno século XXI, a posição de principal atividade económica no mundo. Para o efeito, o ambiente passou a assumir-se como o enfoque essencial no desenvolvimento da atividade turística. Além de se tratar de uma atividade económica crucial para o emprego de milhões de pessoas e para a geração de receitas na economia, é também considerada a sua capacidade de contribuir ou não para a sustentabilidade dos destinos turísticos.

Desta forma, assumiu-se que a sustentabilidade do turismo é dependente da interconexão entre as dimensões social, cultural, económica e ambiental, principalmente nas áreas rurais. É, assim, essencial que o desenvolvimento da atividade turística não exceda a capacidade de carga, atendendo a que esta postura poderia acarretar problemas significativos para os lugares. Por outro lado, em destinos rurais é essencial que se proceda a práticas sustentáveis na atividade turística, onde se valoriza a colaboração entre atores, por forma a desenvolverem-se estratégias de planeamento assentes nas características realmente intrínsecas ao território.

O planeamento da atividade turística deve, assim, basear-se na integração da perspetiva dos diversos atores públicos e privados. Aliás, a inserção dos diferentes *stakeholders*, nas decisões sobre a atividade turística, em diferentes escalas (macro, meso e micro), permite mitigar os grandes impactes, tanto negativos, como positivos, na vida da população local, bem como sobre a envolvente em que se desenvolve a atividade turística. Note-se que os efeitos do turismo nas áreas rurais são, porventura, mais significativos do que nas áreas urbanas ou do que na periferia das cidades.

Uma parte relevante desta análise baseia-se na integração da perceção dos residentes sobre os impactes da atividade turística na área geográfica em que habitam e sobre a sua qualidade de vida. É difícil controlar o apoio ou não à atividade turística com base nas respostas que os mesmos dão, pelo facto de puderem camuflar certas atitudes que têm sobre o turismo. Embora tal possa acontecer, as suas atitudes e perceções face ao contexto turístico devem ser enquadradas, conforme várias características do indivíduo: o seu envolvimento na comunidade, as características socioeconómicas, o período de residência no destino e a proximidade da residência ao centro turístico. Com base nestas dimensões e na heterogeneidade de características dos indivíduos na comunidade de acolhimento tem-se estimulado, no meio académico, a segmentação dos residentes conforme a sua perceção face à atividade turística. Para tal, utilizam-se ferramentas estatísticas para a realização da *clusterização* de indivíduos. Não obstante, pode realizar-se outro tipo de análises, designadamente o recurso à análise fatorial dos impactes da atividade turística e ao desenvolvimento do turismo ou a construção de modelos que correlacionam várias variáveis.

A utilização destes estudos deve ser, ainda assim, ponderada em função da evolução do ciclo de vida do destino turístico, atendendo a que o apoio ao desenvolvimento desta atividade será mais positivo, nos casos em que se inicia a exploração desta atividade. De qualquer forma, considera-se que este tipo de estudos deve ser feito de forma pontual, de modo a contribuir para o rejuvenescimento do destino turístico, quando o mesmo atinge a fase de estagnação ou declínio. Por forma a construir um destino turístico sustentável será necessário atender a várias dimensões, considerando-se o facto de os produtos turísticos também terem o seu próprio ciclo de vida. Para fazer face a estes pressupostos, é necessário que se constituam produtos turísticos, atendendo a que os visitantes procuram produtos e não destinos turísticos, isto é, os mesmos não ficam satisfeitos com a existência de uma certa atração natural que encontram no destino, mas procuram uma experiência turística coadunável com os seus gostos. Desta forma, existem certas questões fulcrais para a construção de um destino turístico: o produto turístico

– um determinado recurso turístico necessita de melhorias incrementais e a criação de experiências turísticas; a acessibilidade ao destino – um certo destino necessita de ter boa cobertura de rede de transportes e uma rede de infraestruturas físicas densa; e a construção da imagem – é necessário que quer os residentes, quer os visitantes tenham uma opinião formada sobre a imagem do destino turístico. Ressalve-se a utilização de modelos para a construção da imagem do destino turístico baseada na opinião dos residentes. Por outro lado, a utilização da memória fotográfica dos visitantes e residentes do local de destino partilhada em certas redes sociais é também um elemento capital para a compreensão por parte dos agentes governamentais se a imagem delineada para o destino é compatível com os anseios por parte dos visitantes e com a perspetiva dos residentes.



Fotografia tirada por J. Rocha, em 23.05.2016.

Retrato territorial do município de Boticas e do Alto Tâmega

Alturas do Barroso, 1 de setembro de 1991

Incansavelmente atento às lições do povo, venho, sempre que posso, a este tecto do mundo português, admirar no adro da igreja, calcetado de lousas tumulares, o harmonioso convívio da vida com a morte. Os cemitérios actuais são armazéns de cadáveres desterrados da nossa familiaridade, lacrimosamente repelidos do seio do clã mal arrefecem, cada dia menos necessários, no progressivo esquecimento, à salutar percepção do que significam na dobradoira do tempo. Ora, aqui, cada paroquiano pisa, pelo menos dominicalmente, a sepultura dos ancestrais, e se liga a eles, quase organicamente. Vive, numa palavra, referenciado. Sabe que tem presente porque houve passado, e que, mais cedo ou mais tarde, enterrado ali também, será para os descendentes consciência e justificação do futuro.

Miguel Torga, in "Diário XVI", 99 – 100

3.1. Nota introdutória

Todos os territórios apresentam algumas especificidades, desde a sua história, passando pela cultura e tradições, até às suas dinâmicas socioeconómicas ou políticas, resultado de um conjunto de alterações que têm vindo a ocorrer ao longo de várias décadas. A superfície da terra (como um ponto de partida) com as suas características geológicas, formas de relevo, a relação com a água, com a temperatura e os regimes de ventos, integra-se na dimensão antropogénica, presente nos caminhos que o ser humano vai traçando, nas atividades que desenvolve, e nas relações interpessoais que cria, por assim dizer, nas relações de poder que se estabelecem no espaço (Mattoso, Daveau & Belo, 2010).

Findo o enquadramento teórico de algumas das temáticas mais relevantes para o desenvolvimento da atividade turística, os próximos capítulos incidem sobre a dimensão empírica desta dissertação. Note-se que o caminho da sustentabilidade, da integração dos diversos *stakeholders* e da potencialização dos recursos endógenos assume-se como aquele que se traçou e que se pretende alcançar.

É, essencialmente, sobre esta última vertente – a antrópica – que versa este capítulo e, *ipso facto*, apresentam-se algumas características que retratam o município de Boticas e a sua inserção na NUTS III do Alto Tâmega e na NUTS II Norte.

3.2. A inserção do município de Boticas num espaço regional assimétrico

O conhecimento da realidade territorial é fundamental para a prossecução dos objetivos definidos. Desta forma, inicia-se este *item* com uma breve caracterização socioedemográfica e económica da NUTS II do Norte, da NUTS III do Alto Tâmega e do município de Boticas, com o objetivo de providenciar informações globais sobre o território nas suas vertentes mais básicas, que servem de sustentáculo ao desenvolvimento da atividade turística. Desta forma, prevê-se, neste subcapítulo, a caracterização de quatro domínios territoriais: a sociodemografia, a economia, as acessibilidades locais e regionais e o contexto do turismo, enquanto atividade económica.

As fontes de informação utilizadas são, entre outras, o Instituto Nacional de Estatística (INE), designadamente o Anuário Estatístico da Região Norte e outros sítios da internet e de levantamento documental de apoio ao INE (*e.g.*, PORDATA; Câmara Municipal de Boticas e publicações regionais).

3.2.1. Dinâmicas sociodemográficas

Desde meados da segunda metade do século XX, inúmeras áreas do território rural português têm vindo a registar perdas significativas de efetivos populacionais. Esta evolução tem concorrido para o dualismo entre o fenómeno de crescimento populacional e económico, como é o aumento da população residente em espaços litoralizados e a recessão económica e demográfica de vastos espaços localizados na franja rural do interior.

Estas disparidades de desenvolvimento são visíveis não apenas à escala nacional, mas igualmente aos níveis regional e local. Na NUTS II do Norte, verifica-se igualmente esta tendência de assimetria entre as áreas

litoralizadas e do interior. Se, por um lado, espaços urbanos da Área Metropolitana do Porto, do Cávado, do Ave e do Tâmega e Sousa assistem a um crescimento populacional, outras regiões, predominantemente rurais, revelam uma redução progressiva dos efetivos populacionais registados, designadamente nas NUTS III de Terras de Trás-Os-Montes e Alto Tâmega, onde se insere Boticas.

Em termos evolutivos, salienta-se o aumento da população até 1960 (à exceção do período entre 1911 e 1920, em razão da gripe pneumónica), momento a partir do qual se verificou uma diminuição generalizada da população em vastos territórios do interior do país (Figura 20). A NUTS III do Alto Tâmega perdeu 46,9% da população residente entre 1960 e 2011 e, em termos absolutos, registou uma quebra populacional de 82 996 indivíduos desde 1960, essencialmente graças à intensificação dos fluxos migratórios para outros municípios portugueses ou para outros países. As condições que mais influenciam a distribuição da população prendem-se com a estruturação territorial, que tende a privilegiar uma concentração da população junto dos principais eixos viários (IP3; A4), intrínseca aos movimentos pendulares diários de casa-trabalho/lugar de estudo e vice-versa.

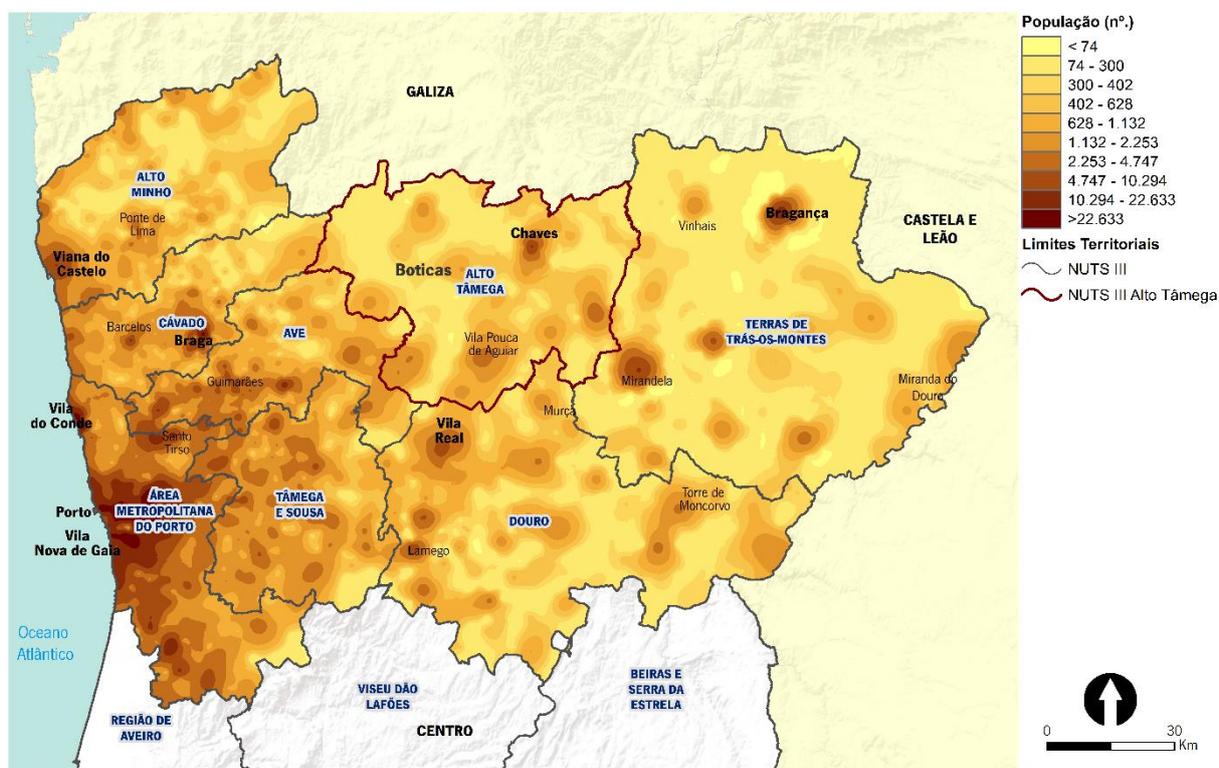


Figura 20. Distribuição da população residente na região Norte de Portugal Continental, em 2011
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

Apesar de se verificar uma capacidade para atrair/fixar pessoas nestas áreas próximas dos principais nós viários, estes territórios não tiveram a capacidade para controlar a perda populacional nas décadas em que se verificou um maior surto emigratório (Figura 21).

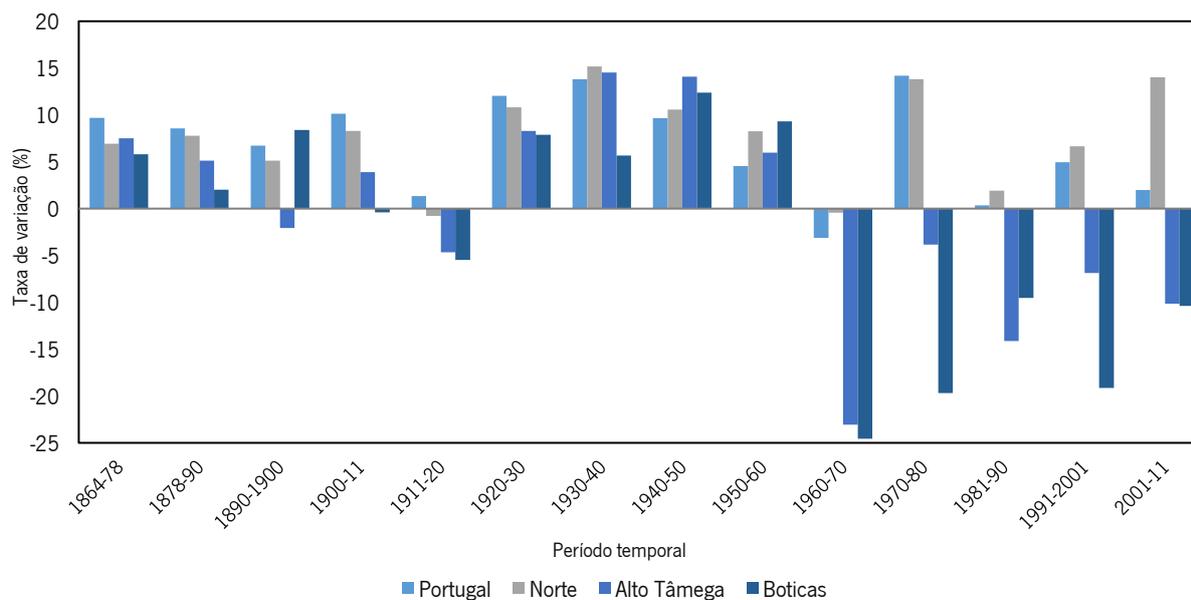


Figura 21. Variação da população residente entre 1864 e 2011
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

Entre a década de 1990 e inícios do século XXI, verificaram-se dois níveis de evolução demográfica no Alto Tâmega:

- i) o acréscimo populacional entre 1991 e 2001 e o decréscimo populacional entre 2001 e 2011 em Chaves, com uma taxa de variação de 6,2% e -5,9%, respetivamente;
- ii) decréscimos demográficos superiores à média registada no Alto Tâmega, entre 1991 e 2011, nos municípios de Boticas, Montalegre, Ribeira de Pena, Valpaços e Vila Pouca de Aguiar.

Tendo em conta os registos de esvaziamento demográfico nestes municípios, a que se assistiu ao longo de várias décadas, tem sido difícil inverter esta situação e contribuir para níveis mínimos de equilíbrio. A Figura 22 patenteia o despovoamento do norte interior de Portugal Continental, em que as sub-regiões do Alto Tâmega, Douro e Terras de Trás-Os-Montes registaram as perdas mais significativas, ao passo que as sub-regiões do Cávado e da Área Metropolitana do Porto foram as que registaram uma evolução da população residente mais positiva na última década.

De facto, no interior norte apenas os municípios de Bragança e de Vila Real (onde se localizam as capitais de distrito) registaram um crescimento positivo face aos municípios contíguos, situados numa faixa entre Montalegre e Vimioso. É ainda possível identificar a existência de um comportamento de decréscimo populacional nos municípios do Porto e de Espinho, ao passo que os municípios localizados em torno destes registaram comportamentos demográficos muito positivos ($\geq 10\%$ entre 2001 e 2011), designadamente entre Vila do Conde e Lousada, a par dos municípios da Maia e de Braga. Merece especial destaque o comportamento demográfico do município de Boticas, que revela a persistência de uma redução de efetivos populacionais, desde meados dos anos 60 do século XX.

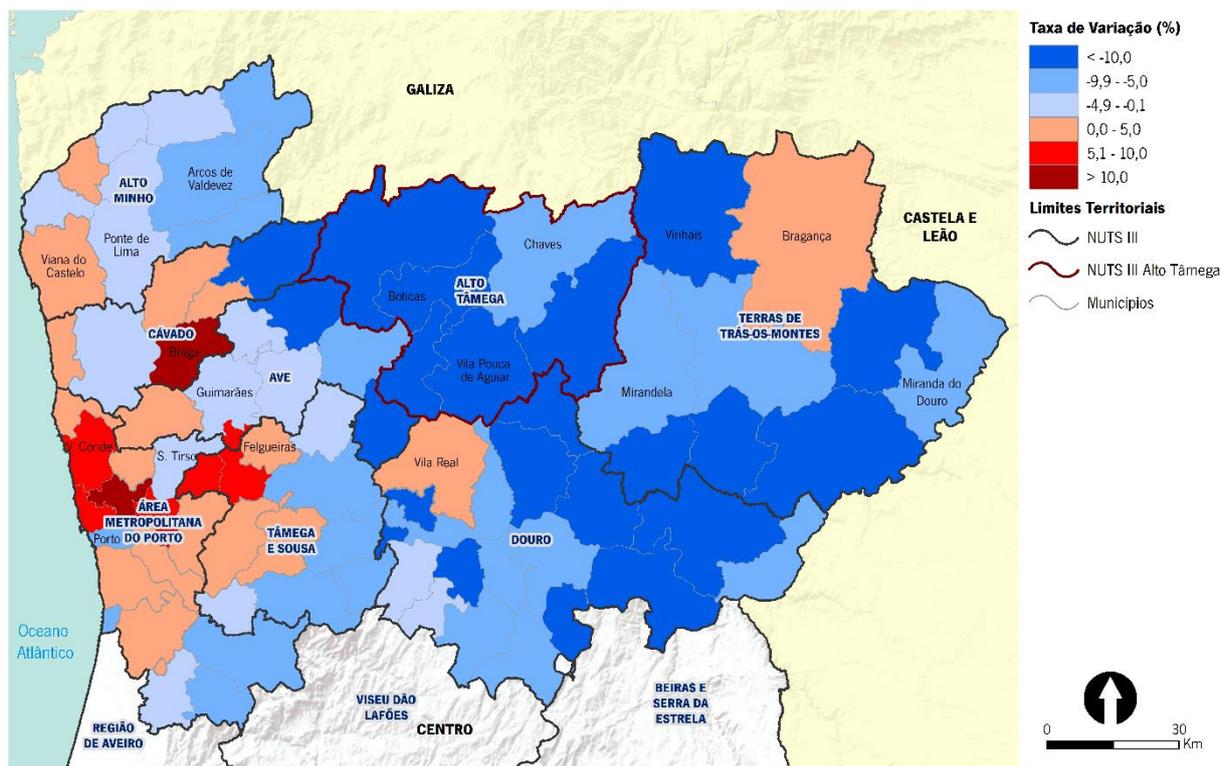


Figura 22. Taxa de variação da população, na NUTS II Norte de Portugal, por município, entre 2001 e 2011
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

Esta realidade de regressão demográfica confirma-se em nove freguesias do município de Boticas, à exceção de Boticas e Granja, onde se localiza a sede concelhia, cujos dados revelam um razoável acréscimo populacional entre 2001 e 2011 (13,4% - Figura 23). Este cenário deve-se à capacidade de multiplicação do número de serviços presentes no município e às ofertas de emprego que têm sido criadas para mitigar o êxodo da população em idade ativa. Note-se, ainda assim, que entre os anos de 1991 e 2001 todas as freguesias evidenciaram um défice de população residente (perda de 1 519 indivíduos). No período censitário subsequente, nove das dez freguesias perderam, na globalidade, 667 indivíduos. No período de 20 anos (entre 1991 e 2011), Codessos, Curros e Fiães do Tâmega, Covas do Barroso e Dornelas registaram a maior perda de vitalidade demográfica do município, com uma variação populacional de -41,3%, -42,1% e -45,1%, respetivamente. Em 50 anos (entre 1960 e 2011), o município assistiu a um decréscimo populacional de -60,3% (8 731 residentes - *vide* Figura 21).

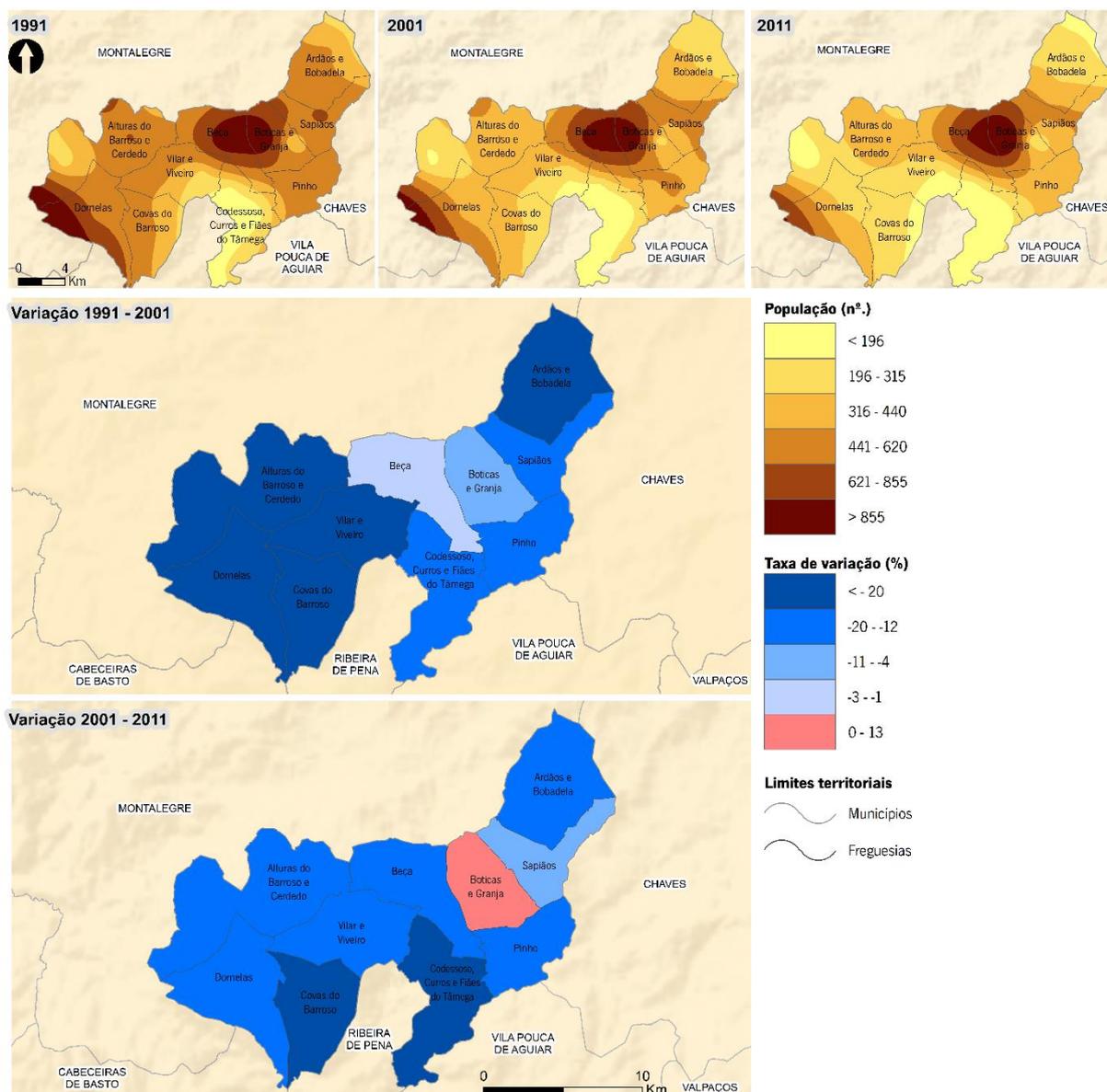


Figura 23. População residente em 1991, 2001 e 2011 e taxa de variação da população entre 1991 e 2001 e 2001 e 2011, nas freguesias do município de Boticas
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (1993, 2002, 2012).

A par do despovoamento, as migrações ocorridas, geralmente em grupos mais jovens, contribuíram para o rápido envelhecimento populacional, essencialmente através de uma redução da taxa de natalidade e, conseqüentemente, do enfraquecimento da capacidade de renovação de gerações. Neste momento, a NUTS II Norte encontra-se num período em que quer a taxa de crescimento natural, quer a taxa de crescimento migratório registam valores negativos (com -0,32% e -0,17%, respetivamente - Figura 24). Esta tendência verifica-se, igualmente, na NUTS III do Alto Tâmega, acentuando ainda mais os valores registados na taxa de crescimento natural (-0,91%), onde o número de nados-vivos é inferior ao número de óbitos registados. Esta tendência reitera-se também no município de Boticas, onde os valores percentuais, para 2011, foram de -0,37% e -1,21% para a taxa de crescimento migratório e taxa de crescimento natural, conduzindo a uma variação negativa da população residente (*vide* Figura 23).

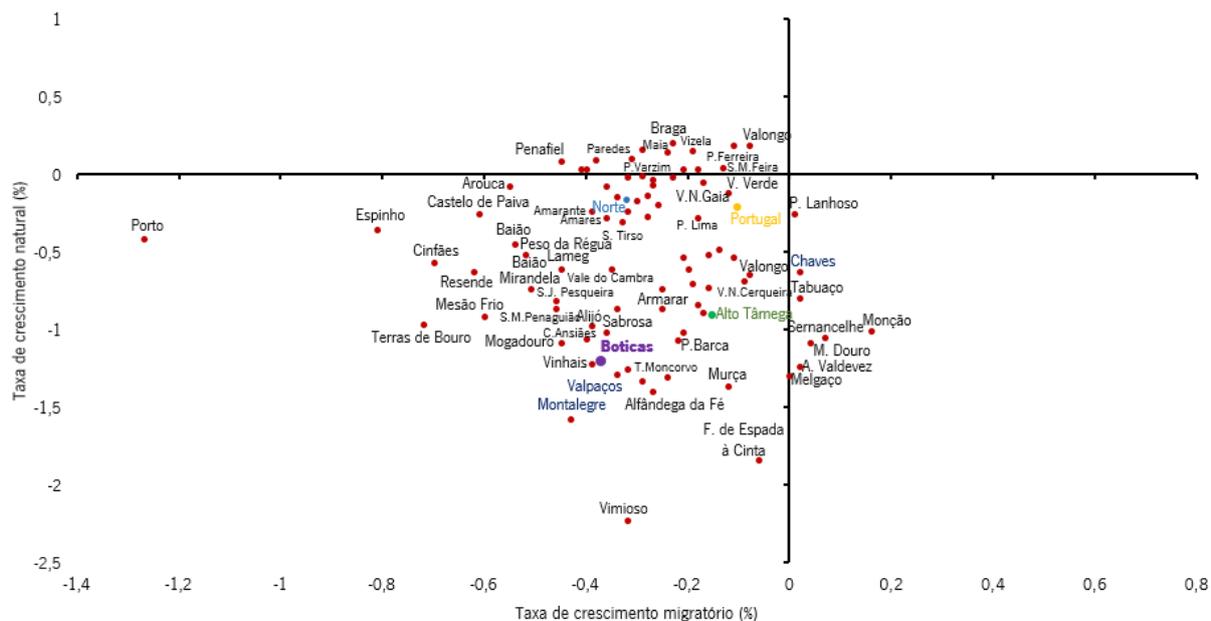


Figura 24. Taxa de crescimento natural e migratório (em %) para a NUTS II Norte, em 2011
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2011b).

A evolução dos comportamentos da natalidade e da mortalidade indiciam um novo período de evolução demográfica, traduzindo-se, globalmente, no aumento do peso dos idosos. O resultado desta evolução corresponde ao empolamento da faixa etária com idades iguais ou superiores aos 65 anos e a um afunilamento dos grupos etários jovens e adultos jovens, em idade potencialmente fértil e ativa. A Figura 25 representa a população idosa na NUTS II Norte, onde é possível diferenciar esta dicotomia entre áreas mais jovens (localizadas no litoral norte) e áreas mais repulsivas para os mesmos (localizadas no interior norte).

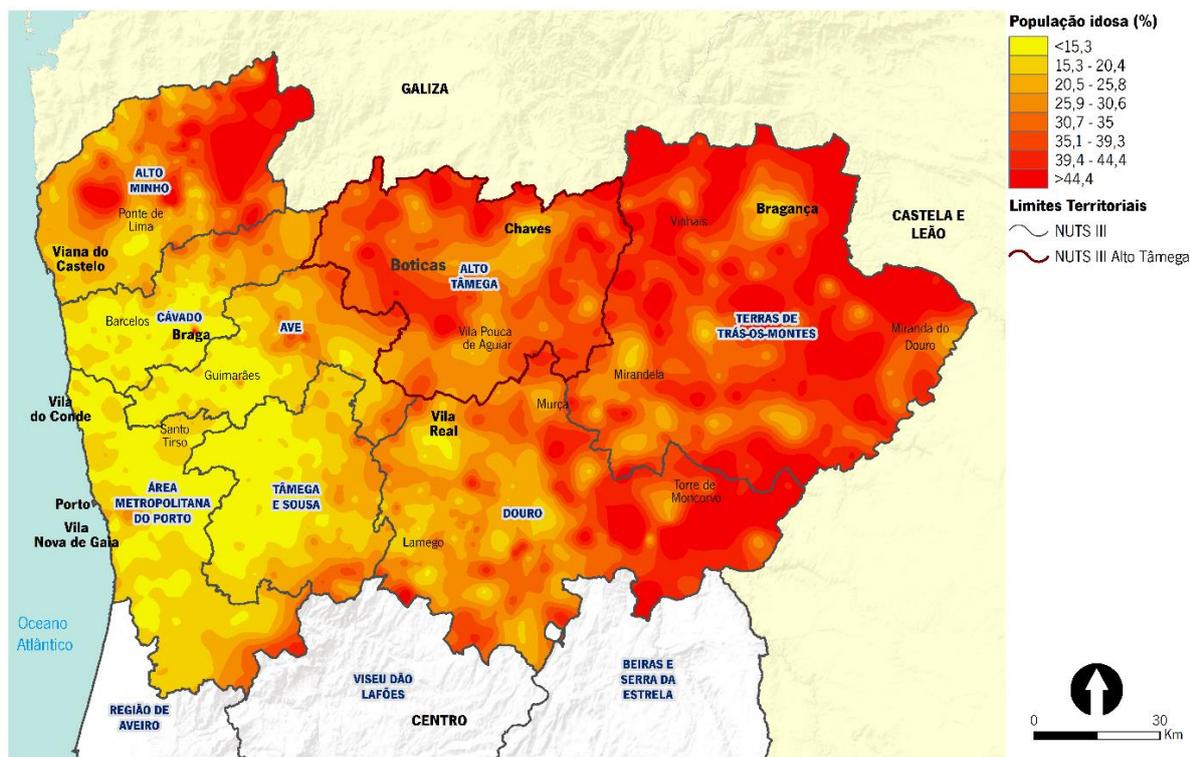


Figura 25. População idosa na NUTS II Norte de Portugal Continental, em 2011
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

Esta tendência é visível a várias escalas de análise (nacional, regional, sub-regional e local - Figura 26). No município de Boticas, a propensão para o envelhecimento agrava-se face ao que se apura na escala de análise supramunicipal, inclusive face à média dos municípios do Alto Tâmega. De facto, este processo de envelhecimento é visível neste território pela elevada percentagem de idosos e reduzida percentagem de crianças e jovens, o que origina uma pirâmide etária de tipo regressiva. Consta-se que à escala nacional, o envelhecimento é causado primeiramente pelo aumento do número de pessoas com 65 e mais anos (envelhecimento pelo topo), enquanto em Boticas este envelhecimento é determinado pela redução do número de efetivos jovens (envelhecimento pela base), sendo esta relativamente acentuada (-29,2%) quando comparado com o decréscimo no território nacional (-5,1%).

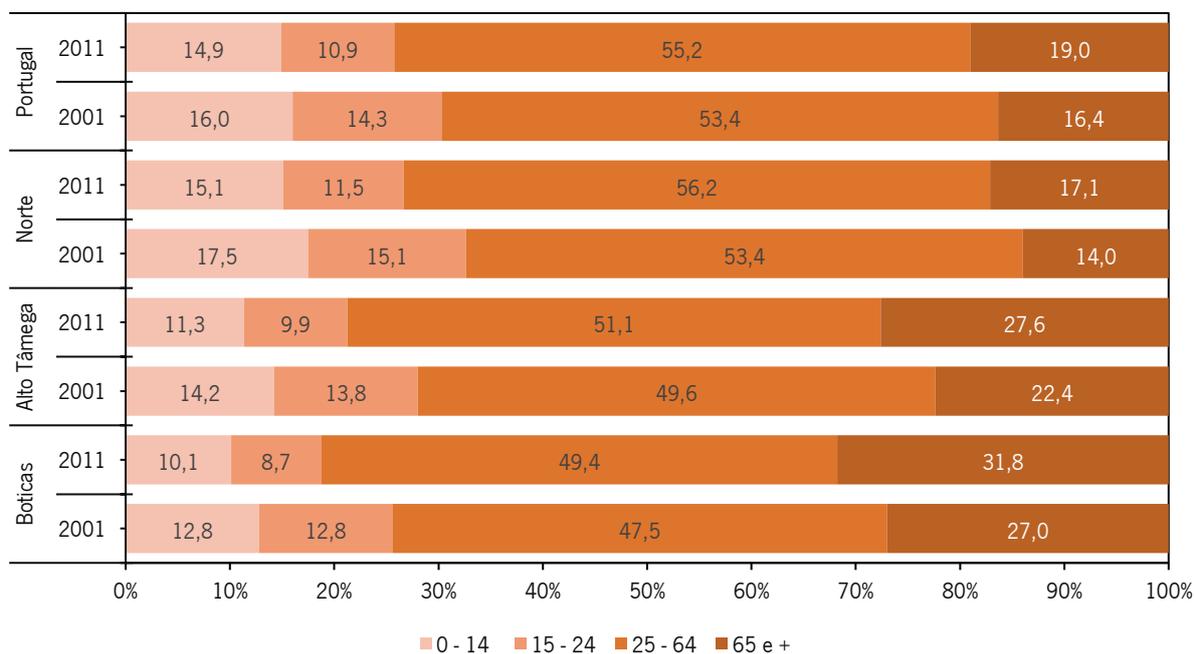


Figura 26. Estrutura etária no município de Boticas, NUTS III Alto Tâmega, NUTS II Norte e NUTS I Portugal
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2002, 2012).

Geralmente, as áreas onde se registam níveis mais elevados de envelhecimento pela base correspondem, igualmente, às mesmas onde se verifica a persistência de níveis de ileteracia mais elevados. Neste cômputo, os municípios litoralizados apresentam taxas de analfabetismo mais baixas (*e.g.*, a faixa litoral entre Caminha e Oliveira de Azeméis com valores percentuais $\leq 4,5\%$), paralelamente às percentagens mais elevadas de população jovem.

Em Boticas, tal como em grande parte dos municípios do norte interior (e da NUTS III do Alto Tâmega, em particular) verificam-se níveis de ileteracia mais elevados. De qualquer modo, apesar de uma evolução positiva dos níveis de literacia em todo o território nacional, a taxa de analfabetismo é superior no município em estudo (15,8%), em relação à média do país (5,2%), da NUTS II Norte (5,0%) e da NUTS III do Alto Tâmega (10,7%). Entre 2001 e 2011, observou-se uma redução da taxa de analfabetismo no município de Boticas (24,0% e 15,8%, respetivamente), tal como aconteceu em grande parte do território nacional (Figura 27).

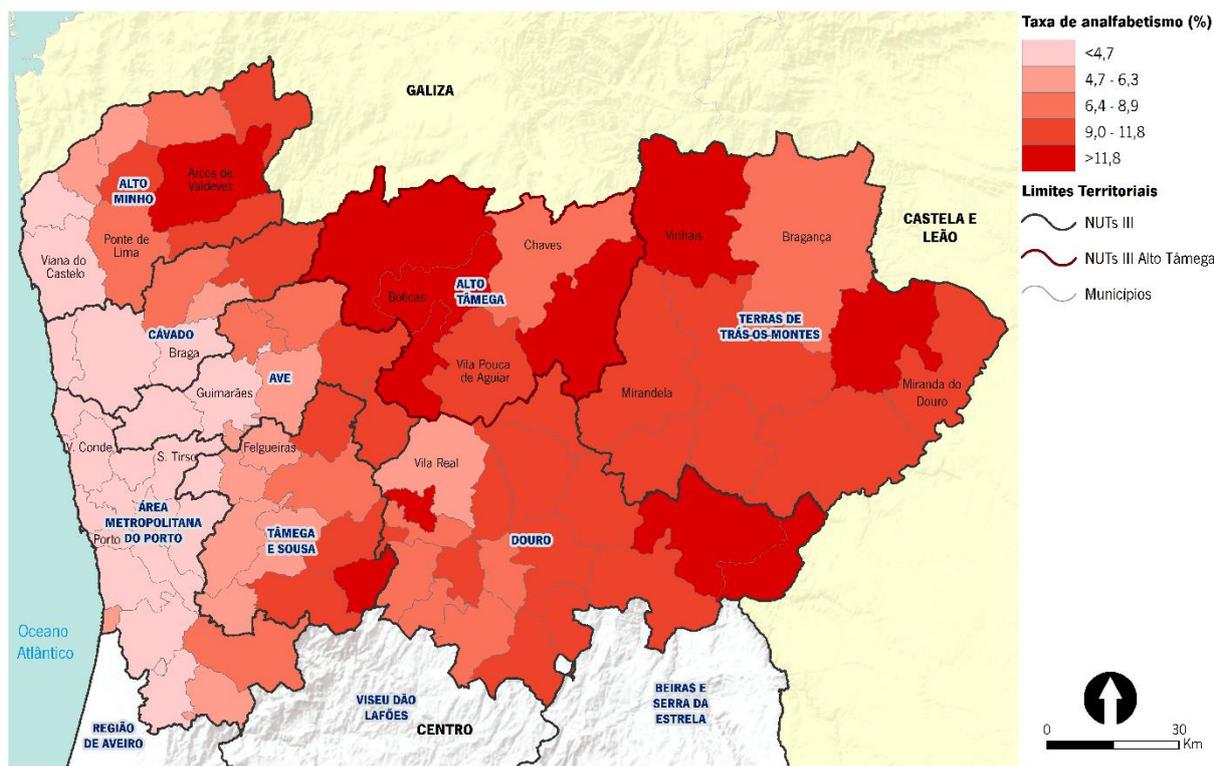
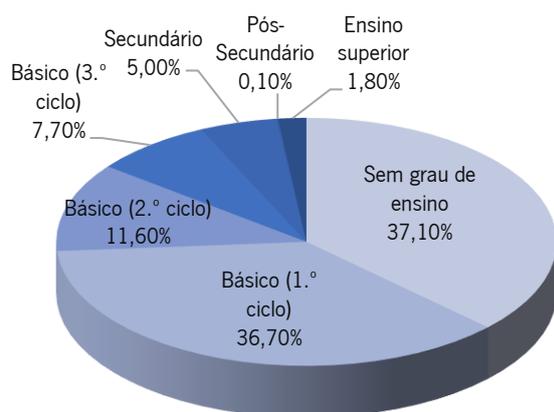


Figura 27. Taxa de analfabetismo (%) nos municípios da NUTS II Norte
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

Se outrora, o sucesso de um território estava bastante dependente do aproveitamento dos recursos naturais, atualmente, os recursos humanos e, em particular, os mais qualificados, concorrem igualmente para a competitividade de países, de regiões e de locais. A par dos níveis de analfabetismo da população residente, os níveis de habilitação registados também são geradores de graus de capital humano maiores ou menores, nomeadamente para setores exigentes em mão-de-obra qualificada, como é o caso do setor turístico. Entre 2001 e 2011, assistiu-se a um aumento significativo de indivíduos com o ensino secundário (+4,2%) e com o ensino superior (+3,2%) no município de Boticas (Figura 28). Concomitantemente, a população deste município continua a apresentar um baixo nível de instrução, verificando-se, de acordo com o último Recenseamento Geral da População (2011), que a maior parte da população não possui mais do que seis anos de escolaridade (75,4%). Portanto, verifica-se uma sub-representatividade dos níveis de instrução mais elevados, o que não se revela favorável à modernização e diversificação produtiva do município.

2001



2011

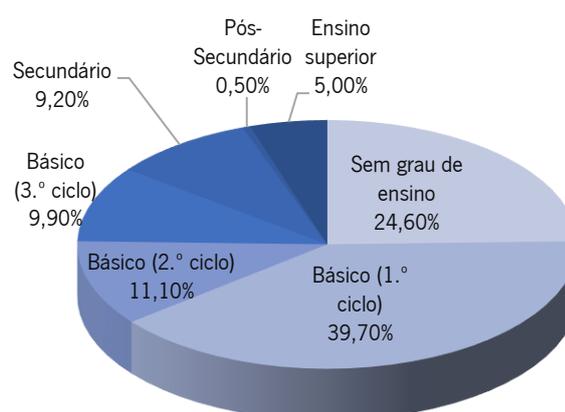


Figura 28. Nível de instrução da população residente no município de Boticas (%), em 2001 e 2011
Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2003 e 2012).

3.2.2. Dinâmicas de produção

Em concordância com o que ocorre noutros países, Portugal enfrenta atualmente uma crise económico-financeira e social, que se repercute no aumento do número de desempregados, na diminuição do consumo privado e na redução das exportações, podendo esta situação ser mitigada através da alteração de certas dinâmicas produtivas, isto é, aproveitando certos mercados potenciais, tais como aqueles que decorrem do desenvolvimento do turismo em áreas rurais. Se se aliar a crise à emergência de uma nova base económica multisetorial torna-se possível desobstruir determinadas fraquezas e alavancar as potencialidades destes territórios. Porém, é essencial contrariar a nossa posição desfavorável em termos económicos face a outros territórios, como o caso de Espanha, que conseguiu iniciar mais cedo um novo modelo de crescimento económico e, sobretudo, potenciar uma economia ágil que fosse capaz de fazer frente aos processos de internacionalização. Embora Espanha tenha conseguido impôr um modelo económico assente na internacionalização, tal não se tem refletido na diminuição da taxa de desemprego.

A NUTS II Norte registava, em 2011, o maior volume de população ativa, com 1,1 milhões de indivíduos, o que representa 33,1% dos efetivos em idade ativa em Portugal. De qualquer modo, estes valores são superiores nos municípios localizados no litoral, designadamente nos que se circunscrevem à NUTS III Área Metropolitana do Porto (*e.g.*, Porto, Vila do Conde, Santo Tirso), à NUTS III do Ave (*e.g.*, Guimarães, Vila Nova de Famalicão) e à NUTS III do Cávado (*e.g.*, Braga). Não obstante, é de ressaltar que estes municípios apresentam estruturas produtivas dicotómicas, ora assentes numa economia de serviços, ora associadas à indústria transformadora.

Em termos de estrutura produtiva da NUTS II Norte, pode verificar-se que, em 2013, esta unidade territorial contribuiu com 29,0% do Valor Acrescentado Bruto (VAB) e com 34,2% dos empregos disponíveis em Portugal (INE, 2014a). Decorrente desta evolução gradual, na NUTS II Norte continua a denotar-se uma tendência para a terciarização da economia, contribuindo para que em 2013 se tenha atingido 54,7% do emprego neste setor. Por sua vez, o setor secundário continua a apresentar-se como o principal setor de atividade nos municípios localizados

na NUTS III do Ave, onde se destacam os municípios de Vizela, de Barcelos, de Santo Tirso e de Vila Nova de Famalicão. No caso do Alto Tâmega, o setor terciário assume-se como o mais relevante na estrutura produtiva, embora o setor primário continue a deter uma proeminência significativa (Figura 29). Ainda assim, evidencia-se uma redução significativa da sua relevância para o emprego da população.

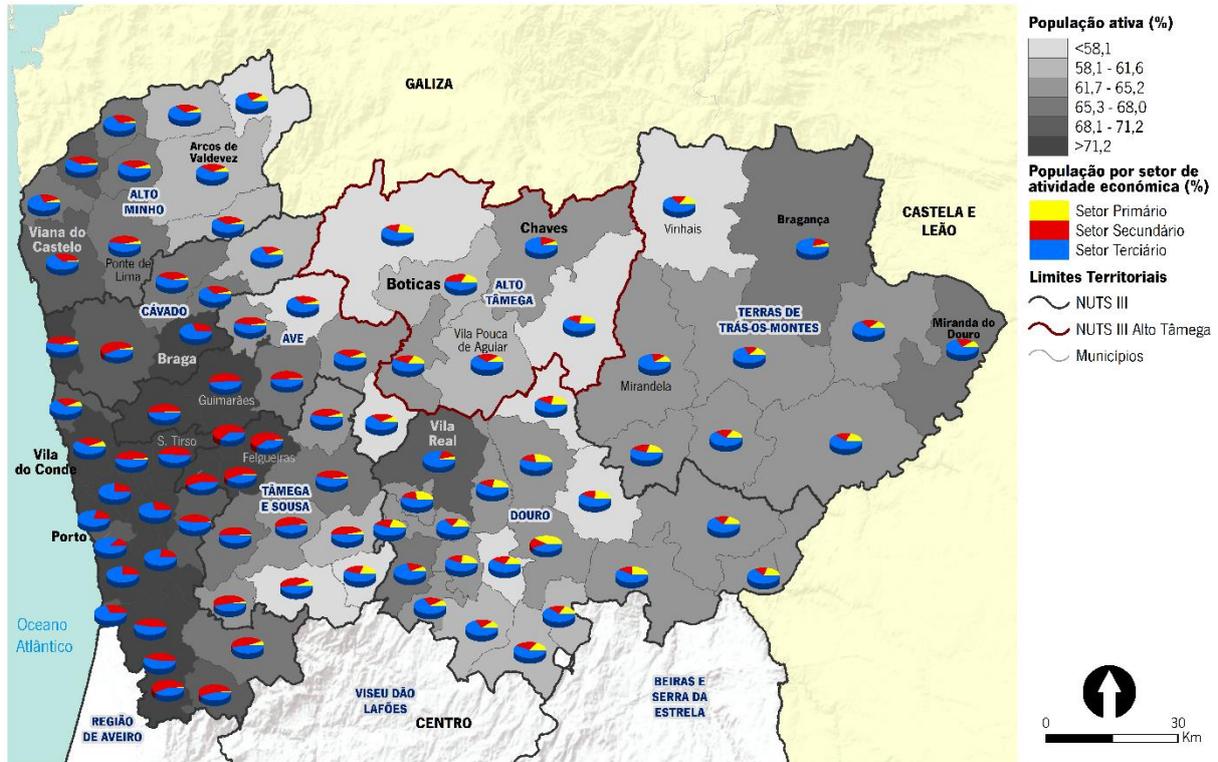


Figura 29. População ativa e população por setor de atividade económica (em %) nos municípios da NUTS II Norte, em 2011

Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

A este respeito, é de salientar o facto do município de Boticas continuar a ser marcadamente rural. Uma parte significativa da população ainda se dedica à atividade agropastoril (17,8%), embora nas últimas décadas se tenham verificado algumas transformações. Estas decorrem essencialmente do êxodo rural que se registou a partir de 1960, mas é também resultado da mecanização agrícola, do acréscimo de atividades ligadas aos usos florestais e a áreas naturais, designadamente a produção florestal e a apicultura. Se o setor agrícola regista uma quebra, por seu turno, o setor secundário (31,7%) e o setor terciário (50,6%) têm vindo a registar uma expansão. No caso da indústria local, direciona-se para o aproveitamento dos recursos naturais locais, ligando-se à exploração das águas minerais, à indústria extrativa (granito), aos materiais de construção e à indústria alimentar. No âmbito do comércio e serviços são o setor com maior crescimento registado, contribuindo para o destaque do pequeno comércio, cafetaria, restauração e hotelaria, estando esta última ligada ao turismo rural.

Ainda assim, apesar dos esforços que têm vindo a ser feitos no sentido de contribuir para o desenvolvimento local baseado na diversificação das atividades económicas, continua a verificar-se um menor poder de atração, quer do município de Boticas, quer de outros municípios localizados no interior Norte de Portugal, designadamente no Alto Tâmega, o que contribui para as discrepâncias ao nível da distribuição do ganho médio mensal, que é manifestamente superior nos municípios do noroeste. Neste sentido, o indicador de poder de compra (IpC) não é homogêneo neste território, tal como se pode constatar pela leitura da Figura 30.

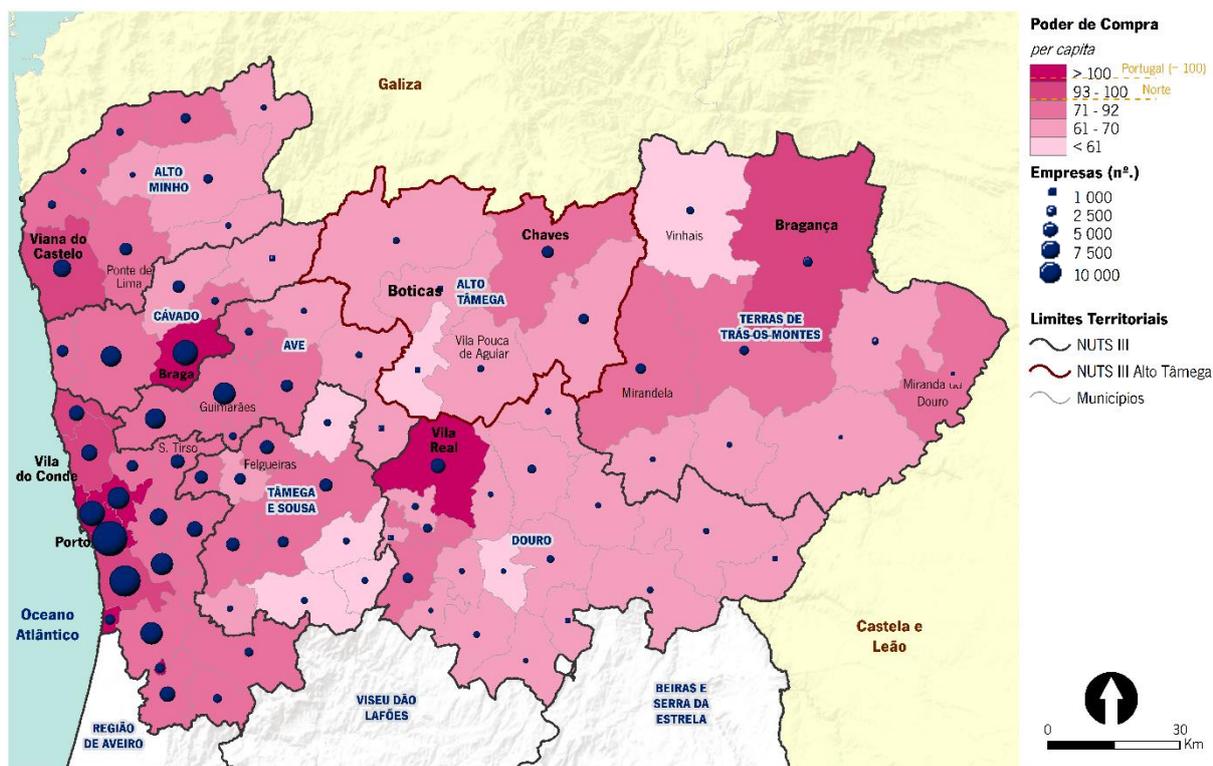


Figura 30. Distribuição do Poder de Compra *per capita* e do número de empresas nos municípios da NUTS II Norte, em 2013

Fonte: Elaboração própria, tendo por base INE (2014) e INE (2015b).

No Alto Tâmega, Ribeira de Pena afigura-se como o município, que em 2013, detinha o valor mais reduzido de IpC e Chaves como o município com o valor mais elevado (81,52). Ainda assim, estes valores são muito inferiores aos registados noutros municípios, como o Porto (169,85), Braga (104) ou Vila Real (102,42), que denotam valores superiores à média nacional (=100). Apesar de melhorias substanciais no valor do município de Boticas, este ostenta um valor bastante reduzido (61,22) face à média da NUTS II Norte (92,0).

O território em estudo apresenta o décimo valor mais baixo da NUTS II Norte, apenas à frente de municípios como Cinfães (56,54), Celorico de Basto (56,64) ou Vinhais (59,84). Estes valores estão em consonância com o reduzido dinamismo demográfico, o desenvolvimento industrial incipiente e a fraca capacidade de modernização da atividade agrícola, que continua a ser marcadamente familiar. Aliás, uma premissa basilar para o aumento do poder de compra é a existência de um número significativo de empresas, assentes em especialização tecnológica e científica. Tal não acontece em Boticas, onde o tecido empresarial é pouco expressivo, correspondendo, somente, a 629 empresas em 2011 (5,4% das empresas registadas na NUTS III do Alto Tâmega e a 0,2% da NUTS

II Norte). Note-se que, apesar de existir um número reduzido de constituição de empresas, a taxa de desemprego no município de Boticas é inferior à registada em todos os municípios do Alto Tâmega, com 9,16% e 13,44%, respetivamente, e face à média da NUTS II Norte (14,47%) e à média nacional (13,18%), segundo os dados do Recenseamento Geral da População de 2011.

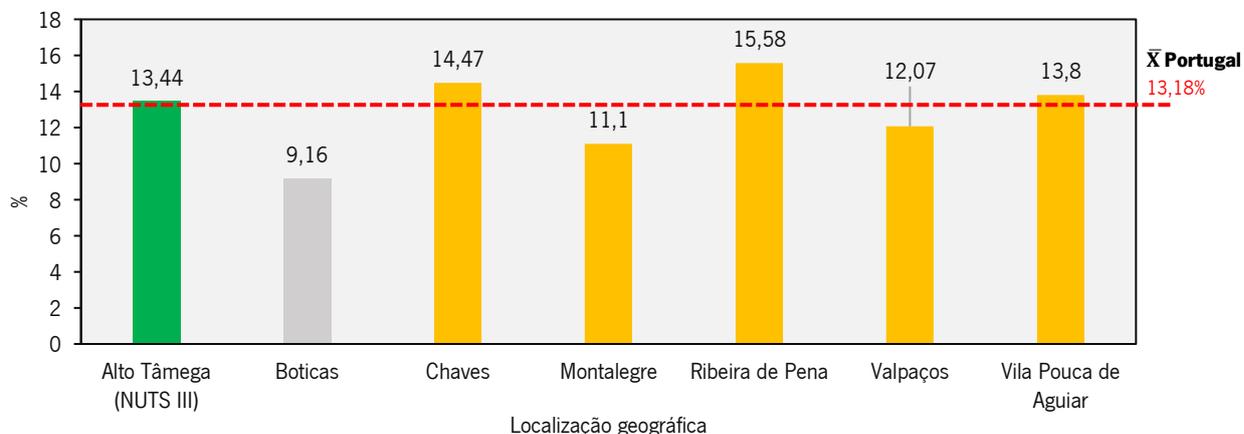


Figura 31. Taxa de desemprego nos municípios do Alto Tâmega, em 2011
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

Importa ainda referir em que posição se encontra o município de Boticas, no quadro da sub-região do Alto Tâmega, em termos de desenvolvimento regional. O Índice Sintético de Desenvolvimento Regional (ISDR) sintetiza o resultado de três componentes de desenvolvimento: a competitividade, a coesão e a qualidade ambiental, tendo por referência o contexto nacional, onde o valor é igual a 100. Os resultados do Índice Sintético de Desenvolvimento Regional, em 2013, evidenciavam uma maior competitividade das NUTS III localizadas no noroeste face àquelas que se encontravam no interior norte. Neste cômputo, podem destacar-se as NUTS III do Alto Minho, a Área Metropolitana do Porto, o Cávado e o Ave com os valores mais elevados, sendo que as duas primeiras superavam a média nacional em termos de desenvolvimento regional global (Figura 32).

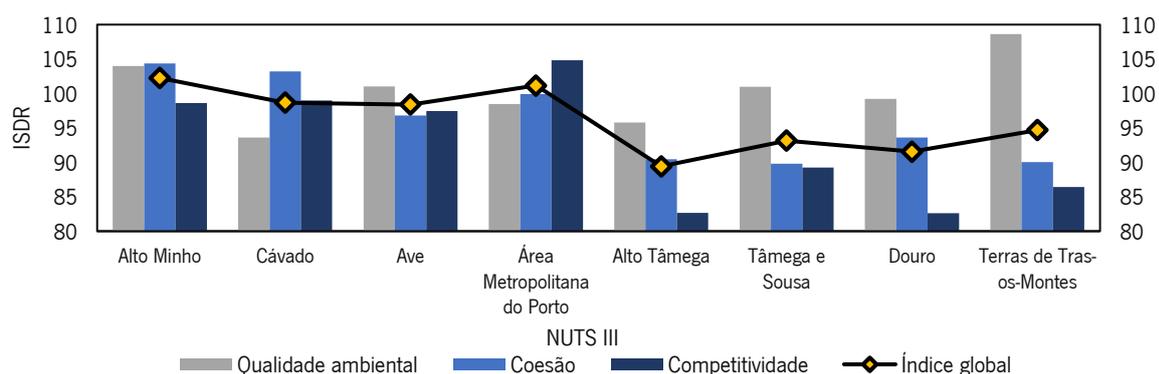


Figura 32. Índice Sintético de Desenvolvimento Regional na NUTS II Norte, em 2013
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base INE (2015c).

Em grande parte das NUTS III localizadas no Norte, os dados de 2013 revelam a oposição entre a competitividade e a qualidade ambiental. De um modo global, as sub-regiões que apresentam níveis de competitividade mais elevados, são igualmente aquelas que apresentam piores desempenhos ao nível da qualidade ambiental. A NUTS III do Ave apresenta uma maior homogeneidade ao nível dos três índices. Em termos globais, o Alto Tâmega

apresenta valores mais baixos no índice de competitividade (82,64) e mais elevados relativamente à qualidade ambiental (95,76), embora, em termos globais, seja inferior à média nacional.

Tendo por base estes elementos, a qualidade ambiental pode ser um elemento de aposta na criação de produtos turísticos que se centrem no turismo de natureza, no turismo de “leitura da paisagem”, em que os turistas desfrutam de inúmeros elementos da paisagem e até ser um fator de atração para a fixação de população.

3.2.3. Contexto do setor de atividade turística

Tal como ficou expresso no capítulo anterior, a perspetiva de planeamento assente no desenvolvimento endógeno decorre da realização de uma análise criteriosa da situação territorial e dos recursos e atrações, que possam ou não ser considerados estruturantes para a potencialização da procura turística, atendendo a que as mesmas contribuem para a satisfação dos anseios dos visitantes. À medida que o turismo se vem convertendo, no nosso país, num setor com elevado poder competitivo [veja-se a evolução positiva do posicionamento competitivo entre 2007 e 2013 para a economia (de 51º para 40º lugar)] e, em particular, para setor de viagens e turismo (de 22º para 20º lugar - *World Economic Forum* 2007 e 2013), torna-se fulcral densificar a oferta turística e, por consequente, o número de empregos associados ao setor.

Embora com uma expressão inferior face a outros tipos de atividade económica, a Classificação de Atividades Económicas (CAE) de alojamentos, restauração e similares empregava 6,7% da população de Portugal, em 2011. Este valor é ligeiramente inferior para a NUTS II Norte, com 5,4%. De qualquer modo, entre os municípios da NUTS II Norte registam-se valores muito discrepantes, entre municípios com uma reduzida relevância das atividades relacionadas com a atividade turística e outros com um peso significativo (2,9% para os municípios de Felgueiras e de Oliveira de Azeméis e 15,0% para o município de Terras de Bouro na CAE de alojamento, restauração e similares - Figura 33).

No contexto particular do município de Boticas, as freguesias de Ardãos e Bobadela, Beça e Alturas de Barroso e Cerdedo são as que mais contribuem para a empregabilidade nas atividades económicas ligadas ao setor de alojamento, restauração e similares, enquanto as freguesias de Codessos, Curros e Fiães do Tâmega e Pinho são as que registam os valores percentuais mais reduzidos na proporção entre a população empregada na CAE de alojamento, restauração e similares e a população empregada (Figura 34).

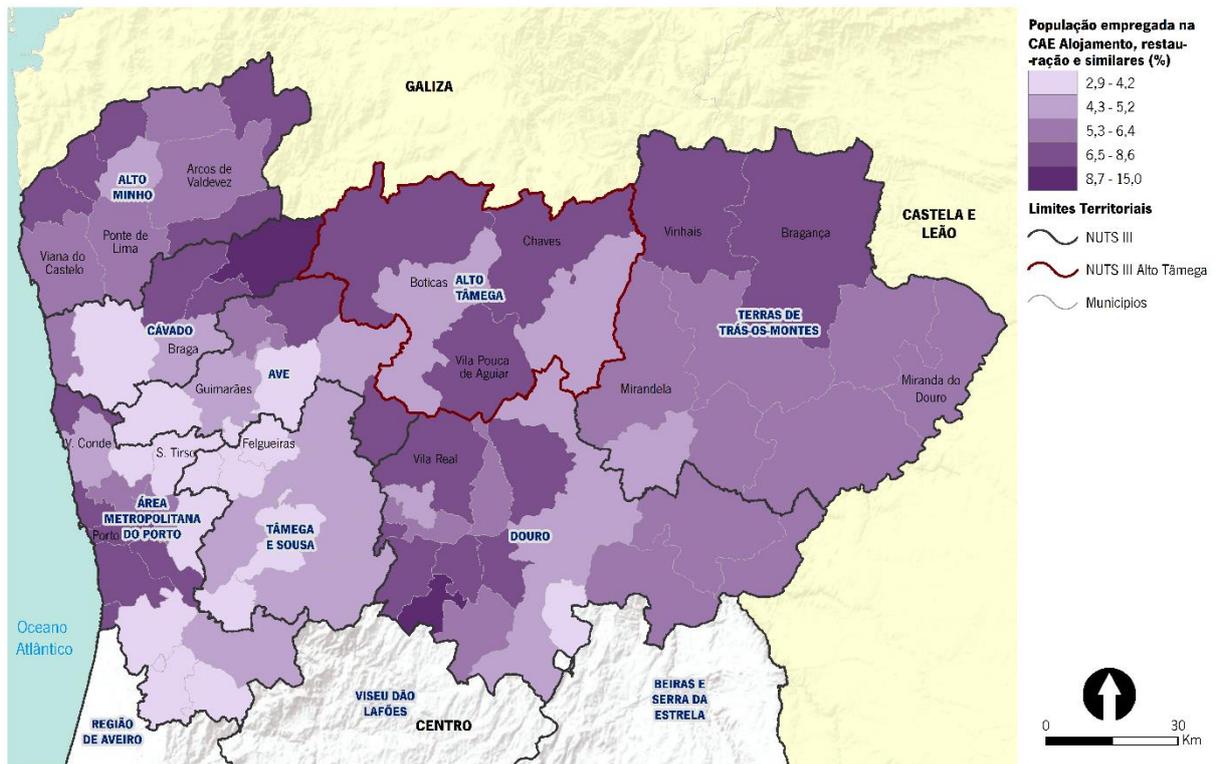


Figura 33. População empregada na CAE Alojamento, restauração e similares (%) nos municípios da NUTS II Norte, em 2011

Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

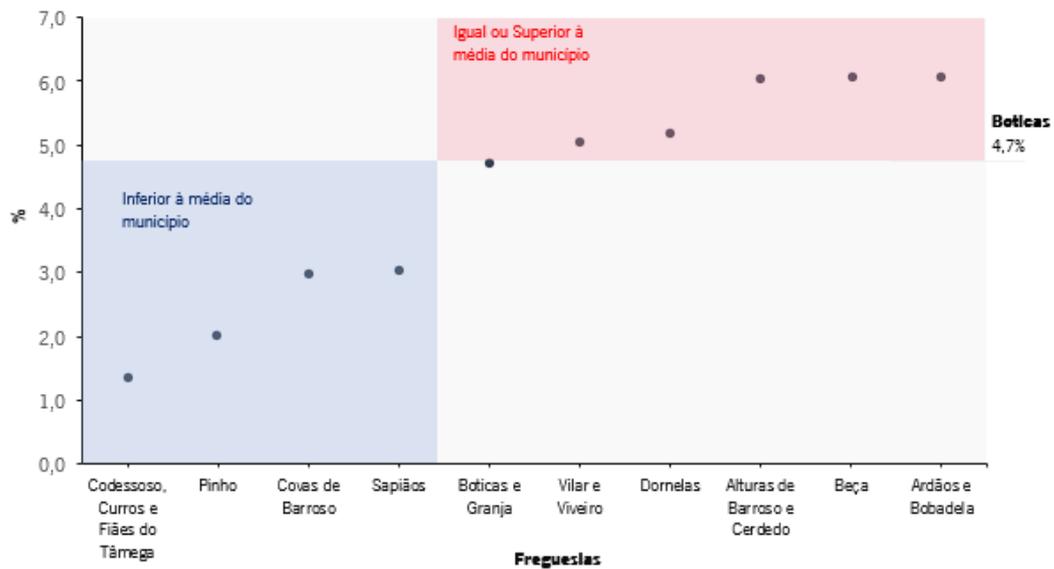


Figura 34. População empregada na CAE Alojamento, restauração e similares (%) nas freguesias do município de Boticas, em 2011

Fonte: Elaboração própria, tendo por base os dados do INE (2012).

3.2.3.1. Oferta turística

A definição de oferta turística é condicionada por um conjunto de elementos, bens ou serviços que são adquiridos ou utilizados pelos visitantes, onde se podem incluir os elementos naturais e culturais. Apesar da oferta turística

de qualquer destino poder ser distinguida em função das suas características particulares, podem diferenciar-se várias componentes, tais como: (i) os recursos turísticos; (ii) as infraestruturas e equipamentos e (iii) as acessibilidades e transportes.

(i) Recursos turísticos

O património classificado assume-se como um importante recurso turístico, isto porque é pautado por um valor cultural inestimável. A Figura 35 facilita a identificação dos espaços sub-regionais onde se verifica a maior concentração de património classificado.

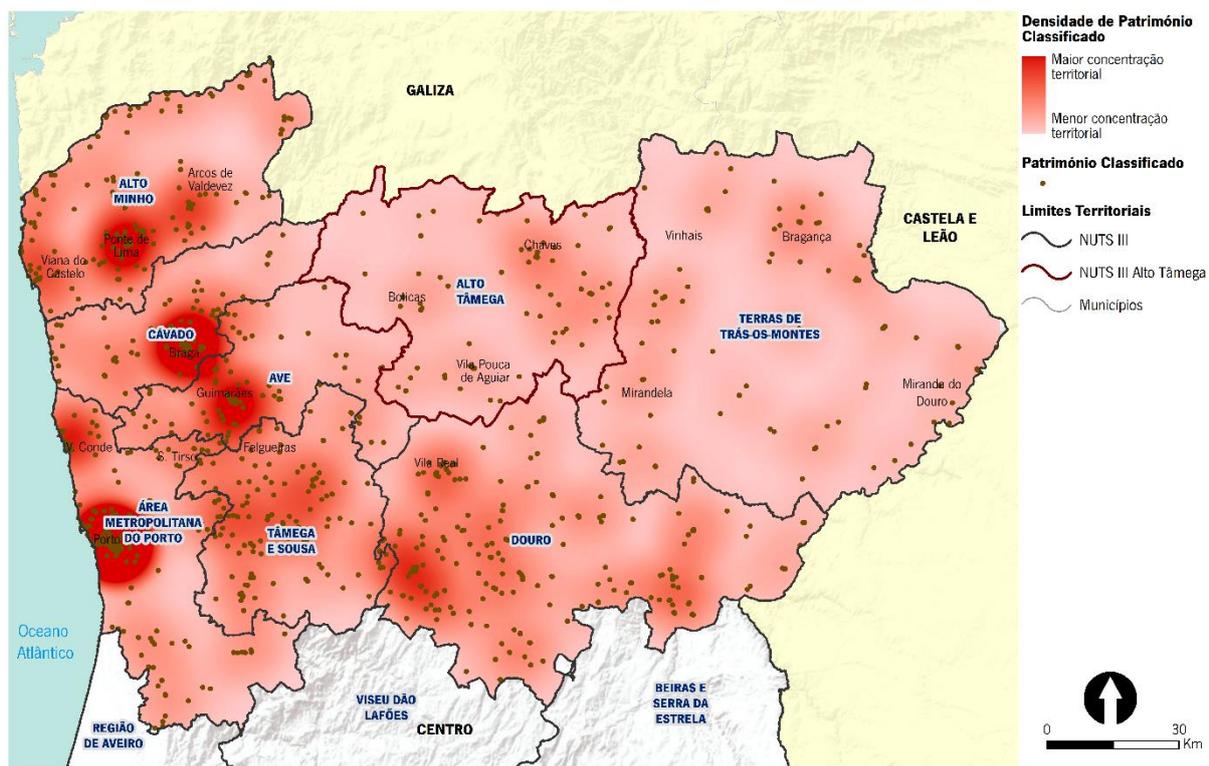


Figura 35. Distribuição e concentração de património classificado na NUTS II Norte

Fonte: Elaboração própria, tendo por base os registos de património classificado, Sistema de Informação da Direção Geral do Património Cultural/Direções Regionais da Cultura, 2015.

O Quadro XVI sintetiza a distribuição espacial na NUTS III do Alto Tâmega e no município de Boticas do património classificado na NUTS II Norte, segundo as categorias de arqueologia, arquitetura civil, militar, religiosa ou mista e património industrial, segundo o tipo de proteção. Note-se que, até à data, apenas se classificaram 9 elementos patrimoniais no município de Boticas, pelo seu elevado interesse para preservação, ou seja, 0,7% e 11,7% do património classificado na NUTS II Norte e NUTS III do Alto Tâmega, respetivamente, encontra-se localizado em Boticas. Ainda assim, a Povoação de Coimbró/Aldeia de Coimbró encontra-se em vias de classificação.

Quadro XVI. Património classificado, segundo a categoria e o tipo de proteção, para a NUTS II do Norte, NUTS III do Alto Tâmega e Boticas

Categoria e tipo de proteção	Norte	Alto Tâmega	Boticas
<u>Arqueologia</u>	174	28	4
IIP – Imóvel de Interesse Público	120	25	4
IM – Interesse Municipal	11		
MN – Monumento Nacional	46	3	
<u>Arquitetura Civil</u>	656	21	1
IIP – Imóvel de Interesse Público	531	17	1
IM – Interesse Municipal	55	3	
MN – Monumento Nacional	70	1	
<u>Arquitetura Militar</u>	70	5	
IIP – Imóvel de Interesse Público	34		
MIP – Monumento de Interesse Público	4		
MN – Monumento Nacional	32	5	
<u>Arquitetura Religiosa</u>	400	22	4
IIP – Imóvel de Interesse Público	266	17	3
IM – Interesse Municipal	24	2	1
MN – Monumento Nacional	110	3	
<u>Arquitetura Mista</u>	4	1	
IIP – Imóvel de Interesse Público	4	1	

Fonte: Adaptado de CCDR-n (2015).

A promoção do património cultural imóvel classificado faz parte de uma estratégia alavancada em diversas redes: a rede de catedrais, a rede do românico do norte de Portugal, a rede do património religioso, a rede de mosteiros, a rede de castelos e fortalezas, a rede do barroco do norte de Portugal e a rede de castros (Quadro XVII). No município de Boticas, verifica-se a integração de elementos patrimoniais classificados em quatro redes, designadamente no românico do Norte de Portugal, no património religioso, no barroco do norte de Portugal e na rede de Castros.

Quadro XVII. Redes patrimoniais na NUTS II Norte, NUTS III do Alto Tâmega e Boticas

Património Classificado/ Rede	Norte	Alto Tâmega	Boticas
1. Rota das Catedrais	7		
2. Românico do Norte de Portugal	168	11	1
3. Património Religioso	392	22	3
4. Rede de Mosteiros	56	1	
5. Rede de Castelos e Fortalezas	61	5	
6. Barroco do Norte de Portugal	343	15	2
7. Rede de Castros	80	16	4

Fonte: Elaboração própria, tendo por base CCDR-n (2015).

De qualquer forma, não é possível afirmar que o município de Boticas detenha uma atividade turística com elevada expressão, embora se presenciem recursos turísticos endógenos, que devem ser reconhecidos e valorizados para a promoção turística. Destes recursos, alguns foram edificados nos últimos anos, com vista a potencializar esta atividade no território, tais como a construção do Centro de Artes Nadir Afonso, o Parque Arqueológico do Vale do Terva e o Parque Natureza e Biodiversidade de Boticas, que vieram colmatar as linhas de atuação definidas pelo PENT (Horizonte 2013-15) para a região Norte, no município de Boticas (Ministério da Economia e Emprego, 2012). Tendo em vista a colmatação destas dificuldades, na NUTS III do Alto Tâmega foi realizado um investimento no âmbito do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN), em que foram programadas para Boticas as

obras de reabilitação da antiga residência de estudantes para hotel rural e a criação de um complexo de minério antigo do Vale Superior do Rio Terva, com um investimento total de 2 milhões de euros (CIMAT, 2014). A Figura 36 apresenta os recursos turísticos potenciais de Boticas, nomeadamente o património arqueológico, o património civil, o património natural-paisagístico e religioso, identificado com recurso a informação recolhida junto da Loja Interativa do Turismo de Boticas, do *Website* de “Boticas. Património com história” <<http://patrimonio.cm-boticas.pt>> e da recolha *in loco*.

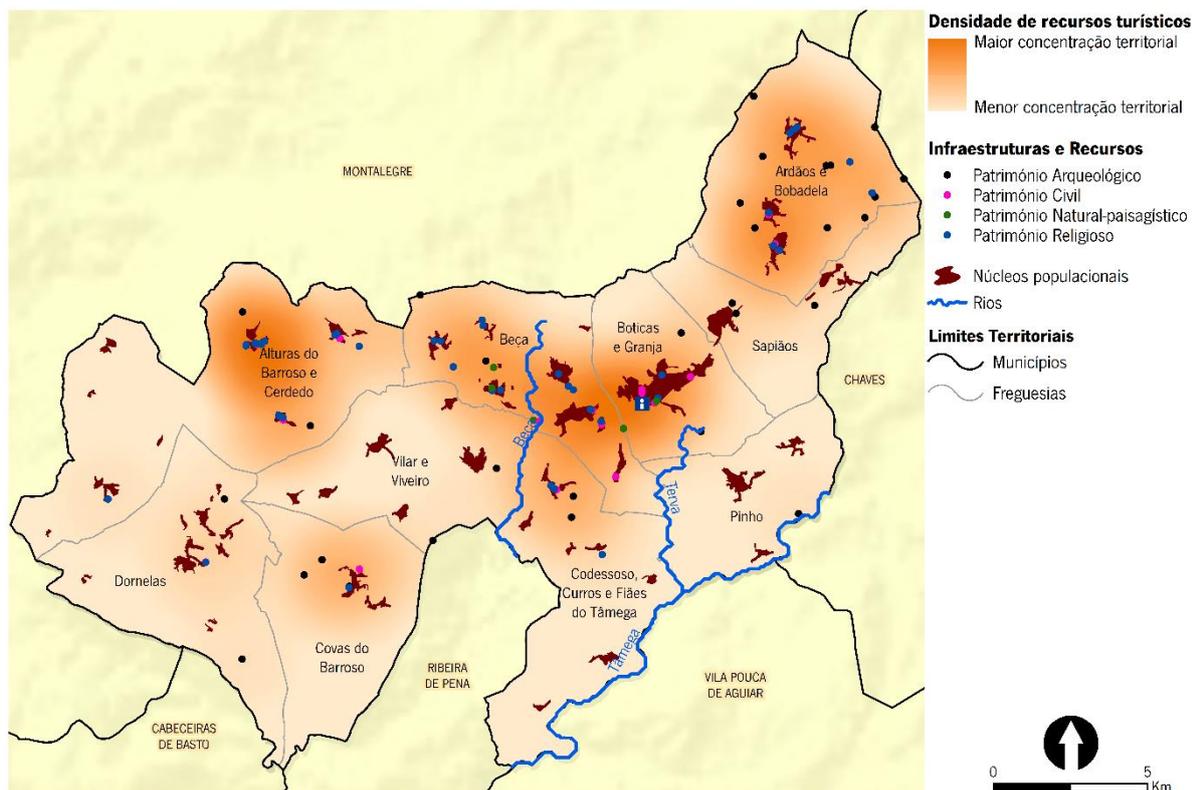


Figura 36. Densidade de recursos turísticos e infraestruturas e recursos no município de Boticas
 Fonte: Elaboração própria, com base em dados obtidos na Loja Interativa do Turismo de Boticas, <<http://patrimonio.cm-boticas.pt>> e de recolha *in loco*.

As principais atrações turísticas de Boticas inserem-se nos circuitos de produtos turísticos de Turismo de Natureza, de Turismo de Gastronomia e Vinhos e do *Touring Cultural* (e religioso). As próprias linhas de atuação do PENT 2013-15 e, mais recentemente, as estratégias definidas no âmbito de Portugal 2020 para o turismo definem estratégias nestes diferentes segmentos turísticos para a região do Norte, atendendo a um desenvolvimento pouco ou nada consolidado (Ministério da Economia e Emprego, 2012), nomeadamente em Boticas que é um território periférico, duplamente envelhecido, e cuja atividade turística tem ainda um peso muito pouco significativo. Não obstante, apresenta diversos parques naturais, vários percursos pedestres e um conjunto ímpar de costumes e tradições subjacentes a este território barroso (*e.g.*, fornos do povo em várias aldeias).

Uma das características predominantes no município de Boticas prende-se com a sua ligação à proto-história e, por sua vez, à existência de vestígios de povoados castrejos distribuídos por todo o território. A dispersão destes permite diferenciar duas áreas, que se distribuem geograficamente ao longo de três bacias hidrográficas: a do rio

Beça, a do rio Covas e a do rio Terva. A nordeste do município encontram-se 11 vestígios de povoados. Os restantes 10 povoados distribuem-se pelas áreas central e oeste do município. A concentração de castros está intimamente relacionada com a existência de várias minas (*e.g.*, Poço das Freitas, Brejo ou Batocas), onde os filões auríferos e estaníferos foram explorados durante vários séculos. Entre os principais povoados castrejos, com potencial de exploração e musealização para efeitos turísticos, destacam-se: o castro de Carvalhelhos (Figura 37 – A) e o castro do Outeiro Lesenho.



Figura 37. Alguns locais de interesse cultural e paisagístico-natural no município de Boticas. (A) Castro de Carvalhelhos, em Beça; (B) Igreja paroquial de Sta. Maria, em Covas do Barroso; (C) Sepulturas antropomórficas e sarcófago, em Sapiãos e (D) Ponte Pedrinha, em Beça.

Fonte: Fotografias tiradas pelo autor, em 23 de março de 2016 (A e C); em 23 de maio de 2016 (D) e em 17 de junho de 2016 (B).

Do período romano, apesar da inexistência de dados precisos sobre locais romanizados, existem certos elementos que permitem reconstruir a presença humana neste território. A par de diversas moedas romanas encontradas neste território e depositadas no Museu Rural de Boticas ou em posse de colecionadores, existem caminhos em calçada romana que possibilitam a perceção sobre o seu modo de organização e ocupação do espaço (*e.g.*, calçada do caminho do Fragão do Fôjo, em Ardãos e o caminho a norte do castro da Malhó, igualmente, em Ardãos - Capela, 2010).

Por seu turno, a pobreza deste território e as condições orográficas desfavoráveis (associado à presença de serras do Barroso, Larouco ou Leiranco) contribuíram para que este território funcionasse como uma área tampão face aos avanços possíveis de Castela para a sua conquista durante o período da formação do reino. Tal contributo foi fundamental para a implantação de povoados na proximidade de lugares férteis e irrigados e de áreas de maninho,

normalmente em meia encosta. Entre os principais contributos da época medieval, encontram-se as edificações religiosas, em função da relevância assumida para as comunidades locais e em função das técnicas construtivas utilizadas neste período, tais como a Capela da Nossa Senhora das Neves (em Ardãos), a Igreja Românica de Sapiãos, a Igreja Paroquial de Santa Maria (em Covas de Barroso - Figura 37 – B) e a Igreja de S. Bartolomeu (em Beça).

Deste período entre o século X e XII, destacam-se ainda vários vestígios intrínsecos às práticas funerárias: as sepulturas e os sarcófagos antropomórficos. Estas sepulturas estão localizadas em áreas próximas às atuais povoações, junto a caminhos antigos, a campos agrícolas e a edifícios religiosos. Destacam-se as sepulturas antropomórficas e sarcófagos de Sapiãos (Figura 37 – C).

Não obstante, as montanhas condicionaram, ao longo dos séculos, as vias de comunicação e a passagem das vias pelo centro do município, onde atravessaria uma das principais ligações a Braga, a Bragança, e em direção a Chaves, como prova a existência de pontes medievais, tal como a ponte de Pedrinha sobre o Rio Beça, uma das maiores pontes medievais da região do Barroso (Figura 37 – D).

Neste município, o património natural permaneceu sempre estável, assente numa economia de desenvolvimento agrícola. Desta forma, continuam a verificar-se vastas áreas de baldios, matas e floresta, que são, na sua essência, os principais pilares que sustentam a economia agro-pastoril, que, embora em menores proporções, continuam a ser relevantes. A introdução das novas culturas promoveu o crescimento agrário, designadamente durante o século XVIII, e, para o efeito, esta atividade apoiou-se na proliferação de meios que permitissem a sustentabilidade da sua produção e transformação. Ainda hoje é visível o património usado no regadio do milho, dos linhares e pastagens naturais, da elevação da água dos rios e ribeiros para os campos (represas e açudes) e os mecanismos para a condução das águas, através de levadas e regos. A respeito da água, são inúmeros os vestígios de certos mecanismos desenvolvidos para a rega, designadamente os relógios de sol, os canastros, os celeiros e os moinhos. Por todo o município, estão contabilizados cerca de 240 moinhos (Viegas, Miranda & Lucas, s.d.). Durante as segundas invasões francesas, a passagem das tropas napoleónicas por estas terras alterou a pacatez da vida destas comunidades, originando várias alterações em tradições que sobrevivem até à atualidade, entre os quais se destaca o “Vinho dos Mortos” e a “Mesinha de S. Sebastião” (Capela, 2010).

Para além destas referências, podem ser incluídos certos equipamentos religiosos, capelas, ermidas e alminhas existentes em todos os lugares, onde as devoções predominantes são à Santa Maria. Este número de igrejas e capelas, multiplicadas em romarias e festividades (*e.g.*, N.^a Sr.^a da Livração e S. Sebastião) são claramente a demonstração de uma forte conexão religiosa, testemunhada pela manutenção de um quadro religioso com alterações pouco significativas.

Uma das características particulares do município de Boticas prende-se com um povoamento concentrado, ressaltando a arquitetura vernacular, caracterizada por casas em granito características, a par de grandes casas de lavoura, designadas, usualmente, por “Casas do Morgado”.

Neste cômputo, esta realidade contribui para a identificação de uma paisagem particular, associada a um aspeto geralmente duro, inóspito e agreste, onde predominam as encostas pedregosas e de matos (giesta e urze), expostas a um clima mais rígido, graças às altitudes usualmente situadas acima dos 1000 m, com as altitudes máximas de 1527 m no Larouco e 1279 m no Barroso.

Ainda que a agricultura perdure, embora já diferente de um quadro mais tradicional, surge associada a pequenas áreas próximas das aldeias ou, então, áreas planálticas com maiores extensões. Nestas áreas planas mais extensas, identificam-se campos de cereais ou pastagens para cabras, ovelhas e bovinos de raça barrosã. Tais características produtivas contribuem para a certificação de uma diversidade de produtos agrícolas em Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP - Quadro XVIII).

Quadro XVIII. Produtos gastronómicos certificados no município de Boticas

Produto	Designação e tipo de produto	Tipo de certificação	Especificidade territorial
Carnes de bovinos	Carne Maronesa	DOP	Algumas freguesias de Boticas, mas também nos municípios de Ribeira de Pena, V. P. Aguiar e Vila Real e algumas freguesias de Chaves, Montalegre, Murça e Valpaços.
	Carne de bovino cruzado dos lameiros do barroso	IG	Boticas, mas também em Montalegre e Chaves.
Carnes de ovinos	Anho de Barroso	IG	Boticas, mas também nos municípios de Chaves, Mondim de Basto, Montalegre, Murça, Ribeira de Pena, Valpaços e Vila Pouca de Aguiar.
Carnes de caprinos	Cabrito de Barroso	IG	Boticas, mas também nos municípios de Chaves, Montalegre e V. P. Aguiar.
Carnes de suínos	Carne de bisaro transmontano	DOP	Boticas, mas também nos municípios de Alfândega da Fé, Bragança, Carrazeda de Ansiães, Freixo de Espada à Cinta, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mogadouro, Torre de Moncorvo, Vila Flor, Vimioso, Vinhais, Alijó, Chaves, Mesão Frio, Mondim de Basto, Montalegre, Murça, Régua, Ribeira de Pena, Sabrosa, S. M. Penaguião, Valpaços, V. P. Aguiar e V. Real.
Presuntos	Presunto de Barroso	IG	Boticas, mas também nos municípios de Chaves e Montalegre.
Hortícolas	Batata de Trás-Os-Montes	IG	Boticas, mas também nos municípios de Bragança, Chaves, Macedo de Cavaleiros, Montalegre, Valpaços, V. P. Aguiar, Vinhais e algumas freguesias de Murça, Mirandela, Alfândega da Fé e Vimioso.
Mel	Mel do Barroso	DOP	Boticas, mas também os municípios de Chaves e Montalegre.

Notas: DOP – Denominação de Origem Protegida; IG – Indicação Geográfica Protegida.

Fonte: Elaboração própria, tendo por base <http://www.drapn.mamaot.pt/drapn/qualimentar/qualificacao.html>.

A paisagem do município de Boticas tem características predominantemente associadas à vivência e dominância de áreas serranas. Ainda assim, as suas características são similares às existentes noutros territórios serranos do norte e noroeste do país, onde os usos são usualmente comuns entre si e as condições biofísicas são preservadas, devido à reduzida pressão humana. Por possuir características comuns ao município de Montalegre, ambos partilham da mesma subunidade de paisagem (Serras do Larouco e Barroso) e unidade de paisagem (Montes entre Larouco e Marão - Figura 38).

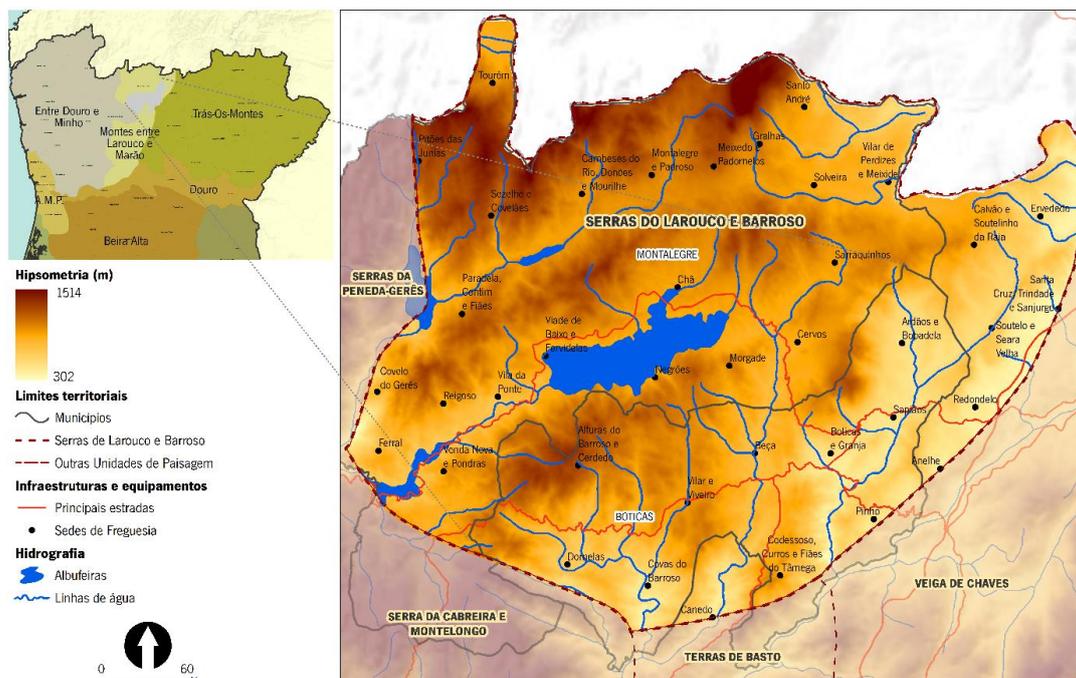


Figura 38. Unidade de Paisagem Serras de Larouco e Barroso
 Fonte: Elaboração própria, com base em Cancela de Abreu, Pinto-Correia & Oliveira (2004).

(ii) Infraestruturas e superestruturas

A oferta de alojamento constitui uma das principais premissas para o desenvolvimento de um determinado destino turístico. São estas que determinam a capacidade de os visitantes poderem usufruir de uma experiência de qualidade ou, por seu turno, de poderem pernoitar durante um certo período de tempo, por forma a realizarem as visitas que estejam interessados durante o seu período de estada. Neste cômputo, a oferta de alojamento da NUTS II Norte corresponde, em 2014, a 15,2% do total de alojamentos registados na NUTS I Portugal. Por seu turno, esta oferta está essencialmente circunscrita às principais NUTS do litoral norte, onde se verifica, igualmente, uma maior procura turística (a capacidade de alojamento na NUTS III Alto Tâmega corresponde a 4,5% da capacidade total registada na NUTS II Norte, em 2014 - Quadro XIX).

Quadro XIX. Capacidade de alojamento na NUTS II Norte, em 2014

Localização geográfica	2014
NUTS I Portugal	342 497
NUTS II Norte	52 105
NUTS III Alto Tâmega	2 366
Boticas	53
Chaves	1 658
Montalegre	321
Ribeira de Pena	86
Valpaços	124
Vila Pouca de Aguiar	124

Fonte: Elaboração própria, tendo por base INE (2015a).

A oferta de alojamento turístico no município de Boticas é ainda muito pouco considerável, quando se considera que, em 2014, a capacidade de alojamento era de apenas 53 indivíduos, o que corresponde a 2,2% face à capacidade do Alto Tâmega. Apesar disso, o município tem vindo a revelar a intenção de colmatar este problema com a construção do *Boticas Hotel Art & SPA*, o que diminui o dilema do baixo número de camas para hóspedes em Boticas. Face ao exposto, a freguesia de Boticas e Granja patenteia o maior número de camas, fruto do *Boticas Hotel Art & SPA*, da *Casa de S. Cristóvão* (Turismo Rural), da *Ribeiralva* (Alojamento Local) e do Parque de Campismo de Boticas (Figura 39), embora este último possa acolher um maior número de turistas, nomeadamente através do turismo itinerante realizado pelos autocaravanistas, modo de praticar turismo que tem sido incrementado nos últimos anos.

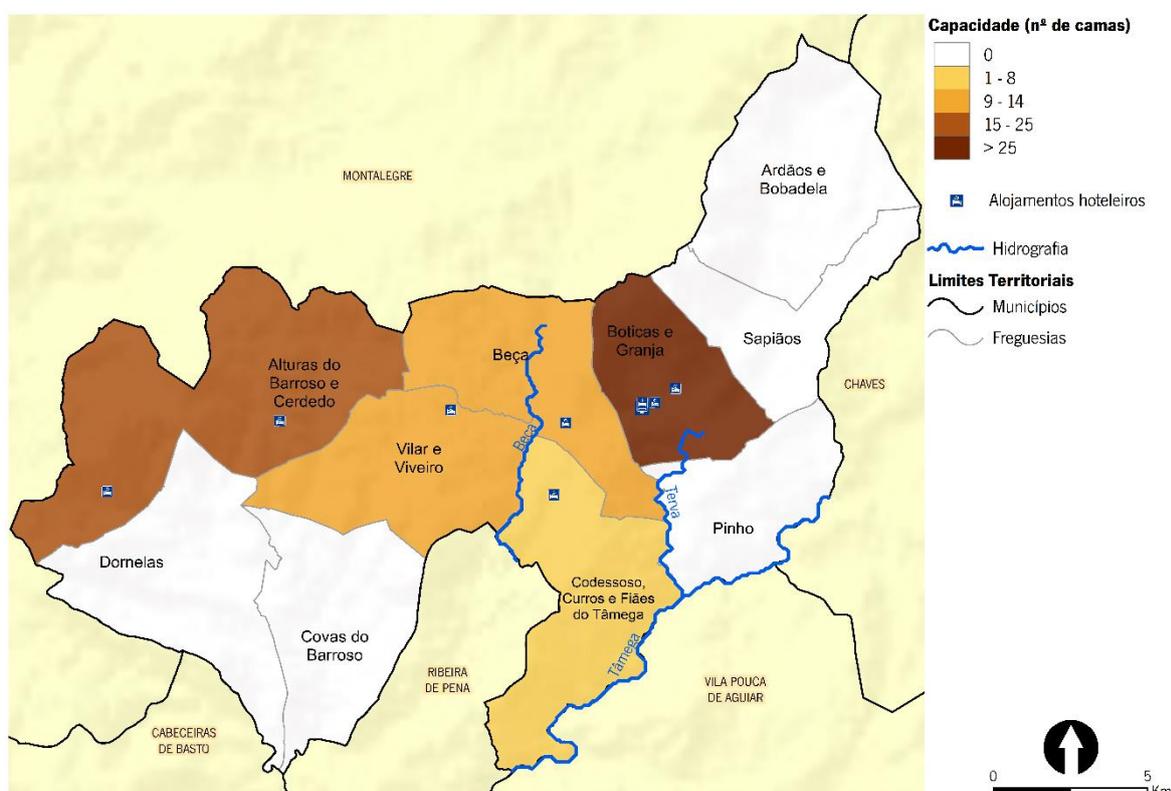


Figura 39. Alojamentos hoteleiros e nº de camas disponíveis em Boticas

Fonte: Elaboração própria (com base em informação da Loja Interativa do Turismo e <http://patrimonio.cm-boticas.pt>).

Salienta-se, o facto, de uma noite no município de Boticas ter o preço mínimo, em média de cerca de 40€ por pessoa, quer em época baixa, quer época alta. No caso em concreto do parque de campismo de Boticas, os preços praticados nos *bungalows* são de 40€ em época baixa e de 50€ em época alta para quatro pessoas, o que perfaz um custo unitário por pessoa de 10€ em época baixa e de 12,5€ em época alta.

(iii) Acessibilidade e transportes

O turismo implica, na sua perspetiva geográfica, a necessidade de deslocação física e, portanto, é determinante o papel que a mobilidade e a acessibilidade detêm na relação entre o ponto de partida e o lugar de acolhimento (destino turístico). Além do mais, as acessibilidades são determinantes para a mitigação de processos de esvaziamento demográfico e para o aumento da competitividade económica dos territórios. A Rede Nacional Rodoviária cobre hoje todo o território, embora se se atender à hierarquização da rede viária, são encontradas assimetrias entre os municípios do litoral e do interior e entre o norte e o sul, o que determina uma capacidade polarizadora inferior para centros de menor dimensão, como é o caso do município de Boticas (Figura 40).

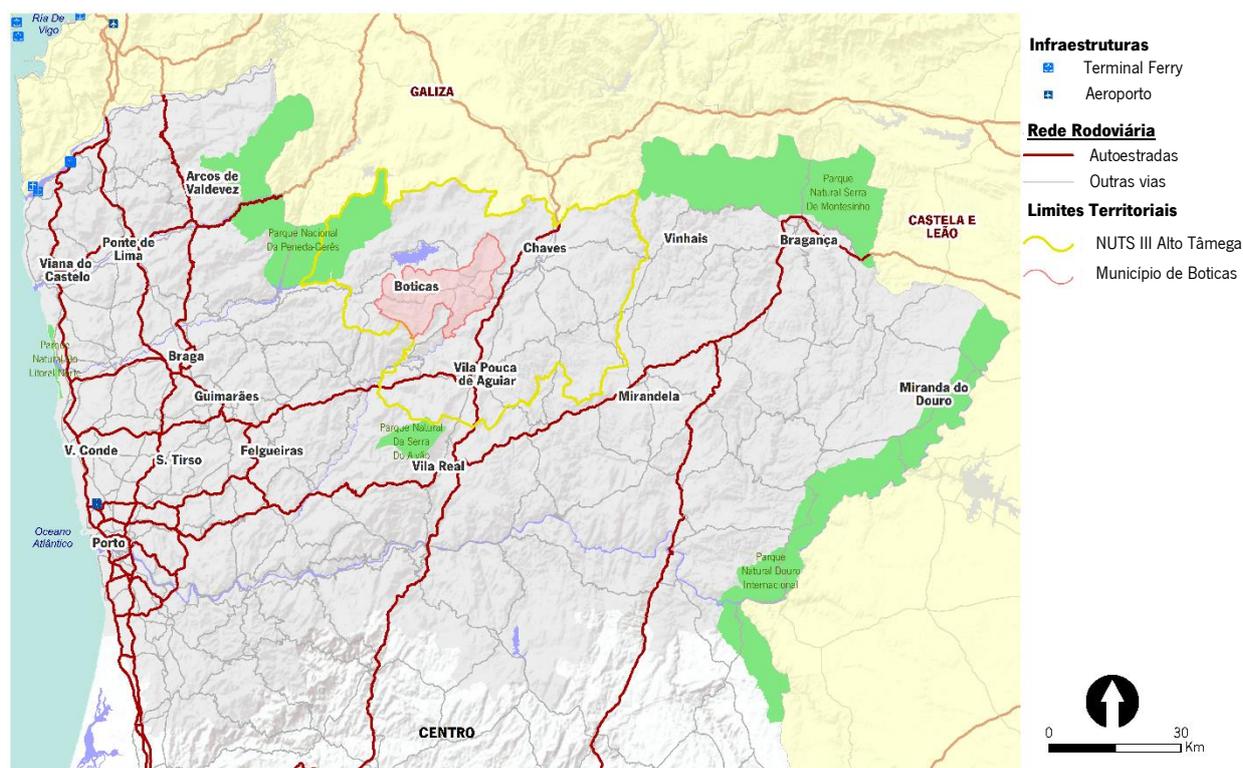


Figura 40. Infraestruturas de transporte na NUTS II Norte
Fonte: Elaboração própria, tendo por base rede viária fornecida pela ESRI Portugal.

O centro do município de Boticas encontra-se relativamente próximo de várias cidades como Chaves (28 minutos), Vila Real (52 minutos) e Guimarães (74 minutos). Ainda assim, é também elevada a proximidade a municípios como o Porto, com uma distância-tempo de 102 minutos (Figura 41).

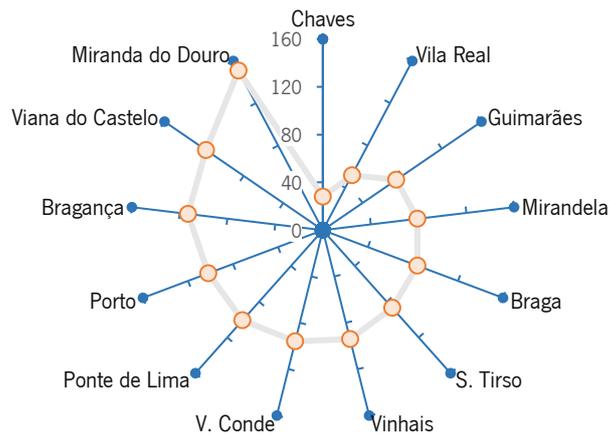


Figura 41. Distância-tempo às principais cidades e vilas ao município de Boticas
 Fonte: Elaboração própria.

Com base numa matriz de origem-destinos nos fluxos, tendo para o efeito a utilização de dois modos de transporte distintos para a realização da viagem (circulação aérea e circulação em veículo automóvel), pode-se inferir a distância-tempo (em minutos) ao Aeroporto Francisco Sá Carneiro na região Norte de Portugal (Figura 42).

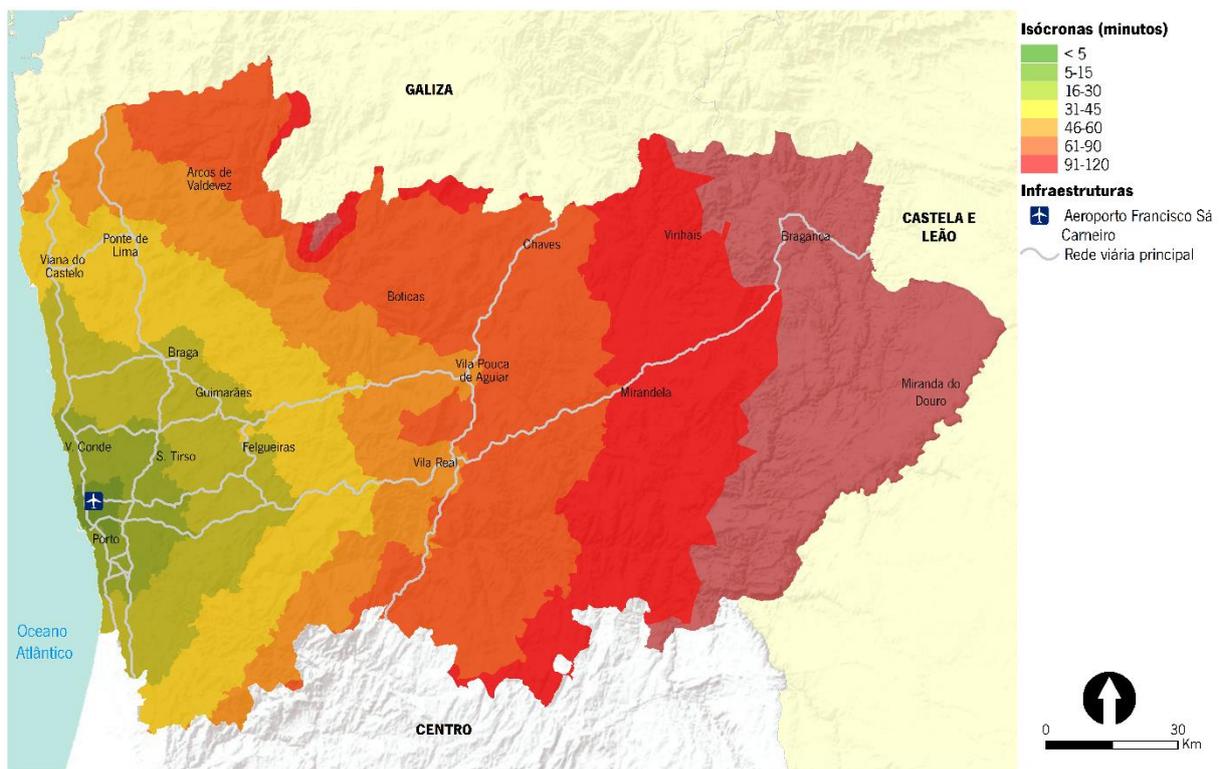


Figura 42. Acessibilidade geográfica a partir do Aeroporto Francisco Sá-Carneiro
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base a rede viária disponibilizada pela ESRI Portugal.

De salientar que a região Norte encontra-se, quase integralmente, a menos de duas horas de distância do Aeroporto Francisco Sá Carneiro (81,3% do território, sendo que 73 municípios encontram-se integralmente à distância-tempo de 2 horas), em resultado da melhoria substancial das ligações rodoviárias no norte do país, nomeadamente com a construção da Autoestrada A11 (saída Vizela), da A7 (saída Guimarães) e da A24 (Vila

Uma leitura a partir da deslocação da população a pé aos recursos turísticos a partir do centro de Boticas, possibilita constatar que a população idosa não consegue em 30 minutos atingir a mesma distância ao centro de Boticas como consegue a população adulta. No entanto, apesar da população adulta conseguir atingir velocidades de deslocação mais elevadas conseguem aceder aos mesmos recursos turísticos do que a população idosa em 30 minutos (Figura 44).

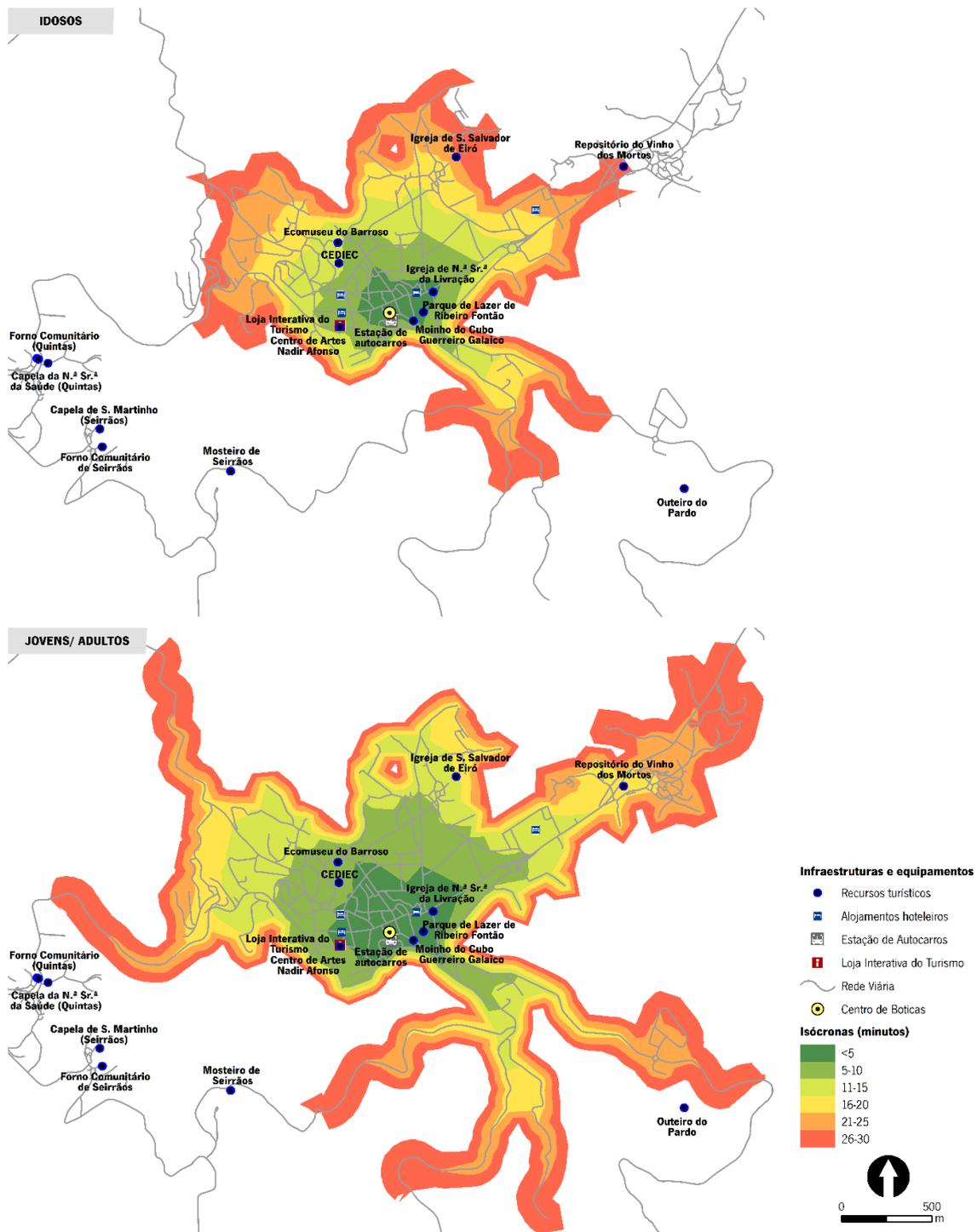


Figura 44. Acessibilidade a pé de visitantes adultos e idosos aos recursos turísticos na área central de Boticas
 Fonte: Elaboração própria, com base na rede viária disponibilizada pela ESRI Portugal e nos recursos turísticos levantados em <http://patrimonio.cm-boticas.pt> e *in loco*.

Neste município, a utilização do automóvel, para alcançar destinos mais afastados do centro, tem, na maioria dos casos, que ser complementado com o modo de transporte *andar a pé*. Normalmente, um turista que visita o município de Boticas tem a necessidade de se deslocar à área central de Boticas, visto que são os locais de chegada dos turistas que utilizam os transportes públicos partilhados nas deslocações e é também ponto de destino dos que desconhecem os pontos turísticos de Boticas e sentem a necessidade de recolher informações na Loja Interativa do Turismo de Boticas.

Com a utilização do automóvel consegue-se aceder de forma transversal a praticamente todo o município. Contudo, denota-se que as freguesias de Sapiãos e Ardãos e Bobadela, apesar de possuírem um número elevado de pontos turísticos passíveis de visitar, os níveis de acessibilidade com a utilização de automóvel decresce significativamente, sendo que, em Ardãos e Bobadela, 43,5% dos recursos turísticos identificados não são possíveis de aceder pelo facto de se localizarem em áreas onde não é possível aceder com utilização do automóvel ou por se localizarem em locais cujo acesso é feito em caminhos de terra batida.

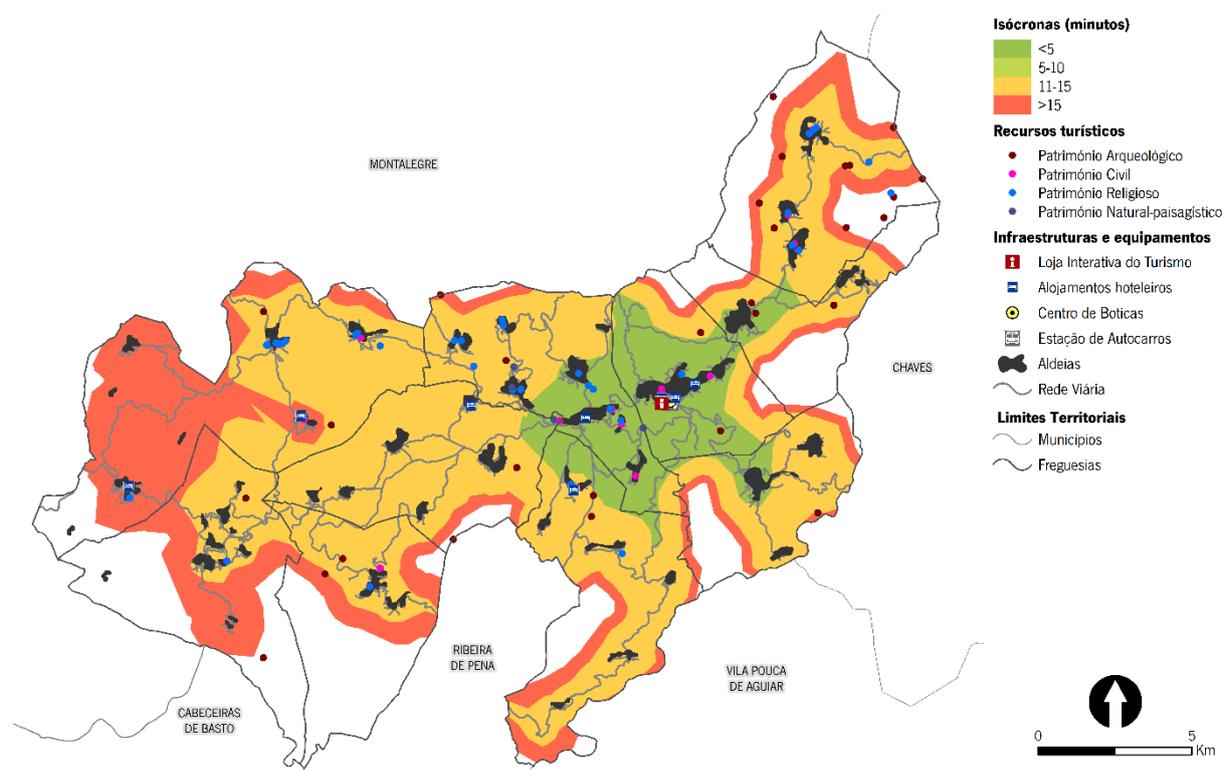


Figura 45. Acessibilidade física dos turistas e visitantes aos recursos turísticos com o uso do automóvel
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base na rede viária disponibilizada pela ESRI Portugal e nos recursos turísticos levantados em <http://patrimonio.cm-boticas.pt> e *in loco*.

O património arqueológico que se encontra nas áreas mais periféricas do município de Boticas apresenta-se de forma significativa marginalizado, pela dificuldade que está inerente à capacidade de aceder a estes recursos turísticos, que apenas é possível através da utilização de veículos 4x4.

A oferta de transportes públicos no município de Boticas circunscreve-se, de uma forma global, às ligações interconcelhias, nomeadamente no estabelecimento de ligação ao Porto, a Braga, a Vila Real e a Chaves, através

da *Auto Viação do Tâmega*, mas também com ligações internacionais semanais a Bordéus e Paris concessionadas pela operadora Internorte e pela *Anpian*. As ligações internacionais apresentam paragens em Espanha, designadamente em Madrid.

3.2.3.2. Procura turística

A procura turística é um elemento fundamental para consideração num sistema turístico integrado, atendendo a que representa o conjunto de bens e serviços gerados pelos fluxos turísticos.

Um dos indicadores relevantes para a determinação da procura turística num certo destino é a estada média. Note-se que, na NUTS II Norte, independentemente do destino, a estada média num destino nunca ultrapassa, em 2014, as 3,5 noites. Tal facto prende-se com a sazonalidade que caracteriza os destinos turísticos e contribui para que durante certos meses o número de noites que um turista pernoita no local de chegada é muito reduzido.

O município de Celorico de Basto registou, em 2014, o número de noites médio de estadia mais elevado da NUTS II Norte (3,5 noites). De qualquer modo, uma grande parte dos municípios da NUTS III Alto Minho e alguns dos municípios do litoral, associados ao tipo de turismo de “Sol & Mar”, apresentam também estadas médias ≥ 2 noites.

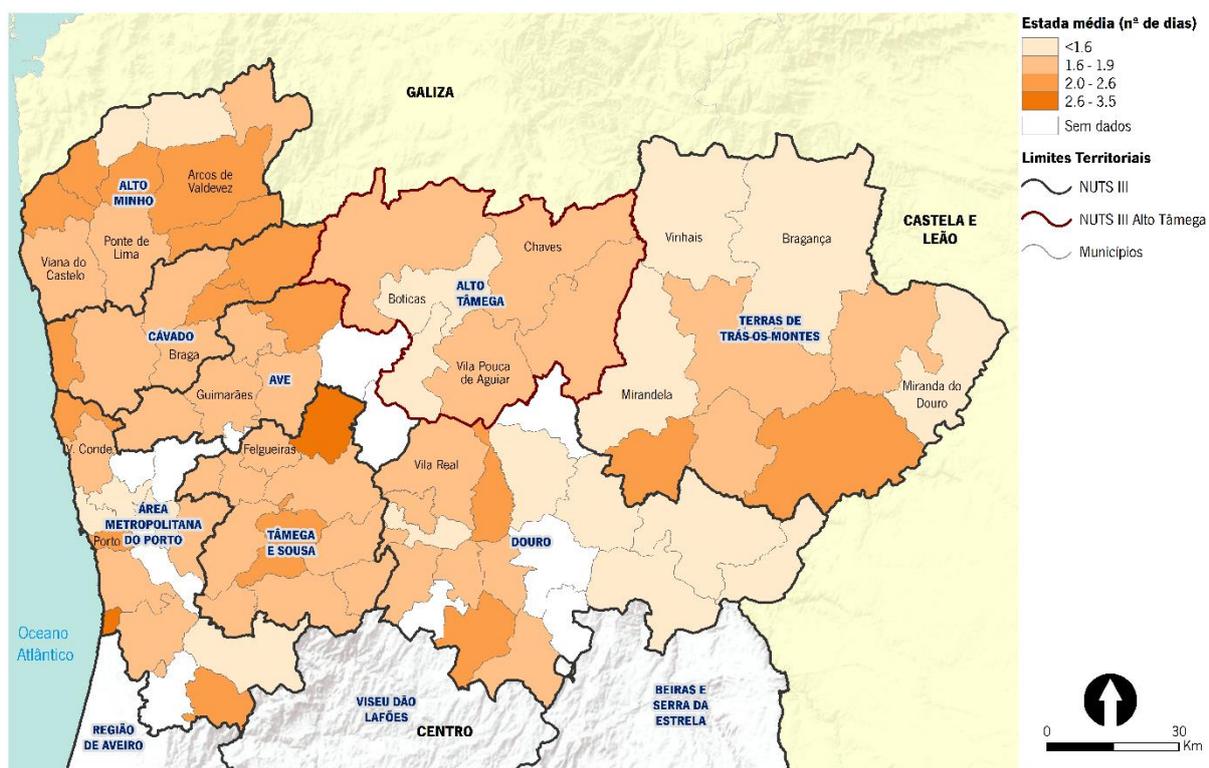


Figura 46. Estada média (nº de noites) nos municípios da NUTS II Norte
 Fonte: Elaboração própria, tendo por base INE (2015a).

No território em estudo, verificou-se, para o mesmo período, um número de pernoitas médio de 1,5 noites. Neste momento, devido ao desenvolvimento embrionário da atividade turística em Boticas, a oferta de alojamento é ainda parca, denotando-se no número reduzido de hóspedes acolhidos. Segundo o *Inquérito à Permanência de*

Hóspedes, em 2013, os estabelecimentos hoteleiros registaram no município 1 329 hóspedes (INE, 2014b). No ano de 2010², registou-se uma taxa de ocupação de 10% na hotelaria e outros alojamentos e 21,7 dormidas por cada 100 habitantes (INE, 2011a). Ressalve-se, contudo, que os inquéritos realizados em Portugal não conseguem cobrir o universo de tipologias de alojamento, o que neste contexto abre a possibilidade de existência de um número maior de turistas a pernoitar do que o registado (Cunha, 2013).

Outra fragilidade do turismo desta região prende-se com a sazonalidade, o que não facilita a sustentabilidade económica desta atividade durante um longo período do ano. Os meses entre junho e setembro corresponderam aos meses de maior afluência de visitantes nos anos entre 2011 e 2015, segundo os dados disponibilizados pela Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte do município de Boticas (Figura 47).

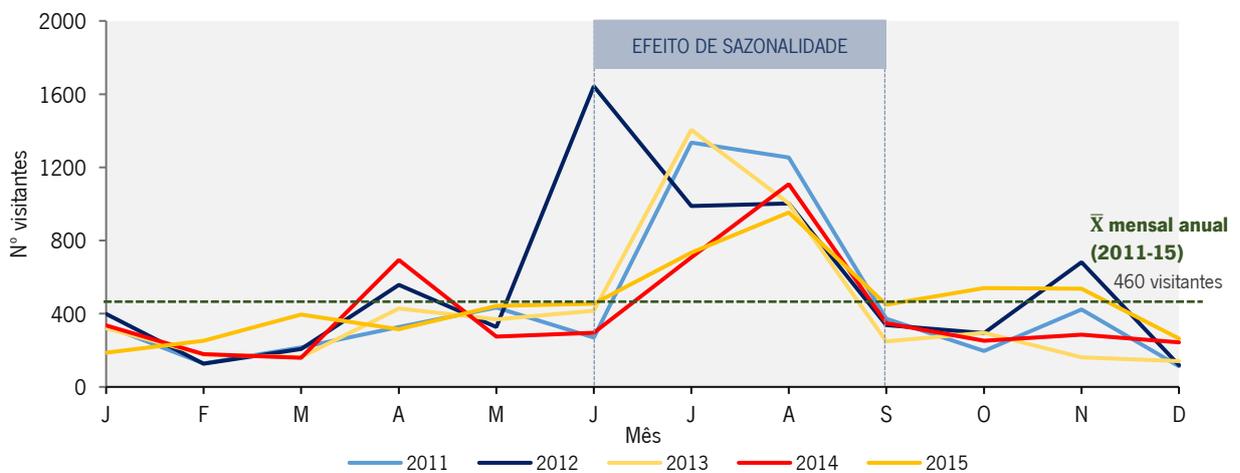


Figura 47. Visitantes, por mês, no município de Boticas, entre 2011 e 2015
 Fonte: Elaboração própria, com base em dados da Loja Interativa do Turismo.

Importa não esquecer que, para o turismo de interior, o clima tem forte influência. Prova disso é o mês de junho de 2012, que, devido às elevadas temperaturas máximas e mínimas que se fizeram sentir na região, acima do valor normal para o período 1970-2000 (Instituto de Meteorologia, 2012), podem ter contribuído para um número mais elevado de visitas, quando comparadas com a média do período de 2011 a 2015. Esta razão é ainda reforçada pela ausência de um evento com um poder de atração significativo, quer no município, quer na envolvente ao mesmo.

No último ano, o município foi visitado por 5 524 indivíduos (dados da Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte de Portugal), com especial incidência nos meses de julho e agosto, com uma média de 844 visitantes/mês. De referir que a maioria dos turistas é de nacionalidade portuguesa (97,5%), sendo que os de origem estrangeira perfazem 2,5%, dos quais 38,2% são franceses e 36,0% de nacionalidade espanhola. Os turistas estrangeiros concentram o seu período de visita nos meses de verão, contribuindo para a sazonalidade do setor turístico. Efetivamente, durante os meses de janeiro, fevereiro e novembro não se registou a visita de cidadãos oriundos de

² Os últimos dados disponíveis para as variáveis em análise são para o ano de 2010. Note-se que apenas uma parte dos indicadores referentes à procura turística estão disponíveis para o município de Boticas.

França e Espanha, principais mercados emissores. O mês de agosto é o mês de excelência para a escolha para visitar quer de cidadãos nacionais, quer estrangeiros, denotando-se neste mês um total de 953 visitantes. Acresce ao referido, ainda assim, o facto de se ter verificado uma variação negativa de 14,0% face a período análogo do ano anterior.

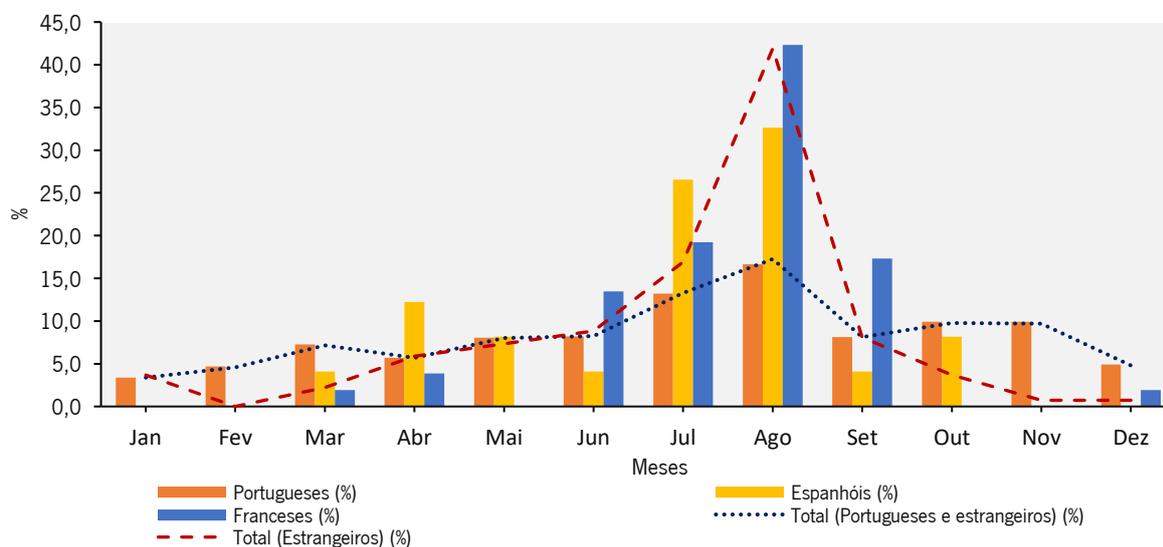


Figura 48. Sazonalidade da visita de portugueses e estrangeiros no município de Boticas
Fonte: Elaboração própria, com base em dados da Loja Interativa do Turismo.

De qualquer forma, é impossível admitir-se que estes dados traduzem a sazonalidade total de turistas, considerando que, para isso, era fulcral conhecer todos os registos de visitas efetuados, bem como conhecer as dormidas mensais em todos os meios de alojamento do município de Boticas. Apesar da tentativa constante para a obtenção desses dados, tal não foi possível até à data de publicação desta dissertação. Tal resulta do facto de os proprietários destes estabelecimentos neste município não se encontrarem sensibilizados para a relevância de facultação destes dados ou, simplesmente, pela inexistência de bases de arquivo desta informação. Uma medida de distribuição anual para os movimentos turísticos pode ser disponibilizada através do cálculo do Índice de Amplitude Sazonal, que traduz as variações de afluxos entre os meses de verão e de inverno através da seguinte equação (eq.1 - Cunha, 2014):

$$Ias = \frac{Ev}{Ei} \quad (1)$$

Em que:

Ias representa o Índice de Amplitude Sazonal, *Ev* corresponde às entradas durante os meses de verão (foram seleccionados no caso os meses de julho, agosto e setembro) e *Ei* corresponde às entradas durante os meses de inverno (foram seleccionados para o caso os meses de dezembro, janeiro e fevereiro). Um índice com valores elevados revela que há problemas a resolver quanto à amplitude temporal dos movimentos turísticos resultantes da concentração nos meses de verão. No inverso, quando os valores são mais baixos, maior é a distribuição sazonal.

No que se refere aos visitantes do município de Boticas, no período temporal entre 2011 e 2015, confirma-se que a diferença entre as entradas nos meses de inverno e verão não são muito elevadas, resultando num índice com uma distribuição sazonal mais homótona. No ano de 2015, verifica-se um aumento de escalonamento temporal dos movimentos de visitantes nos meses de verão, visto que neste período se registara 0,39 vezes mais dormidas nos meses de verão do que nos de inverno. Ainda assim, não se pode considerar uma situação gravosa, se se considerar que qualquer destino está intrínseco a este problema de sazonalidade. Em termos médios, entre o período de 2011 e 2015, regista-se um Índice de Amplitude Sazonal de 0,30.

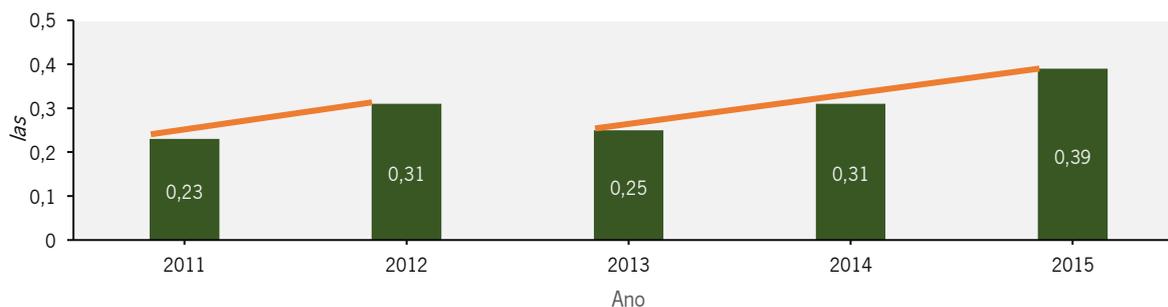


Figura 49. Índice de Amplitude Sazonal, entre os anos de 2011 e 2015
 Fonte: Elaboração própria, com base em dados da Loja Interativa do Turismo.

De qualquer modo, é de referir que a tendência para um aumento da amplitude sazonal vem aumentando desde o ano de 2013, o que se pode dever à concentração de eventos com poder de atração nos meses de verão, em detrimento dos restantes meses do ano em que se verifica um “vazio” em termos de oferta cultural.

3.2.3.3. Desenvolvimento da atividade turística

Os vários problemas subjacentes à atividade turística, designadamente a sazonalidade, podem ser mitigados através da conceção de mais atrativos turísticos, de produtos turísticos e pelo desenvolvimento de atividades e estratégias que favoreçam os períodos temporais com menor número de visitantes.

No que concerne ao desenvolvimento turístico, a gestão da atividade depende não somente de políticas nacionais, regionais e locais, mas das linhas de atuação definidas à escala da estrutura institucional criada para efeitos turísticos. De acordo com a Lei nº33/2013, de 16 de maio, identificam-se para Portugal Continental cinco áreas regionais de turismo, que refletem a área de abrangência que está subjacente às unidades territoriais definidas para fins estatísticos (NUTS II Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve). Para este efeito, a entidade regional de turismo onde se integra o município de Boticas denomina-se de Turismo de Porto e Norte de Portugal.

No âmbito do desenvolvimento rural, têm sido desenvolvidas diretrizes, medidas e atuações no âmbito do Programa LEADER (DLOC, atualmente). Para o efeito, os GAL foram criados, tal como também foi referido anteriormente, tendo em vista a dotação de iniciativas responsáveis pela promoção de parcerias entre pessoas e entidades em áreas rurais diversas.

O GAL ADRAT (Associação de Desenvolvimento Regional do Alto Tâmega) compreende os municípios do Alto Tâmega, isto é, os municípios de Boticas, Chaves, Montalegre, Valpaços, Vila Pouca de Aguiar e Ribeira de Pena. A atuação do GAL circunscreve-se a todas as áreas de desenvolvimento económico e sociocultural do Alto Tâmega e a sua ação baseia-se em programas nacionais e europeus, tais como o PRODER (e antigas iniciativas LEADER). Neste contexto, a atual proposta de estratégia local de desenvolvimento tem acoplado um investimento total de cerca de 14 milhões de euros para o desenvolvimento dos municípios do Alto Tâmega (Quadro XX). Com o objetivo de aplicação no desenvolvimento de atividades turísticas e de lazer, o município contabiliza um saldo operacional de 2,050 milhões de euros, o que corresponde a 14% do total disponibilizado para as medidas e ações do PDR. De qualquer forma, considerando que parte da estratégia de desenvolvimento do turismo está também intrínseca à conservação do património rural, pode-se inferir que cerca de 7 milhões se destina, direta ou indiretamente, à promoção e apoio à atividade turística, o que corresponde a 45% dos fundos alocados no âmbito do PRODER.

Quadro XX. Medidas e Ações do PRODER para o Grupo de Ação Local (GAL) ADRAT

Medidas e Ações do PRODER	Custo Total	%	FEADER	Despesa Pública	Despesa Privada
<u>3.1 - Diversificação da Economia e Criação de Emprego</u>	8.369.335,65	56%	3.575.168,60	4.468.960,75	3.900.374,90
3.1.1 - Diversificação de Atividades na Exploração Agrícola	2.842.929,27	19%	1.364.606,05	1.705.757,56	1.137.171,71
3.1.2 - Criação e Desenvolvimento de Microempresas	3.476.406,38	23%	1.390.562,55	1.738.203,19	1.738.203,19
3.1.3 - Desenvolvimento de Atividades Turísticas e de Lazer	2.050.000,00	14%	820.000,00	1.025.000,00	1.025.000,00
<u>3.2 - Melhoria da Qualidade de Vida</u>	4.718.037,11	32%	2.280.418,86	2.850.523,57	1.867.513,54
3.2.1 - Conservação E valorização do Património Rural	4.586.695,10	31%	2.201.613,65	2.752.017,06	1.834.678,04
3.2.2 - Serviços Básicos para a População Rural	131.342,01	1%	78.805,21	98.506,51	32.835,50
<u>3.5 Funcionamento dos GAL, Aquisição de Competências e Animação</u>	1.829.871,08	12%	1.463.896,86	1.829.871,08	0,00
3.5.1. Funcionamento GAL	1.097.922,65	7%	878.338,12	1.097.922,65	
3.5.2. Aquisição de Competências e Animação	731.948,43	5%	585.558,74	731.948,43	
Total ELD	14.917.243,84	100%	7.319.484,32	9.149.355,40	5.767.888,44

Fonte: <http://www.proder.pt/galdetail.aspx?menuid=915>.

De facto, o desenvolvimento da atividade da ADRAT visa na sua essência contribuir para apostar em iniciativas de desenvolvimento turístico, por forma a desenvolver uma política integrativa de desenvolvimento que vise a dotação de uma imagem de destino, mais apelativa, da NUTS III do Alto Tâmega, para a melhoria da qualidade de vida da população local e, essencialmente, para a geração de emprego, direto ou não, aficcionado à atividade turística (<http://www.proder.pt/galdetail.aspx?menuid=915>). Neste contexto, parte das iniciativas locais que podem ocorrer no município de Boticas, usufruidoras deste tipo de benefícios dos fundos estruturais, estão relacionadas com projetos de turismo de habitação, de turismo em espaço rural na tipologia de casas de campo, de parques de campismo e caravanismo e de turismo de natureza, nas modalidades referenciadas anteriormente. No seio destas iniciativas, podem ser promovidos vários serviços, destacando-se o enoturismo (associado ao “Vinho dos Mortos”), o turismo de caça e pesca (e.g., pesca de truta do rio Beça, embora seja necessário considerar-se o

aprovisionamento das condições necessárias ao repovoamento da espécie), o turismo religioso, o turismo de saúde e o turismo cultural.

Partindo do pressuposto de desenvolvimento turístico do município de Boticas, é fundamental considerar-se as ligações e parcerias territoriais, que sobressaem de acordos fixados ou de possíveis áreas concorrentes, que possibilitem desobstruir as fraquezas deste território, designadamente através: *(i)* de relações de concorrência com os municípios vizinhos, onde deve constar Montalegre, por partilhar das mesmas características de clima, orografia e condições sociais; *(ii)* de acordos e parcerias estabelecidas no âmbito da gemação com Outes (Espanha), Gond-Pontouvre (França) e o distrito de Caué (S. Tomé e Príncipe), o que possibilita a colaboração entre os municípios, no sentido de advirem interligações culturais, económicas, sociais e desportivas e *(iii)* a partilha de elementos patrimoniais físicos e culturais semelhantes com outros contextos territoriais, nomeadamente com Alhariz (Ourense), que possui uma arquitetura próxima de algumas das aldeias de Boticas (*e.g.*, Vilarinho Sêco).

3.3. Síntese

Em Portugal, à semelhança do que vem acontecendo noutros territórios, regista-se um decréscimo da taxa de natalidade e de fecundidade, a par de um aumento da esperança média de vida, o que resulta no envelhecimento da população, enquanto processo demográfico (quer pela base, quer pelo topo da pirâmide etária). Os números em demografia revelam que em Portugal nunca se registou tantos indivíduos com idade igual ou superior a 65 anos como atualmente. Este envelhecimento deve-se ao aumento do saber e do conhecimento técnico e científico, bem como à melhoria substancial das condições de vida, bastante significativas em relação às décadas passadas. Apesar de alguns receios associados a esta evolução demográfica, o problema da sociedade portuguesa não é exclusivamente demográfico. Aliás, uma das condições essenciais a ter em conta é que a população portuguesa continuará a envelhecer e, portanto, o problema que se verifica antes de ser demográfico está associado à incapacidade de se pensar diferente perante uma estrutura populacional com outras características. Tal como afirma Rosa (2012: 81), *o problema das sociedades modernas não é o futuro, é o passado*.

Na verdade, Boticas, enquanto espaço-objeto de estudo, tem vindo a perder efetivos populacionais, além de persistirem níveis de habilitação literária muito reduzidos entre a população local e uma forte dependência em relação ao setor de atividade primário. A somar a isto, a baixa competitividade empresarial e a reduzida visibilidade externa acentuam estas debilidades, apesar da existência de uma diversidade de entidades de referência ao nível turístico.

Além dos equipamentos criados nas últimas décadas para prestar uma maior fruição turística, existe uma variedade de recursos turísticos potenciais, nomeadamente referentes ao património arqueológico, ao património natural-paisagístico ou ao património religioso com grande capacidade de valorização. Além disso, o facto de

Boticas preservar as suas características idóneas da paisagem serrana e uma gastronomia singular em contexto Barrosão vêm reforçar ainda mais as potencialidades deste território.

Por forma a valorizar estes pontos fortes, existem algumas oportunidades decorrentes da sua posição geográfica que este território pode aproveitar. Por um lado, a existência do Quadro Comunitário de apoio 2014-2020 disponibiliza apoios financeiros, devendo estimular-se o aproveitamento pelas distintas entidades do território, públicas ou privadas. No quadro do PRODER, existe a canalização de uma quantia significativa do capital económico para o turismo e para a valorização do património rural, sendo que as principais prioridades atribuídas se circunscrevem à inovação, à sustentabilidade e à inclusão social. Além da proximidade geográfica à fronteira, o que faz antever a possibilidade de promoção da cooperação transfronteiriça, existe também a identificação com o território Barrosão (com Montalegre), com o Alto Tâmega ou com outros territórios estrangeiros (através da celebração de acordos de cooperação) que podem funcionar como um interface para o estabelecimento de projetos inovadores em Boticas.

Desta forma, as possibilidades de desenvolvimento territorial em Boticas são múltiplas, e a necessidade de articulação de estratégias é fundamental para a melhoria da qualidade de vida da população e para a criação de uma economia resiliente.



4

Fotografia tirada pelo autor, em 06.12.2014.

Métodos e dados

Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours.
Napoleão Bonaparte (1769-1821)

4.1. Nota introdutória

Neste capítulo procura-se caracterizar os principais métodos e técnicas de análise usados nesta investigação. Tal como se deu conta nas primeiras páginas da presente dissertação, optou-se pela utilização de técnicas de índole quantitativa e qualitativa, ou seja, pela consecução de uma triangulação metodológica.

A triangulação metodológica pode definir-se como a utilização de duas ou mais técnicas para estudar o mesmo fenómeno de investigação, podendo ocorrer apenas ao nível da conceção da investigação, na recolha de dados ou na interligação entre ambos (Hussein, 2015). O uso da triangulação em ciências sociais provém da investigação de Campbell & Fiske (1959), através da sua idealização de “operacionalização múltipla”, no sentido de corroborar e validar os dados da investigação.

A Figura 50 é representativa do quadro que sustenta o processo de investigação desta dissertação, nos contextos qualitativo e quantitativo e nos diferentes momentos operacionais subjacentes à mesma.

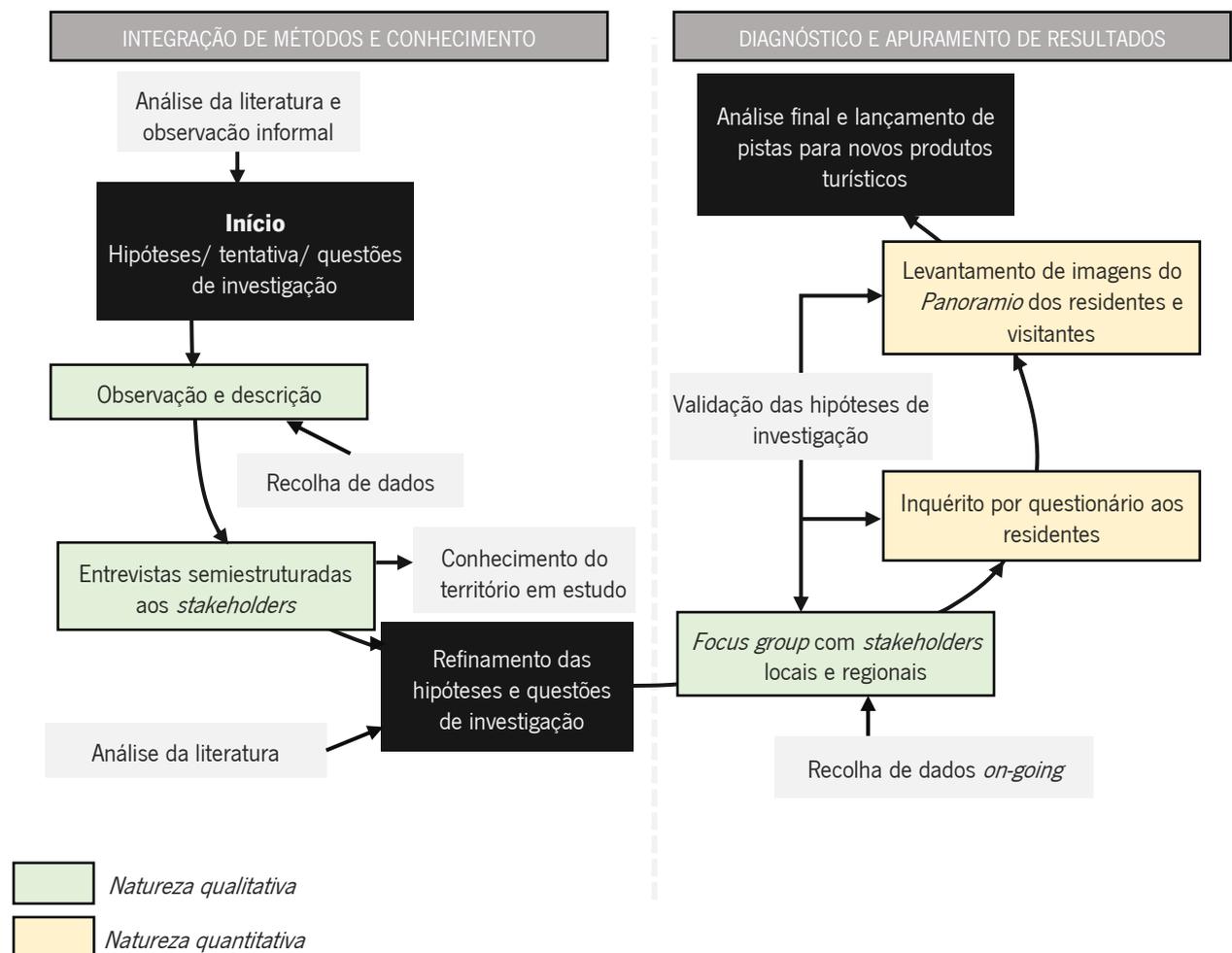


Figura 50. Processo de investigação
Fonte: Elaboração própria.

Após o lançamento das hipóteses e questões de investigação e de exercícios de observação e descrição do território escolhido, foi efetuado um primeiro momento de diagnóstico, através da realização de entrevistas semiestruturadas. As entrevistas semiestruturadas foram aplicadas entre 6 e 12 dezembro de 2014 aos principais *stakeholders* regionais, a saber: ACISAT – Associação Empresarial do Alto Tâmega; Turismo do Porto e Norte; Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte do município de Boticas; Centro de Artes Nadir Afonso; Câmara Municipal de Boticas; e Adegas do “Vinho dos Mortos”. Ressalte-se que um dos *stakeholders* representou duas instituições (a Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte e o Centro de Artes Nadir Afonso). Estes intervenientes foram selecionados pelo seu papel ativo nas práticas turísticas do município de Boticas (Quadro XXI).

Quadro XXI. *Stakeholders* entrevistados do município de Boticas

Identificação	Intervenção	Função do representante	Data da realização
ACISAT – Associação Empresarial do Alto Tâmega	Regional	Secretária-Geral	10.12.14
Turismo do Porto e Norte	Regional	Técnico Superior do Turismo do Porto e Norte e Docente da Universidade Portucalense	11.12.14
Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte de Boticas Centro de Artes Nadir Afonso	Local	Técnica Superior	6.12.14
Câmara Municipal de Boticas	Local	Vereadora da Cultura e Educação	12.12.14
Adegas do “Vinho dos Mortos”	Local	Proprietário	6.12.14

Fonte: Elaboração própria.

O guião da entrevista foi construído segundo seis eixos temáticos, estabelecidos numa perspetiva de cima para baixo (*top-down*), partindo de questões gerais, onde se procurou avaliar o contexto turístico nacional e as perspetivas enunciadas pelo último PENT, para depois tratar questões específicas, que permitissem entender de que forma interagem os diferentes intervenientes locais e quais os principais recursos com potencial turístico. Deste inquérito por entrevista tentou-se retirar as principais potencialidades e fragilidades em matéria de recursos com potencial de aproveitamento turístico, bem como elementos que ajudassem a definir os procedimentos e as técnicas de análise subjacentes ao desenvolvimento de uma estratégia para o desenvolvimento do turismo em Boticas. Obviamente, neste contexto, esteve também presente a preocupação por recolher dados para a criação de uma imagem própria do destino.

A estrutura do guião baseou-se nos discursos comumente estabelecidos numa situação de inquérito, tendo por sustentáculo, entre outros, os trabalhos de investigação realizados por Bornhorst *et al.* (2010) e por Mota, Remoaldo & Cadima Ribeiro (2012) (*vide* Apêndice I). Para a identificação e a correção das limitações existentes no guião, realizou-se um pré-teste junto de cinco pessoas, duas das quais trabalhavam em instituições locais de outros municípios da região Norte. Este decorreu no período entre 31 de outubro e 8 de novembro de 2014, conseguindo-se estimar a duração que estaria subjacente à realização do inquérito por entrevista (média de 28 minutos).

Após a aplicação do inquérito por entrevista semiestruturada, que constituiu uma análise exploratória, optou-se pela utilização de outros métodos de investigação, designadamente o *focus group*, o inquérito por questionário aos residentes e a recolha de imagens do *Panoramio*. A utilização destes métodos, ora de cariz quantitativo, ora de cariz qualitativo, esteve subjacente à necessidade de se realizar um diagnóstico aprofundado da realidade existente nesta área geográfica e tendo em vista o lançamento de pistas para o desenvolvimento de uma estratégia turística.

No que concerne ao *focus group*, apresenta várias vantagens de aplicação face ao inquérito por questionário, nomeadamente o incremento da flexibilidade, eficiência e eficácia (custo-tempo), tanto para o entrevistado como para o entrevistador (Bristol & Fern, 1996). Além destas vantagens, sobressai a partilha de opiniões diversificadas, que podem resultar num debate com resultados mais profundos e ponderados, visto que, no decorrer da sessão de *focus group*, o entrevistador dá maior liberdade de resposta aos intervenientes e a própria evolução do debate com os pares contribui para a adição de novos contributos (Carey, 2015), facto este que pode não acontecer na aplicação de inquérito por entrevista individual.

Ressalva-se que estas vantagens devem ser equacionadas face a algumas desvantagens que possam surgir da aplicação do *focus group*, designadamente, os custos que podem ser mais elevados em termos dos resultados expectáveis considerando que, muitas das vezes, torna-se necessário recorrer ao recrutamento de pessoas para a aplicação da técnica e/ou para assegurar a logística do processo. Para tal, efetua-se a aplicação do inquérito por questionário, que possibilita a recolha de informação de um número mais elevado de respondentes, um menor custo, uma maior sistematização dos resultados fornecidos e uma maior facilidade na análise. Ainda assim, tal como qualquer método de investigação é necessário considerar-se as desvantagens que lhe estão inerentes, designadamente: a possibilidade de uma elevada taxa de não respostas; a dificuldade em saber se os inquiridos respondem de acordo com o que pensam ou em função daquilo que acreditam ser as suas expectativas. No caso da recolha de fotografias disponibilizadas no *Panoramio*, adveio da necessidade de uma outra técnica que permitisse corroborar os elementos de ambas as abordagens.

Os principais pressupostos e hipóteses de trabalho relativamente às diferentes técnicas utilizadas serão lançados ao longo deste capítulo. Em particular, o objetivo prende-se com a explicitação das técnicas utilizadas para a realização do diagnóstico da situação existente em termos turísticos e com o lançar de algumas pistas e direções sobre a imagem do destino. O capítulo inicia-se com a identificação da filosofia de investigação e a abordagem que sustenta o estudo e, de seguida, centra-se na operacionalização da construção teórica, do plano de amostragem e do desenho dos instrumentos de investigação, bem como os dados no momento da recolha. As técnicas de análise e a estatística são apresentadas de seguida.

4.2. Focus group

A aplicação da técnica do *focus group* decorreu de um esforço desenvolvido em parceria com a autarquia de Boticas para a auscultação dos agentes locais e regionais relevantes que deveriam ser escutados, de uma lista de instituições para o propósito de desenvolvimento turístico (Quadro XXII). A escolha dos mesmos baseou-se na premissa de que a constituição de grupos com elementos que se conhecem e que estão dentro da temática a abordar são capazes de determinar a qualidade das respostas.

Quadro XXII. Listagem de instituições contactadas para a realização do *focus group*

Desenvolvimento Regional
ADRAT – Associação de Desenvolvimento da Região do Alto Tâmega
ACISAT – Associação Empresarial do Alto Tâmega
AMAT – Associação de Municípios do Alto Tâmega
Fagrorural
Turismo do Porto e Norte
Auto Viação do Tâmega, Lda.
Desenvolvimento Local
Adega “Vinho dos Mortos”
Câmara Municipal de Boticas
CEDIEC - Centro Europeu de Documentação e Interpretação de Escultura Castreja
Centro de Artes Nadir Afonso
Loja Interativa do Turismo de Boticas
Museu Rural de Boticas
Parque Arqueológico do Vale do Terva (Bobadela)
Boticas Hotel Art & SPA
Fórum Boticas – Associação Recreativa e Cultural
Centro Cultural e Recreativo de Covas do Barroso
Academia de montaha criativa – Turismo Sustentável, s.a.
<i>Iter Itineris</i> , s.a. – sucursal em Portugal
Juntas de Freguesia (10 freguesias)

Fonte: Elaboração própria, tendo por base o *focus group* realizado em 14 de setembro de 2015.

Apesar da tentativa de incluir todos os agentes locais selecionados (28), participaram efetivamente 21. A seleção de um número alargado de participantes teve em consideração a possibilidade de desistência dos participantes e optou-se por deixar ao critério da Câmara Municipal de Boticas a substituição de eventuais elementos, permitindo suplantarem 20% a mais do tamanho desejado para a participação nas sessões (Morgan, 1997). A escolha dos participantes por parte da Câmara Municipal determinou que um número significativo de elementos se conhecessem, contribuindo para uma discussão mais facilitada e para discursos mais fluídos. Aliás, este aspeto é valorizado em muitas investigações, em razão de possibilitar a captação de fragmentos de interações que se aproximem das interações ocorridas anteriormente, através do efeito da “lembrança coletiva” (Wilson, 1997).

A opção por esta técnica deveu-se às potencialidades inerentes à participação grupal, perspetivando-se a produção de informação relevante decorrente do debate mantido entre vários indivíduos. Estes foram repartidos antecipadamente em duas sessões. As sessões foram conduzidas por membros da equipa de investigação (Quadro

XXIII) e ambas as sessões tiveram a duração de 2 horas e 30 minutos. Apesar de Morgan (1997) e Wilson (1997) sugerirem a duração de 1 a 2 horas para a realização do *focus group*, acordou-se inicialmente que seria dada a tolerância de 30 minutos face a estes intervalos de tempo, por forma a se conseguir obter a saturação de dados (Onwuegbuzie, Johnson & Collins, 2009).

Quadro XXIII. Listagem de instituições participantes nas sessões de *focus group*

<i>Focus Group 1</i>		<i>Focus Group 2</i>	
<i>Código</i>	<i>Instituição</i>	<i>Código</i>	<i>Instituição</i>
11	Câmara Municipal de Boticas (Vereadora, com pelouro sobre o Turismo)	110	Junta de Freguesia de Alturas do Barroso e Cerdedo
12	Associação Ambiental e Cultural <i>Celtiberus</i>	111	Junta de Freguesia de Beça
13	Parque Arqueológico do Vale do Terva (PAVT)	112	Pena Aventura
14	Junta de Freguesia de Pinho	113	Junta de Freguesia de Ardãos e Bobadela
15	Junta de Freguesia de Covas de Barroso	114	Hotel Boticas Art & SPA
16	Junta de Freguesia de Boticas e Granja	115	Secretária de Junta de Vilar e Vieiro
17	Associação de Desenvolvimento Regional do Alto Tâmega (ADRAT)	116	Agrupamento de Escolas Gomes Monteiro, Boticas
18	Comunidade Intermunicipal do Alto Tâmega (CIMAT)	117	Junta de Freguesia de Ardãos e Bobadela
19	Junta de Freguesia de Sapiãos e Ecomuseu do Barroso	118	ACISAT – Associação Empresarial do Alto Tâmega
		119	Câmara Municipal de Boticas (Técnico de História)
		120	Câmara Municipal de Boticas (Assistente Técnico)
		121	Pena Aventura

Fonte: Elaboração própria, tendo por base o *focus group* realizado em 14 de setembro de 2015.

Entre os intervenientes constavam políticos, membros de organizações e associações socioeconómicas e culturais, empresários, pessoas que trabalham em setores com influência direta ou induzida no turismo e membros destacados da comunidade local (Quadro XXIV).

Apesar da tentativa de uniformizar ambos os grupos em termos do perfil sociodemográfico destacaram-se algumas características: (i) diferenças entre os grupos etários do *focus group 1* e *focus group 2*, com a predominância das idades entre os 50 e 59 anos e os 40 e 49 anos, respetivamente; e (ii) as dissemelhanças no que respeita à ocupação profissional, com a preponderância de técnicos superiores no *focus group 1* e de assistentes técnicos no *focus group 2*. De qualquer modo, ambas as sessões tiveram um número adequado de participantes, tendo em consideração que o limite máximo espectável para a sessão se encontra entre os 6 e os 12 membros (Wilson, 1997; Onwuegbuzie, Johnson & Collins, 2009; Rodriguez *et al.*, 2011).

Quadro XXIV. Perfil dos participantes no *focus group*

	GF1* (n=9)	GF2** (n=12)	Total GF (n=21)
Sexo:			
Masculino	5	8	13
Feminino	4	4	8
Idade:			
30 – 39 anos	2	3	5
40 – 49 anos	3	6	9
50 – 59 anos	4	2	6
Ocupação profissional:			
Professor/a	1	1	2
Empresário/a	1	1	2
Aposentado/a	1		1
Assistente Técnico/a ou técnico/a	2	3	5
Técnico/a Superior	3	2	5
Secretário/a	1		1
Direção e Gestão de instituições		2	2
Exercício de poderes governativos locais (presidência de junta ou vereação):			
Sim	5	4	9
Não	4	8	12
Local de Residência:			
Município de Boticas	7	10	17
Outro município da região do Alto Tâmega	2	2	4
Nível de escolaridade:			
Ensino Básico (9º ano)	3	2	5
Ensino Secundário (12º ano completo)	1	3	4
Licenciatura	5	1	6
Pós-Graduação		1	1
Mestrado		4	4

Notas: * *Focus Group 1*; ** *Focus Group 2*.

Fonte: Elaboração própria, tendo por base o *focus group* realizado em 14 de setembro de 2015.

A realização deste *focus group* norteou-se pelas diretrizes que se encontram descritas na introdução da presente dissertação. Ambas as sessões ocorreram na Câmara Municipal de Boticas, no auditório nobre e no auditório principal, onde as mesas se encontravam dispostas em círculo, de modo a potenciar o debate entre todos os intervenientes. As sessões foram conduzidas por membros da equipa de investigação onde o redator da presente investigação se inseriu (*vide* Quadro XXI - Lopes *et al.*, 2016).

Para o efeito, debateram-se, livremente, catorze questões selecionadas para ser postas à consideração de ambos os grupos (*vide* Apêndice II). Deste modo, procurou-se avaliar seis temáticas distintas, cuja descrição se encontra no Quadro XXV.

Durante a realização de ambas as sessões não foram utilizados meios audiovisuais para a gravação dos discursos dos intervenientes. Usaram-se métodos de recolha de informação similares, através da anotação de categorias e sub-categorias, das principais ideias-chave, de expressões e tensões mantidas, bem como de pequenos excertos dos discursos dos intervenientes (ou seja, através de método de recolha parcial). Posteriormente, efetuou-se um tratamento da informação, de modo a que o produto resultante desta dinâmica estivesse adaptado aos objetivos definidos para esta investigação.

Quadro XXV. Temáticas e descrição do questionário definido para o *focus group*

Temática	Descrição
Associação a Boticas	Procura identificar marcas características de Boticas, tais como a sua história, locais e monumentos simbólicos.
Recursos endógenos potencializados ou potenciais	Destina-se à identificação dos recursos naturais, físicos, patrimoniais, arqueológicos e financeiros.
Desenvolvimento socioeconómico, a curto e médio prazo	Foca-se nas características económicas e sociais e visa anuir as possibilidades de desenvolvimento de setores relacionados com a agricultura, o artesanato, a indústria, o turismo, os serviços e o vinho.
Concorrência com o município	Visa identificar os concorrentes diretos com os tipos de produtos que Boticas tem para oferecer.
Similaridades territoriais	Procura identificar os elementos comuns com outros territórios nas várias dimensões territoriais.
Imagem de Boticas	Visa identificar a opinião dos agentes sobre a imagem que o município de Boticas transmite às pessoas e qual é que imagem que lhes parecia mais adequada.

Fonte: Elaboração própria, tendo por base o *focus group* realizado em 14 de setembro de 2015.

Assim sendo, optou-se pelo tratamento dos dados através do método de análise de conteúdo, tendo sido privilegiada a análise temática (Bardin, 2004). O emprego da análise de conteúdo baseou-se numa matriz de análise qualitativa, partindo do princípio de que os dados não podem inferir-se *per se*, mas é necessário atribuir-lhes o seu significado. Para tal, os dados foram sistematizados numa matriz, onde constavam as seguintes colunas: tema; categoria; sub-categoria; atributos (positivos e negativos; consenso ou contradição) e enumeração. Este tipo de categorização possibilitou a realização de inferências que levaram à validação ou não validação das questões de investigação levantadas para esta investigação.

4.3. Inquérito por questionário aos residentes

Desenho do questionário

O questionário estava estruturado em 5 secções (A – E), com um total de 26 questões, subdivididas em sub-*ítems*. Optou-se pela utilização de questões fechadas e apenas uma questão (opcional) foi aberta quanto à sua forma.

O questionário apresenta uma estrutura convencional, partindo de questões de âmbito global para questões de âmbito particular (estrutura *top-down*). A Secção A visou perceber a opinião do munícipe sobre o seu concelho, bem como o grau de pertença e identificação com a comunidade. A secção B preocupou-se em perceber de que forma o residente percecionava o turista e os locais que os mesmos viam como possíveis para a sua presença. Não obstante, foi na secção C que se pretendeu aferir qual era a sua opinião sobre o desenvolvimento da atividade turística para Boticas.

No que diz respeito ao modelo de análise da perceção dos residentes, iniciou-se com a questão “O turismo é bom para Boticas”, o que possibilita entender o grau de aceitação do residente em relação ao turismo (Simmons & Fairweather, 1998; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013). As restantes questões desta secção visaram entender como pode ser construída a atuação em turismo para este território e quais os eixos a partir dos quais

pode começar a iniciativa. A secção D visou compreender se o inquirido estava disponível para participar no desenvolvimento da estratégia da atividade turística para Boticas e, caso estivesse disponível, apresentou-se um conjunto de afirmações, com as quais se procurou entender o que estava disponível a fazer para o efeito. Por fim, pediram-se alguns dados aos indivíduos que permitissem a realização da caracterização sociodemográfica da amostra (Secção E).

A preferência pela utilização de uma escala de Likert de cinco pontos, em grande parte do questionário, pode ser atribuída a vantagens bem documentadas na literatura, nomeadamente: *(i)* possibilitar uma maior confiabilidade do que a utilização de somente dois níveis de opção; *(ii)* o aumento para 7 ou 9 pontos não significar necessariamente um aumento da confiabilidade da escala; e *(iii)* o facto da utilização de uma escala ímpar apresentar vantagens face à utilização de escala par de 4 ou 6 pontos, onde não se prevê uma opção intermédia.

O questionário foi desenhado tendo por base o *focus group* realizado em período precedente, tendo sobretudo contribuído para a estruturação da Secção C e D. Para efeito de comparação dos resultados encontrados foram utilizadas, entre outras, as investigações de Jurowski & Gursoy (2004), Kim, Uysal & Sirgy (2013), Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro (2013) e Stylidis *et al.* (2014) e Stylidis (2016).

Foram também utilizadas técnicas de análise univariada e multivariada (de cariz quantitativo), que serviram de complemento a outras técnicas de índole qualitativa.

Desenho da amostra

O primeiro passo para o desenho da amostra consiste na especificação da “população” (universo) e o “elemento” (amostra) que está subjacente à investigação. Por outras palavras, deve determinar-se o grupo de pessoas que o investigador tem como objetivo inquirir e, nesse caso, se a finalidade é conhecer a perceção de um indivíduo ou de um agregado familiar (Sekaran, 2003). Uma vez que os residentes do município de Boticas são o foco deste estudo, a amostra foi composta por todos os residentes com idade igual ou superior a 15 anos, independentemente de pertencerem ou não ao mesmo agregado. O limite de idade para participação no estudo foi definida, de modo a incluir apenas os indivíduos com idade potencialmente ativa ou que tivessem, efetivamente, remuneração fruto do exercício de uma profissão. Outra razão intrínseca a esta escolha deve-se a estes apresentarem maturidade suficiente para responder ao mesmo.

Depois de se ter definido a população-alvo, foi selecionada uma amostra deste universo. Para a definição de uma base de amostragem ideal, que represente todos os residentes em Boticas e com idade igual ou superior a 15 anos, foi necessário pensar num modelo para obter uma listagem abrangente de todos os residentes, por idade e por freguesia. Algumas das soluções pensadas, foram a obtenção destes dados através das listas de votação e das listagens telefónicas. No entanto, as listagens de votantes não são, em Portugal, acessíveis ao público; por outro lado, a existência de famílias sem assinatura de telefone ou de domicílios sem a integração dos seus números nas bases de dados das páginas amarelas, e a dificuldade em clarificar a idade da população em ambas as

abordagens demonstraram a necessidade de pensar noutra solução. Neste sentido, optou-se pela utilização dos dados referentes ao Recenseamento Geral da População (INE, 2012) por grupo etário e por freguesia de residência. Considerando os cinco anos de diferença entre a realização do último recenseamento e a população atual, usaram-se as estimativas da população, em 2014.

Neste sentido, empregou-se o método de amostragem estratificada, pelo facto de ser mais eficaz do que a amostragem aleatória simples, atendendo a que há uma maior probabilidade de evitar o erro amostral (Cooper & Schindler, 1998; Zikmund, 2003). A vantagem da utilização desta abordagem baseia-se na consistência dos dados obtidos por autoponderação. Na presente investigação a decisão sobre o tamanho da amostra reportou-se aos seguintes fatores: (i) a população total do município; (ii) a distribuição geográfica da mesma por freguesias; e (iii) a melhor solução em termos de tempo e custo necessários para a execução da pesquisa (Gebremedhin & Tweeten, 1994). Procurou-se selecionar um tamanho suficiente da amostra, com base no cálculo da Eq. 2, para um nível de confiança de 95,0% e uma margem de erro de 5,0%:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times (1-p)}{(N-1) \times e^2 + Z^2 \times p \times (1-p)} \quad (2)$$

Onde:

n = o tamanho da amostra que se deseja calcular; N = o tamanho do universo; Z = é o desvio do valor médio ajustado para alcançar o nível de confiança desejado. Dependendo disso, usa-se um determinado valor, que é dado pela forma de distribuição de *Gauss*. Para um nível de confiança de 95%, o valor mais frequente é $Z = 1,96$; e = uma margem de erro máxima, que se está disposto a admitir (por exemplo, 5%); p = é a relação que se espera encontrar. Como regra, usa-se $p = 50\%$, quando não se tem ideia da quantidade prevista para ser alcançada.

Tendo em vista a obtenção de resultados válidos, foram distribuídos 737 inquéritos por questionário, esperando obter-se uma amostra válida de 361 indivíduos (conforme o cálculo da eq.2), o que representaria 6,3% da população residente no município. Desta forma, procedeu-se, *a posteriori*, à sua distribuição por área geográfica (freguesia), por grupos etários e por sexo (Quadro XXVI e Quadro XXVII).

Quadro XXVI. Amostra necessária por freguesia de residência no município de Boticas, com base nos dados dos Censos de 2011

Freguesia	População (nº)	Amostra necessária (nº)	Distribuição percentual (%)
Alturas do Barroso e Cerdedo	544	34	9,5
Dornelas	338	21	5,9
Covas do Barroso	262	16	4,6
Vilar e Viveiro	487	31	8,5
Beça	843	53	14,7
Boticas e Granja	1510	95	26,2
Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega	298	19	5,2
Pinho	401	25	7,0
Sapiãos	488	31	8,5
Ardãos e Bobadela	579	36	10,1

Fonte: Elaboração própria, com base no INE (2012) e no inquérito por questionário autoadministrado aos residentes no município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Quadro XXVII. Amostra necessária por grupos etários no município de Boticas, com base nos dados dos Censos de 2011

Caraterísticas	Sexo		Grupo etário		
	Masculino	Feminino	15-24	25-64	65 e mais anos
População (n°)	2781	2969	499	2843	1827
Amostra necessária (n°)	173	188	35	199	127
Distribuição percentual (%)	48,4	51,6	9,7	55,1	35,2

Fonte: Elaboração própria, com base no INE (2012) e no inquérito por questionário autoadministrado aos residentes no município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Pré-teste e administração do inquérito por questionário

O pré-teste assume um valor inestimável em qualquer processo de investigação, no sentido em que antecipa o processo de coleção de dados e permite ao investigador reconhecer as principais limitações. Durante este período é espectável que se consiga verificar se: *(i)* as perguntas estão devidamente formuladas e são compreendidas por todos; *(ii)* os códigos de resposta são suficientes; e *(iii)* as perguntas têm uma sequência lógica (Brace, 2008).

Durante este período de inquirição optou-se pela escolha do centro da vila de Boticas, área usualmente frequentada por indivíduos de várias idades e mais movimentada, associada à existência de cafés, restaurantes e supermercados. Aos indivíduos que aceitaram responder ao inquérito por questionário, foi-lhes distribuído o mesmo e pedido que respondessem por escrito, de forma autónoma (inquérito autoadministrado). Estes participantes foram convidados a avaliar a adequação e clareza dos *itens* adotados, bem como sugerir alguns *itens* adicionais.

O pré-teste foi conduzido em 5 de dezembro de 2015 (sábado), entre as 10h30 e as 15h. Foram realizados dez questionários e a duração média de preenchimento foi de 18 minutos. Após a aplicação do questionário foram levantados alguns problemas: *(i)* grande parte dos inquiridos consideraram que o questionário era extenso; e *(ii)* duas das questões foram consideradas difíceis de responder. Ainda assim, os comentários sobre o *layout*, as instruções e os temas abordados foi positiva.

Assim que se realizou o pré-teste e após se terem concretizado as alterações ao questionário (*vide* Apêndice III), a recolha dos dados ocorreu entre os dias 4 de janeiro e 28 de maio de 2016 a uma amostra estratificada em Boticas e 453 dos 737 questionários foram recolhidos. Deste modo, a taxa de resposta foi de 61,6%. Cada questionário foi sujeito a uma verificação da sua integridade e legibilidade de informação. Através deste processo, 80 questionários foram eliminados da análise pela ausência da prestação de declarações importantes, que poderiam enviesar os resultados obtidos, designadamente no decurso de análises multivariadas. Deste modo, foram 373 os questionários que foram registados no *software SPSS*, versão 22 para a realização da análise dos dados. O volume da amostra enquadra-se no que é usado a nível internacional, podendo variar entre os 352 e os 415 questionários (Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013). Comparando com a amostra utilizada por Kuvan & Akan (2005), por exemplo, a amostra empregue é mais representativa (nesse estudo obtiveram-se 167 questionários utilizáveis em Belek, Antalya, correspondendo a uma taxa de resposta de 66,8%).

4.3.1. Caraterização da amostra

No XXVIII apresentam-se de forma condensada as principais características sociodemográficas e profissionais dos inquiridos.

Quadro XXVIII. Perfil sociodemográfico e profissional dos residentes inquiridos

Variáveis	N.º	%
<i>Sexo</i>		
Masculino	168	45,0
Feminino	205	55,0
<i>Idade</i>		
15-24	33	8,8
25-44	112	30,0
45-64	133	35,7
65 e mais anos	95	25,5
<i>Freguesia de residência</i>		
Alturas do Barroso e Cerdedo	26	7,0
Dornelas	18	4,8
Covas do Barroso	30	8,0
Vilar e Viveiro	34	9,1
Beça	55	14,7
Boticas e Granja	81	21,7
Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega	41	11,0
Pinho	17	4,6
Sapiãos	47	12,6
Ardãos e Bobadela	24	6,4
<i>Período de residência</i>		
< 5 anos	13	3,5
5 - 10 anos	9	2,4
11 - 15 anos	17	4,6
> 15 anos	334	89,5
<i>Nível de escolaridade</i>		
Inferior a 6 anos de escolaridade	201	53,9
7º - 9º ano	52	13,9
10º - 12º ano	69	18,5
Universidade	51	13,7
<i>Situação perante o trabalho</i>		
Doméstico	43	11,5
Desempregado	72	19,3
Empregado	130	34,9
Reformado	106	28,4
Estudante	22	5,9
<i>Estado civil</i>		
Casado (com ou sem registo/ união de facto)	214	57,4
Solteiro	93	24,9
Divorciado	23	6,2
Viúvo	43	11,5
<i>Rendimento líquido mensal</i>		
Até €500	125	33,5
De €501 até €1000	161	43,2
De €1001 até €2500	73	19,6
De €2501 até €3000	10	2,7
Superior a €3000	4	1,1

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas entre janeiro e maio de 2016.

A amostra é constituída por 45,0% dos indivíduos do sexo masculino e 55,0% do sexo feminino, verificando-se uma sobrerrepresentatividade deste último grupo. Apesar de tudo, convém ressaltar que este resultado é próximo do obtido noutros estudos (Sharma & Dyer, 2009; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013; Stylidis *et al.*, 2014). Tais características coadunam-se com as especificidades do município de Boticas, visto no último Recenseamento Geral da População (2011) 51,6% dos residentes eram do sexo feminino (INE, 2012 - Quadro XXIX).

No que concerne à distribuição da amostra por grupo etário, 8,8% tinha idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos, 30,0% entre 25 e 44 anos, 35,7% entre os 45 e os 64 anos, ao passo que o grupo etário com 65 e mais anos contabilizou 25,5% da amostra de indivíduos inquiridos. Efetivamente ocorreu na amostra um menor número de indivíduos com 65 e mais anos face ao que existe no município (-9,7%). Para esta razão, contribuiu principalmente o facto das pessoas mais idosas se deslocarem em menor número de vezes à rua e poderá, entretanto, ter ocorrido um maior envelhecimento da população desde 2011.

Quadro XXIX. Comparação entre as características sociodemográficas da população residente e os inquiridos no município de Boticas (em %)

Caraterísticas	Sexo		Grupo etário		
	Masculino	Feminino	15-24	25-64	65 e mais anos
População residente	48,4	51,6	9,7	55,1	35,2
Amostra	45,0	55,0	8,8	65,7	25,5
Diferença entre a amostra e a população residente (%)	-3,4	3,4	-0,9	10,6	-9,7

Fonte: Elaboração própria, com base em INE (2012) e Inquérito por questionário autoadministrado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

No que diz respeito à distribuição da população residente por freguesia, verificou-se que 21,7% dos respondentes residiam na freguesia-sede do município, ao passo que 78,3% tinham residência permanente noutra freguesia. Apesar de uma tentativa de harmonizar a recolha da amostra com a população residente no município, nalgumas freguesias verificou-se um défice de questionários para cumprir a amostra necessária (Quadro XXX).

Quadro XXX. Comparação entre a freguesia da população residente e dos inquiridos no município de Boticas (em %)

Freguesia	População residente	Amostra	Diferença entre amostra e população residente (%)
Alturas do Barroso e Cerdedo	9,5	7,0	-2,5
Dornelas	5,9	4,8	-1,1
Covas do Barroso	4,6	8,0	+3,4
Vilar e Viveiro	8,5	9,1	+0,6
Beça	14,7	14,7	0
Boticas e Granja	26,2	21,7	-4,5
Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega	5,2	11,0	+5,8
Pinho	7,0	4,6	-2,4
Sapiãos	8,5	12,6	+4,1
Ardãos e Bobadela	10,1	6,4	-3,7

Fonte: Elaboração própria, com base em INE (2012) e Inquérito por questionário autoadministrado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Não obstante, é fulcral lembrar que o principal *handicap* para que não houvesse uma concordância entre os dados disponibilizados no Recenseamento Geral da População de 2011 (INE, 2012) e a amostra recolhida está ligado a um desequilíbrio gerado pela eliminação de inquiridos por questionário que não se encontravam totalmente completos.

No que diz respeito à situação perante o trabalho predominaram os inquiridos empregados (34,9%), sendo que destes 39,2% exerciam, direta ou indiretamente, uma profissão relacionada com a atividade turística. Ainda assim, os reformados também assumiram uma relevância significativa no seio da amostra (28,4%).

A maioria dos residentes inquiridos habitava no município de Boticas há mais de 15 anos. Relativamente ao nível de escolaridade dos mesmos, 53,9% dos inquiridos detinham um nível de escolaridade inferior a 6 anos. De acordo com o Recenseamento Geral da População de 2011 (INE, 2012), 78,3% da população residente apresentava níveis de escolaridade inferiores ao 6º ano de escolaridade (*vide* Figura 28). Por sua vez, no que se refere ao estado civil, 57,4% dos inquiridos estavam casados e o rendimento líquido mensal predominante situava-se entre os €501 e os €1000 (43,2%). Perante estes dados, pode-se concluir que a amostra compreendeu, essencialmente, indivíduos de classe média/média baixa.

4.3.2. Análise de dados

Após a inserção dos dados, foram selecionadas ferramentas estatísticas e realizados vários testes com o fim de analisar as respostas, bem como testar o modelo para a imagem do destino proposto para Boticas.

A escolha das ferramentas de estatística é dependente do tipo e das características dos dados, bem como das necessidades do estudo. No presente estudo, optou-se pela utilização dos programas de análise estatística *SPSS 22* e *Amos 22*. Com a utilização destes métodos estatísticos foram aferidas a validade dos dados através de uma análise exploratória e confirmatória. As subsecções seguintes descrevem com maior detalhe a análise dos dados.

Estatística descritiva

O uso de estatística descritiva deveu-se à necessidade de verificar a adequação dos dados às necessidades subsequentes, com base em medidas de tendência central (média, moda e mediana), dispersão (mínimo, máximo e desvio padrão) e de distribuição (curtose e assimetria). Além disso, através da consecução desta estatística univariada foi possível a identificação de certos padrões, designadamente relativamente às opiniões expressas. Estes padrões foram, posteriormente, comparados com as características sociodemográficas dos inquiridos.

Análise de clusters

A análise de *clusters* é uma técnica estatística multivariada, que possibilita o agrupamento de casos ou variáveis em grupos homogêneos. Quando um caso pertence a um *cluster* tal significa que existe um baixo grau de variação intragrupo, mas o inverso também se verifica, contribuindo para se identificar um outro *cluster*.

Tendo em evidência estudos anteriores, seguiu-se uma técnica de agrupamento não-hierárquico (análise de *clusters k-means* - Aguiló & Roselló, 2005; Brida, Osti & Barquet, 2010). Esta técnica é utilizada para um conjunto de *itens*, ao invés de variáveis, e a sua utilização ocorre usualmente em conjuntos de dados maiores (≥ 200 casos – Brida, Osti & Barquet, 2010; Vareiro *et al.*, 2013).

Considerando a técnica empregue por Brida, Osti & Barquet (2010), optou-se pela implementação de uma metodologia passo-a-passo, possibilitando a formação entre 2 e 5 grupos, tendo em consideração as médias dos dezasseis *itens* dos impactes do turismo (questão 6 do questionário usado). O Quadro XXXI apresenta a percentagem de amostra em cada grupo e para um conjunto de grupos (entre 2 e 5). Os resultados evidenciam que nos casos em que se seleccionasse entre quatro ou cinco grupos, os grupos minoritários representariam menos de 2% da amostra.

Quadro XXXI. Percentagem de amostra em cada grupo

Cluster	Número de grupos			
	2	3	4	5
1	40	20	42	37
2	60	33	1	10
3	-	47	34	29
4	-	-	23	23
5	-	-	-	1

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas entre janeiro e maio de 2016.

Para assegurar a integridade na interpretação dos dados, três *clusters* foram seleccionados. A comparação da variabilidade intergrupo, com base na distância entre o centróide da fragmentação e a variabilidade intragrupo, baseou-se nas distâncias médias de cada residente a partir do centróide do *cluster*. Os dados evidenciam que todos os *clusters* apresentam altos níveis de dissemelhança (Quadro XXXII).

Quadro XXXII. Variabilidade intra e intergrupo

Cluster	1	2	3
1	<i>2,897</i>	-	-
2	3,372	<i>3,395</i>	-
3	3,872	4,455	<i>2,698</i>

Nota: As médias das distâncias entre cada residente e o seu *cluster* encontram-se em itálico na diagonal (variabilidade intra-grupo) e as distâncias entre os centróides dos *clusters* encontram-se sem itálico (variabilidade intergrupo) na tabela.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Modelo de equações estruturais

(i) Validade-confiabilidade

A validade e a confiabilidade dos construtos foi examinada com recurso à modelação de equações estruturais (*Structural Equation Modelling* – SEM), à análise fatorial confirmatória (*Confirmatory Factorial Analysis* - CFA) e ao cálculo de alfa de *Cronbach*. A partir da análise fatorial confirmatória, criaram-se condições para uma avaliação das componentes convergente, discriminante e nomológica. Para a sua verificação assumem-se determinados

critérios, designadamente: (i) para a verificação de validade convergente foram utilizados os *loading factors* normalizados e o rácio crítico, em que os *loadings* têm um nível mínimo proposto de 0,5 e os rácios críticos devem ser superiores a 1,96 (Hair, 2010). Ainda para a verificação da validade convergente, foi estudada a variância média extraída (*average variance extracted* – AVE). Este representa o valor de variância que é capturada em relação à variância associada a erros de medida e os valores devem ser superiores a 0,5, de acordo com Fornell & Larcker (1981); (ii) para a verificação da validade discriminante comparou-se a variância média extraída com quaisquer dois construtos com o quadrado das correlações estimadas entre os dois construtos, e esperou-se que o valor anterior fosse superior ao último. Este pressuposto sustenta-se na noção de que um construto deve ser capaz de explicar melhor a variância nos seus indicadores do que a variância que partilha com um outro construto. Além do mais, a sua verificação baseia-se nos *itens* individuais que carregam apenas um construto latente e não existem *loadings* cruzados; e (iii) a validade nomológica é intrínseca ao pressuposto que assume que as correlações entre os construtos estão adequadas e em conformidade com a literatura.

Da mesma maneira, calculou-se o coeficiente de alfa de *Cronbach* (α), que representa uma estimativa amplamente utilizada nos MEE. Efetivamente, as pontuações devem ser sempre superiores a 0,7, o que sugere um bom nível de confiabilidade e que as medidas são consistentes com os construtos latentes (Hair, 2010).

Tendo por base estes pressupostos, estão em análise um conjunto de hipóteses que devem ser confirmadas *a posteriori*.

H1: Existe uma relação positiva direta entre os benefícios económicos pessoais dos residentes com o desenvolvimento do turismo e a sua percepção dos impactes do turismo, que pode ser dividida em três partes:

H1a: A imagem global do destino turístico tem um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre o destino turístico.

H1b: A imagem global do destino turístico tem um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre a qualidade de vida.

H1c: A imagem global do destino turístico tem um efeito positivo significativo sobre os impactes negativos.

H2: Existe uma relação positiva direta entre a imagem global do local de residência e os impactes percebidos do turismo, que se subdivide em:

H2a: Os benefícios pessoais dos residentes têm um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre o destino turístico.

H2b: Os benefícios pessoais dos residentes têm um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre a qualidade de vida.

H2c: Os benefícios pessoais dos residentes têm um efeito positivo significativo sobre os impactes negativos.

H3: A ligação e, subsequentemente, o apoio ao desenvolvimento do turismo por parte da comunidade local é positivamente relacionada com a perceção dos impactes positivos sobre a qualidade de vida e sobre o destino, e negativamente relacionado com a perceção dos impactos negativos. Esta hipótese subdivide-se em:

H3a: Os impactes positivos sobre o destino turístico percecionados pelos residentes têm um efeito positivo no apoio ao desenvolvimento do turismo.

H3b: Os impactes positivos sobre a qualidade de vida percecionados pelos residentes têm um efeito positivo no apoio ao desenvolvimento do turismo.

H3c: Os impactes negativos sobre a qualidade de vida percecionados pelos residentes têm um efeito negativo no apoio ao desenvolvimento do turismo.

(ii) Análise fatorial (exploratória – confirmatória)

Após a realização de um estudo exploratório é essencial a concretização de uma análise fatorial confirmatória (AFC). Por conseguinte, uma primeira tarefa passa por efetuar uma análise fatorial global exploratória, em que se incluem todas as variáveis subjacentes ao estudo, o que antecede a AFC. Esta realizou-se com o *Amos 22* e possibilitou a verificação da validade convergente, discriminante e nomológica, a confiabilidade das variáveis e a garantia do ajuste global do modelo. O último passo passou pelo teste do modelo estrutural.

(iii) Modelo de equações estruturais (MEE) – especificações

Tendo por base a revisão da literatura no capítulo 2 (*vide* Quadro XV) apresenta-se, de seguida, o modelo estrutural definido para o estudo (Figura 51). A hipótese de modelo estrutural apresenta seis variáveis latentes: o benefício económico pessoal com o desenvolvimento do turismo; a imagem global do município; os impactes positivos sobre o destino; os impactes positivos sobre a qualidade de vida; os impactes negativos e o apoio para o desenvolvimento do turismo.

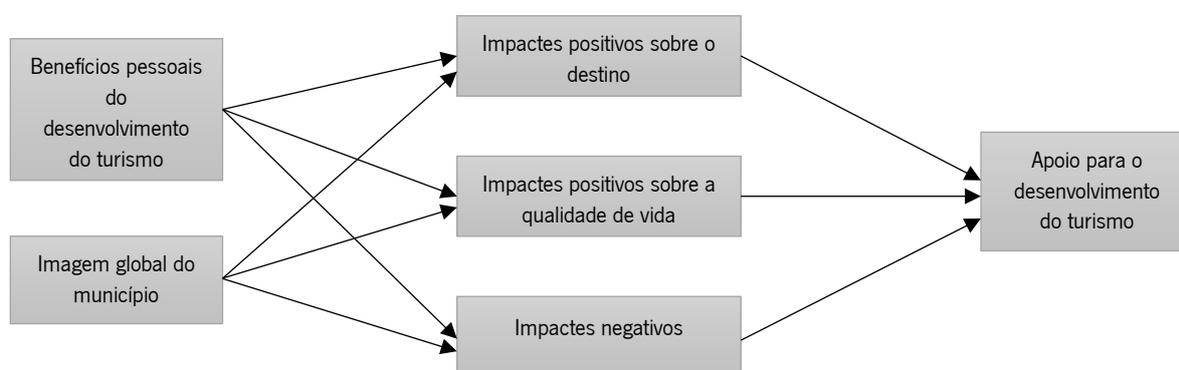


Figura 51. O modelo estrutural do estudo

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

O modelo estrutural completo é apresentado na Figura 52, tem 23 variáveis observadas e 33 latentes (6 construtos, 23 erros de medição e 4 residuais).

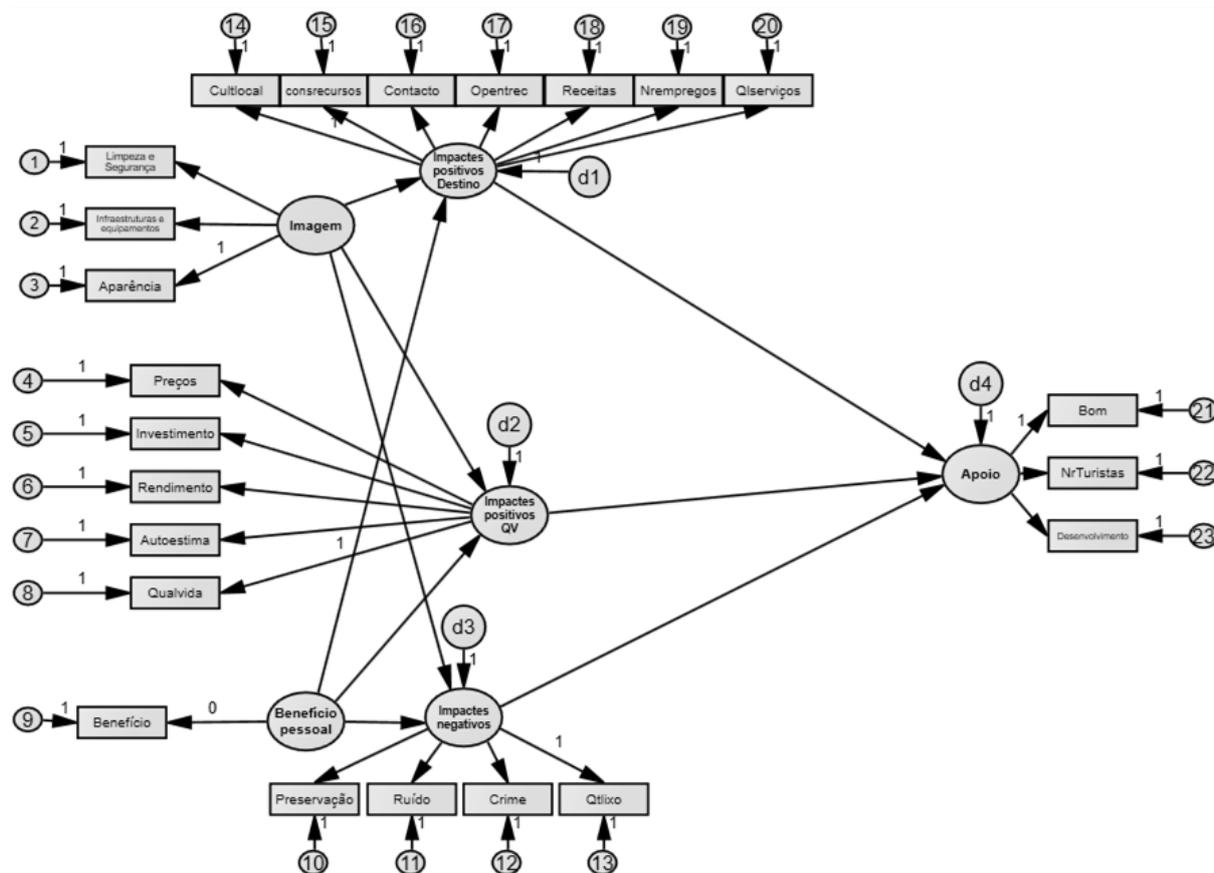


Figura 52. Modelo estrutural completo

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

As variáveis latentes são representadas com um círculo e as variáveis medidas com um retângulo. O facto da direção da seta apontar num único caminho sugere que os valores de pontuação são influenciados pelas variáveis latentes respetivas.

À exceção dos benefícios económicos pessoais, que apenas detêm um indicador, para todas as restantes construtos são definidos pelos menos três indicadores. As variáveis latentes - não medidas diretamente no modelo - constituem-se por: (i) os impactes positivos sobre o destino - o número de postos de trabalho, as receitas geradas, a variedade de oportunidades de entretenimento, a conservação de recursos históricos e arqueológicos, o estímulo da cultura local e artesanato e o contacto com culturas diferentes; (ii) os impactes positivos sobre a qualidade de vida - o investimento por parte de empresas, os preços de bens, serviços e de propriedades, a autoestima da comunidade e a melhoria da qualidade de vida dos residentes; (iii) os impactes negativos, onde constam os indicadores: aumento de crimes, a preservação de valores, costumes e tradições, o ruído e a quantidade de “lixo”; (iv) a imagem global do município, designadamente a aparência do município, o entretenimento, as condições naturais (estes indicadores resultam da análise fatorial efetuada *a priori*); e (v) o apoio ao desenvolvimento turístico,

onde constam os *itens* sobre a posição face ao desenvolvimento do turismo, ao financiamento público para o desenvolvimento turístico e ao aumento do número de turistas.

Note-se que, no modelo completo, existem 23 círculos menores (erros de medição) e cada um deles aponta com uma seta para uma variável observada, indicando que uma parte das variáveis observadas não correspondem a variáveis latentes. Normalmente, os erros de medição refletem a adequação dos indicadores para medir as variáveis relacionadas subjacentes e derivam de duas fontes: a medição de erros aleatórios e a unicidade de erro (Byrne, 2001). Os erros de medição devem ser avaliados no processo de construção do modelo, atendendo a que sem estes seriam feitas alegações implausíveis de que as variáveis latentes são uma combinação linear exata das variáveis indicadas (Arbuckle, 2006).

Atendendo a que os construtos envolvidos neste estudo estão relacionados com as hipóteses, a utilização das setas para expressar estas relações deve ser explicitado. A utilização do MEE faz-se com o recurso a setas entre as variáveis que retratam o efeito direto (\rightarrow) e um efeito bidirecional direto entre variáveis (\leftrightarrow), associado ao facto de representar a covariância e a correlação, enquanto a ausência de uma seta entre as variáveis representa a ausência de uma relação hipotética. Considerando a sua posição e função no modelo completo, os construtos podem ser divididos em endógenos e exógenos. Nos construtos exógenos incluem-se as variáveis: benefícios económicos pessoais e a imagem global do município, sendo estas exógenas pelo facto de serem independentes no modelo. Por seu turno, os construtos endógenos correspondem a variáveis latentes, tais como os impactes positivos sobre o destino turístico, os impactes positivos sobre a qualidade de vida, os impactes negativos e o apoio ao desenvolvimento do turismo. Estas são consideradas endógenas, porque funcionam como variáveis dependentes em pelo menos uma relação causal. Refira-se, porém, que as variáveis referentes aos impactes detêm um papel duplo no modelo, considerando que funcionam como uma causa direta para a variável de apoio ao desenvolvimento turístico e, portanto, são tratadas como variáveis intervenientes. Cada variável dependente no modelo tem um erro de provisão único simbolizado com a letra *d*, que se representa com um círculo e uma seta apontando para a variável dependente. O erro residual representa a porção da variável dependente que não se encontra prevista pelas variáveis independentes e a linha denota a sua relação com uma variável endógena, que representa os efeitos cumulativos de todas as causas omitidas nesta variável. Existem 4 erros residuais no modelo definido (*d1*, *d2*, *d3* e *d4*).

Esta descrição visa favorecer o entendimento sobre o processo de identificação do modelo estrutural. O Quadro XXXIII resume as variáveis latentes, os indicadores e os rótulos utilizados para a sua descrição no modelo estrutural completo.

Posteriormente, ao considerar-se que os dados não apresentam uma distribuição normal, tal como é espectável na maior parte dos estudos de ciências sociais, visto que os dados sociopsicológicos muito raramente apresentam uma distribuição deste tipo (Chou & Bentler, 1995), optou-se pela utilização de estimadores de máxima verossimilhança (*maximum-likelihood estimation*).

A fim de testar a adequação do modelo, é necessário efetuar um ajuste, pelo que a matriz de covariância da amostra e da matriz de covariância estimada da população é examinada. Um primeiro critério de ajuste utilizado no processo é a avaliação do χ^2 (qui-quadrado), o que tem necessariamente de ser não significativo para se tratar de um bom modelo. Este método tem algumas limitações, atendendo a que o seu valor é dependente do tamanho da amostra. Com tamanhos de amostra ≥ 200 indivíduos, é mais fácil obterem-se valores mais significativos, embora possam existir certas discrepâncias entre o modelo e os dados (Ullman, 2007). Como análise complementar ao χ^2 (qui-quadrado) usaram-se várias medidas de ajuste do modelo, nomeadamente índices de qualidade de ajustamento (*goodness of fit*). Entre os vários, referem-se os seguintes:

- (i) O CFI (*Comparative Fit Index*), que avalia a qualidade do ajuste em comparação com o modelo independente; o RNI (*Relative Noncentrality Index*) tem o mesmo propósito e, usualmente, valores maiores que 0,90 indicam um bom ajuste (Hair, 2010);
- (ii) O RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*) estima a falta de ajuste de um modelo em comparação com um modelo perfeito (Ullman, 2007); quando o RMSEA é inferior a 0,08 é indicativo de um modelo bem definido (Hair, 2010);
- (iii) O SRMR (*Standardised Root Mean Square*) é um índice que se baseia nos resíduos; Hu & Bentler (1999) sugerem um valor de 0,08 ou menor.

Neste cômputo, Hair (2010) refere que os índices de ajuste devem ser implementados em situações distintas, dependendo do tamanho da amostra e da complexidade do modelo, com uma regra de que modelos mais complexos e com amostras maiores requerem critérios menos rigorosos. As diretrizes apresentadas anteriormente foram utilizadas no estudo, para 23 variáveis observadas e para um tamanho de amostra ≥ 250 indivíduos.

Quadro XXXIII. Variáveis latentes e indicadores para o modelo

Construto	Nome da variável latente	Indicadores	Rótulo
Benefício pessoal do desenvolvimento do turismo	Benefício pessoal	Benefício com o desenvolvimento do turismo em Boticas	Benefício
Imagem global dos residentes de Boticas sobre o lugar de residência	Imagem global	Aparência	Aparência
		Infraestruturas e equipamentos de apoio	Infraequip
		Ambiente e segurança	AmbSeg
Perceção dos impactes económicos do turismo	Impactes económicos	Número de empregos	Nrempregos
		Receitas geradas na economia local	Receitas
		Rendimento dos residentes	Rendimento
		Investimento em hotéis, restaurantes e lojas	Investimento
Perceção dos impactes ambientais do turismo	Impactes ambientais	Preços de bens, serviços e propriedades	Preços
		Ruído	Ruído
		Quantidade de lixo	Qtlixo

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Quadro XXXIII. Variáveis latentes e indicadores para o modelo (Continuação)

Construto	Nome da variável latente	Indicadores	Rótulo
Perceção dos impactes socioculturais do turismo	Impactes socioculturais	Qualidade dos serviços públicos	QIserviços
		Oportunidades de entretenimento e recreio	Opentrec
		Conservação de recursos arqueológicos e históricos	Consrecursos
		Cultura local e artesanato	Cultlocal
		Contacto com culturas diferentes	Contacto
		Criminalidade	Crime
		Preservação de valores, costumes e tradições	Preservação
		Autoestima da comunidade	Autoestima
Apoio ao desenvolvimento do turismo	Apoio	Qualidade de vida dos residentes	Qualvida
		Favorável ao aumento do número de turistas	Nrturistas
		Favorável por ser bom para Boticas	Bom
		Favorável ao desenvolvimento do turismo	Desenvolvimento

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Após se terem verificado estes pressupostos, efetuou-se a modelação em dois passos, tal como é recomendado em várias investigações (*e.g.*, Byrne, 2001; Blunch, 2012).

Consecução da Análise Fatorial Exploratória (Exploratory Factorial Analysis – EFA)

Tendo em consideração o enunciado para a consecução do MEE, iniciou-se a sua aplicação com a AFE, onde se incluíram todas as variáveis em estudo. Para tal, esta análise foi efetuada a 33 *itens*. A fim de verificar o caráter unidimensional dos fatores, realizou-se uma ACP com rotação *Promax*. Nesta fase, optou-se pela utilização deste tipo de rotação, dada a condição de interdependência existente entre as diferentes componentes (Chen & Kerstetter, 1999).

A medida de adequação da amostra *Kaiser-Meyer-Olkin* estimou-se em 0,869, o que determina a aceitação do modelo, por superar significativamente o valor sugerido por Hair (2010) de $\geq 0,6$. Paralelamente, o valor do teste de esfericidade de *Bartlett* foi significativo ($\chi^2 = 6685,9$ e $p < 0,001$), o que indicia que a correlação entre os *itens* atende aos pressupostos.

A ACP gerou uma solução com sete fatores, apresentados no Quadro XXXIV. Esta solução tem a capacidade explicativa de 64,89% da variação total. Apesar de tudo, no caso das variáveis usadas para a determinação da imagem global do destino optou-se por agregar a informação em três categorias, que incluem a “aparência”, as “infraestruturas e equipamentos de apoio” e o “ambiente e segurança”, sendo que todos os *itens* apresentaram *loadings* nos respetivos fatores com valores $\geq 0,4$ (entre 0,474 para o “preço de bens, de serviços e propriedades”

e 0,919 para a “quantidade de lixo”), o que corresponde a um nível considerado aceitável (Hair, 2010). Note-se que, além de se ter privilegiado o facto do *loading* do *item* ser sempre o mais elevado face ao registado noutros fatores, a diferença mínima entre o registado neste fator e nos restantes teve necessariamente que ser sempre superior a 0,10 (Chen & Kerstetter, 1999).

Quadro XXXIV. Análise Fatorial Exploratória para as variáveis selecionadas para o modelo

	Fatores						
	1	2	3	4	5	6	7
Impactes positivos sobre o destino							
Cultura local e artesanato	0,854						
Conservação de recursos históricos e arqueológicos	0,797						
Contacto com culturas diferentes	0,793						
Criação de oportunidades de lazer e recreio	0,782						
Receitas geradas na economia local	0,775						
Postos de trabalho	0,738						
Qualidade dos serviços públicos	0,648						
Aparência							
Edifícios arquitetónicos		0,811					
Programa cultural		0,776					
Locais históricos		0,758					
Eventos culturais		0,753					
Paisagem		0,702					
Serviços de restauração		0,655					
Qualidade da oferta hoteleira		0,572					
Impactes positivos sobre a qualidade de vida dos residentes							
Qualidade de vida dos residentes			0,807				
Autoestima da comunidade			0,767				
Rendimento dos residentes			0,744				
Investimento por parte das empresas em hotéis, restaurantes, lojas, ...			0,476				
Preço de bens, de serviços e de propriedades			0,474				
Impactes negativos							
Quantidade de “lixo” nas ruas				0,919			
Criminalidade				0,877			
Ruído excessivo				0,868			
Diminuição da preservação dos valores, costumes e tradições locais				0,663			
Apoio ao desenvolvimento do turismo							
Necessidade de aumentar o número de turistas					0,916		
Desenvolvimento de Boticas graças ao turismo					0,881		
Turismo é bom para Boticas					0,867		
Benefício económico pessoal					0,508		
Infraestruturas e equipamentos de apoio							
Transportes públicos						0,824	
Infraestruturas rodoviárias						0,822	
Serviços públicos						0,809	
Sinalização e informação turística						0,742	
Ambiente e segurança							
Limpeza							0,851
Segurança							0,846
Variância explicada (%)	27,450	9,989	8,425	6,563	4,999	3,918	3,541
Eigenvalue	9,058	3,297	2,780	2,166	1,650	1,293	1,169
Alfa de Cronbach (α)	0,884	0,839	0,799	0,859	0,794	0,824	0,746

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Apesar destas conclusões, é essencial testar a fiabilidade das dimensões, de modo a remover os *itens* que não apresentem coerência interna. Os *itens* que reduzam a fiabilidade das dimensões devem ser removidos a partir de uma análise mais aprofundada e devem prevalecer somente os fatores com valores de alfa *Cronbach* (α) \geq 0,60. No caso em concreto, todos os fatores apresentam altos níveis de confiabilidade ($>0,70$). Desta forma, os fatores identificados a partir da AFE foram: os impactes positivos sobre o destino; os impactes positivos sobre a qualidade de vida; os impactes negativos; o apoio ao desenvolvimento do turismo; a aparência; as infraestruturas e equipamentos de apoio e o ambiente e segurança.

Da mesma maneira, a partir da AFE concluiu-se que os 16 *itens* usados para medir a perceção dos residentes sobre os impactes do turismo foram reduzidos a três fatores. Ainda assim, convém realçar que os fatores identificados no modelo não corresponderam ao que seria expectável, de uma divisão tripartida em impactes económicos, socioculturais e ambientais, como se encontra na maioria das evidências empíricas (*vide* Quadro XVI). Tendo em conta a construção do modelo em dois passos, realizou-se a AFC para os construtos latentes do estudo, a fim de garantir a sua unidimensionalidade e validade convergente.

Análise Fatorial Confirmatória (Confirmatory Factorial Analysis – CFA) na medição dos seis construtos latentes

Os construtos latentes a serem testados nesta etapa são: a imagem global do destino, os impactes positivos sobre o destino e sobre a qualidade de vida e os impactes negativos percecionados pelos residentes. Os benefícios económicos com a atividade turística e o apoio ao desenvolvimento da atividade turística continuam somente um e três *itens* de medição, respetivamente, razão pela qual não foi realizado o teste. De facto, os construtos latentes com menos de quatro *itens* não podem ser testados (Byrne, 2001). Outros autores sugerem um teste de medição para um modelo que compreende dois construtos latentes com três indicadores cada (Kline, 2005). Tendo em consideração as pressuposições, foram testados quatro modelos de mensuração.

i) Impactes positivos sobre o destino

Os impactes positivos sobre o destino mediram-se com o teste de sete *itens* e os resultados de uma AFE global apresentada anteriormente revelou que esta construção é unidimensional. De forma a corroborar estes resultados, providenciou-se uma AFC e os resultados estão patenteados no Quadro XXXV. Os índices de ajuste do modelo indicam que a solução apontada neste fator apresenta uma boa capacidade de ajuste. Precisamente, o rácio χ^2/DF foi de 11,57, o índice GFI e CFI foram consideravelmente elevados (0,88), o SRMR foi baixo (0,05) e o RMSEA situou-se em 0,05.

Além disso, todos os *loadings* padronizados foram superiores a 0,5, tal como sugere Hair (2010), indiciando a validade convergente dos *itens* em medição. Por sua vez, o valor de α estimou-se em 0,884, o que garante um bom nível de confiabilidade neste fator. Por estas razões, não foram consideradas quaisquer modificações necessárias.

Quadro XXXV. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para os impactes positivos sobre o destino

Model Fit Indices	β
Cultura local e artesanato	0,81
Conservação de recursos históricos e arqueológicos	0,77
Contacto com culturas diferentes	0,71
Criação de oportunidades de lazer e recreio	0,75
Receitas geradas na economia local	0,70
Postos de trabalho	0,71
Qualidade dos serviços públicos	0,58
Qui-quadrado	173,578 (15), $p=0,000$
CMIN/DF	11,57
GFI	0,881
CFI	0,884
SRMR	0,058
RMSEA	0,054
Alfa Cronbach (α)	0,884

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

ii) *Impactes positivos sobre a qualidade de vida*

O Quadro XXXVI resume os índices de ajuste, os *loadings* dos *itens* padronizados e a escala de confiabilidade. Note-se que os índices de ajuste se encontram adequados. O GFI e CFI apresentam valores $\geq 0,90$, o SRMR está abaixo de 0,5 e o RMSEA indica uma capacidade de ajuste medíocre. Um olhar atento às covariâncias residuais e nas matrizes padronizadas não revelaram quaisquer sinais de desajuste. Além disso, cinco dos seis *itens* apresentaram *loadings* padronizados $\geq 0,6$ e apenas o *item* “preço de bens, de serviços e de propriedades” foi ligeiramente inferior a 0,5. De igual modo, o valor de α foi de 0,80, o que indicou a consistência interna dos *itens* que mediam os impactes positivos sobre a qualidade de vida. Considerando esta evidência, optou-se por manter o *item* referente ao custo de vida, baseando a sua pertinência em fundamentos teóricos e estatísticos. A par da sua validade estatística evidenciada pelo elevado valor de α , o “preço dos bens, de serviços e de propriedades” é considerado relevante, graças à consideração na literatura como um dos principais impactes resultantes do desenvolvimento do turismo num certo destino (*e.g.*, Styliadis *et al.*, 2014; Remoaldo, Duque & Cadima Ribeiro, 2015; Almeida-García *et al.*, 2016).

Quadro XXXVI. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para os impactes positivos sobre a qualidade de vida

Model Fit Indices	β
Qualidade de vida dos residentes	0,77
Autoestima da comunidade	0,78
Rendimento dos residentes	0,73
Investimento por parte das empresas em hotéis, restaurantes, lojas, ...	0,61
Preço de bens, de serviços e de propriedades	0,49
Qui-quadrado	21,156 (5), $p=0,001$
CMIN/DF	4,23
GFI	0,977
CFI	0,972
SRMR	0,032
RMSEA	0,079
Alfa Cronbach (α)	0,799

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

iii) Impactes negativos

Os quatro *itens* em avaliação demonstraram um grau de convergência elevado, atendendo aos *loadings* padronizados ($\geq 0,5$). Para além disso, a validade foi ainda corroborada pelos índices de ajuste gerados pelo *Amos 22* e pelo valor de α (0,86 - Quadro XXXVII).

Quadro XXXVII. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para os impactes negativos

Model Fit Indices	β
Quantidade de lixo nas ruas	0,95
Criminalidade	0,82
Ruído excessivo	0,82
Preservação dos valores, costumes e tradições locais	0,52
Qui-quadrado	32,290 (2), $p=0,000$
CMIN/DF	16,15
GFI	0,962
CFI	0,963
SRMR	0,037
RMSEA	0,080
Alfa Cronbach (α)	0,859

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

iv) Imagem global do destino

Anteriormente, foi efetuada uma análise fatorial exploratória global (*vide* Quadro XXXIV), onde foram incluídos todos os *itens*. Com base nestes pressupostos, os resultados evidenciaram que a imagem do destino turístico é composta por três fatores explicativos. O apuramento destes fatores encontra-se em concordância com outras investigações anteriores sobre a imagem do destino e a satisfação dos residentes com a comunidade, corroborando a natureza multidimensional intrínseca à imagem global do local de residência (Quadro XXXVIII). Independentemente das alterações efetuadas relativamente a este construto, em ambas as situações trata-se de um construto multidimensional e, considerando esta pressuposição, a fim de mitigar a sua complexidade (múltiplas variáveis e parâmetros diversos), optou-se por calcular as pontuações compósitas dos três fatores que sintetizam a imagem do destino e a utilização dos mesmos como *itens* do construto latente da imagem do destino turístico. Tais situações encontram-se devidamente fundamentadas na literatura científica, pelo que a possibilidade parece exequível para a obtenção de resultados mais fidedignos (*e.g.*, Chen & Tsai, 2007; Hair, 2010).

Quadro XXXVIII. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para a imagem global do destino

Model Fit Indices	β	
	Todos os 13 <i>itens</i>	Após remoção de 'Qualidade da oferta hoteleira'
Fator 1: Aparência		
Edifícios arquitetónicos	0,65	0,66
Programa cultural	0,81	0,80
Locais históricos	0,70	0,71
Eventos culturais	0,76	0,75
Paisagem	0,55	0,57
Serviços de restauração	0,61	0,61
Qualidade da oferta hoteleira	0,27	DEL*
Alfa Cronbach (α)	0,739	0,839

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Quadro XXXVIII. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para a imagem global do destino (Continuação)

Model Fit Indices	β	
	Todos os 13 <i>itens</i>	Após remoção de 'Qualidade da oferta hoteleira'
Fator 2: Infraestruturas e equipamentos de apoio		
Transportes públicos	0,76	0,76
Infraestruturas rodoviárias	0,79	0,79
Serviços públicos	0,78	0,78
Sinalização e informação turística	0,61	0,61
Alfa <i>Cronbach</i> (α)	0,824	0,824
Fator 3: Ambiente e segurança		
Limpeza	0,75	0,75
Segurança	0,80	0,79
Alfa <i>Cronbach</i> (α)	0,746	0,746
Qui-quadrado	349,92 (62), $p=0,000$	286,91 (51), $p=0,000$
CMIN/DF	5,64	5,63
GFI	0,873	0,891
CFI	0,850	0,872
SRMR	0,037	0,071
RMSEA	0,112	0,072

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

O Quadro XXXIX apresenta as estatísticas descritivas destes três *itens* compósitos. Dos resultados evidenciados, verifica-se que os inquiridos tendem a concordar que Boticas apresenta uma aparência agradável (clima, arquitetura, ...), condições ambientais favoráveis e níveis de segurança e limpeza ótimos, ao passo que apresentam alguma indecisão quanto à provisão de infraestruturas e equipamentos para a atividade turística. Além disso, após se inspecionarem os *itens* verificou-se que os dados apresentam algumas assimetrias. Se por um lado, o *item* “infraestruturas e equipamentos de apoio” apresenta uma curva platicúrtica, por sua vez, os *itens* “aparência” e “ambiente e segurança” possuem uma distribuição leptocúrtica. Este facto foi tido em consideração quando se seleccionou a técnica de estimação em MEE.

Quadro XXXIX. Os três *itens* compósitos da imagem global do destino

Model Fit Indices	β
Fator 1: Aparência	0,58
Fator 2: Infraestruturas e equipamentos de apoio	0,69
Fator 3: Ambiente e segurança	0,65

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Seguindo as evidências estatísticas, efetuou-se uma AFC, a fim de verificar qual a consistência e adequação dos três *itens* recém-formados. Sendo assim, pode considerar-se que o modelo de ajuste é plausível, quando todos os *loadings* padronizados são superiores a 0,50 (Quadro XL).

Quadro XL. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) da imagem do destino turístico (após integração)

Variável	Média	Desvio-padrão	Assimetria	Curtose
Aparência	4,19	0,58	-1,08	2,90
Infraestruturas e equipamentos de apoio	3,58	0,91	-0,64	0,16
Ambiente e segurança	4,30	0,69	-1,32	3,12

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

De um modo global, a AFC para os quatro construtos apresentou altos níveis de conformidade e validade convergente, bem como consistência interna dos *itens* para medir os seis construtos para este estudo. De seguida, apresenta-se o AFC para o modelo completo.

Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para o modelo estrutural

Após a realização de uma AFC para cada conjunto de *itens*, é fulcral a consecução desta análise para o modelo completo. Uma vez que as variáveis latentes não são observadas e não têm escala de medida definitiva, a unidade de medida para cada variável latente deve definir-se (Schumacker & Lomax, 2004). Por forma a definir a métrica dos seis fatores (construtos), a variância de cada fator foi fixada em “1”, por associação ao erro da variável endógena (Jöreskog & Sörbom, 1993). A par disso, normalmente fixa-se em “0” o que não é de interesse (Anderson & Gerbing, 1988). No total, 23 coeficientes e 6 variações foram fixados como “1”, uma variação de erro em “0” e os parâmetros são 88 (51 dos quais são parâmetros livres).

Uma vez que o *item* “benefício económico pessoal” é uma construção latente única (medido como um *item*) o seu erro de variância foi fixado em “0”. A suposição de que a variância de erro é igual a “0” é principalmente razoável para as variáveis que podem ser diretamente medidas, tais como as variáveis de idade, peso ou, no caso do presente estudo, o facto de um residente ter ou não uma relação lucrativa com o turismo. Nos casos em que existe uma variável latente única, não deve eliminar-se do modelo de AFC, visto que a sua inclusão pode ajudar a evitar erros no modelo estrutural completo (Brown, 1994). No estudo de caso, o número de momentos amostrais distintos é de 256 e os parâmetros livres são 51. Portanto, os graus de liberdade são $256-51=225$. Dada a validade e confiabilidade do modelo, este foi testado e ostenta os seguintes resultados: $\chi^2(224) = 1051,715$ ($p = 0,001$); $\chi^2/DF=4,70$; GFI=0,809; CFI=0,816 e RMSEA=0,079 [com intervalo de confiança de 90% (0,074 - 0,084) e PCLOSE = 0,000] (Quadro XLI).

Quadro XLI. Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para o modelo estrutural proposto

<i>Model Fit Indices</i>	β
Qui-quadrado	1051,715 (224), $p=0,000$
CMIN/DF	4,70
GFI	0,809
CFI	0,816
SRMR	0,070
RMSEA	0,079

Nota: β = *loadings* estandardizados.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Estes resultados encontram-se dentro dos limites propostos por Ullman (2007). De um modo global, pode inferir-

se que as várias medidas apresentam credibilidade suficiente para as hipóteses construídas que sustentam o modelo. A validade convergente evidencia-se como estatisticamente significativa ($p < 0,01$) com base nos *loadings* fatoriais dos *ítems*, tal como consta no Quadro XLII.

Quadro XLII. Resultados da validade discriminante

Construtos e itens em avaliação	β	CR	R	AVE	<i>p-value</i>
Imagem global do destino (IGD)			0,95	0,87	
Limpeza e segurança	0,48	N.A.			***
Infraestruturas e equipamentos	0,53	8,74			***
Aparência	0,65	7,77			***
Benefícios pessoais do turismo (BPT)			1,00	1,00	***
Benefício económico pessoal com o turismo	0,59	N.A.			***
Impactes positivos sobre a qualidade de vida (IPQV)			0,87	0,57	
Qualidade de vida dos residentes	0,85	N.A.			***
Autoestima da comunidade	0,78	17,21			***
Rendimento dos residentes	0,75	16,17			***
Investimento por parte das empresas em hotéis, restaurantes, lojas, ...	0,63	12,94			***
Preço de bens, de serviços e de propriedades	0,56	10,46			***
Impactes positivos sobre o destino (IPD)			0,96	0,77	
Cultura local e artesanato	0,88	20,79			***
Conservação de recursos históricos e arqueológicos	0,81	18,23			***
Contacto com culturas diferentes	0,75	19,57			***
Criação de oportunidades de lazer e recreio	0,79	18,52			***
Receitas geradas na economia local	0,76	18,78			***
Postos de trabalho	0,77	15,05			***
Qualidade dos serviços públicos	0,67	N.A.			***
Impactes negativos (IN)			0,89	0,69	
Quantidade de lixo nas ruas	0,53	N.A.			***
Criminalidade	0,82	20,96			***
Ruído excessivo	0,82	20,92			***
Preservação dos valores, costumes e tradições locais	0,94	10,91			***
Apoio ao desenvolvimento do turismo (APT)			0,97	0,93	
O turismo é bom para Boticas	0,86	N.A.			***
Desenvolvimento de Boticas graças ao turismo	0,94	25,33			***
Necessidade de aumentar o número de turistas	0,88	23,09			***

Notas: β = *loadings* estandardizados; CR = rácios críticos; R = confiabilidade; AVE = Average Variance Extracted; ***. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

De acordo com Nunkoo & So (2015), a validade discriminante é validada se um valor significativamente menor é obtido para o χ^2 no modelo em que a correlação não se restringe à unidade. A análise dos pressupostos evidencia que todas as combinações resultaram em valores significativamente maiores ($\chi^2 > 2,576$ em $\alpha = 1\%$), denotando a validade discriminante. A escala de confiabilidade foi igualmente alcançada, porque a validade convergente e a variância média extraída (*Average Variance Extracted* – AVE) excederam os 0,70 e 0,50, respetivamente. *Tout-ensemble*, os testes referidos forneceram as provas necessárias para apoiar a existência de validade de convergência entre os construtos que foram incluídos no modelo em avaliação.

4.4. Análise das imagens do *Panoramio*

Após a análise efetuada junto de indivíduos da comunidade local, realizou-se uma análise quantitativa relativamente à distribuição geográfica de fotografias de visitantes e residentes no município de Boticas. Os dados utilizados na presente investigação foram provenientes do *Google Earth*, através de uma conexão à base de dados

de fotografias da *Panoramio*. Tendo em vista, a aglomeração de todas as fotografias do município de Boticas optou-se pelo estabelecimento de uma caixa delimitadora de tamanho igual (hexágono com 150 metros de lado e 300 metros de diâmetro). Após este procedimento, contabilizaram-se 728 fotografias tiradas no município de Boticas. Estas fotografias incidem sobre o período de janeiro de 2005 a março de 2016. Após a identificação de todas as fotografias foram considerados vários pressupostos metodológicos para a sua seleção.

Procedimentos

As 728 fotografias selecionadas foram sujeitas a dois métodos de análise: (i) análise quantitativa, que se inscreve no domínio estatístico, através do recurso ao pacote estatístico *SPSS 22.0* e (ii) análise cartográfica, com a utilização do *ArcGIS 10.3*. Para o efeito, os dados foram agrupados em várias tipologias, de acordo com regras estabelecidas *a priori* e tendo em conta os pressupostos definidos em estudos anteriores (*e.g.*, Donaire *et al.*, 2014; García-Palomares *et al.*, 2015; Santos, 1998). As tipologias utilizadas foram:

- (i) as categorias, podendo no estudo de caso diferenciar-se em quatro tipos: o património edificado (contém monumentos, edifícios históricos, igrejas, conjunto de habitações típicas, *etc*); a natureza (inclui a paisagem, a fauna e a flora); a cultura (conjuga as expressões de cultura local, tradições ou festivais) e os serviços turísticos (compreendem todas as formas de equipamentos e infraestruturas turísticas, tais como alojamento, restauração e sinalizações). Apesar de se poderem verificar imagens com um conjunto de elementos, optou-se sempre pelo conjunto mais predominante;
- (ii) o *zoom* da imagem foi analisado através da verificação dos seguintes pressupostos: (1) se a imagem incide num único elemento (uma janela de uma habitação, a igreja), (2) se é feita uma focagem sobre o elemento no seu contexto (uma igreja no conjunto habitacional) ou (3) se se trata de um cenário ou vista panorâmica (uma montanha, uma praia);
- (iii) a presença humana – considerando que a imagem pode ter, casuisticamente ou não, algum ser humano presente na fotografia;
- (iv) a origem – se a proveniência da imagem é de residentes ou visitantes;
- (v) o período do ano e o ano – data em que a fotografia foi tirada.

Após a definição dos critérios de catalogação das imagens, devem salientar-se os principais pressupostos que estão inerentes à análise de distribuição espacial das fotografias:

- os dados foram agregados em hexágonos com 150 m de lado e 300 m de diâmetro, usados para a produção de mapas de densidade e estatísticas-síntese;
- realizaram-se cálculos de distância-padrão, por forma a inferir-se qual o grau de concentração ou dispersão de recursos em torno do centro geométrico médio;
- recorreu-se à utilização de dois índices para a determinação dos padrões de localização globais: a estatística *Getis-Ord General G* e *Global Moran's I*, com o intuito de identificar o grau de aglomeração de

valores elevados e reduzidos e a correlação espacial baseada nos recursos locais e nos valores dos atributos, respetivamente;

- posteriormente, usou-se a estatística *Anselin Local Moran's* (estatística *LISA*), possibilitando a determinação de tendências locais emergentes para a intensificação do turismo no município de Boticas.

Por sua vez, executou-se uma análise estatística, tendo em vista a identificação dos elementos potenciais para a formação da imagem turística, com base nas tipologias criadas anteriormente. Estas tipologias estiveram, igualmente, na base de um agrupamento de dados. A análise de agrupamento ou de *cluster* consiste numa técnica que possibilita a identificação de grupos com uma elevada homogeneidade dentro do grupo e heterogeneidade intergrupar (Donaire *et al.*, 2014). O método de *k-means* foi o selecionado, atendendo a um conjunto de pressupostos: (i) a escolha da amostra foi feita com base numa amostra em cada grupo, de entre um conjunto de grupos (2 a 5); (ii) verificou-se uma perda mínima de informação através da fusão dos elementos, ao se selecionarem 3 *clusters* e (iii) ao invés de se considerarem as categorias por si, usaram-se os *itens* para a segmentação dos grupos. Considerando estas condições, optou-se por selecionar três *clusters*, por possibilitar uma distribuição equilibrada entre grupos (Quadro XLIII). Após a obtenção dos *clusters* efetuou-se um teste *ANOVA*, a fim de determinar as diferenças entre os grupos.

Quadro XLIII. Percentagem de amostra em cada grupo

Cluster	Número de grupos			
	2	3	4	5
1	40	40	52	9
2	60	30	15	13
3	-	30	25	31
4	-	-	9	19
5	-	-	-	29

Fonte: Fotografias do *Panoramio*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

4.5. Síntese

Este capítulo apresentou a metodologia utilizada na presente investigação, incluindo detalhes sobre os pressupostos que nortearam a estratégia de investigação, a conceção da amostra, os testes, bem como as técnicas estatísticas utilizadas na análise dos dados.

Como este estudo foi alicerçado numa triangulação metodológica, usou-se uma abordagem de pesquisa quantitativa e qualitativa. Durante o processo do desenho das amostras, foram utilizados vários métodos para a sua determinação. Independentemente das vantagens que possam ser equacionadas para os diferentes métodos utilizados, na presente investigação usaram-se os dados resultantes de duas sessões de *focus group*, com a participação de 21 indivíduos, representantes de instituições locais e regionais; de um inquérito autoadministrado aplicado a 453 indivíduos residentes, dos quais foram validados 373; e de uma análise de 727 fotografias capturadas por residentes e visitantes. Em termos de análise, ao passo que para o primeiro caso se optou por

uma análise de conteúdo, para os restantes dados, foram empregues várias técnicas estatísticas, subjacentes a uma análise univariada e multivariada. Os resultados da aplicação destas técnicas são apresentados no capítulo que se segue.



5

Fotografia tirada pelo autor, em 07.10.2016.

Resultados

O envolvimento dos diversos *stakeholders* regionais e locais na promoção do território

Results are obtained by exploiting opportunities, not by solving problems.
Peter Drucker (1909 – 2005)

5.1. Nota introdutória

O capítulo que agora se inicia relata a análise dos dados e as principais conclusões deste estudo, com base nos métodos desenhados anteriormente. As várias subsecções que integram este capítulo pretendem reconhecer os recursos turísticos, os produtos turísticos suscetíveis de se desenvolverem, bem como a imagem que pode estar subjacente ao destino. À apresentação de um enquadramento sobre a perspetiva de desenvolvimento socioeconómico de Boticas, segue-se a identificação dos recursos endógenos. De seguida, apresenta-se a disponibilidade dos residentes para participarem na atividade turística. Posteriormente, é feita uma síntese dos impactes que podem estar subjacentes ao desenvolvimento do turismo na perspetiva dos residentes. Por fim, é apresentada a imagem potencial do destino de Boticas, bem como os principais produtos-âncora que decorrem de uma intervenção combinada entre os diversos atores locais.

5.2. Uma perspetiva de desenvolvimento socioeconómico, a curto e médio-prazo

Os resultados do *focus group* e dos inquéritos aos residentes sugerem algumas conclusões sobre o desenvolvimento do município de Boticas nos últimos anos, e de que forma se pode ancorar a economia local, a curto e a médio-prazo.

A Figura 53 sintetiza algumas das considerações sobre os aspetos positivos e negativos, resultantes da realização do *focus group*, concretizado em setembro de 2015. No que concerne ao desenvolvimento económico verificou-se nos últimos anos um agravamento das debilidades, fruto de metamorfoses associadas ao declínio da agricultura, à recessão económica e à emigração que caracteriza este território. Apesar de uma grande parte dos intervenientes observar que Boticas foi capaz de se atualizar através da construção de infraestruturas e equipamentos públicos, parte dos presentes em ambas as sessões do *focus group* (n=5) consideraram que muitas das infraestruturas construídas nos últimos anos contribuíram para uma má gestão dos dinheiros públicos, tal como se constata na intervenção de um dos atores presentes no *focus group*.

Sofreram uma evolução muito positiva, o concelho modernizou-se em saneamento, estradas, equipamentos sociais, tal como em todo o Alto Tâmega. Mas continuamos a ter um problema de fixação das pessoas, os atrativos primários não se tornaram apelativos para as pessoas que foram saindo. É transversal ao Alto Tâmega, apesar de ter muitos recursos. O excesso de dinheiro tornou-nos “estúpidos”, ao pensarmos em fazer coisas, mas que ficaram fechadas. (I14)

Ainda assim, a dotação de equipamentos públicos, com o intuito de suprir as necessidades da população, não tem sido capaz de diminuir os problemas de despovoamento e envelhecimento, que se perpetuam, nem tão pouco se repercute na mitigação da perda de identidade comunitária, designadamente de algumas tradições ancestrais que perduram, mas que se têm vindo a perder no quotidiano das comunidades locais (*e.g.*, a cozedura do pão nos fornos comunitários).

Tal como refere um dos intervenientes, no município existe *um modelo económico e social que se anula. As aldeias no passado viviam de forma comunitária, mas esse conceito perdeu-se (I18)*. Por forma a combater estas fragilidades comunitárias, o município tem feito uso de vários instrumentos de políticas públicas, embora muitas

das vezes não se tenha conseguido adaptar às reais necessidades da população, tal como se pode constatar a partir da seguinte narrativa:

O motor foi o financiamento público. O último PRODEP reflete a última década de investimento público no município, mas as comunidades vivem à sombra desta dinâmica e os territórios vêm perdendo a capacidade de interagir e os seus efeitos deixaram de ser amplos nos territórios. (I18)

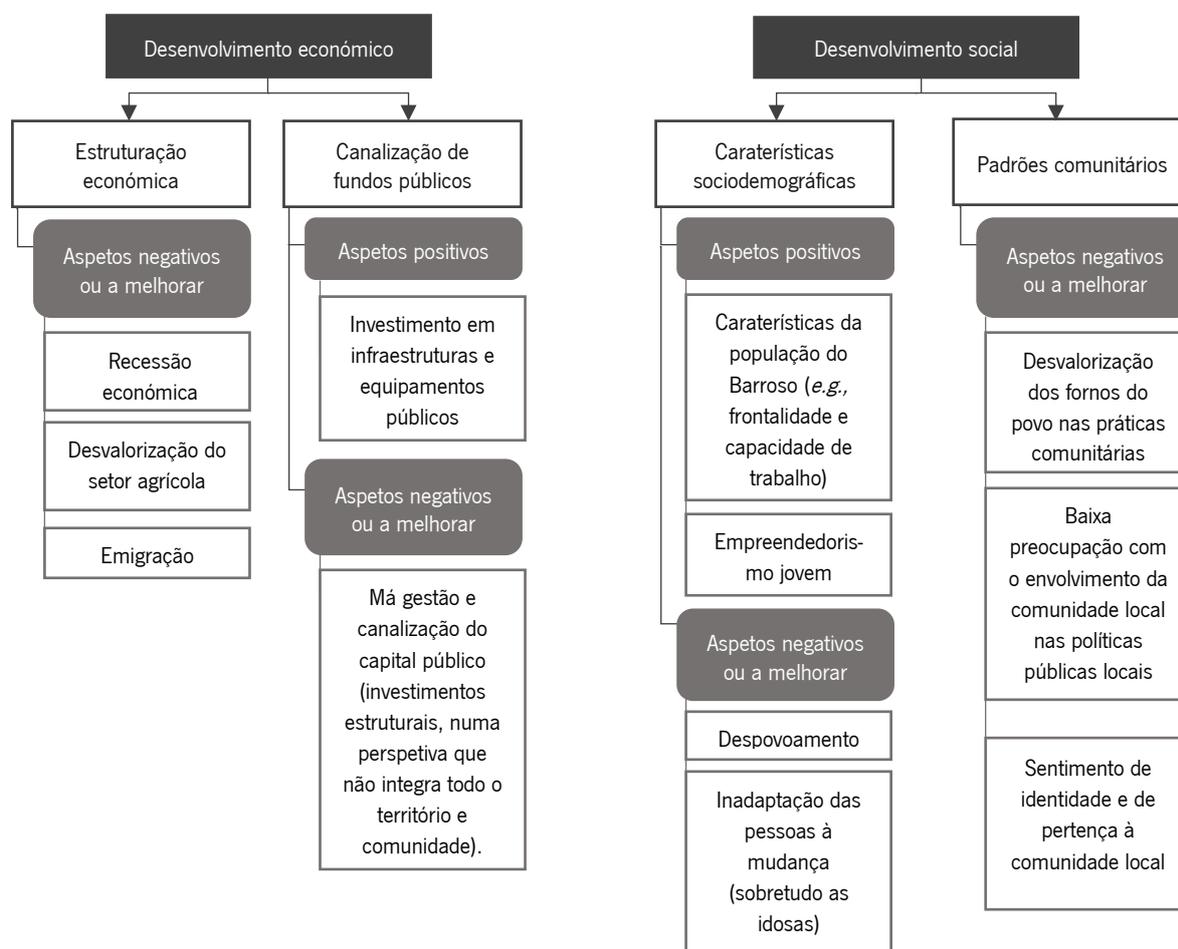


Figura 53. Algumas considerações sobre o desenvolvimento económico e social, resultante da análise do *focus group*
 Fonte: Elaboração própria, com base no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015.

De modo a minorar as fragilidades apresentadas neste território, é possível identificar alguns setores que podem contribuir para um desenvolvimento mais sustentável, a curto e médio prazo, entre os quais se identifica a agricultura e o turismo. No que concerne ao turismo, este assume um papel relevante no território por possuir uma capacidade regenerativa da economia, que atualmente tem vindo a ser uma aposta por parte de vários municípios portugueses, que veem na mesma a possibilidade de se alavancarem e projetarem a nível nacional, e de forma mais veemente, internacionalmente. Ainda assim, este território não possui uma cultura de turismo, por duas razões: (i) as pessoas mantêm comportamentos pouco adaptados face às necessidades de desenvolvimento da atividade turística. Note-se, por exemplo, que é comum os visitantes depararem-se com estabelecimentos comerciais encerrados a partir das 21h, aos fins-de-semana e, em alguns dos casos, arbitrariamente, durante o

período semanal; e (iii) a atividade turística não se constitui ainda como um setor-chave neste município, apesar dos desdobrados esforços nesse sentido. Para este problema equacionado contribui a falta de replicação de atividades ou a ausência de infraestruturas e equipamentos a visitar, durante o período de estadia no município.

Não existe a cultura do turismo nas pessoas. Os comportamentos dos comerciantes não se alteraram para se adaptar a uma nova realidade, que é o acolhimento das pessoas. As infraestruturas não funcionam, se as outras não funcionarem. Tudo tem que funcionar bem. Um turista que nos visita gosta do hotel, mas depois não tem um restaurante ou um museu para visitar. Não consegue ocupação e não volta, porque não temos atrativos. (I14)

Não obstante, têm vindo a considerar-se algumas tentativas de potenciar o desenvolvimento sustentável da atividade no município, designadamente com a integração da Estratégia de Turismo Sustentável Europeu. O Quadro XLIV sintetiza alguns dos aspetos sobre a atividade turística no município de Boticas realçados pelos principais *stakeholders*.

Quadro XLIV. Aspetos sobre a atividade turística no município de Boticas, mencionados durante o *focus group*

Caraterísticas	Aspetos considerados
<i>Procura turística</i>	Aspetos negativos ou a melhorar <ul style="list-style-type: none"> • Número reduzido de turistas (\pm 5000 visitantes/ano).
	Aspetos positivos <ul style="list-style-type: none"> • Comemoração do solstício de verão no cimo do Outeiro-Lesenho; • Produtos turísticos diversificados (gastronomia, turismo de natureza e turismo arqueológico).
<i>Oferta turística</i>	Aspetos negativos ou a melhorar <ul style="list-style-type: none"> • Falta de replicação das atividades desenvolvidas; • Encerramento de restaurantes e serviços a horas em que os turistas necessitam que estejam abertos; • Baixo número de infraestruturas, restaurantes e equipamentos para visitar.
	Aspetos positivos <ul style="list-style-type: none"> • Potencialidade para o desenvolvimento do ecoturismo; • Estratégia de Turismo Sustentável Europeu.

Fonte: Elaboração própria, com base no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015.

Apesar da tentativa de desenvolvimento do turismo em Boticas, é factual que esta atividade económica continua a ter uma expressão reduzida. Aliás, uma proporção significativa dos residentes inquiridos no município de Boticas afirma que apenas às vezes se cruza com turistas durante os seus tempos livres (44,8%), ao passo que somente 2,9% tem contacto muito frequente com turistas. Note-se que as freguesias de Alturas de Barroso e Cervedo, Beça, Covas do Barroso e Pinho são as freguesias onde os seus residentes consideram que se cruzam frequentemente ou muito frequentemente com turistas. Por sua vez, as freguesias de Dornelas, Sapiãos e Ardãos e Bobadela correspondem às freguesias cujos inquiridos residentes têm um contacto menos frequente com turistas (Figura 54).

Dos residentes inquiridos, 51,7% considera que lhe é indiferente os locais que visitam os turistas. Por sua vez, a maior parte dos residentes do município prefere encontrar os turistas em certos locais das freguesias de Beça, Boticas e Granja, Ardãos e Bobadela e Alturas do Barroso e Cerdedo.

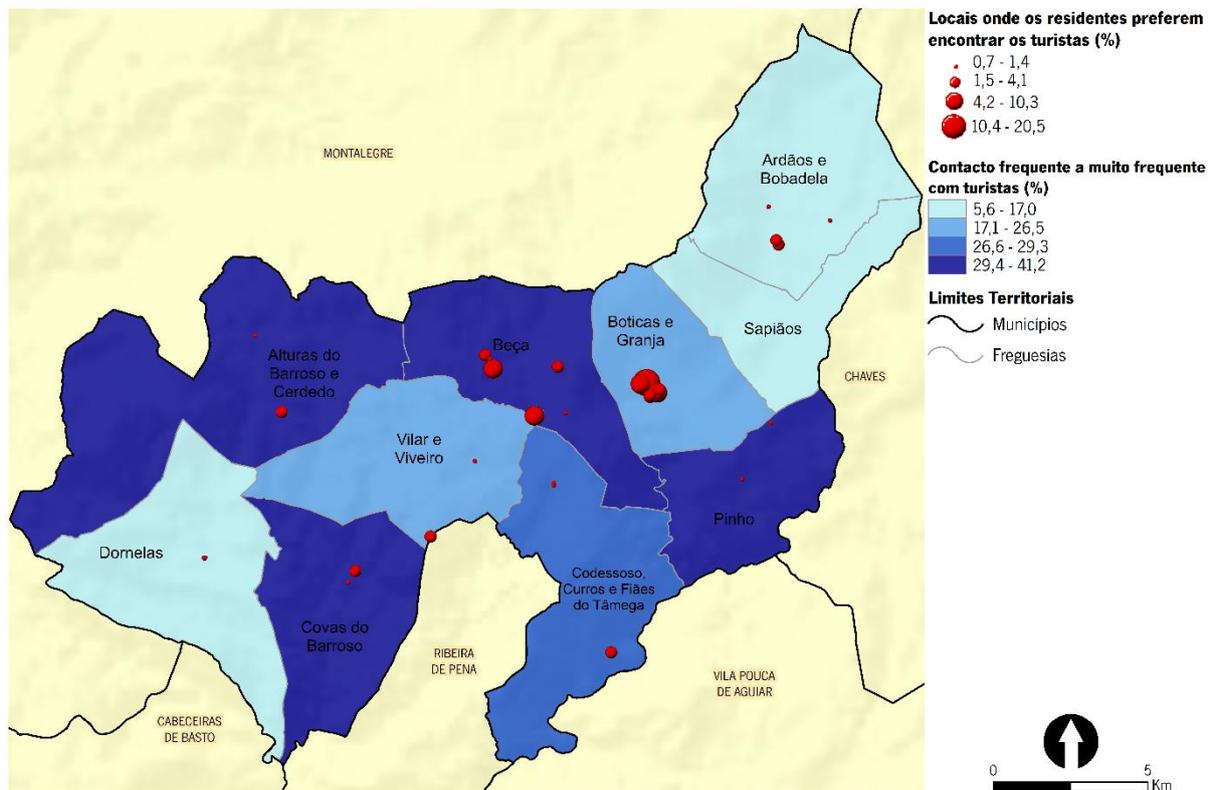


Figura 54. Locais onde os residentes preferem encontrar os turistas e contacto frequente com os turistas no município de Boticas

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Os principais locais apontados pelos inquiridos conformes à sua preferência para encontrar os turistas foram segmentados em diferentes atributos (Figura 55). Entre os locais que os inquiridos consideraram com elevada capacidade para visitação estão associados aos vários atributos, tais como as condições naturais e a paisagem de excelência (46,9%), os museus (31,0%), o património arqueológico e histórico (17,2%) e as tradições ancestrais (15,9%).

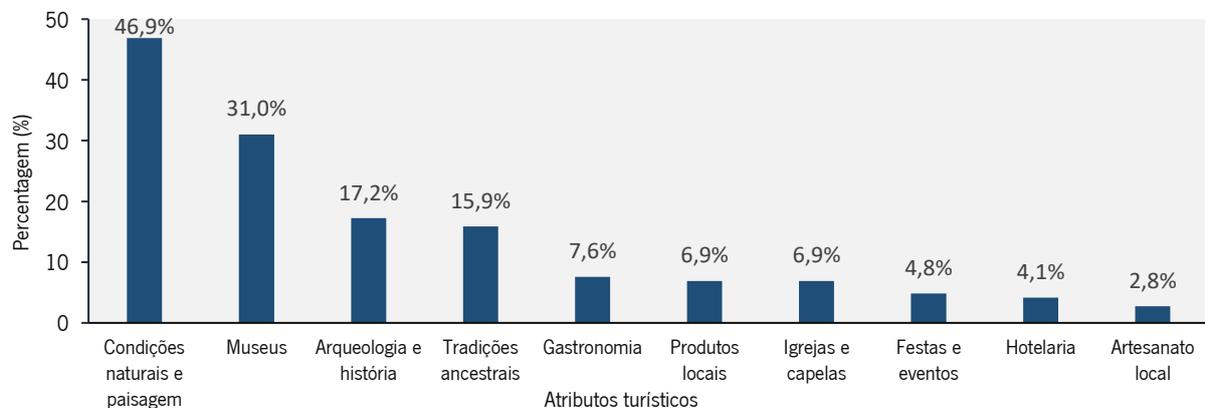


Figura 55. Atributos turísticos associados às preferências dos inquiridos para visita por parte dos turistas

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

O apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo em Boticas foi medido com a utilização de três afirmações, cujas respostas são apresentadas no Quadro XLV.

Quadro XLV. Apoio para o desenvolvimento da atividade turística

<i>Item</i>	Média	Desvio-padrão	Assimetria	Curtose	Porcentagem de respostas		
					1+2	3	4+5
<i>Apoio ao desenvolvimento do turismo</i>	4,32						
O turismo é bom para Boticas.	4,44	0,643	-1,023	1,296	1,3	4,3	94,4
É necessário aumentar o número de turistas em Boticas.	4,42	0,701	-1,308	2,674	1,3	6,7	92,0
O turismo pode contribuir para o desenvolvimento de Boticas.	4,53	0,654	-1,516	3,251	1,4	4,0	94,6

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Os *scores* médios nestes três *itens* situam-se em cerca de 4 pontos, indicando claramente um nível de concordância elevado para o desenvolvimento do turismo. Mais especificamente, os respondentes concordaram que o turismo é bom para Boticas (4,44), que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento de Boticas (4,53) e que é necessário aumentar o número de turistas em Boticas (4,42). Ao calcular-se a distribuição de respostas nestas três perguntas, a grande maioria (>90%) dos inquiridos tem uma opinião coadunante com a exploração dos recursos endógenos do município.

De modo a realçar as forças e oportunidades e mitigar as fraquezas e as fragilidades (análise *SWOT*) que são intrínsecas ao turismo no município, que decorreu da aproximação empírica mantida, sintetizam-se no Quadro XLVI os dados que se oferecem mais estratégicos para os subpontos seguintes.

Como principais forças enunciadas pelos atores, anotou-se a diversidade patrimonial e paisagístico-natural, a preservação das tradições e costumes culturais, muitos deles ancestrais, e a existência de novas infraestruturas e equipamentos, que se pretendem valorizar através de eventos de cariz cultural que possam vir a ser dinamizados no município.

Porém, também se constataram determinadas fraquezas, que importa ultrapassar em favor da dinamização da atividade turística a médio e longo prazo. A este nível, mencionou-se a inexistência de formação dos recursos humanos, que gera algumas dificuldades de aplicação de políticas territoriais em turismo, a par da base económica pouco diversificada verificada, com consequências na própria capacidade de reunir agentes e ações para a concretização de estratégias mais ambiciosas.

Não obstante, reconheceram-se igualmente algumas oportunidades, que se prendem com determinadas ações que parecem poder desenvolver-se a nível local, e outras decorrentes da atuação possível da Comunidade Intermunicipal do Alto Tâmega (CIMAT). Como oportunidade foi também encarada a alteração que se vem verificando nas motivações dos turistas, que vai no sentido do favorecimento de territórios cujas práticas turísticas ainda não tenham um carácter massificado e sejam detentores de patrimónios relevantes nas dimensões culturais e naturais.

Quadro XLVI. Análise SWOT do município de Boticas

Forças	Fraquezas
<p>Diversidade patrimonial paisagístico-natural. Preservação das tradições e costumes culturais. Existência de diversas Infraestruturas em Boticas (Parque Arqueológico do Vale do Terva; Parque da Natureza e Biodiversidade; Centro de Estudos de Documentação e Interpretação da Escultura Castreja). Proximidade geográfica a Chaves e Espanha. Diversidade de produtos turísticos. Empreendedorismo jovem. Potencial comercialização da água dos Carvalhelhos.</p>	<p>Nível de qualificação dos recursos humanos reduzida. Baixo poder de compra. Envelhecimento populacional e despovoamento. Inexistência da capacidade de atração de turistas. Base económica pouco diversificada. Inexistência de atividades complementares. Ausência de oferta de restauração. Inexistência de promoção turística institucional. Carência de um guia turístico do município. Ausência de um departamento de turismo na Câmara Municipal de Boticas. Ainda deficiente gestão dos recursos/fundos económicos. Procura sazonal (meses de junho a setembro) e baixo nº de pernoitas.</p>
Oportunidades	Ameaças
<p>Aproveitamento da estratégia de turismo em curso definida pela Comunidade Intermunicipal do Alto Tâmega (CIMAT). Modificação das motivações de procura em turismo, com favorecimento a territórios e segmentos turísticos emergentes. Emergência de novos mercados emissores de turistas (mercado espanhol). Identidade do Barroso. Importância do Ecomuseu do barroso para apoio a eventos e na dinamização da natureza e cultura barrosã. Programação do V Quadro Comunitário de Apoio (QCA) assente na qualificação dos recursos humanos. Macrotendência da Europa 2020, onde se privilegia o crescimento inclusivo.</p>	<p>Ainda deficiente cultura de complementaridade e atuação conjunta. Lacunas institucionais de atuação em turismo. Reduzida capacidade de atuação dos intervenientes regionais e nacionais. Existência duma entidade de turismo de nível regional (Turismo do Porto e Norte). Manutenção de valores elevados das portagens nas vias de acesso ao Interior (<i>e.g.</i>, A7 – Guimarães – Ribeira de Pena: 3,10 €; A24 – Guimarães-Ribeira de Pena: 9,80 €; A24 (Pórticos): Pedras Salgadas – Vidago: 0,75 €).</p>

Fonte: Elaboração própria, com base nas entrevistas semiestruturadas iniciais, realizadas entre 6 e 12 de dezembro de 2015, e no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015.

As principais ameaças que se colocam a estes territórios mais rurais prendem-se essencialmente com a baixa conjugação de esforços e exploração de complementaridades entre os intervenientes locais. Na verdade, as iniciativas que vão surgindo tendem a ser bastante centralizadas e monopolizadas por determinados agentes que, aliás, amiúde fazem *lobbying* em matéria de políticas públicas.

As potencialidades, debilidades, oportunidades e ameaças que se apontam devem ser um elemento central de informação das estratégias turísticas que se pretendam desenvolver. Tal permitirá juntar recursos e adquirir capacidade crítica a diversos níveis, desde o planeamento à promoção do território. A definição de linhas comuns de atuação em matéria de turismo à escala do Alto Tâmega e Barroso, parece ser a primeira aposta a dever ser feita, permitindo, por essa via, ancorar os principais atributos comuns ao dito território e dar os primeiros passos na definição/consolidação de uma imagem identitária do destino.

5.3. A identificação dos recursos endógenos no município de Boticas

Facto consubstanciado no território é a existência de património de elevado valor histórico-cultural, reconhecido pelos participantes nas sessões do *focus group*. No entanto, um dos problemas identificados prende-se essencialmente com a falta da respetiva divulgação, independentemente do seu valor. A partir da leitura do Quadro XLVII, constata-se uma pluralidade de recursos culturais, naturais, hoteleiros e de alojamento, financeiros e

partilhados, que podem contribuir para o desenvolvimento de uma estratégia integrada para o município de Boticas. Ainda assim, note-se que foram mencionados alguns recursos naturais, que se encontram subaproveitados, tais como a necessidade de repovoamento de espécies autóctones ou o facto das águas termais não estarem a ser devidamente aproveitadas para fins medicinais.

De uma forma global, verifica-se a presença de vários recursos físicos explorados, nomeadamente os equipamentos construídos, para este fim, nos últimos anos, como o Parque Arqueológico do Vale do Terva, o Museu Rural de Boticas, o Centro de Artes Nadir Afonso, o Centro de Estudos de Documentação e Interpretação da Escultura Castreja, e o Parque de Natureza e Biodiversidade de Boticas. Para além disso, os atores do setor turístico de Boticas consideram que as Termas dos Carvalhelhos e a sua estalagem se encontram subaproveitadas, designadamente pela inexistência de uma entidade competente para a gestão dos seus equipamentos, que se encontram encerrados, o que configura um desaproveitamento não só daquele equipamento, mas, de forma indireta, uma perda da capacidade atrativa do município. Relativamente aos recursos intangíveis, que segundo as posições que foram expressas, se encontram explorados de forma equilibrada, merecem menção a pintura do Mestre Nadir Afonso e do respetivo centro cultural, bem como a Feira Gastronómica do Porco. Por seu turno, existem determinados recursos intangíveis que não se encontram explorados atualmente, e que o poderiam estar. No que respeita à gastronomia, foram destacados alguns pratos, como o cozido à Barrosã, a posta Barrosã, a truta frita com presunto e vários enchidos, que embora não sejam recursos restritos ao município de Boticas assumem uma importância relevante ao nível da sub-região do Alto Tâmega e, sobretudo, no Barroso. Ainda assim, como alguém sublinhou:

O território é vasto do ponto de vista geográfico, mas tem pouca gente e não é um território muito rico, como por exemplo é o de Chaves. Só o facto de ter termas traz logo uma mais-valia; depois, é uma cidade maior, e tem uma oferta cultural e comercial maior do que Boticas. (11)

Isso presente, é necessário que, do ponto de vista cultural, se potencie a diversidade, para que a visita ao local não se torne limitativa:

(...) até porque dou um passeio, paro numa aldeia, vou visitar o forno comunitário e como o pão, e vou e encontro uma casa no centro da aldeia e aí fazem um cozido Barrosão e fico à lareira, aqueço as mãos, vejo os potes e alguém a fazer chouriças. (18)

No que diz respeito aos atributos turísticos, observa-se claramente que os residentes têm um sentimento de pertença ao território, atendendo a que os mesmos consideram quase todos os *ítems* com uma pontuação média de 4,07 (Quadro XLVIII). No entanto, os atributos com potencial turístico, mais valorizados pelos residentes são a gastronomia (4,46) e as festas e eventos (4,38). Foi considerado menos relevante para o desenvolvimento do turismo o *ítem* relacionado com a pintura e a escultura (3,77).

Quadro XLVII. Recursos identificados e seus aspetos positivos e negativos pelos intervenientes no *focus group*

Recursos	Tipologia	Aspetos
Recursos culturais	<i>Tradições e costumes ancestrais</i> <i>Festas e romarias</i> (Património imaterial)	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Património imaterial (Pessoas autênticas; Autenticidade das pessoas); - Feira gastronómica do porco; - Mesinha de S. Sebastião (tradição associada às invasões francesas); - Festas (Sr. do Monte; Sra. da Livração; S. Sebastião de Dornelas); - Vivência em comunidade; <p>Aspetos negativos ou a melhorar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perda das tradições comunitárias.
	<i>Património Cultural (e religioso)</i> (Património Material)	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Centro de Artes Nadir Afonso; - Igrejas românicas; - Moinhos (rota dos moinhos); - Guerreiro galaico (imagem central de Boticas); - Vinho dos mortos (associado às invasões francesas); - Conservação do património (fator negativo: ligado à inércia do concelho).
	<i>Património arqueológico (e cultural)</i> (Património Material)	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Castros (identificação de 30 castros); - Parque arqueológico do Vale do Terva (PAVT); - Campanhas de escavação arqueológica; - Vias romanas e pré-romanas; - Minas (algumas das quais de ouro); - Via da Prata.
Recursos naturais	<i>Relevo, clima e água (cursos de água)</i>	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relevo montanhoso e fisionomia: <ul style="list-style-type: none"> a) Cornos do Barroso, em Alturas do Barroso; - Cursos de água diversos (Rio Terva; Tâmega); - Lagoa de Brejo; - Carvalhelhos (exploração, engarrafamento e comercialização da água). <p>Aspetos negativos ou a melhorar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carvalhelhos - estalagem e termas encontram-se desativadas durante a maior parte do ano.
	<i>Fauna (caça e pesca)</i>	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gado Barrosão; - Truta (águas frias); - Caça e pesca; - Clube de caça e pesca; introdução de espécies para a caça desportiva (pode ser positivo ou negativo). <p>Aspetos negativos ou a melhorar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inexistência de escoamento da produção da criação de gado; - Necessidade de repovoamento de espécies autóctones.
Recursos turísticos (hoteleiros e restauração)	<i>Hotéis</i>	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Boticas Hotel <i>Art & SPA</i> (aumento do nº de camas disponíveis).
	<i>Casas de turismo rural</i>	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casa da Eira.
	<i>Restaurantes</i>	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restaurantes e tabernas (Casa do Pedro, Casa do Ferrador, Casa do Chico, a Eugénia dos Carvalhelhos).
Recursos financeiros	<i>Investimento</i>	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa Alto Tâmega Empreende (Gabinete Local); - Gabinete de apoio ao investimento; - Aproveitamento do Quadro Europa 2020; - Recursos monetários para o desenvolvimento agrícola; - Captação de empresas empreendedoras (descontos até 50% nos parques industriais).
Recursos partilhados	<i>Condições geográficas</i>	<p>Aspetos positivos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fronteira geográfica natural entre Gerês e Alvão (áreas protegidas classificadas). - Caminho de Santiago (dois caminhos, um dos quais encontra-se debilitado) – o do Tâmega encontra-se esquecido.

Fonte: Elaboração própria, com base no *focus group* realizado em 14 de setembro de 2015.

Apesar de existir uma vinculação à obra e arte de Nadir Afonso, a pintura e escultura manifesta-se neste município com uma certa desconsideração face a outros, pelo facto de a gastronomia servir para a demonstração e

comercialização da produção agrícola local e pelo facto das festas e os eventos estarem associadas ao regresso dos emigrantes, designadamente durante o período estival. Tais diferenças encontram-se sintetizadas por freguesia na Figura 56.

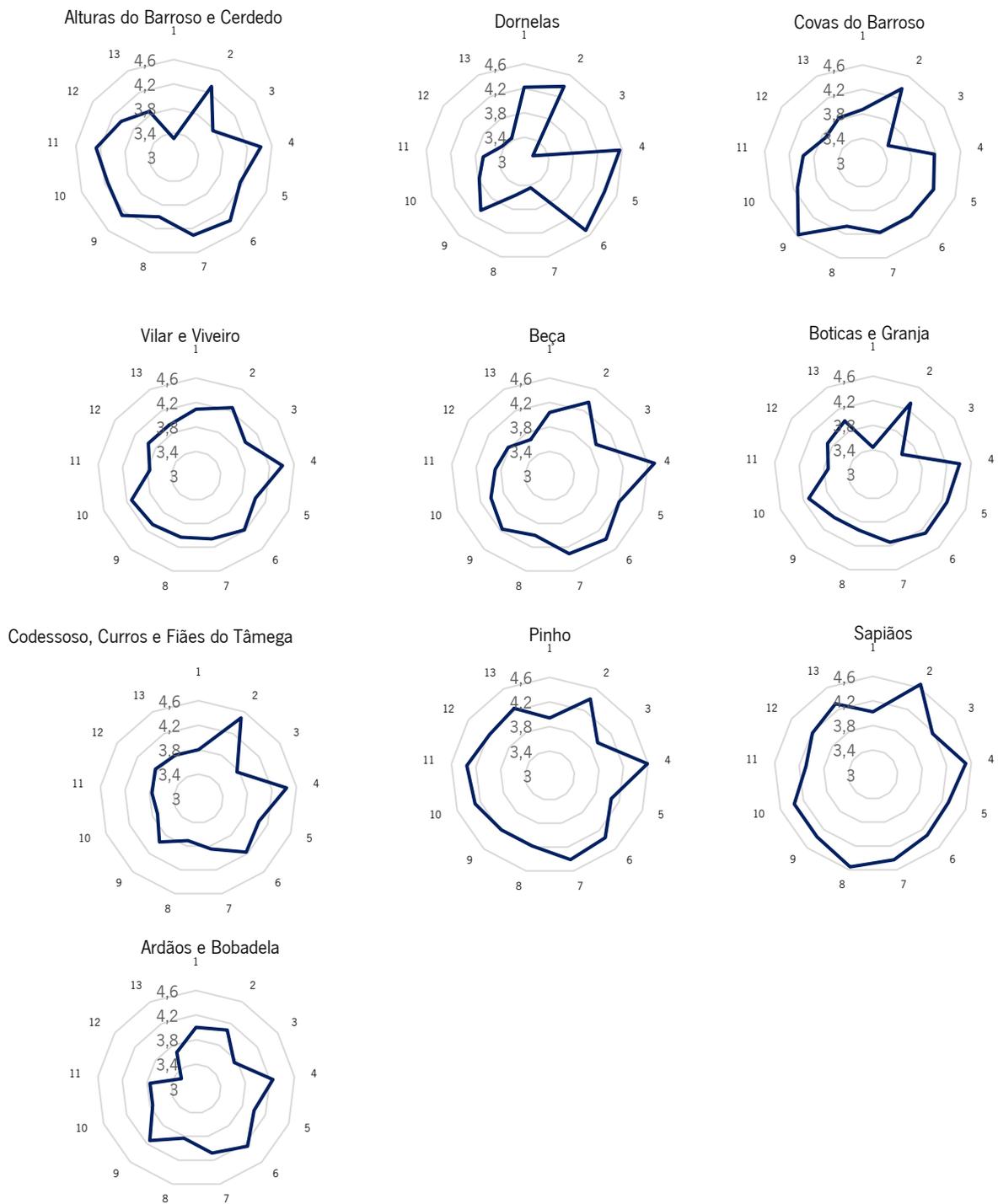


Figura 56. Atributos turísticos a potencializar para o desenvolvimento do turismo, segundo a freguesia de residência
 Nota: 1. Música e cantares populares; 2. Festas e eventos; 3. Pintura e escultura; 4. Gastronomia; 5. Tradições ancestrais; 6. Produtos locais; 7. Condições naturais; 8. Museus; 9. Igrejas e capelas; 10. Arqueologia e história; 11. Artesanato local; 12. Caça e pesca; 13. Desporto.
 Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016

De facto, são preponderantes os *scores* mais elevados para o atributo turístico gastronomia, sendo que a freguesia de Beça detém, ainda assim, a pontuação mais elevada (4,71), pelo facto da maioria da oferta gastronómica se situar nesta freguesia (designadamente em Carreira da Lebre) e por um dos *ex-libris* gastronómicos do município se identificar com a truta de Beça (Quadro XLVIII).

Quadro XLVIII. Atributos turísticos a potencializar para o desenvolvimento da atividade turística no município de Boticas

<i>Item</i>	Média	Desvio-padrão	Assimetria	Curtose	Percentagem de respostas		
					1+2	3	4+5
<i>Atributos turísticos</i>	4,07						
Música e cantares populares	3,82	1,019	-0,850	0,516	9,1	22,8	68,1
Festas e eventos	4,38	0,799	-1,574	3,331	2,7	8,0	89,3
Pintura e escultura	3,77	0,984	-0,614	-0,038	10,7	64,9	24,4
Gastronomia	4,46	0,770	-1,521	2,443	2,4	8,3	89,3
Tradições ancestrais	4,19	0,828	-1,048	1,415	3,2	13,7	83,1
Produtos locais	4,29	0,811	-1,001	0,732	2,1	14,5	83,4
Condições naturais	4,15	0,839	-0,839	0,469	3,7	15,8	80,5
Museus	4,01	0,866	-0,690	0,280	4,8	20,1	75,1
Igrejas e capelas	4,14	0,828	-1,009	1,532	2,9	15,3	81,8
Arqueologia e história	4,06	0,859	-0,778	0,590	3,8	19,6	76,6
Artesanato local	3,89	0,906	-0,670	0,382	6,2	23,9	69,9
Caça e pesca	3,87	0,917	-0,705	0,462	6,7	23,6	69,7
Desporto	3,90	0,926	-0,649	0,300	5,6	26,0	68,4

Notas: 1+2 = discordo; 3 = indiferente; 4+5 = concordo.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Ressalve-se, porém, alguns *scores* médios dos residentes de algumas freguesias por considerarem um outro atributo mais relevante, particularmente os residentes das freguesias de Dornelas (produtos locais – 4,50), Covas do Barroso (Igrejas e capelas – 4,57), Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega (Festas e eventos – 4,49) e Sapiãos (Festas e eventos – 4,66).

Apesar das opiniões sobre os atributos turísticos serem maioritariamente positivas, existem diferenças significativas entre as opiniões dos residentes das várias freguesias, tal como já ficou comprovado anteriormente. Ainda a este propósito, os residentes das freguesias de Alturas do Barroso e Cerdedo (4,09), Beça (4,11), Pinho (4,24) e Sapiãos (4,33) têm uma opinião manifestamente mais positiva em relação aos atributos turísticos (Figura 57). Tal pode dever-se ao facto de os residentes destas freguesias sentirem uma maior necessidade do desenvolvimento do turismo para potenciarem a sua economia local.

Por outro lado, contrariamente ao expectável, verificou-se uma paridade de respostas de ambos os sexos relativamente aos atributos mais significativos para o desenvolvimento de Boticas, onde constavam a gastronomia, as festas e eventos e os produtos locais. Contudo, as respostas dos residentes masculinos apresentam *scores* médios mais baixos em todos os atributos, ao passo que os residentes inquiridos do sexo masculino pontuaram os atributos turísticos, em média em 4 pontos, os inquiridos do sexo feminino atribuíram uma pontuação média de 4,13.

No que respeita à avaliação dos atributos turísticos segundo o grupo etário, verificou-se que todos os grupos etários identificaram a gastronomia como o principal atributo para a consecução de uma estratégia assente no turismo, à exceção do grupo etário situado no intervalo entre os 45 e os 64 anos que considerou as festas e eventos mais relevantes para o mesmo efeito. É ainda de salientar o facto de o grupo etário dos idosos ter apresentado *scores* médios mais baixos para os atributos turísticos (4,01) do que os restantes grupos, com scores $\geq 4,06$.

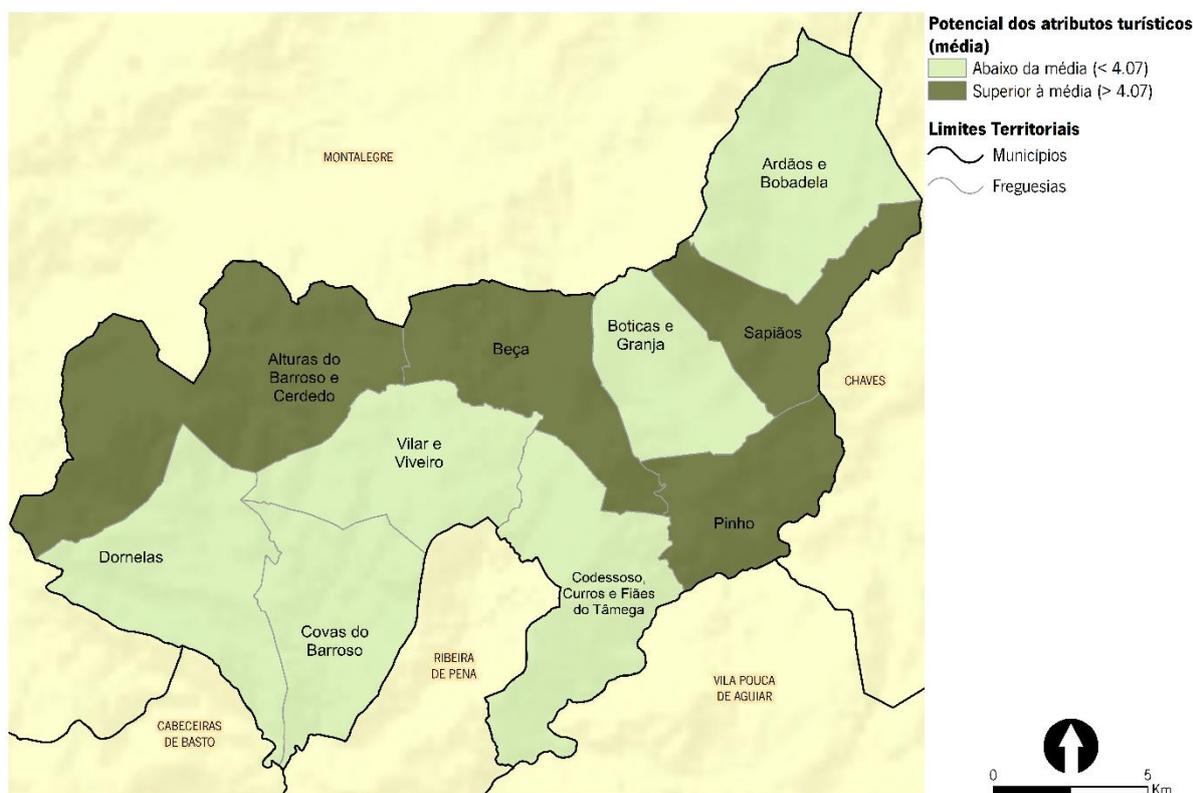


Figura 57. Potencial dos atributos turísticos no município de Boticas, em relação à média das opiniões dos residentes
 Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Apesar de considerarem que o desenvolvimento do turismo deve assentar em determinados atributos, quando questionados sobre o facto de existirem atrações turísticas bem exploradas no município de Boticas, uma percentagem significativa da amostra considera que sim (46,4%), ao passo que 37,3% não sabe e 16,4% considera que não existe qualquer atração explorada turisticamente atualmente. Dos 46,5% que consideraram que existem atributos turísticos bem promovidos no município de Boticas, inferem que as condições naturais e paisagem (36,4%), o artesanato local (27,7%), as festas e eventos (27,2%) e a arqueologia e história (27,2%) são os melhores explorados para esse fim (Figura 58).

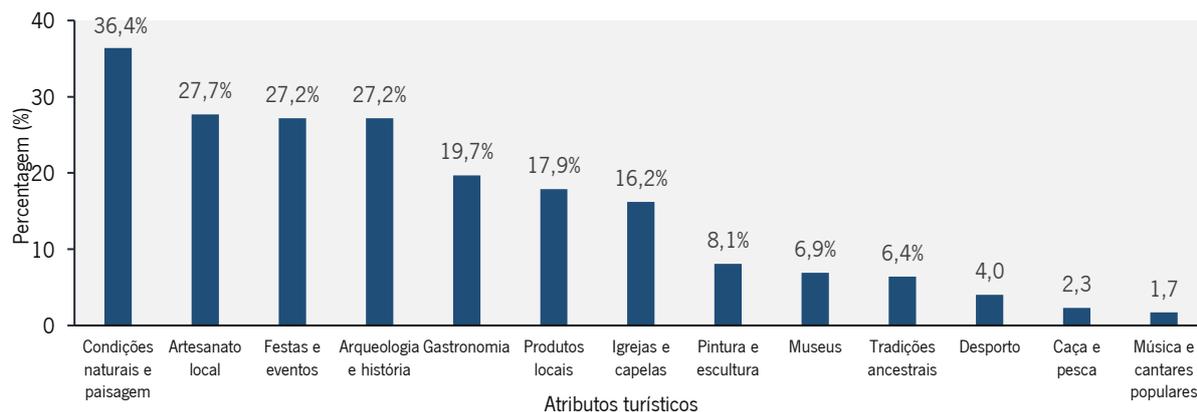


Figura 58. Atributos turísticos bem promovidos no município de Boticas

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Com efeito, segundo os residentes, os recursos turísticos bem explorados, encontram-se distribuídos irregularmente no território. De facto, existe um padrão espacial concentrado de atributos turísticos bem promovidos em certas áreas geográficas, com delimitação a norte e a este do município (Figura 59). Esta centralização de recursos potencializados ocorre, sobretudo, nas freguesias de Boticas e Granja, Beça e Ardãos e Bobadela. Se no caso de Boticas se justifica por ser a sede do concelho e onde se concentram a maioria dos equipamentos culturais (*e.g.*, Centro de Artes Nadir Afonso, Ecomuseu do Barroso), a freguesia de Beça está relacionada com a concentração de restaurantes, com a presença do Parque de Biodiversidade e Natureza e do castro de Carvalhelhos, enquanto Bobadela está relacionada com o Parque Arqueológico do Vale do Terva e de todas as iniciativas e oportunidades de visita inerentes à exploração turística deste vale.

De entre os recursos bem explorados, convém realçar dois atrativos referidos durante o *focus group*: a gastronomia e o desporto, pese, ainda assim, quaisquer adaptações que sejam necessárias implementar para a sua potencialização. A notoriedade gastronómica está associada à existência de uma diversidade de pratos típicos e a produtos gastronómicos de excelência. Neste sentido, é importante realçar a rede de tabernas que se tem vindo a instituir no município. Tal como afirma um dos *stakeholders*, a rede de tabernas constitui:

Uma iniciativa que ainda está para durar. Existe a casa do Pedro e a Eugénia de Carvalhelhos, o Ferrador, o Chico.

(I1) *Tanto a Casa do Pedro como a casa do Ferrador, na mesma freguesia (Alturas do Barroso), servem produtos da região. O cozido e a carne barrosã são o ex-libris.* (I10)

Apesar disso, uma análise mais atenta da realidade existente permite constatar que parte destas tabernas não se encontram a funcionar na sua plenitude, cujas lacunas podem ser colmatadas a curto e médio prazo, com as alterações que a ACISAT pretende implementar. Não obstante, outros recursos potenciais a que os *stakeholders* locais atribuem uma importância significativa prendem-se com os que estão intimamente relacionados com o desporto (*e.g.*, BTT e provas de motas), até porque constitui um meio de atrair turistas estrangeiros, organizando-se, desta forma, *um passeio turístico por todas as freguesias de Boticas*, sendo que se estima anualmente a presença de *600/700 participantes* (I9).

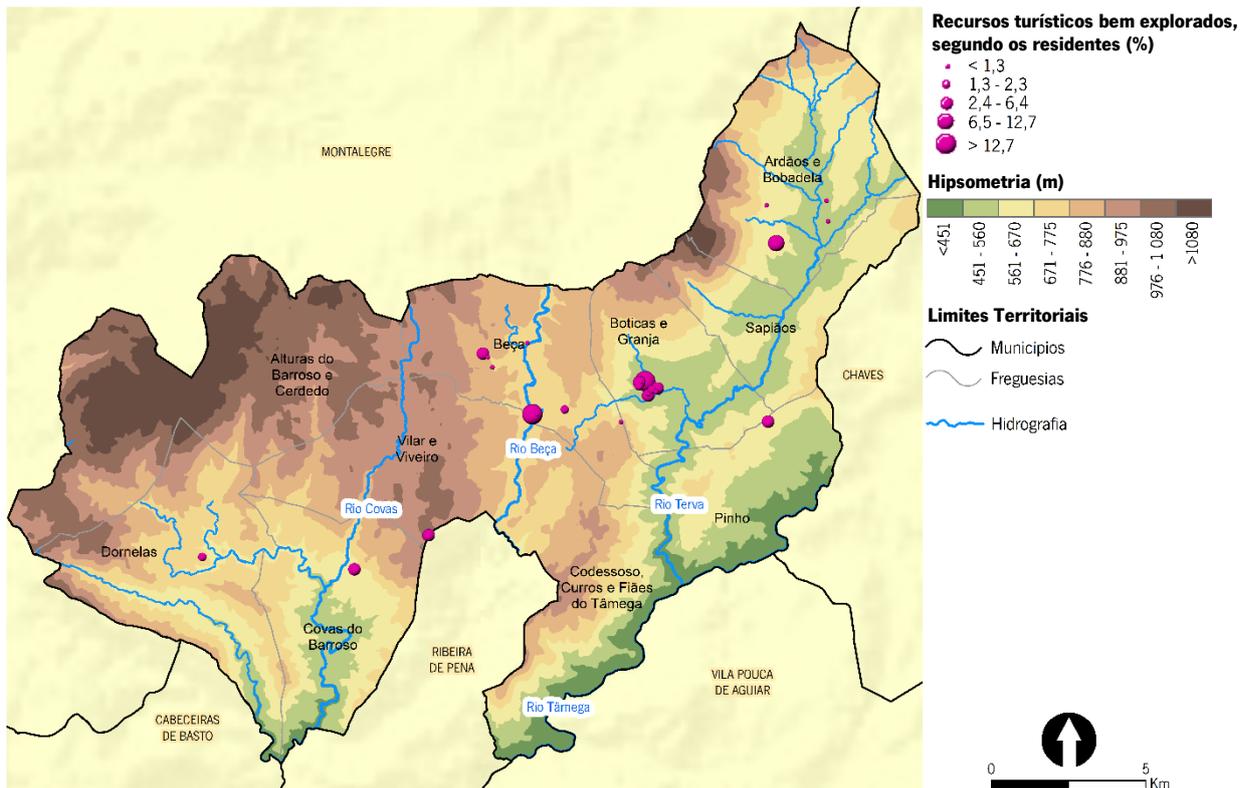


Figura 59. Recursos turísticos bem explorados, segundo os residentes (%)

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Por seu turno, 25,2% dos inquiridos consideraram que existem algumas oportunidades com algum potencial de valorização, mas que ainda foram pouco exploradas e/ou visitadas até ao momento. Dos atributos turísticos mencionados pelos mesmos, destacam-se claramente as condições naturais e paisagem (35,1%), a arqueologia e história (21,3%) e os museus (21,3% - Figura 60).

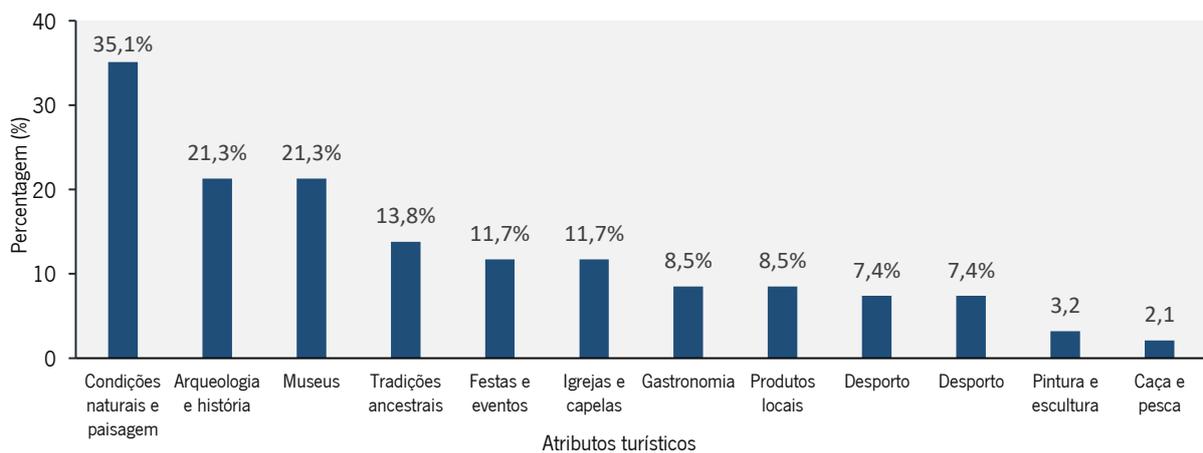


Figura 60. Atributos turísticos com potencial de valorização, mas com pouca exploração ou visita no município de Boticas

No que concerne a estes recursos, os residentes são perentórios na determinação das principais áreas geográficas onde existem atributos turísticos com algum potencial de valorização, mas cuja concretização não tem sido materializada na agenda dos intervenientes locais (Figura 61).

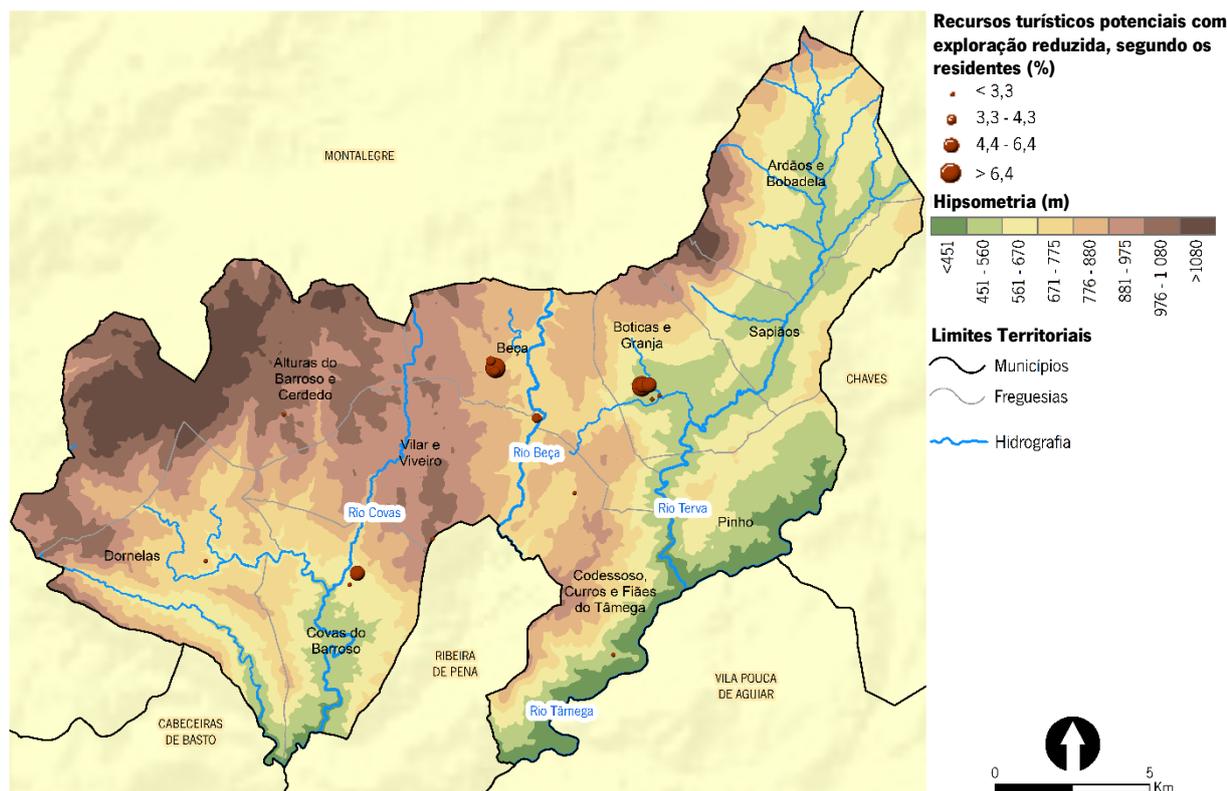


Figura 61. Recursos turísticos potenciais com exploração reduzida, segundo os residentes (%)

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

No caso em concreto, os inquiridos identificaram vários recursos localizados nas freguesias de Boticas e Granja, Beça, Covas do Barroso, Dornelas e Alturas do Barroso e Cerdedo. Para o efeito, podem nomear-se, a título de exemplo, as termas de Carvalhelhos (com funcionamento trimestral no período estival), alguns museus, cuja concretização de programas e modos de funcionamento ficam aquém do que é expectável para os visitantes, bem como algumas aldeias com algum potencial, cuja concretização de ações para a sua promoção e conservação dos traços arquitetónicos vernaculares tem sido muito reduzida [e.g., necessidade de criar um regulamento de salvaguarda patrimonial em aldeias como Vilarinho Sêco (Alturas do Barroso e Cerdedo) ou Vila Pequena (Dornelas)].

A par da potencialização dos recursos turísticos, é fundamental providenciar o alojamento para que os turistas se possam manter no local de visita, por forma a pernoitar, pelo menos, durante uma noite. É, nesse sentido, que foram feitos esforços para a mitigação da carência de alojamentos hoteleiros para albergar um maior número de turistas. Tal facto comprova-se pela seguinte narrativa:

Eu acho que o panorama cá melhorou um pouco. Antes não tínhamos alojamento. Foi em julho de 2014, que se inaugurou o hotel. É uma mais-valia, quando tínhamos um pequeno problema que eram os hotéis, que tinham somente 7-10 quartos.

(12)

A provisão de infraestruturas de apoio ao desenvolvimento turístico é, segundo os residentes, suficiente (61,7%), sendo que, somente 26% destes considera que as infraestruturas são inexistentes, muito insuficientes ou insuficientes.

5.4. Participação da comunidade local no desenvolvimento do turismo

A participação da comunidade local no desenvolvimento do turismo é, cada vez mais, fundamental para a prossecução de estratégias próximas das necessidades efetivas do território e para a conservação dos recursos endógenos presentes no território. De qualquer forma, nem sempre se verifica uma participação ativa dos mesmos para a prossecução do desenvolvimento territorial. Note-se que a participação dos residentes inquiridos nas iniciativas da comunidade no município de Boticas é avaliada pelos mesmos como intermédia (média igual a 2,93). Efetivamente, 41,0% dos inquiridos referiu que a sua participação é intermédia, ao passo que 30,6% considerou que a mesma era fraca a muito fraca e 28,4% entre forte a muito forte.

Entre as várias freguesias do município de Boticas evidenciam-se algumas dissemelhanças relativamente à participação nas iniciativas da comunidade por parte dos residentes inquiridos (Figura 62). Note-se que, apesar de não existir nenhum padrão espacial que esteja associado a uma maior ou menor participação nas iniciativas comunitárias, são as freguesias de Beça (2,78), Dornelas (2,39) e Sapiãos (2,40) que apresentam valores médios mais reduzidos para a participação.

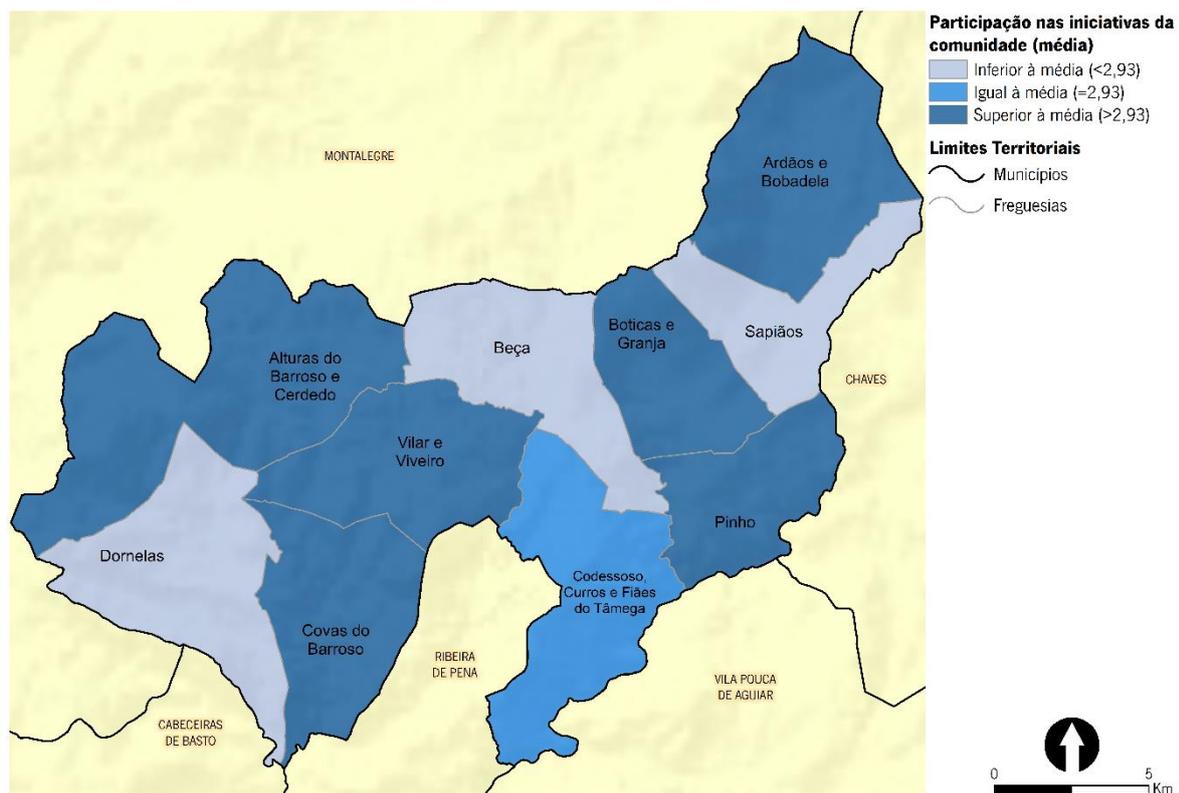


Figura 62. Participação nas iniciativas comunitárias no município de Boticas, em relação à média da opinião dos residentes
Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Ainda que os residentes inquiridos considerem que têm uma participação moderada nas iniciativas que ocorreram até à data no município, 35,7% dos inquiridos estão disponíveis para ajudar na promoção da atividade turística. Todavia, é de salientar que 12,1% não estão disponíveis e 52,3% apresentam algumas reticências quanto à sua participação para o fomento desta atividade.

Os resultados obtidos na Figura 63 asseveram uma relação positiva entre o exercício de funções no setor do turismo e a propensão para apoiarem o seu desenvolvimento, enquanto os que não exercem atividade no setor estão menos disponíveis para apoiar a atividade turística. Neste contexto, 52,9% dos que trabalham no setor do turismo estão disponíveis para ajudar na promoção, enquanto 32,9% não exercem quaisquer cargos relacionados.

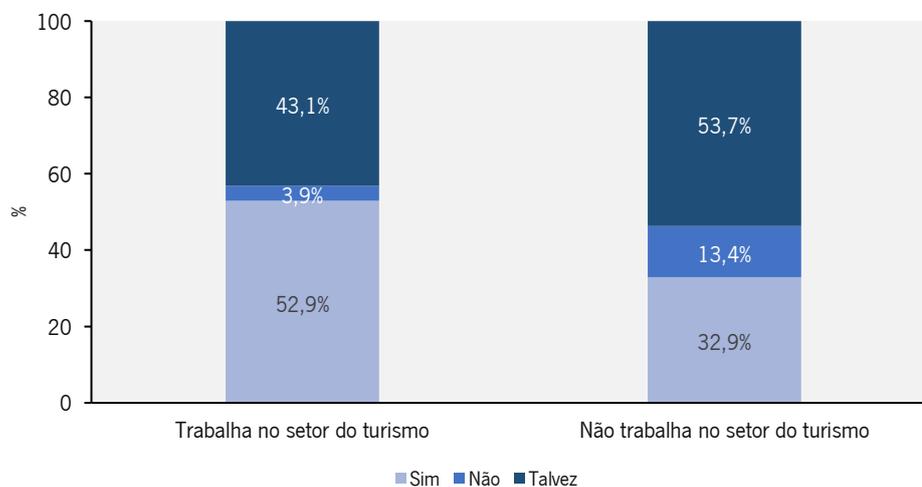


Figura 63. Apoio ao desenvolvimento da atividade turística, conforme a dedicação ao setor do turismo
 Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Do mesmo modo, é nas freguesias de Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega (63,4%), Pinho (52,9%), Covas do Barroso (40,0%), Boticas e Granja (39,5%) e Vilar e Viveiro (38,2%) onde os inquiridos estão mais disponíveis para ajudar a promover a atividade turística (Figura 64).

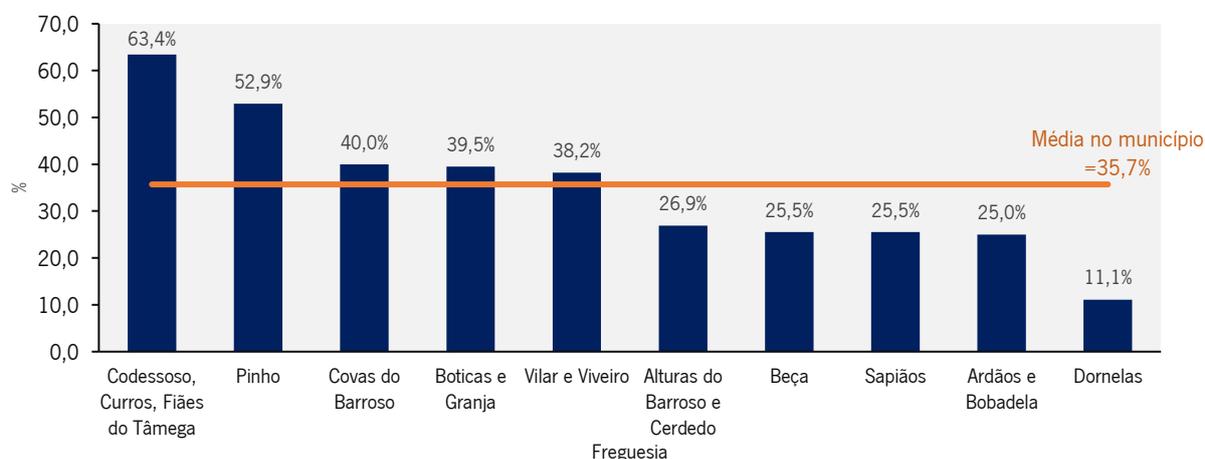


Figura 64. Disponibilidade manifestada para o apoio ao desenvolvimento da atividade turística pelos residentes inquiridos
 Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Nestas freguesias, a percentagem de inquiridos disponíveis para ajudar à prossecução destes desígnios é superior à média registada no município (35,7%). Por sua vez, os inquiridos em Dornelas são os que estão menos disponíveis para o apoio ao desenvolvimento do turismo no município, onde apenas 11,1% dos inquiridos nesta freguesia revelam o seu interesse em apoiar o propósito.

Os inquiridos disponíveis para ajudar a promover a atividade turística quando questionados sobre o seu papel para a tomada de decisão, demonstram um comportamento passivo face ao desenvolvimento do turismo, designadamente em iniciativas que influenciem as atividades individuais quotidianas (*e.g.*, convidar os turistas para almoçar e/ou jantar em sua casa, convidar os turistas a visitarem a sua casa ou convidar os turistas a pernoitar em sua casa) ou em termos do seu envolvimento na conceção de projetos de empreendimentos com fins turísticos (*e.g.*, investir em atividades de suporte à atividade turística, tais como hotéis, restaurantes -

Quadro XLIX). Quanto à procura de informação sobre as políticas de turismo e a prestação de informação e apoio aos turistas do município, os inquiridos demonstraram um comportamento mais ativo. Ainda assim, é importante referir que, na globalidade, a comunidade de Boticas apresenta neste momento mais comportamentos passivos do que ativos para o seu desenvolvimento, porque aqueles que manifestaram disponibilidade para ajudar na consecução de estratégias, apenas manifestam intenções de participar “às vezes” (3,06).

Quadro XLIX. Predisposição dos residentes para o envolvimento dos residentes na promoção do turismo (n=136)

<i>Item</i>	Média	Desvio-padrão	Assimetria	Curtose	Porcentagem de respostas		
					1+2	3	4+5
<i>Participação para o desenvolvimento do turismo</i>	3,06						
Sugerir propostas para melhorar a atividade turística	3,63	0,933	-0,310	0,246	5,9	41,9	52,3
Participar ativamente nas propostas de planeamento turístico	3,36	1,127	-0,529	-0,211	17,6	33,8	48,5
Participar em formações ou seminários sobre turismo	3,35	1,091	-0,412	-0,171	16,9	38,2	44,8
Integrar os turistas em iniciativas que estejam a ocorrer no município	3,61	0,967	-0,592	0,342	10,3	31,6	58,1
Prestar informações sobre os locais a visitar	3,78	0,924	-0,744	0,823	6,6	27,2	66,2
Convidar os turistas a almoçar e/ou jantar na sua casa, mediante pagamento	2,47	1,241	0,411	-0,799	52,2	27,2	20,6
Convidar os turistas a visitarem a minha casa	2,40	1,261	0,702	-0,438	60,3	21,3	18,4
Convidar os turistas a pernoitar na sua casa, mediante pagamento	2,07	1,245	1,004	0,011	69,1	16,9	14,0
Convidar os turistas a participarem nas suas atividades diárias	2,37	1,222	0,523	-0,653	55,9	26,5	17,6
Levar os turistas a conhecer vários pontos de interesse	3,31	1,106	-0,439	-0,395	21,3	30,9	47,8
Participar na organização de iniciativas a ocorrer	3,52	0,943	-0,469	0,344	10,3	37,5	52,2
Investir em atividades de suporte ao turismo (<i>e.g.</i> , hotéis, ...)	2,83	1,308	0,037	-1,137	41,2	24,3	34,5

Nota: 1+2 = discorda; 3 = indiferente; 4+5 = concorda.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Os resultados apresentados também evidenciam que a comunidade local se encontra predisposta a mudar o seu comportamento face ao turismo, ao manifestar o interesse em sugerir propostas para melhorar a atividade turística (3,63) ou participar na organização de iniciativas a ocorrer (3,52). Note-se que, além disso, os residentes estão disponíveis para prestar informações sobre os locais a visitar, com 66,2% dos inquiridos dispostos a fazê-lo frequentemente ou muito frequentemente.

Pressupondo que existe uma associação direta entre a consideração de benefícios pessoais que se podem retirar do apoio ao desenvolvimento da atividade turística e a predisposição para apoiar a mesma foi efetuada uma análise do coeficiente de correlação de *Spearman* [ρ (rho)]. O Quadro L sintetiza os resultados desta análise, permitindo observar a existência de associações estatisticamente significativas entre os benefícios positivos e o comportamento face ao apoio do desenvolvimento turístico. Apesar das correlações serem estatisticamente significativas, apenas se ostentam correlações médias ($\geq 0,3$) na participação em formações ou seminários sobre o turismo, a integração dos turistas em iniciativas que estejam a ocorrer no município e no investimento em atividades relacionadas com a atividade turística relativamente aos benefícios pessoais resultantes da exploração da atividade turística.

Quadro L. Correlação entre a predisposição dos residentes para ajudar ao desenvolvimento do turismo e os benefícios pessoais da atividade turística considerados pelos residentes

<i>Item</i>	ρ (rho)	<i>Sig. (2-tailed)</i>
Sugerir propostas para melhorar a atividade turística	0,228	0,008*
Participar ativamente nas propostas de planeamento turístico	0,282	0,001*
Participar em formações ou seminários sobre turismo	0,345	0,000*
Integrar os turistas em iniciativas que estejam a ocorrer no município	0,332	0,000*
Prestar informações sobre os locais a visitar	0,296	0,000*
Convidar os turistas a almoçar e/ou jantar na sua casa, mediante pagamento	0,189	0,027**
Convidar os turistas a visitarem a minha casa	0,253	0,003*
Convidar os turistas a pernoitar na sua casa, mediante pagamento	0,216	0,012**
Convidar os turistas a participarem nas suas atividades diárias	0,227	0,008*
Levar os turistas a conhecer vários pontos de interesse	0,282	0,001*
Participar na organização de iniciativas a ocorrer	0,206	0,016**
Investir em atividades de suporte ao turismo (<i>e.g.</i> , hotéis, ...)	0,313	0,000*

Nota: *. $p < 0,01$; **. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

5.5. Impactes do desenvolvimento do turismo

Neste *item* apresentam-se os principais resultados obtidos sobre a perceção dos residentes face aos impactes do turismo, categorizados por tipologia de impactes (económicos, socioculturais e ambientais). As perceções dos residentes sobre os impactes apresentam-se no Quadro LI.

A partir dos resultados médios apresentados, há uma perceção entre os moradores de que o turismo tem um impacto positivo sobre a economia local (4,08) e no domínio sociocultural (3,86), e impactes negativos sobre o ambiente (3,25). Em particular, o turismo é visto como tendo efeitos positivos sobre a geração de emprego (4,30), a cultura local e artesanato (4,29), as receitas geradas na economia local (4,27) e as oportunidades de recreio e de lazer (4,23). Neste contexto, é sobre os domínios sociocultural e económico que os inquiridos consideram ter maiores impactes positivos na comunidade local. Por outro lado, a indústria turística é responsável por afetar negativamente uma série de questões relacionadas com a vida quotidiana dos residentes em Boticas. Mais

precisamente, o turismo resulta no aumento do ruído excessivo no centro da vila (3,30) e no aumento da quantidade de “lixo” (3,20).

Quadro LI. Percepções dos residentes sobre os impactes do turismo

Item	Média	Desvio-padrão	Assimetria	Curtose	Percentagem de respostas		
					1+2	3	4+5
<i>Impactes económicos</i>							
Geração de emprego	4,30	0,741	-1,262	2,559	3,2	10,2	87,1
Receitas geradas na economia local	4,27	0,733	-1,136	2,239	2,6	7,2	90,1
Rendimento dos residentes	3,89	0,954	-1,049	1,101	9,3	14,5	76,1
Investimento em restaurantes, hotéis e lojas	4,20	0,772	-1,243	2,725	3,5	8	88,5
Custo de vida	3,73	1,027	-0,995	0,922	14,2	19,3	66,5
<i>Impactes socioculturais</i>							
Qualidade dos serviços públicos	3,98	0,935	-1,095	1,358	7,3	14,7	78,0
Oportunidades de entretenimento e recreio	4,23	0,714	-1,122	2,890	2,1	7,8	90,1
Conservação dos recursos históricos e culturais	4,18	0,826	-1,531	3,627	4,5	6,4	89,0
Cultura local e artesanato	4,29	0,686	-1,153	3,035	2,1	5,1	92,7
Contacto com diferentes culturas	4,20	0,748	-0,967	1,629	2,6	10,2	87,0
Criminalidade	2,88	1,201	0,248	-0,901	44,0	24,8	31,4
Preservação de valores, costumes e tradições	2,97	1,257	0,043	-1,159	42,6	17,2	40,2
Autoestima da comunidade local	4,05	0,798	-0,926	1,389	4,6	13,1	82,3
Qualidade de vida dos residentes	3,96	0,941	-0,995	0,922	8,3	14,7	77,0
<i>Impactes ambientais</i>							
Ruído excessivo	3,30	1,191	-0,141	-0,894	26,8	56,0	44,0
Aumento da quantidade de “lixo”	3,20	1,242	-0,099	-1,094	34,0	20,9	45,0

Nota: 1+2 = discorda; 3 = indiferente; 4+5 = concorda.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

O resultado do teste *ANOVA* aponta para poucas diferenças estatísticas, atendendo a que os residentes inquiridos apresentam altos níveis de similaridade nas suas *performances* sobre os impactes do turismo. A idade é discriminatória de diferenças para dois tipos de impactes. O Quadro LII indicia que os mais idosos são mais perentórios quanto à possibilidade de se perderem os padrões identitários deste território, mas, ao mesmo tempo, são também os que afirmam, com maior veemência, a relevância que o turismo pode assumir para incrementar a qualidade de vida na comunidade local.

Quadro LII. Scores médios e teste ANOVA relativamente aos impactes do turismo, por grupos etários

Item	Grupo etário			F-ratio	P-value
	15 – 24 (n = 33)	25 – 64 (n = 245)	65 e + (n = 95)		
Dificulta a preservação dos valores, costumes e tradições locais	2,58	2,89	3,25	8,550	,000*
Aumenta a qualidade de vida dos residentes	3,85	3,87	4,21	3,627	,013**

Nota: *. $p < 0,01$; **. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

O nível de escolaridade é também relevante para se discriminarem as características dos impactes percebidos para cinco *itens*. Os inquiridos com maiores qualificações profissionais manifestam maiores expectativas relativamente aos impactes positivos do turismo e são menos preocupados com os efeitos negativos (Quadro LIII).

Note-se, porém, que os residentes com níveis inferiores de escolaridade encaram a atividade turística como uma forma de se providenciar meios para aumentar a sua qualidade de vida. Através do teste *ANOVA*, também foi possível diferenciar os impactos percebidos do turismo conforme com o exercício de funções, direta ou indiretamente, ligadas com o setor do turismo (Quadro LIV). Considerando estes pressupostos, foram discriminados quatro *itens*, cujas características se diferenciam para quatro deles. De facto, os trabalhadores do setor do turismo apresentam perspectivas mais positivas sobre os impactos da atividade turística.

Quadro LIII. *Scores* médios e teste *ANOVA* relativamente aos impactos do turismo, por nível de escolaridade

<i>Item</i>	Nível de escolaridade				F-ratio	P-value
	≤ 6º ano (n = 201)	7º - 9º ano (n = 52)	10º - 12º ano (n = 69)	Nível Superior (n = 51)		
Possibilita o contacto com culturas diferentes	4,08	4,06	4,39	4,41	2,384	,028**
Aumenta o ruído excessivo no centro da vila	3,60	3,25	3,14	3,00	2,168	,045**
Aumenta os preços dos bens, de serviços e de propriedades	3,91	3,92	3,54	3,37	3,022	,007*
Dificulta a preservação de valores, costumes e tradições	3,45	2,87	2,54	2,25	8,128	,000*
Aumenta a qualidade de vida dos residentes	4,11	3,94	3,72	3,90	2,260	,037**

Nota: *. $p < 0,01$; **. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Quadro LIV. *Scores* médios e teste *ANOVA* relativamente aos impactos do turismo, conforme exercício de funções no setor do turismo

<i>Item</i>	Trabalha no setor do turismo		F-ratio	P-value
	Sim	Não		
Possibilita a conservação dos recursos históricos e arqueológicos	4,31	4,01	5,803	0,017*
Estimula a cultura local e o artesanato	4,43	4,22	4,898	0,029*
Possibilita o contacto com culturas diferentes	4,35	4,10	4,421	0,037*
Beneficia a autoestima da comunidade	4,18	3,90	4,215	0,042*

Nota: *. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Em termos de local de residência, considera-se que os residentes estão mais predispostos para concordar com os impactos positivos do turismo em função da sua freguesia (Quadro LV).

Quadro LV. Teste *ANOVA* relativamente aos impactos do turismo, conforme a freguesia de residência

<i>Item</i>	F-ratio	P-value
Geração de emprego	4,807	0,000*
Receitas geradas na economia local	3,423	0,000*
Rendimento dos residentes	2,259	0,018**
Investimento em restaurantes, hotéis e lojas	3,227	0,001*
Custo de vida	2,758	0,004*
Qualidade dos serviços públicos	5,134	0,000*
Oportunidades de entretenimento e recreio	3,734	0,000*
Conservação dos recursos históricos e culturais	9,027	0,000*
Cultura local e artesanato	3,427	0,000*
Contacto com diferentes culturas	1,813	0,065
Criminalidade	2,171	0,023**
Preservação de valores, costumes e tradições	2,174	0,023**
Autoestima da comunidade local	2,526	0,008*
Qualidade de vida dos residentes	3,193	0,001*
Ruído excessivo	2,632	0,006*
Aumento da quantidade de "lixo"	3,525	0,000*

Nota: *. $p < 0,01$; **. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Efetivamente, a população das freguesias localizadas a norte do município estão mais predispostas para concordar com os impactes positivos, à exceção dos residentes de Ardãos e Bobadela que apresentam um resultado inferior (3,77) ao registado na média do município (4,14 – Figura 65).

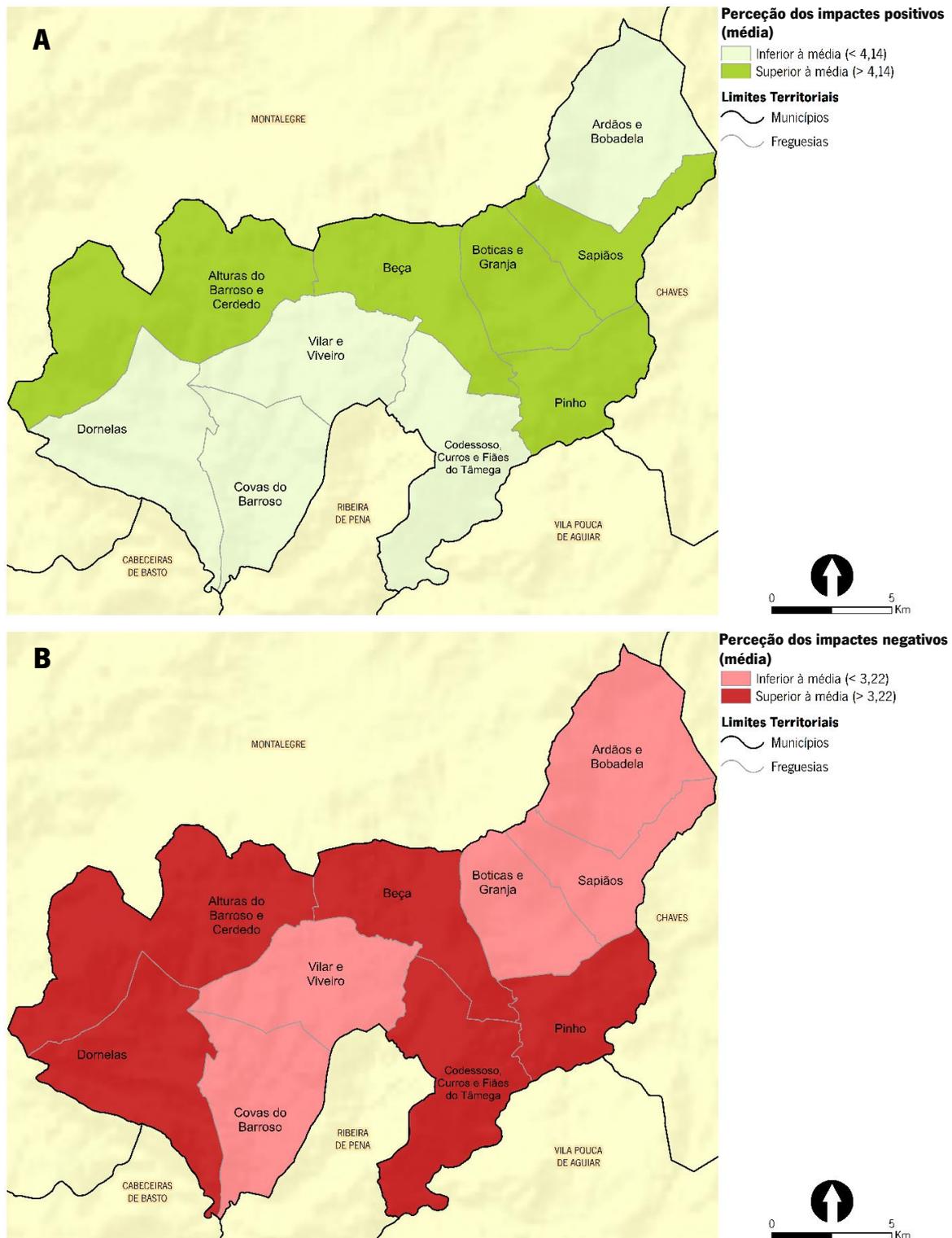


Figura 65. Perceção dos impactes positivos (A) e negativos (B) por freguesia de residência, em relação aos *scores* médios
 Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Por sua vez, não existe um padrão espacial tão notório relativamente à perceção dos impactes negativos, sendo que as freguesias de Alturas do Barroso e Cerdedo (3,45), Beça (3,45), Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega

(3,28) e Pinho (3,52) são aquelas onde os residentes valorizam mais os impactes negativos e cujos resultados são superiores à média do município (3,22). Note-se que é nas freguesias de Dornelas e de Codessos, Curros e Fiães do Tâmega onde se verificam as perceções mais negativas sobre os impactes do turismo, em razão de se verificarem, concomitantemente, *scores* médios de percepção dos impactes positivos mais baixos e uma percepção mais significativa dos impactes negativos desta atividade.

A Figura 66 representa a percepção dos impactes da atividade turística no município, segundo o período de residência dos inquiridos. Os resultados evidenciam que os inquiridos que residem no município há menos tempo são os que têm uma percepção dos impactes mais positiva, ao passo que os indivíduos com residência no município entre 5 e 10 anos são os que manifestam uma percepção menos positiva, prevendo impactes socioculturais e económicos menos benéficos para a comunidade local e impactes ambientais mais gravosos. Os indivíduos com residência no município entre o período de 1 a 5 anos apresentam uma percepção mais benéfica dos impactes socioculturais e económicos para este território, bem como dos impactes ambientais que podem advir do desenvolvimento da atividade turística.

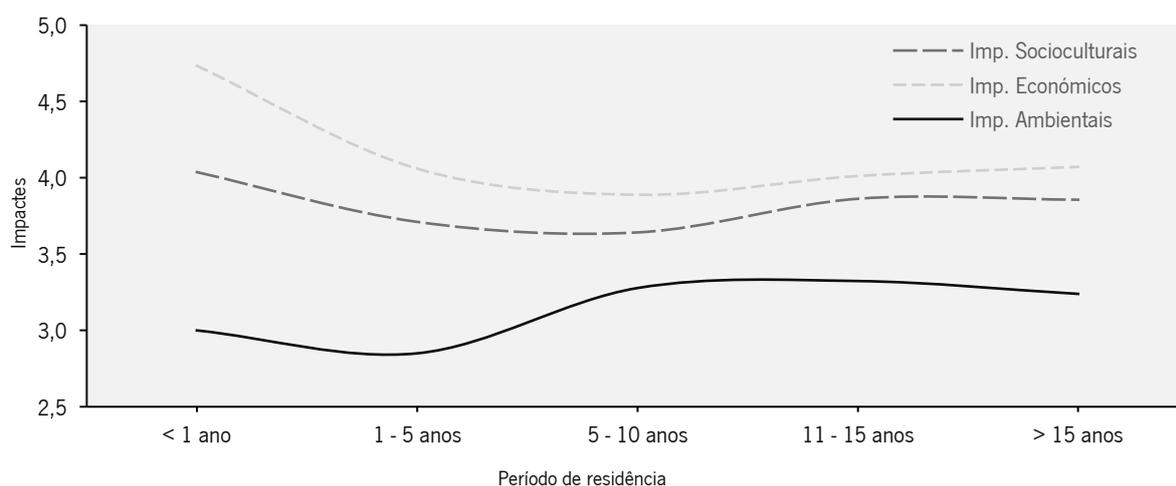


Figura 66. Percepção dos impactes da atividade turística no município de Boticas, segundo o período de residência no município

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Uma análise de *clusters* foi efetuada através da avaliação de 16 *itens* de impactes do turismo (Quadro LVI), indiciando, assim, o grau de concordância/discordância para cada *cluster*. Os resultados apresentados sugerem que a contribuição de todos os impactes foi significativa para a definição dos *clusters* ($p < 0,01$). Após a consideração deste pressuposto, pode verificar-se um grau de heterogeneidade entre *clusters* bastante significativo, sendo que o *item* “aumento das receitas geradas na economia local” presente nos benefícios percebidos ilustra um menor grau de diferenciação entre os três *clusters*.

De acordo com os resultados da análise efetuada, os três *clusters* podem ser caracterizados do seguinte modo.

(i) *Cluster I* – Os residentes indiferentes: constituem o grupo mais pequeno, com 20% da amostra. Os resultados evidenciam uma posição moderada sobre os impactes positivos da atividade turística e revelam um grau de

preocupação reduzido com os impactes negativos do turismo. A título de exemplo, 74,7 dos residentes deste *cluster* acreditam que o turismo promove a cultura local e o artesanato e somente 33,3% que pode ajudar a melhorar a qualidade de vida dos residentes. Por outro lado, apenas 41,3% acredita que o desenvolvimento da atividade turística pode repercutir-se no aumento do preço de bens, serviços e propriedades (custo de vida).

O perfil sociodemográfico dos residentes integrados neste *cluster* (Quadro LVII) pauta-se por indivíduos com escolaridade mais reduzida ($\leq 6^{\circ}$ ano – 49,3%; 7° - 9° ano – 21,3%), quando comparado com os restantes *clusters*.

Quadro LVI. Impactes do turismo percecionados em Boticas entre *clusters* (percentagem de concordância e *scores* médios)

Item	Cluster I, n= 75 (20%)		Cluster II, n= 124 (33%)		Cluster III, n= 174 (47%)		F-ratio	P-value
	Concordo (%) ^a	Scores médios	Concordo (%) ^a	Scores médios	Concordo (%) ^a	Scores médios		
<i>Benefícios</i>								
Geração de emprego	72	3,63	98,4	4,59	94,3	4,27	53,130	0,000**
Receitas geradas na economia local	73,3	3,72	98,4	4,60	91,4	4,28	40,511	0,000**
Rendimento dos residentes	32	2,87	90,3	4,33	85,1	4,02	83,693	0,000**
Investimento em restaurantes, hotéis e lojas	68	3,59	97,6	4,54	90,8	4,22	44,046	0,000**
Qualidade dos serviços públicos	38,7	3,09	89,5	4,34	86,8	4,11	58,277	0,000**
Oportunidades de entretenimento e recreio	62,7	3,53	96	4,48	96,6	4,35	59,967	0,000**
Conservação dos recursos históricos e culturais	60	3,36	98,4	4,54	94,8	4,28	68,221	0,000**
Cultura local e artesanato	74,7	3,71	100	4,59	95,4	4,33	49,396	0,000**
Contacto com diferentes culturas	64	3,60	95,2	4,47	91,4	4,27	39,712	0,000**
Autoestima da comunidade local	46,7	3,27	93,5	4,43	89,7	4,13	69,492	0,000**
Qualidade de vida dos residentes	33,3	2,99	95,2	4,40	82,8	4,07	77,730	0,000**
<i>Custos</i>								
Custo de vida	41,3	3,15	91,1	4,32	59,8	3,55	43,459	0,000**
Criminalidade	25,3	2,93	76,6	4,06	1,7	2,01	248,004	0,000**
Preservação de valores, costumes e tradições	24	2,75	77,4	3,90	20,7	2,41	71,421	0,000**
Ruído excessivo	45,3	3,35	85,5	4,33	13,8	2,54	145,372	0,000**
Aumento da quantidade de “lixo”	52	3,45	91,9	4,35	8,6	2,27	234,203	0,000**

Nota: ^aPercentagens dos que concordam integra as respostas 4 e 5 na escala de *Likert* de 5 pontos. **. $p < 0,01$

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

(ii) *Cluster II* – Os moderadamente otimistas: este *cluster* contém 33% da amostra dos respondentes. Estes inquiridos são os mais convencidos dos benefícios da atividade turística, embora estes também tenham consciência dos seus impactes negativos. Na globalidade, 98,4% concordam que o turismo é responsável pela geração de postos de trabalho, as receitas geradas na economia local e a conservação de recursos históricos e arqueológicos. Além disso, todos os inquiridos estão cientes de que o turismo contribui para a

valorização da cultura local e artesanato. Este *cluster* compreende uma amostra de inquiridos que considera que o desenvolvimento do turismo, a curto e médio prazo, pode representar um aumento do custo de vida (91,1%) e o aumento da quantidade de “lixo” (91,9%). Este é o *cluster* mais equilibrado em termos de ocupação profissional, incluindo uma maior percentagem de inquiridos com baixos níveis de escolaridade e de indivíduos com rendimento até 500 € por mês. Além disso, também é composto por uma maior percentagem de inquiridos residentes com local de residência em freguesias classificadas como APR (Áreas Predominantemente Rurais), segundo a TIPAU (Tipologia de Áreas Urbanas), comparativamente com os restantes.

Quadro LVII. Perfil sociodemográfico dos três *clusters* de residentes

	<i>Cluster I</i>		<i>Cluster II</i>		<i>Cluster III</i>		Total		Qui- Quadrado	p- value
	N	%	N	%	N	%	N	%		
	75	20	124	33	174	47	373	100		
<i>Sexo</i>										
Masculino	37	49,3	59	47,6	72	41,4	168	45	1,824	0,402
Feminino	38	50,7	65	52,4	102	58,6	205	55		
<i>Idade</i>										
15 – 24	6	8	9	7,3	18	10,3	33	8,8	11,117	0,085
25 – 64	54	72	86	69,4	105	60,3	245	65,7		
65 e mais	15	20	29	23,4	51	29,3	95	25,5		
<i>Nível de habilitação</i>										
≤ 6º ano	37	49,3	83	66,9	81	46,6	201	53,9	23,732	0,022**
7º - 9º ano	16	21,3	15	12,1	21	12,1	52	13,9		
10º - 12º ano	12	16	15	12,1	42	24,1	69	18,5		
Nível Superior	10	13,3	11	8,9	30	17,2	51	13,7		
<i>Ocupação profissional</i>										
Doméstico(a)	6	8	24	19,4	13	7,5	43	11,5	21,904	0,005*
Desempregado(a)	18	24	30	24,2	24	13,8	72	19,3		
Empregado(a)	28	37,3	36	29,0	66	37,9	130	34,9		
Reformado(a)	18	24	30	24,2	58	33,3	106	28,4		
Estudante	5	6,7	4	3,2	13	7,5	22	5,9		
<i>Trabalha no setor</i>										
Sim	10	13,3	11	8,9	30	17,2	51	13,7	2,354	0,308
Não	18	86,7	25	91,1	36	82,8	79	86,3		
<i>Há quanto tempo vive em Boticas</i>										
< 1 ano	0	0	1	0,8	2	1,1	3	0,8	9,046	0,528
1 – 5 anos	3	4,1	1	0,8	6	3,4	10	2,7		
5 – 10 anos	4	5,3	1	0,8	4	2,3	9	2,4		
11 – 15 anos	4	5,3	5	4,0	8	4,6	17	4,6		
> 15 anos	64	85,3	116	93,5	154	88,5	334	89,5		
<i>Condição de nativo</i>										
Sim	47	62,7	81	65,3	102	58,6	230	61,7	1,416	0,493
Não	28	37,3	43	34,7	72	41,4	143	38,3		
<i>Local de residência, por TIPAU</i>										
A.M.U.	67	89,3	90	72,6	156	89,7	313	83,9	17,680	0,000*
A.P.R.	8	10,7	34	27,4	18	10,3	60	16,1		
<i>Rendimento médio mensal</i>										
< 500 €	22	29,3	53	42,7	50	28,7	125	33,5	13,365	0,023**
500 – 1000 €	34	45,3	49	39,5	78	44,8	161	43,2		
1001 – 2500 €	16	21,3	16	12,9	41	23,6	73	19,6		
2501 – 3000 €	1	1,3	5	4,0	4	2,3	10	2,7		
> 3000 €	2	2,7	1	0,8	1	0,6	4	1,1		

Nota: *. $p < 0,01$; **. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

(iii) *Cluster III* – Os residentes otimistas: constitui o maior *cluster*, composto por 47% da amostra. Tal-qualmente o *cluster II*, que apresentava opiniões muito positivas sobre os impactes positivos do turismo, neste grupo também se verifica o mesmo. Na realidade, 95,4% dos inquiridos deste segmento concordam que o fomento da atividade turística no município de Boticas pode contribuir para a valorização da cultura local e artesanato. Ainda assim, estes não consideram os custos que podem advir da indústria turística. Por exemplo, os residentes incluídos neste *cluster* não concordam que o turismo possa aumentar a criminalidade (1,8%) e a quantidade de “lixo” nas ruas (8,7%). Ainda assim, mais de metade destes estão cientes do aumento do custo de vida (59,8%). Em termos sociodemográficos, embora predominem os inquiridos com um nível de qualificação igual ou inferior a 6 anos, tal como é recorrente em todos os segmentos, verifica-se uma percentagem de indivíduos com níveis mais elevados de qualificação comparativamente com os restantes *clusters*. Neste sentido, este *cluster* é composto por, respetivamente, 24,1% e 17,2% dos inquiridos com grau de escolaridade de ensino secundário e nível superior. Além disso, convém salientar que, no que respeita à situação profissional, predominam os residentes empregados e reformados.

Com efeito, a partir da leitura do Quadro LVII compreende-se que entre os três *clusters* identificados não existem diferenças significativas quanto ao sexo, à idade, ao exercício de funções no setor do turismo e ao período de residência no município.

5.6. A identificação da imagem de destino de Boticas

Para a identificação da imagem do destino de Boticas, procurou-se integrar três perspetivas de análise distintas e complementares: (i) o estudo fundamentado na primeira parte do questionário (Secção A), destinada a aferir a imagem global do destino; (ii) a análise baseada na construção de um modelo de relação hipotética entre diferentes construtos (imagem; benefícios pessoais; apoio ao desenvolvimento turístico; impactes e atributos turísticos) e (iii) a aferição com recurso a imagens do *Panoramio*, com distinção entre visitantes e residentes. A par do recurso a esta análise, os dados foram sempre fundamentados com os resultados da análise dos *focus group*. Os pressupostos fundamentais à consecução desta análise encontram-se descritos no capítulo 4, intitulado “Métodos e dados”.

5.6.1. A imagem global do destino turístico

Neste *item*, procurou-se verificar o acordo ou desacordo dos residentes relativamente a uma série de atributos que podem ser usados para descrever Boticas. O Quadro LVIII resume as suas respostas e exhibe as pontuações médias, desvios-padrão e distribuição de respostas para cada variável.

Com base nos valores médios apresentados, pode considerar-se que os residentes inquiridos concordam que Boticas possui uma paisagem atraente (4,41), sendo um lugar seguro (4,38) e com locais históricos relevantes (4,27). Outros atributos que os inquiridos de Boticas consideram estão intrínsecos à limpeza das ruas (4,22), aos serviços de restauração (4,21) e à qualidade da oferta hoteleira (4,20). De acordo com estas respostas, os

residentes em Boticas percebem que o seu município possui atributos que podem ser apelativos para os visitantes ou outros indivíduos que procurem um lugar com beleza cénica, arquitetura agradável, bons restaurantes, bem como um ambiente local seguro e asseado.

Quadro LVIII. A imagem de Boticas como lugar de residência

<i>Item</i>	Média	Desvio-padrão	Assimetria	Curtose	Percentagem de respostas		
					1+2	3	4+5
Imagem global	4,02						
Paisagem atrativa	4,41	0,668	-1,297	3,019	2,14	2,95	94,91
Edifícios arquitetónicos relevantes	4,18	0,730	-1,120	2,729	2,95	8,04	89,01
Locais históricos	4,27	0,668	-0,706	0,738	9,12	0,00	90,88
Programa cultural (festas, espetáculos, ...)	4,05	0,874	-1,071	1,242	7,51	9,92	82,57
Divulgação de eventos culturais	4,02	0,910	-1,109	1,344	7,77	11,53	80,70
Qualidade da oferta hoteleira	4,20	1,703	12,934	220,512	5,36	11,26	83,38
Serviços de restauração	4,21	0,822	-1,364	2,666	4,83	6,97	88,20
Sinalética e informação turística	3,86	0,995	-0,941	0,520	12,06	13,40	74,53
Serviços públicos (escolas, centros de saúde, etc)	3,63	1,142	-0,797	-0,212	19,84	12,33	67,83
Transportes públicos	3,23	1,250	-0,355	-1,034	32,71	14,48	52,82
Infraestruturas rodoviárias	3,61	1,095	-0,891	0,074	18,50	12,60	68,90
Segurança	4,38	0,740	-1,655	4,465	2,95	3,49	93,57
Limpeza	4,22	0,807	-1,258	2,131	4,83	6,97	88,20

Notas: 1+2 = discordo; 3 = indiferente; 4+5 = concordo.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Não obstante, os residentes colocam no meio da escala (numa escala de 5 pontos) algumas variáveis, tais como a oferta de transportes públicos (3,23), a qualidade das infraestruturas rodoviárias (3,61), a provisão dos serviços públicos (3,63) e a disponibilização de sinalética e informação turística (3,86). Note-se que estes factos devem ser adicionados à lista de problemas que devem ser considerados quer pelas autoridades locais, quer pelos planeadores da atividade turística.

Após se considerarem os aspetos anteriormente mencionados, conclui-se que os inquiridos em estudo percebem Boticas como um lugar atrativo que tem potencial para se desenvolver como destino turístico, considerando as suas características paisagísticas, a arquitetura, a história e arqueologia, os restaurantes, a segurança e a limpeza. Por seu turno, não se devem olvidar as fraquezas identificadas relacionadas com as infraestruturas de apoio turístico, designadamente os transportes e infraestruturas rodoviárias.

A apresentação de um programa cultural interessante e diversificado está inerente a diferenças significativas entre grupos etários ($F(7,511) = 3,341$; $p < 0,05$). O grupo etário que medeia entre os 15 e os 24 anos apresenta os *scores* médios mais elevados comparativamente com os restantes grupos (4,33). Para a variável sexo, não foram encontradas diferenças significativas relativamente à imagem global de Boticas. No que concerne ao período de residência em Boticas foram encontradas diferenças estatísticas significativamente válidas para a qualidade na oferta hoteleira ($F(62,784) = 4,533$; $p < 0,001$) e para a limpeza das ruas ($F(7,509) = 2,345$; $p < 0,05$). No caso em estudo, os inquiridos com residência em Boticas há menos de 1 ano revelaram opiniões mais positivas sobre a qualidade da oferta hoteleira, bem como para o facto de as ruas se encontrarem sempre limpas. Por seu turno,

encontraram-se igualmente dissimilaridades significativas para o lugar de residência, segundo a TIPAU, para os *ítems* da qualidade dos serviços de restauração ($F(3,681) = 5,520$; $p < 0,05$), de segurança ($F(5,527) = 10,346$; $p < 0,001$) e limpeza ($F(8,226) = 13,025$; $p < 0,001$). Ao passo que nas freguesias classificadas como APR (Áreas Predominantemente Rurais), os indivíduos atribuem pontuações mais elevadas para a qualidade na oferta hoteleira, nas freguesias classificadas como AMU os residentes atribuem pontuações mais elevadas para a segurança e limpeza.

Ao considerarem-se os três fatores extraídos da análise fatorial exploratória (EFA – *Exploratory Factorial Analysis*) – “aparência”, “infraestruturas e equipamentos de apoio” e “ambiente e segurança” – é possível encontrar disparidades significativas estatisticamente válidas para a variável freguesia de residência (Figura 67).

No que concerne ao fator “aparência”, verificam-se pontuações médias mais elevadas em Pinho (4,48), Sapiãos (4,34) e Alturas do Barroso e Cerdedo (4,28), Beça (4,31) e Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega (4,26). As freguesias de Pinho (4,04), Sapiãos (3,83) e Ardãos e Bobadela (3,83) registam os *scores* médios mais altos para a dimensão “infraestruturas e equipamentos de apoio”.

Por sua vez, no que respeita ao fator “ambiente e segurança” as melhores pontuações foram registadas em Boticas e Granja (4,46), Pinho (4,41) e Sapiãos (4,39). A este respeito, os valores mais elevados (superiores à média do município) verificam-se nas freguesias situadas no quadrante Este do município.

De um modo global, os residentes das freguesias de Pinho e Sapiãos concordam com mais atributos que beneficiam a imagem do município, em detrimento dos inquiridos das freguesias de Vilar e Viveiro e, sobretudo, Dornelas, onde se registam, efetivamente, os *scores* médios mais baixos para todos os fatores.

O teste *ANOVA* permitiu também constatar as principais diferenças do fator “ambiente e segurança” relativamente às variáveis nível de escolaridade ($F(10,033) = 3,646$; $p < 0,01$) e situação perante o trabalho ($F(5,271) = 2,810$; $p < 0,05$). Para este fator, os residentes com níveis de instrução mais elevados e com ocupação profissional têm melhores perceções sobre a imagem de Boticas, enquanto os indivíduos com níveis de escolaridade mais baixos e estudantes, domésticos e desempregados têm perceções mais negativas da dimensão “ambiente e segurança” em Boticas.

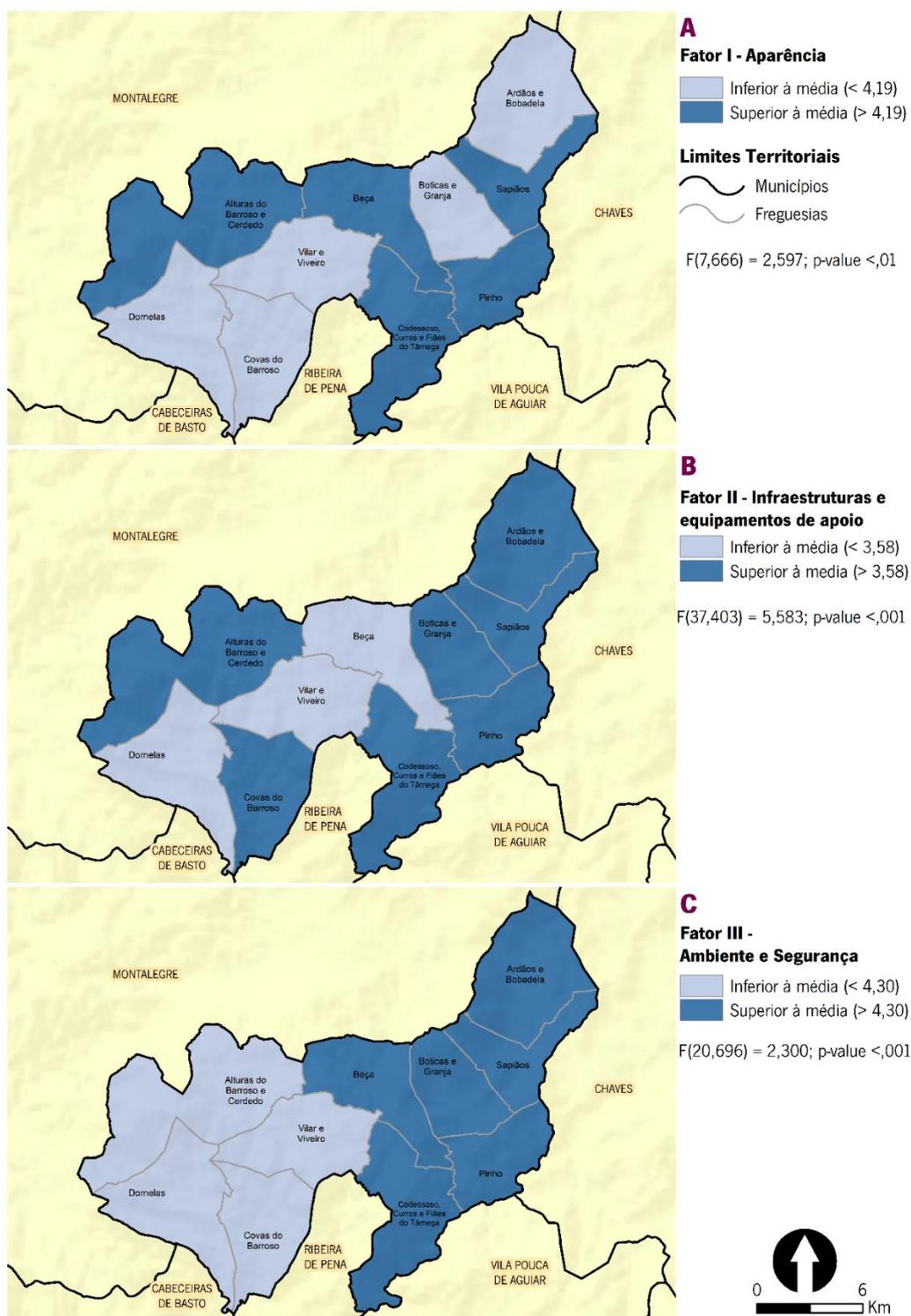


Figura 67. Perceção da imagem global de Boticas. (A) Fator I – Aparência; (B) Fator II – Infraestruturas e equipamentos de apoio; (C) Fator III – Ambiente e Segurança

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Com base nos *clusters* definidos anteriormente, é possível corroborar também diferenças relativamente às opiniões sobre a imagem do destino (Quadro LIX). Os residentes indiferentes têm uma imagem global mais negativa sobre o município de Boticas. Pelo contrário os residentes moderadamente otimistas e otimistas manifestam perceções

mais positivas sobre a imagem de Boticas. Evidencie-se, porém, que os *itens* “paisagem atrativa” e “segurança” apresentam as pontuações mais elevadas em ambos os *clusters*.

No sentido de se promover uma imagem consensual do perfil de visitantes que caracteriza este município e de modo a criarem-se condições efetivas para a visitação deste território há a necessidade de se consolidar esta imagem sobre o município. Um dos anseios dos *stakeholders* locais prende-se com a implementação de iniciativas contínuas ao longo do ano. Veja-se, a título de exemplo, o seguinte excerto do discurso de um dos intervenientes:

Agora andamos a desenvolver atividades. Temos algumas que não se repetem. Havia um casal que nos perguntava que atividades certas tínhamos todos os anos. Mas não temos garantia. (...). Estamos agora a tentar conjugar atividades (Museu Rural, Casa de Conhecimento de Boticas). (...) Não digo todas as iniciativas, mas aquelas que resultaram. Se todos os anos conseguíssemos fazer vamos conseguir promover o concelho.
(13)

Fundamentalmente, *é necessário divulgar imagem. Não apenas dizer o que temos, mas criar condições para que as pessoas se sintam bem e venham* (18).

Quadro LIX. Imagem global de Boticas, segundo os *clusters* identificados

Item	Cluster I, n= 75 (20%)		Cluster II, n= 124 (33%)		Cluster III, n= 174 (47%)		Fratio	P-value
	Concordo (%) ^a	Scores médios	Concordo (%) ^a	Scores médios	Concordo (%) ^a	Scores médios		
Paisagem atrativa	86,7	4,17	96	4,46	97,7	4,48	6,078	0,003*
Edifícios arquitetónicos relevantes	74,7	3,84	93,5	4,34	92	4,21	11,826	0,000*
Locais históricos	77,3	3,91	97,6	4,44	92	4,32	16,579	0,000*
Programa cultural (festas, espetáculos, ...)	65,3	3,57	94,4	4,33	98,6	4,06	19,288	0,000*
Divulgação de eventos culturais	62,7	3,49	91,9	4,34	80,5	4,01	22,514	0,000*
Qualidade da oferta hoteleira	70,7	4,08	91,9	4,40	82,8	4,10	1,351	0,260
Serviços de restauração	81,3	3,88	94,4	4,40	86,8	4,21	9,932	0,000*
Sinalética e informação turística	66,7	3,61	79	3,98	74,7	3,87	3,195	0,042**
Serviços públicos (escolas, centros de saúde, etc.)	49,3	3,11	75,8	3,81	70,1	3,73	10,539	0,000*
Transportes públicos	41,3	2,88	62,1	3,46	51,1	3,21	5,159	0,006*
Infraestruturas rodoviárias	62,7	3,25	69,4	3,73	71,3	3,69	5,243	0,006*
Segurança	85,3	4,08	94,4	4,44	96,6	4,47	7,960	0,000*
Limpeza	77,3	3,89	89,5	4,32	92	4,29	8,152	0,000*

Nota: *. $p < 0,01$; **. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

5.6.2. O apoio dos residentes na construção da imagem do destino de Boticas

O apoio que os residentes manifestam na construção da imagem do destino é fundamental à prossecução da estratégia de desenvolvimento turístico. Neste *subitem* procura-se validar ou não as hipóteses lançadas no Capítulo 4, tendo sido usado o programa *Amos 22*, assegurando assim que o processo da estimativa produziu uma solução

admissível. Em geral, se o modelo e os dados são compatíveis, então o MEE convergiu após algumas iterações (9 no caso em estudo) para uma solução ótima.

Ao verificarem-se os *loadings* fatoriais, notou-se que não existiam grandes diferenças relativamente à análise fatorial confirmatória (AFC) efetuada numa etapa precedente. Como tal, não havia provas para a instabilidade entre variáveis e indicadores medidos, facto que leva a apoiar a validade do modelo ($p < 0,001$). Note-se que a existência de um modelo válido não tem necessariamente que apoiar o modelo estrutural teórico proposto. Efetivamente, um modelo é igualmente válido quando as hipóteses lançadas apresentam coeficientes estatisticamente significativos (Hair, 2010).

No sentido restrito, a partir dos resultados apresentados no Quadro LX, os valores de t (C.R.) revelam que um parâmetro particular foi significativamente diferente de “0” na população. Uma inspeção dos caminhos estimados padronizados revela que três das hipóteses não foram estatisticamente significativas. Os coeficientes dos caminhos padronizados com valores $\leq 0,10$ foram avaliados como fracos, os valores situados em cerca de 0,30 como moderados e $\geq 0,50$ como fortes (Kline, 2005).

Quadro LX. Parâmetros padronizados no modelo estrutural completo

H	Construto		Construto	β	DP	t	p
H1a	Impactes_positivos_Destino	←	Imagem	0,443	0,088	5,042	***
H1b	Impactes_positivos_QV	←	Imagem	0,450	0,112	4,021	***
H1c	Impactes_negativos	←	Imagem	-0,191	0,132	-1,447	0,148
H2a	Impactes_positivos_Destino	←	Beneficio_pessoal	0,384	0,097	3,955	***
H2b	Impactes_positivos_QV	←	Beneficio_pessoal	0,549	0,133	4,116	***
H2c	Impactes_negativos	←	Beneficio_pessoal	0,538	0,140	3,837	***
H3a	Apoio	←	Impactes_positivos_Destino	0,465	0,049	9,404	***
H3b	Apoio	←	Impactes_positivos_QV	-0,012	0,039	-0,321	0,748
H3c	Apoio	←	Impactes_negativos	-0,030	0,030	-0,983	0,325

Notas: β = *loadings* estandardizados estimados; DP = Desvio padrão; t = valor da estatística T ; ***. $p < 0,05$.

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

A primeira hipótese em estudo (H1a) apresenta valores estatísticos significativamente válidos para afirmar que a imagem global do destino influencia positivamente a perceção dos impactes positivos do turismo sobre o destino turístico ($\beta_{\text{imagem} \rightarrow \text{impactes_positivos_destino}} = 0,443$; $t = 5,042$; $p = 0,000$). Do mesmo modo, a H1b pode ser validada, atendendo a que a imagem dos residentes sobre o local de residência é determinante para a consideração dos impactes positivos da qualidade de vida ($\beta_{\text{imagem} \rightarrow \text{impactes_positivos_QV}} = 0,450$; $t = 4,021$; $p = 0,000$). Não obstante, os resultados sugerem que a imagem global sobre o destino não se encontra significativamente relacionada com a perceção dos impactes negativos ($\beta_{\text{imagem} \rightarrow \text{impactes_negativos}} = -0,191$; $t = -1,447$; $p = 0,148$). Por conseguinte, a H1 não pode ser corroborada na sua plenitude, pois apesar da imagem do destino turístico apresentar uma relação positiva com os impactes positivos sobre o destino e sobre a qualidade de vida, não se confirma a hipótese de que a imagem do destino apresenta uma relação positiva com os impactes negativos percecionados pelos residentes.

No que concerne à H2 (Existe uma relação positiva direta entre a imagem global do local de residência e os impactos percebidos do turismo), pode inferir-se que a mesma é significativamente válida, considerando que existe uma relação direta positiva: (i) entre os benefícios pessoais da atividade turística e os impactos positivos sobre o destino turístico percebidos ($\beta_{\text{Beneficio_pessoal} \rightarrow \text{impactes_positivos_destino}} = 0,384$; $t = 3,955$; $p = 0,000$ – H2a); (ii) entre os benefícios pessoais da atividade turística e os impactos positivos sobre a qualidade de vida ($\beta_{\text{Beneficio_pessoal} \rightarrow \text{impactes_positivos_QV}} = 0,549$; $t = 4,116$; $p = 0,000$ – H2b) e (iii) entre os benefícios pessoais da atividade turística e os impactos negativos percebidos ($\beta_{\text{Beneficio_pessoal} \rightarrow \text{impactes_negativos}} = 0,538$; $t = 3,837$; $p = 0,000$ – H2c).

Por sua vez, na H3 (A ligação e, subsequentemente, o apoio ao desenvolvimento do turismo por parte da comunidade local é positivamente relacionada com a percepção dos impactos positivos sobre a qualidade de vida e sobre o destino e negativamente relacionado com a percepção dos impactos negativos) não foi possível corroborar duas das hipóteses lançadas. Por um lado, denota-se uma relação positiva entre o apoio ao desenvolvimento do turismo e os impactos positivos sobre o destino ($\beta_{\text{impactes_positivos_destino} \rightarrow \text{apoio}} = 0,465$; $t = 9,404$; $p = 0,000$), mas tais pressupostos não são válidos estatisticamente para a percepção dos impactos positivos sobre a qualidade de vida ($\beta_{\text{impactes_positivos_destino} \rightarrow \text{apoio}} = -0,012$; $t = -0,321$; $p = 0,748$) e sobre os impactos negativos resultantes da atividade turística ($\beta_{\text{impactes_negativos} \rightarrow \text{apoio}} = -0,030$; $t = -0,983$; $p = 0,325$).

Os coeficientes dos caminhos apresentados na Figura 68 refletem as relações significativas (as relações não significativas encontram-se a tracejado) entre (1) o benefício pessoal do desenvolvimento turístico e a percepção dos impactos do turismo; (2) a imagem global do destino por parte dos residentes e a percepção dos impactos positivos do turismo e (3) o apoio para um maior desenvolvimento do turismo e a percepção dos impactos sobre o destino turístico.

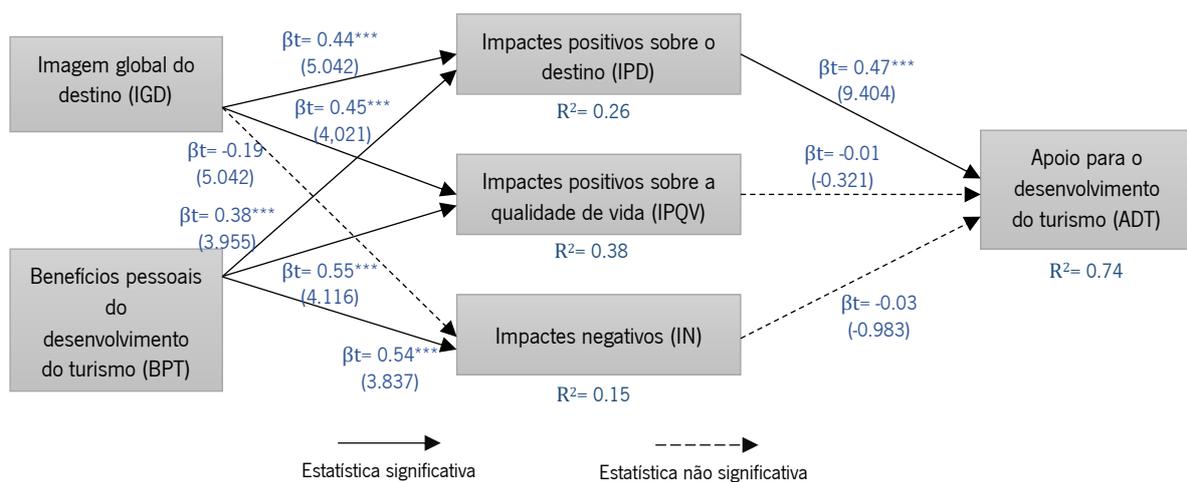


Figura 68. Modelo final

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

A última análise utilizada para a avaliação do modelo proposto corresponde à correlação múltipla quadrática (*Squared Multiple Correlation* - SMC) das variáveis endógenas, tendo por base o mesmo tipo de exame efetuado em Nunkoo & So (2015). O SMC representa a proporção de variância que é explicada pela variável em questão

(Byrne, 2001). Nesta investigação, o SMC de apoio ao desenvolvimento turístico (ADT) representa um bom prognóstico para a variável dependente ($R^2 = 0,74$), uma vez que implica que 74% da variância na variável dependente é explicada pelas variáveis independentes incluídas no modelo proposto. O valor de SMC verificado neste estudo encontra-se próximo do evidenciado em Styliadis (2016 - $R^2 = 0,76$) e superior ao de Nunkoo & So (2015 - $R^2 = 0,44$). Os valores de SMC para as restantes variáveis são de 0,26 para impactes positivos sobre o destino turístico (IPD), 0,38 para impactes positivos sobre a qualidade de vida (IPQV) e 0,15 para os impactes negativos (IN). Com a exceção do último construto, todos os restantes estão relativamente bem descritos pelas variáveis usadas no modelo. No caso dos impactes negativos, o facto de não ser validado estatisticamente pode estar associado ao facto do desenvolvimento turístico ainda se encontrar num estágio de desenvolvimento inicial.

5.6.3. A relevância das fotografias georreferenciadas para a promoção da imagem do destino

Tal como ficou explanado anteriormente, a imagem do destino também pode ser promovida com base no conjunto de fotografias que os residentes e os visitantes captam, considerando a sua capacidade para se tornar em lembrança, em postal ou em objeto turístico. Através da análise da densidade de fotografias do *Sightsmaps* (<http://www.sightsmap.com/>) verifica-se claramente uma densidade de fotografias em áreas mais urbanizadas [e.g., Área Metropolitana do Porto (AMP), Braga, Guimarães, Viana do Castelo, Chaves ou Bragança], no decurso do Rio Douro (em Portugal, Barca d'Alva até à foz entre o Porto e V. N. Gaia) ou no Parque Nacional da Peneda e Gerês (PNPG – Figura 69).

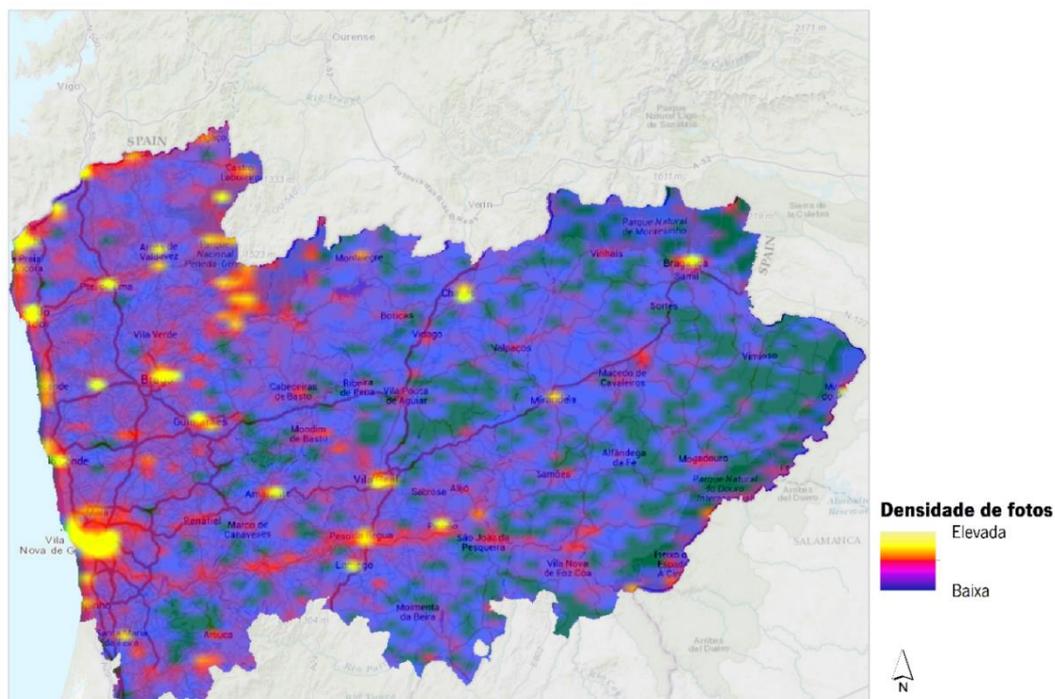


Figura 69. Densidade de fotografias na NUTS II Norte
Fonte: Elaboração própria, com base em <http://www.sightsmap.com/>.

De facto, no município de Boticas, tal como acontece com os restantes municípios do Alto Tâmega (à exceção de Chaves) verifica-se uma densidade de fotografias muito mais reduzida e circunscrita à área central do município. A Figura 70 sintetiza a distribuição de séries fotográficas, diferenciando-se consoante tenham sido captadas por residentes ou visitantes. De um modo geral, verifica-se uma concentração de fotografias na área noroeste e central do município de Boticas, embora grande parte das fotografias se encontrem um pouco distribuídas por todo o município, principalmente ao longo dos principais eixos da rede viária.

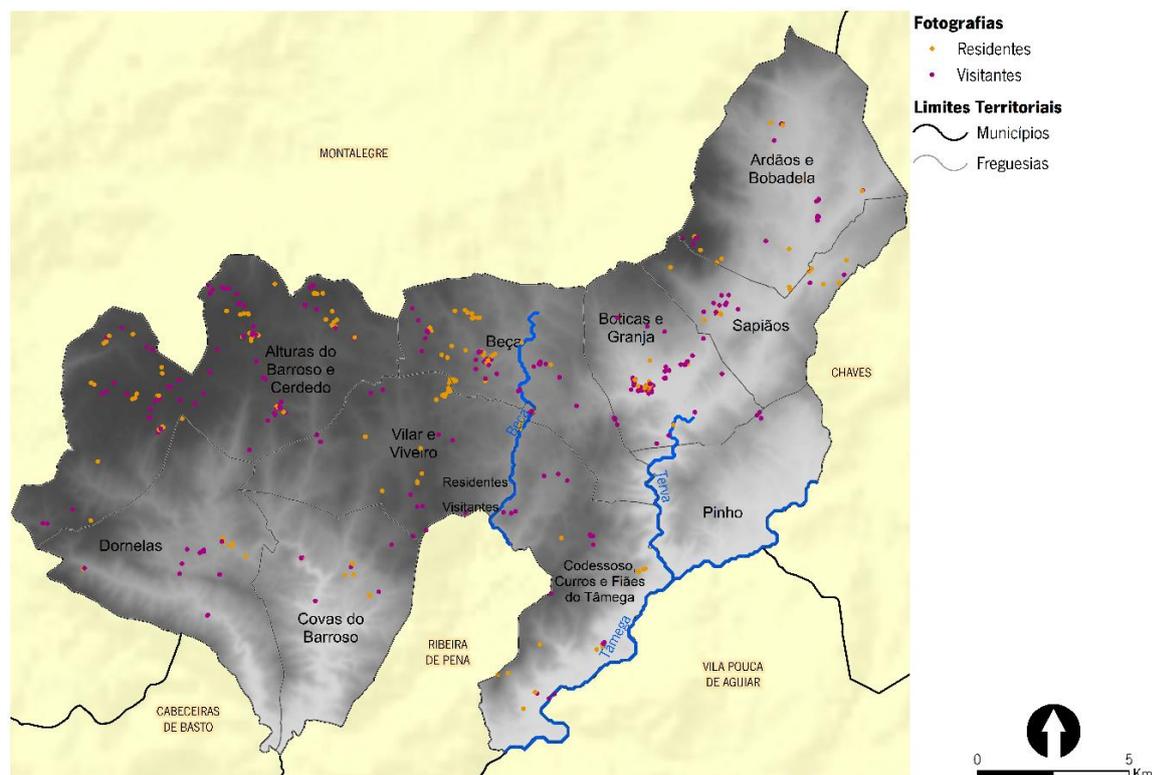


Figura 70. Distribuição geográfica de fotografias de visitantes e residentes
 Fonte: Fotografias do *Panorama*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

Note-se, ainda assim, que é em Boticas e Granja que se concentra uma maior densidade de fotografias, fruto da quantidade de equipamentos ao dispor de visitantes. Por esta razão, é possível constatar que existem, em todas as freguesias, mais fotografias de visitantes do que de residentes (258 para os residentes e 470 para os visitantes - Quadro LXI).

Quadro LXI. Distribuição das fotografias por freguesia (em n.º e %)

Freguesia	Residentes		Visitantes		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Alturas do Barroso e Cerdedo	85	32,9	105	22,3	190	26,1
Dornelas	7	2,7	16	3,4	23	3,2
Ardãos e Bobadela	15	5,8	15	3,2	30	4,1
Boticas e Granja	49	19,0	201	42,8	250	34,3
Beça	38	14,7	72	15,3	110	15,1
Pinho	0	0,0	3	0,6	3	0,4
Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega	15	5,8	14	3,0	29	4,0
Covas do Barroso	10	3,9	9	1,9	19	2,6
Vilar e Viveiro	28	10,9	24	5,1	52	7,1
Sapiãos	11	4,3	11	2,3	22	3,0
Total	258	100	470	100	728	100

Fonte: Fotografias do *Panorama*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

O máximo registado por hexágono para este grupo corresponde a 55 fotografias (Quadro LXII).

Quadro LXII. Estatísticas-síntese das fotografias tiradas por visitantes e residentes

	N.º de fotografias	D.P.	Máximo de fotografias por hexágono
Total	728	1,56	66
Locais	238	0,43	17
Visitantes	490	1,22	55

Fonte: Fotografias do *Panorama*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

O agrupamento das fotografias em hexágonos permite constatar uma concentração de fotografias a norte do município, sendo que as áreas com menor densidade de fotografias se localizam a sul, sobretudo na freguesia de Pinho (3 fotografias – Figura 71).

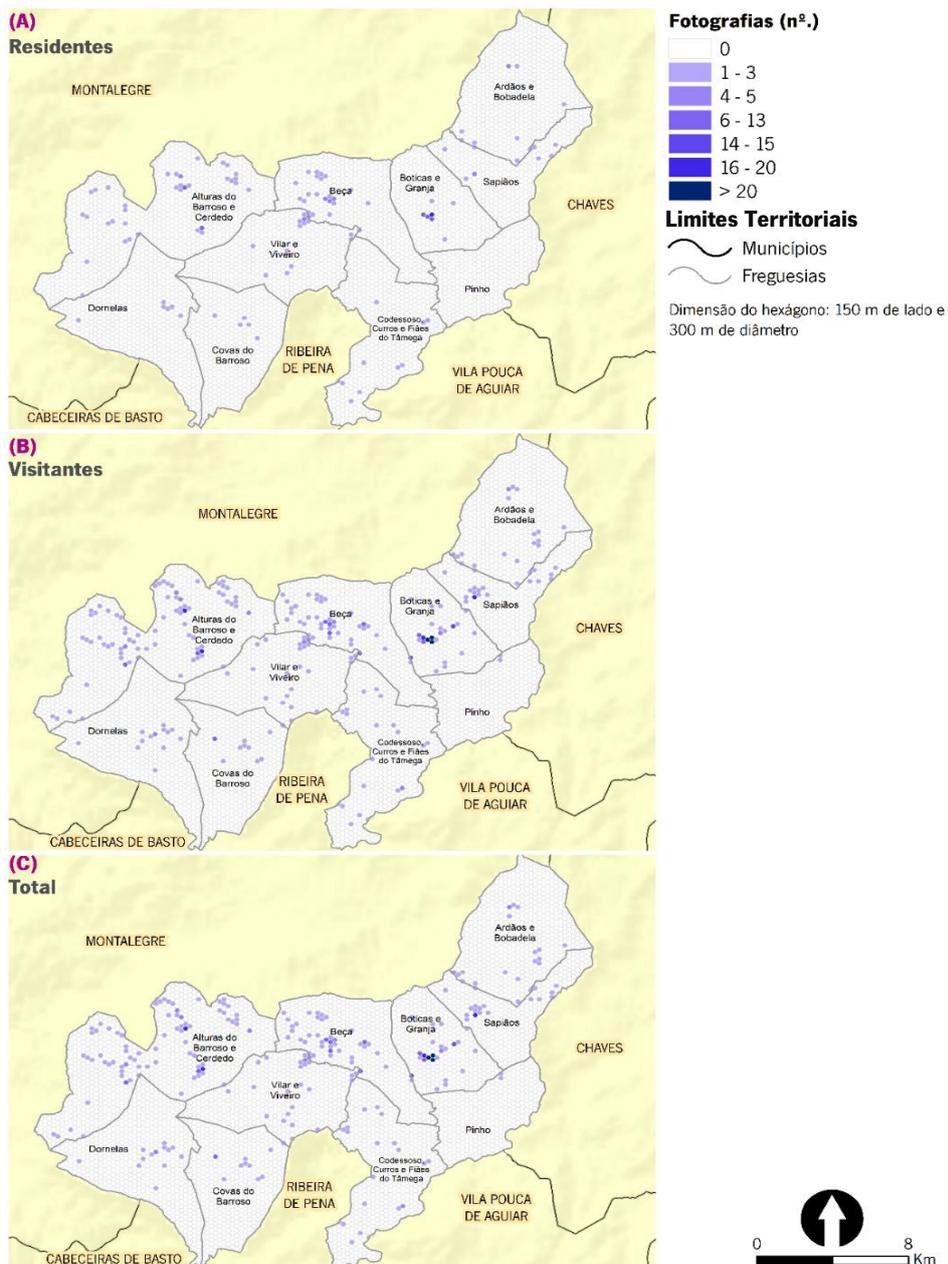


Figura 71. Densidade de fotografias – (A) Residentes, (B) Visitantes e (C) Total

Fonte: Elaboração própria, com base nas fotografias do *Panorama* para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

Para a identificação dos *clusters*, procedeu-se à análise da estatística *G* e foi utilizado o índice de *Moran*. A estatística *G* revelou uma tendência para a concentração de valores (*high clusters*), com níveis de significância elevados ($p\text{-value} = 0,000$). Do mesmo modo, o índice de *Moran* indicou também uma correlação espacial muito forte para a formação de aglomerados espaciais ($p\text{-value} = 0,000$ - Figura 72).

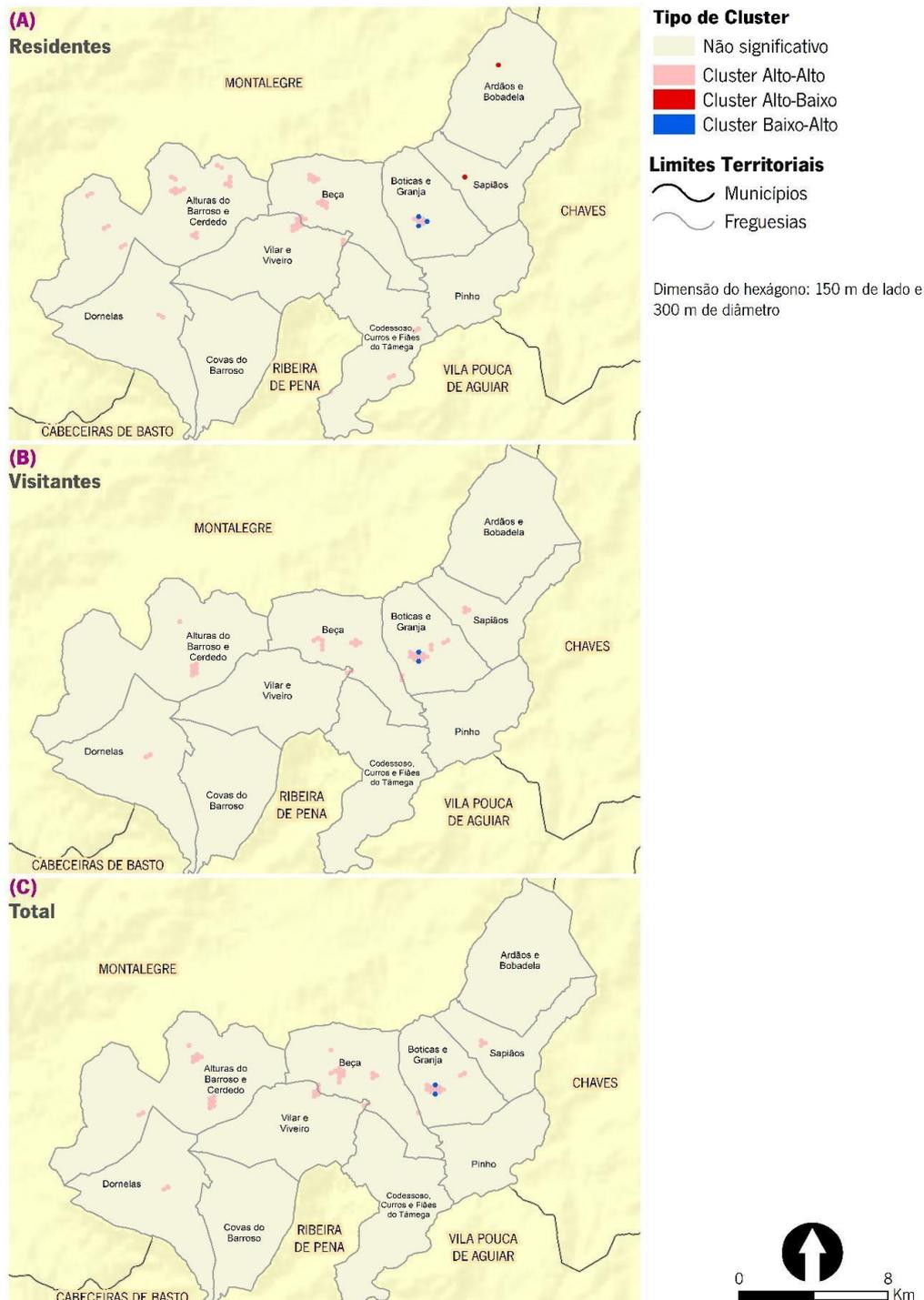


Figura 72. Estatística de *Anselin Local Moran's*

Fonte: Fotografias do *Panoramio*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

A estatística de *Anselin Local Moran's* foi calculada *a posteriori*, com a pretensão de cartografar a presença destes grupos, revelando que o número de *clusters* com valores Alto-Alto (*High-High*) não é muito significativo. Quanto à

distribuição destes *clusters*, verifica-se uma aglomeração espacial em várias aldeias típicas do município (*e.g.*, Vilarinho Sêco, Coimbró), em locais de interesse paisagístico-natural (*e.g.*, Carvalhelhos, Mosteiró, Vilarinho de Mó) e no centro da vila, quer por parte dos residentes, quer visitantes. Ainda assim, existem algumas diferenças entre locais fotografados por residentes e visitantes. Os primeiros apresentam *clusters* Alto-Alto (*High-High*) em Coimbró, parque Eólico da Serra do Barroso e em Fiães do Tâmega, ao passo que os segundos apresentam uma aglomeração em Sapiãos (*e.g.*, sepulturas antropomórficas, algumas casas típicas, praia fluvial), que não se presencia por parte dos residentes. Ressalve-se, ainda assim, a existência de pequenos *clusters* expressos em valores de Baixo-Alto (*Low-High*), que correspondem a valores atípicos.

A Figura 73 revela as tipologias criadas para as fotografias. A concentração de fotografias está fortemente associada a dois tipos de características: ao património edificado (57%) e aos elementos naturais (35%). Com menos expressão, surgem os serviços turísticos (5%) e a cultura local (4%; Figura 73 – A).

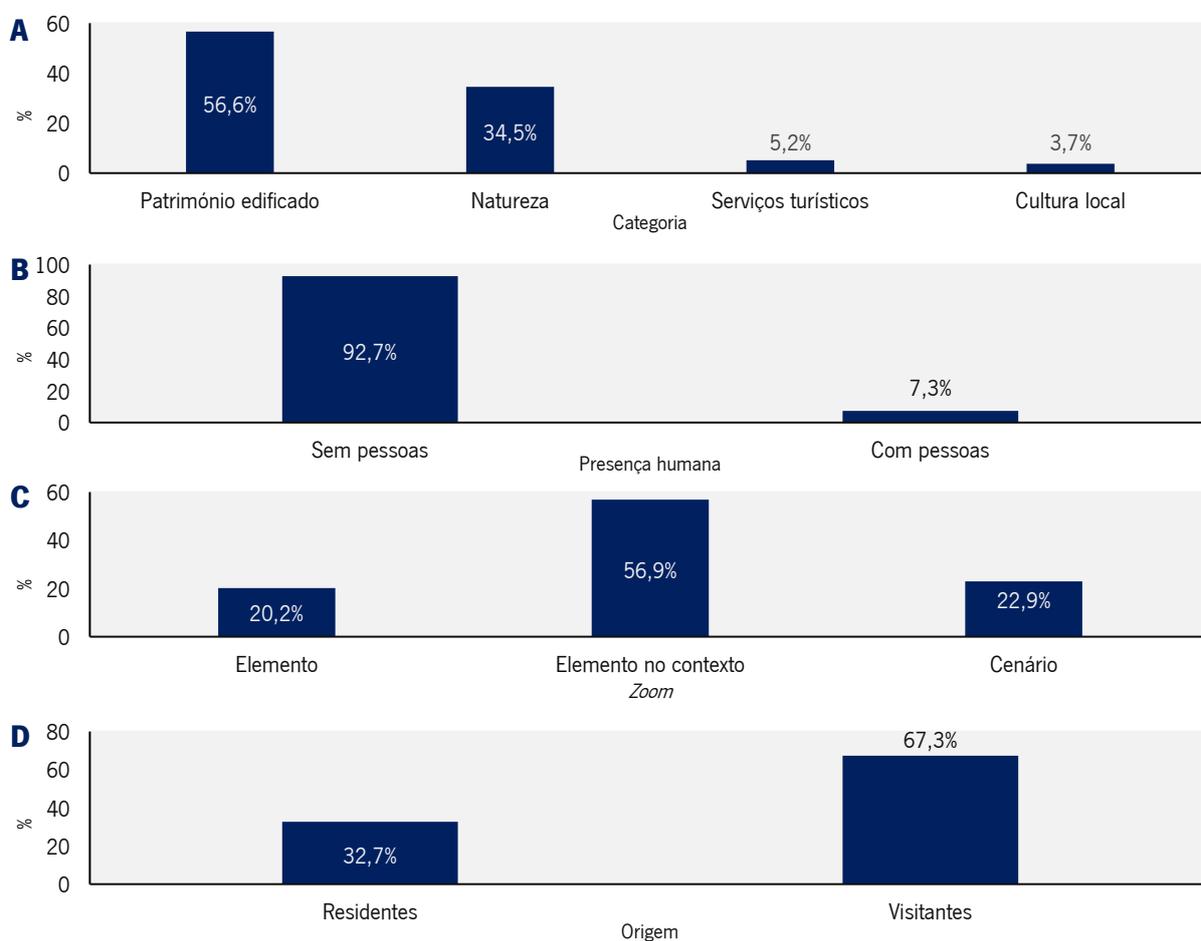


Figura 73. Tipologia das fotografias (%). (A) Categoria, (B) Zoom, (C) Presença humana e (D) Origem.

Fonte: Fotografias do Panoramio, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

A distância a partir da qual são capturadas imagens é muito variada. Às vezes, quem captura as fotografias opta apenas por capturar o detalhe, enquanto, noutros casos, se procura captar o cenário. Por conseguinte, optou-se por classificar a fotografia em três subgrupos, tal como se infere da leitura da Figura 73 (B). Os resultados permitem concluir que 57% dos residentes/visitantes fotografaram elementos no contexto, o que reflete a procura

dos visitantes e residentes para captarem o que se encontra dentro de um contexto, para que seja possível o seu fácil reconhecimento. Um outro elemento usado para análise foi o grau de presença humana nas fotografias (Figura 73 – C). A circunstância mais comum para os visitantes e residentes é a de tirarem fotografias sem a presença do elemento humano (93%; Figura 73 – D) e apenas 3% das fotografias são capturadas com a presença humana. Adicionalmente, 67,3% das fotografias foram tiradas por visitantes, o que evidencia um interesse redobrado por parte destes, em detrimento dos residentes, o que é perfeitamente compreensível. Na realidade, surpreende o facto de haver um número significativo de residentes a colocar fotografias no *Panoramio*, o que poderá indicar o reconhecimento do património (natural e edificado) que existe no município.

A Figura 74 representa a distribuição temporal das fotografias capturadas pelos visitantes e residentes. Deve evidenciar-se que os números não se referem a todas as fotografias enviadas para a plataforma *Panoramio* ao longo do período em análise, mas inclui apenas as fotografias que contêm a informação sobre a data de captura.

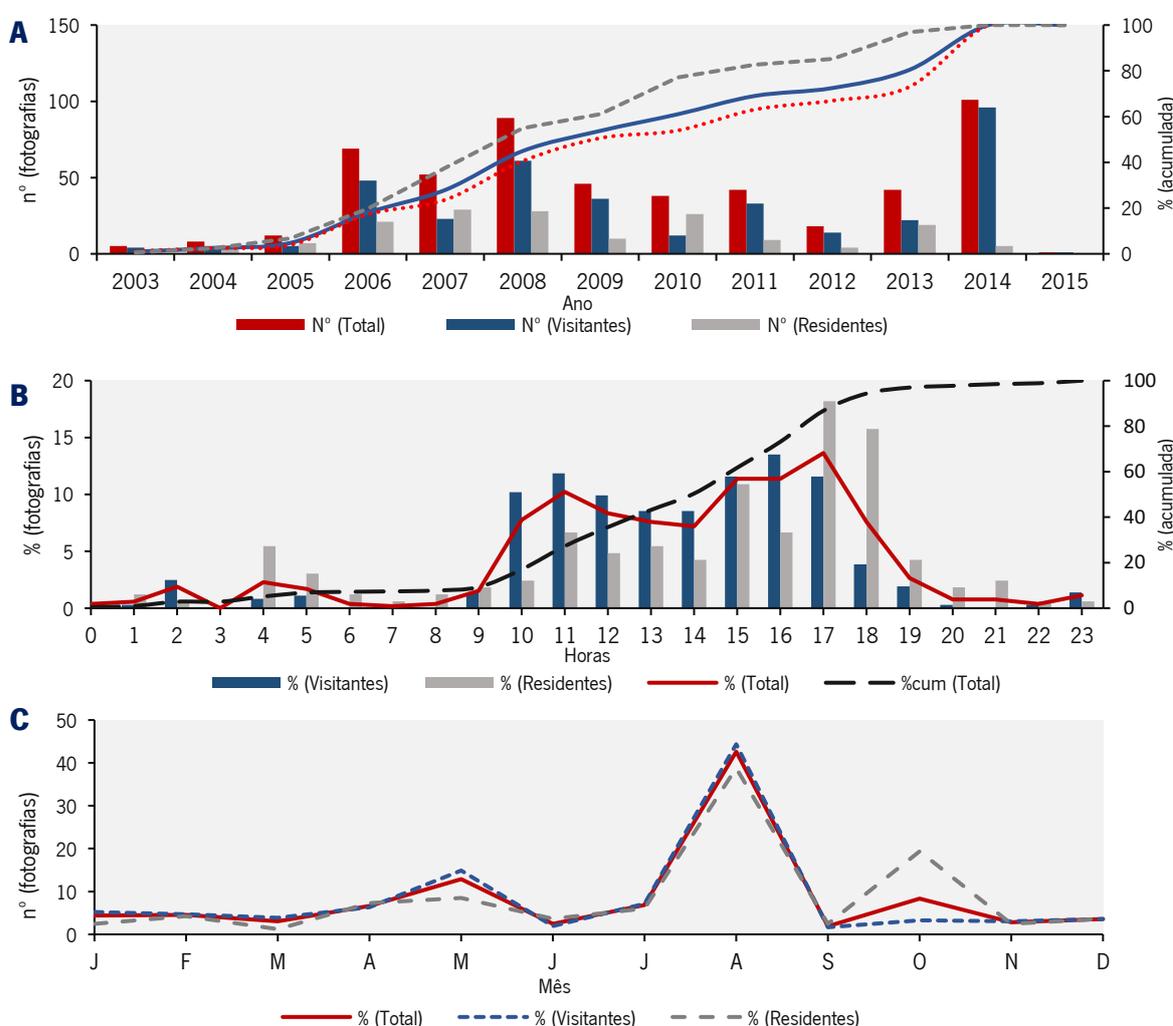


Figura 74. Padrões temporais das fotografias de residentes e visitantes. (A) Fotografias capturadas por ano, com o registo do número de fotografias e a percentagem acumulada (%cum), para residentes, visitantes e ambos; (B) Fotografias capturadas por mês, com registo da percentagem (%), para residentes, visitantes e ambos; (C) Fotografias capturadas por horário, com registo da percentagem (%), para residentes, visitantes e ambos e percentagem acumulada (%cum).

Fonte: Fotografias do *Panoramio*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

Efetivamente, foram contabilizadas 528 com informação interanual, intra-anual e intra-diária, de entre as 729 fotografias classificadas anteriormente. De facto, o ano em que se registou um maior número de fotografias captadas por visitantes foi em 2014, ao passo que no caso dos residentes o maior número de fotografias captadas se evidenciou nos anos precedentes, nomeadamente entre 2006 e 2008 (Figura 74 – A). Sendo assim, em termos cumulativos, verifica-se um redobramento do interesse por captar fotografias por parte dos visitantes nos últimos anos. Por seu turno, quando se analisam os valores registados mensalmente no período que medeia entre 2013 e 2015, verifica-se uma sazonalidade dos registos fotográficos, com concentração em agosto (Figura 74 – B). No que concerne à faixa horária, estas fotografias são capturadas, na sua generalidade no período entre as 10h da manhã e as 17h da tarde (Figura 74 – C).

Note-se que os residentes são os que mais contribuem para as fotografias pós-17h, o que se pode dever ao regresso de excursões ao local de partida após uma visita sem pernoita ao município de Boticas, o que é indicativo de que o município tem excursionistas, mas não turistas. Existem alguns registos durante o período noturno, mas devem ser encarados com alguma relutância, podendo tratar-se de pequenos erros associados ao registo do horário no instrumento utilizado para a captura da imagem.

Efetuiu-se também uma análise para as áreas com maior concentração de fotografias (para as áreas classificadas na Figura 75 com *clusters High-High*) foi efetuada.

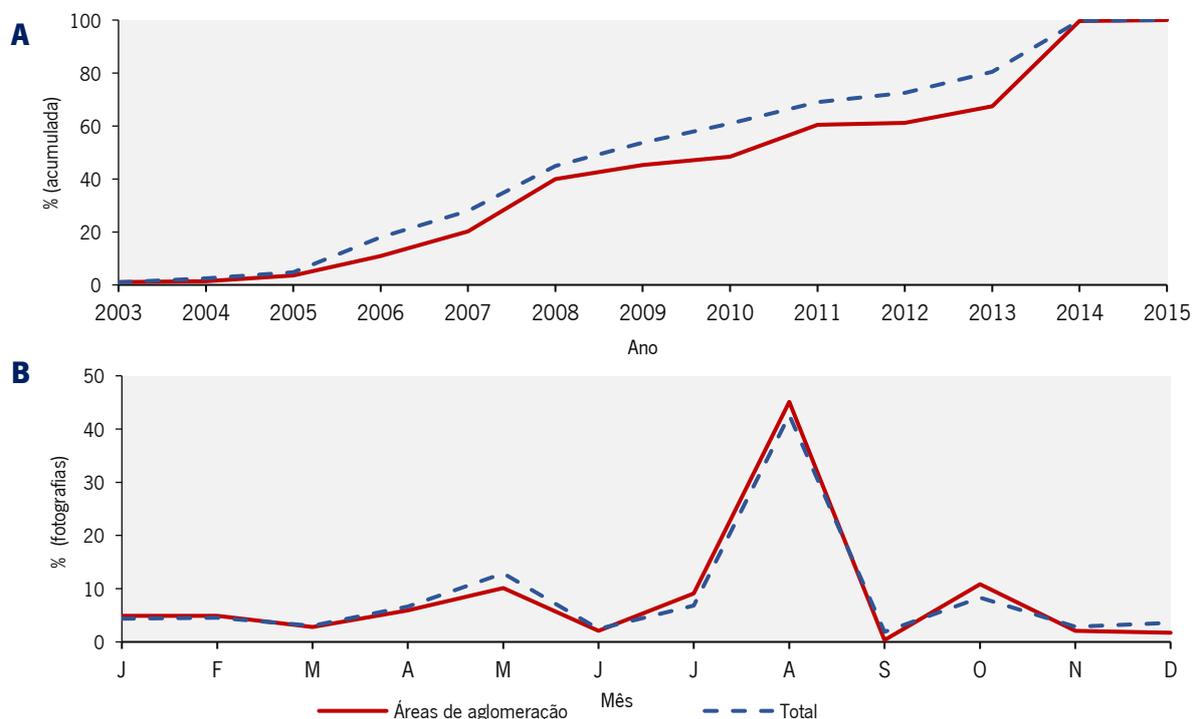


Figura 75. Padrões temporais nas fotografias em áreas de aglomeração [*clusters Alto-Alto (High-High)*] em confronto com a totalidade de fotografias. (A) Percentagem acumulada (%cum) de fotografias capturadas por ano, entre 2003 e 2015; (B) Percentagem (%) de fotografias por mês.

Fonte: Elaboração própria, com base nas fotografias do *Panoramio* para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

Ressalve-se que estas áreas de concentração receberam um maior número de fotografias do que as restantes, tendo-se decidido comparar os ritmos evolutivos por ano e mês relativamente aos registos totais de fotografias no município.

Apesar de haver uma tendência para a concentração de fotografias em algumas áreas do município de Boticas, tal como ficou evidenciado anteriormente, esta centralização começou a acontecer somente desde o ano de 2014 (Figura 75 – A). Ainda assim, estas fotografias foram capturadas, sobretudo, nos meses de verão, com particular destaque para o mês de agosto, que deverá resultar da visita de emigrantes ao país (Figura 75 – B).

O Quadro LXIX sintetiza os resultados do agrupamento de *itens* em *clusters*. Observa-se que as características de fotografias revelam dois tipos de padrões: a dos turistas e/ou dos residentes. Note-se ainda que durante a análise se verificou que todos os *itens* apresentavam um $p\text{-value} \leq 0,05$. O resultado do teste *ANOVA* também demonstraram que as variáveis incluídas no modelo eram suficientemente diferentes para o seu agrupamento. Desta forma, foram criados 3 grupos. O *Cluster A* ($n=250$) apresenta essencialmente fotografias da natureza (100%), está associado a fotografias que se focalizam em cenários (55,6%) e são os visitantes que mais captam este tipo de fotografias. Por sua vez, o *Cluster B* é representado apenas pela classe de visitantes, destacando-se os elementos no contexto (64,9%) e a categoria do património edificado (89,8%). O *Cluster C* representa o grupo menos expressivo e incorpora fotografias que enfocam sobre elementos situados no contexto (76,5%) e na categoria do património edificado (78,4%). Os *clusters B* e *C* contêm essencialmente fotografias que não integram pessoas.

Quadro LXIII. Resultados-síntese da análise de *clusters* das fotografias

	Cluster A (n=250)	Cluster B (n=325)	Cluster C (n=153)	F-ratio	p-value
Património edificado	0	89,8	78,4		
Cultura local	0	2,5	12,4		
Natureza	100	0	0,7	4698,348	0,000*
Serviços turísticos	0	7,7	8,5		
Elemento	10	29,2	17,6		
Elemento no contexto	34,4	64,9	76,5	163,294	0,000*
Cenário	55,6	5,8	5,9		
Sem pessoas	96	93,8	85		
Com pessoas	4	6,2	15	3,008	0,050**
Residentes	34	0	100		
Visitantes	66	100	0	94,401	0,000*

Nota: *. $p < 0,01$; **. $p \leq 0,05$.

Fonte: Fotografias do *Panoramio*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015.

5.6.4. A perceção sobre a promoção turística e *marketing* do destino

Os resultados revelam o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo, sendo que 94,4% concordam que o turismo é bom para Boticas, 92% concordam que é necessário aumentar o número de turistas em Boticas e 94,6% que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento económico de Boticas (vide Quadro L). Apesar disso, quando questionados sobre a necessidade de se promover o destino através de publicidade ou de meios de

marketing territorial, 69,2% considera que será um bom investimento (Figura 85), 24,1% dos residentes não têm opinião e 6,7% menciona que é um mau investimento.

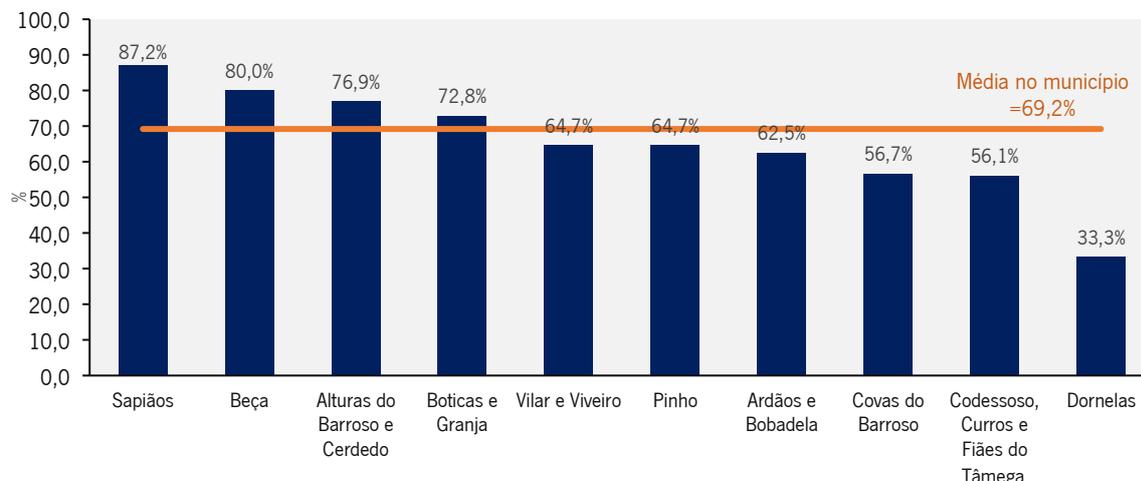


Figura 85. Concordância com o investimento em publicidade e *marketing* para a promoção turística de Boticas
 Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes do município de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

No que concerne à dimensão territorial, é possível, mais uma vez, identificar padrões de respostas mais favoráveis a norte do município em freguesias como Sapiãos (87,2%), Beça (80,0%), Alturas do Barroso e Cerdedo (76,9%) e Boticas e Granja (72,8%) e menos favoráveis em freguesias como Covas do Barroso (56,7%), Codessoso, Curros e Fiães do Tâmega (56,1%) e Dornelas (33,3%). Apesar de se terem realizado testes para a verificação de diferenças nas variáveis sexo, idade, período de residência no município, vínculo profissional relacionado com a atividade turística e rendimento médio mensal, não se verificaram diferenças estatísticas significativas.

5.6.5. Identificação de produtos-âncora potenciais e dotação de sinergias

Na NUTS III Alto Tâmega não existem práticas consolidadas de estratégia de turismo, salvo o caso de Montalegre onde as estratégias de promoção turística se encontram bastante intrincadas. De facto, Vila Pouca de Aguiar tem também vindo a estabelecer uma estratégia em turismo, pretendendo-se que se consolide e rentabilize o trabalho feito nesta matéria. Ainda assim, dentro da NUTS III Alto Tâmega é necessário que comecem a surgir políticas de turismo que integrem os vários municípios, até porque é imprescindível que, ao invés de promover a atividade turística de forma individualizada, que os territórios realizem ações que coadunem com políticas setoriais mais alargadas, integradas na região.

Em termos de visitação, o município de Boticas é pautado por três características que partilha com os restantes municípios do Alto Tâmega, a saber: *(i)* a procura turística é sazonal (designadamente nos meses de julho e agosto); *(ii)* a estada é curta (o número de dias é inferior a 3) e *(iii)* a visita é partilhada pelos vários municípios do Alto Tâmega. A par disso, no município perdura uma situação de reduzida internacionalização da procura, quando os mercados emissores existentes se circunscrevem essencialmente à NUTS II Norte (*e.g.*, Porto e Braga) e em poucas situações à NUTS II Centro (*e.g.*, Viseu) e Área Metropolitana de Lisboa (*e.g.*, Oeiras e Lisboa), segundo a opinião consensual dos intervenientes no *focus group*.

A promoção do território de Boticas junto de vários mercados emissores potenciais internacionais sobressai como uma solução para a ainda débil atividade turística relevante, nomeadamente em Espanha (*e.g.*, Ourense e Madrid), fruto da proximidade geográfica. Os principais entraves associados ao sucesso das iniciativas desenvolvidas em matéria turística até à atualidade prendem-se com a falta de replicação de atividades desenvolvidas ao longo do ano, a necessidade de se criar uma base logística de deslocação local atrativa (*e.g.*, deslocação em burro no interior das aldeias e de jipe em áreas de declive mais acentuado). Apesar disso, Alturas do Barroso, Ardãos e Bobadela, Boticas e Granja, Covas do Barroso, Dornelas e Pinho associam-se à existência de vários eventos e festivais com alguma capacidade de atração (*e.g.*, Festa de S. Sebastião, Festa do Sr. do Monte) ou de serviços de suporte à atividade turística (*e.g.*, o Restaurante “Casa do Pedro”, em Vilarinho Sêco ou as termas de Carvalhelhos, em Beça), o que lhes confere uma maior capacidade de visitação. Por oposição, as freguesias de Pinho, Curros, Codessoso e Fiães do Tâmega são as que registam uma menor capacidade de atração de visitantes. As caraterísticas de visitação encontram-se registadas no Quadro LXIV.

As principais ameaças que se colocam nestes territórios mais rurais prendem-se essencialmente com a inexistência da complementaridade entre os intervenientes locais, cuja a o tende a ser bastante centralizada e monopolizada por determinados agentes que exercem maior for a na consecução de políticas territoriais.

Quadro LXIV. Caraterísticas da visitação do município de Boticas

Caraterísticas		Descri�o
Distribui�o territorial	Freguesias mais visitadas	- Alturas do Barroso (Vilarinho S�co - Casa do Pedro); Ardãos e Bobadela; Boticas e Granja; Covas do Barroso; Beça (Carvalhelhos); Sapi�es; Dornelas (Festa do S. Sebastião); Pinho (na Festa do Sr. Do Monte)
	Freguesias menos visitadas	- Pinho e Curros, Codessoso e Fi�es do T�mega.
	Perfil de visita	- Procura sazonal (julho e agosto); - N� de dias de visita reduzido; - Visita partilhada entre vários municípios do Alto T�mega
Mercados	Mercados emissores	- Portugueses (Porto, Lisboa, Braga e Viseu), também de Oeiras
	Mercados emissores potenciais	- Orense, Galiza - por proximidade geográfica; Madrid.
	Entraves � visita	- Inexistência de liga�o � Peneda-Ger�s; - Ausência de transportes de liga�o às aldeias de Vilarinho Sêco; - Necessidade de criar uma base logística de desloca�o local (complementaridade entre o burro e o <i>jipe</i>).
	Concorrência direta	- Montalegre (embora esteja em desvantagem).

Fonte: Elabora o própria, com base no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015 e no inq rito por questionário autoadministrado realizado aos residentes de Boticas, entre janeiro e maio de 2016 e outros dados suplementares.

As potencialidades, as debilidades, as oportunidades e as ameaças que se apontam neste território estão na base da determina o de estratégias turísticas (*vide* Quadro XLVI). Face ao exposto, com recurso   opinião dos *stakeholders* e   análise de diversos dados discutidos anteriormente, estabelecem-se os principais produtos-âncora de turismo que se podem delinear, a curto prazo, no município de Boticas (Quadro LXV). Neste sentido, poderá ser útil a defini o de linhas comuns de atua o em matéria de turismo definidos   escala regional do Alto Tâmega e Barroso, permitindo, desta forma, ancorar os principais elementos-chave comuns aos vários territórios e atenuar as fragilidades que lhes estejam inerentes.

Em concreto para o município de Boticas, consideram-se quatro produtos-âncora que se devem relacionar mutuamente na política definida. Neste contexto, identificou-se o segmento *Natureza*, o de *Cultura e Identidade Local*, o de *Saúde e Bem-Estar* e o de *Desporto* como um conjunto de linhas gerais de atuação que se devem promover a curto e médio prazo.

Quadro LXV. Produtos-âncora a oferecer no município de Boticas

Produtos-âncora a oferecer		
Tipologia	Descrição	Estratégias
<i>Natureza</i>	Recursos naturais valorizados e preservados e qualidade ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar os percursos terrestres existentes e a integração de novas rotas. • Dinamizar múltiplas atividades no Parque da Natureza e Biodiversidade de Boticas. • Sustentar medidas de ecoturismo.
<i>Cultura e identidade local</i>	Cultura e identidade locais fortes	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer o sentimento de integração e a transmissão da endogeneidade na oferta dos produtos turísticos. • Integrar nos percursos pedestres uma rota de visita aos fornos comunitários e moinhos. • Valorizar a cultura castreja, através da musealização de alguns dos castros mais preservados e com maior potencial. • Desenvolver ações de <i>branding</i> para as festas, romarias e especificidades (<i>e.g.</i>, Chega de Bois, Vinho dos Mortos). • Consolidar a relação com a história e vida de Nadir Afonso e procurar encontrar mecanismos de projeção internacional a partir da rede de laços que criou ao longo da sua carreira. • Promoção do ciclo produtivo do pão, aproveitando os fornos comunitários.
<i>Saúde e Bem-estar</i>	Locais calmos, com baixos níveis de poluição, utilizado para fuga ao <i>stress</i> citadino	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecer uma alternativa ao turismo de massas. • Promover junto das entidades regionais as ofertas hoteleiras. • Integrar as casas de turismo rural nas diversas plataformas de turismo, tal como o Turismo do Porto e Norte (algumas já se encontram integradas) e permitir aceder a uma plataforma de reserva e visualização de preçários no Parque de Campismo de Boticas. • Criar um vídeo promocional do município assente nas suas características naturais a utilizar pelo Turismo do Porto e Norte.
<i>Aventura e Desporto</i>	Aproveitamento das condições territoriais para a promoção de desportos	<ul style="list-style-type: none"> • Promoção das atividades de caça e pesca, nomeadamente a pesca da truta nos meios e condições disponibilizados pelo Parque da Natureza e Biodiversidade. • Divulgação e promoção de provas de BTT e de Motas.

Fonte: Elaboração própria, com base no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015 e no inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes de Boticas, entre janeiro e maio de 2016 e outros dados suplementares.

No que concerne à tipologia *Natureza*, consiste no aproveitamento dos recursos naturais e na preservação ambiental, através de várias estratégias que se relacionam com a potencialização dos percursos terrestres existentes ou sustentação de medidas de ecoturismo no centro do município. Relativamente à *Cultura e Identidade Local*, as estratégias delineadas prendem-se essencialmente com a valorização dos recursos endógenos, estreitamente vinculados à história e cultura do município, com a valorização da cultura castreja, através da musealização de alguns dos castros existentes e através do estabelecimento de pontos de conexão entre os percursos pedestres e a visita às comunidades locais, designadamente aos fornos comunitários e moinhos.

Do mesmo modo, a obra e vida de Nadir Afonso, mestre da arte cinética reconhecido internacionalmente, pode ser, *sine dubio*, utilizada como veículo de projeção, atendendo à divulgação da sua obra, permitindo, desta maneira, atrair outros públicos-alvo.

No que respeita ao segmento *Saúde e Bem-estar*, entende-se como uma alternativa ao turismo de consumo massivo, tratando-se de destinos emergentes, para os turistas que preferem locais calmos, com baixos níveis de poluição, como fuga ao *stress* e à azáfama urbana. A seguinte narrativa confirma esta necessidade.

As pessoas procuram o sossego da montanha e a gastronomia. Querem vir para um sítio que não seja muito longe com estas características. São também necessárias infraestruturas que providenciem caminhadas, saúde e bem-estar. Existem muitos trilhos que é essencial aproveitar. (113)

Desta forma, as principais estratégias passam pela promoção da oferta hoteleira existente, nomeadamente do *Boticas Hotel Art & Spa*, que se encontra apetrechado de condições para acolher vários tipos de turistas, designadamente aqueles que tenham mobilidade reduzida. Além disso, é necessário que se crie uma plataforma de visualização dos preçários do Parque de Campismo de Boticas, designadamente dos *Bungalows* e para os caravanistas e que se crie um vídeo promocional do município assente nas múltiplas potencialidades existentes, que possa ser promovido pelo Turismo do Porto e Norte, a nível nacional e internacional, e que possibilite a atração de novos mercados emissores de turistas. Do mesmo modo, é necessário criar uma cultura de recolha de informações por parte dos alojamentos locais sobre os locais que os turistas têm para visitar aquando da sua chegada.

Por último, é crucial conceberem-se estratégias relacionadas com o *Desporto*, que permitam promover atividades ligadas à caça e pesca e, por outro lado, atividades já mais consolidadas como as provas de BTT e de motas que ocorrem no município. Decorrente destas estratégias, é fulcral valorizar-se a oferta já existente, nomeadamente de eventos que têm decorrido com sucesso (*e.g.*, a comemoração do solstício de verão no cimo do Outeiro-Lesenho). O sucesso destas iniciativas decorre também das relações de complementaridade e cooperação que se estabelecem entre atores intrarregionais e interregionais. No município, estabelecem-se relações de complementaridade, embora se encontrem sob direção da Câmara Municipal de Boticas, que coordena os atores intraconcelhios (Figura 76).

A Associação Empresarial do Alto Tâmega (ACISAT) e o Turismo do Porto e Norte também têm um papel fulcral no desenvolvimento do setor turístico. As cooperativas, a ADRAT, a CIM do Alto Tâmega, bem como as entidades locais [*e.g.*, o Museu Rural de Boticas, o Centro Europeu de Documentação e Interpretação da Escultura Castreja (CEDIEC), o Parque Arqueológico do Vale do Terva (PAVT)] apoiam a realização dos eventos turísticos que ocorrem no município de Boticas e são igualmente atores cruciais para a dinamização e consolidação da atividade turística em Boticas. Porém, algumas empresas privadas também ajudam a realizar, de vez em quando, alguns dos eventos que são realizados no município, cuja concretização depende de um maior número de intervenientes.

De modo a potenciar os fatores *pull* (atrações) que são intrínsecos à escolha do destino, é necessário que os diversos atores locais intervenham, sendo que o seu interesse, no caso concreto de Boticas, é inquestionável face à morfologia dominante do território norte interior, de baixa densidade, que eleva de forma crítica o problema da sustentabilidade destes espaços, bem como o problema de soberania.

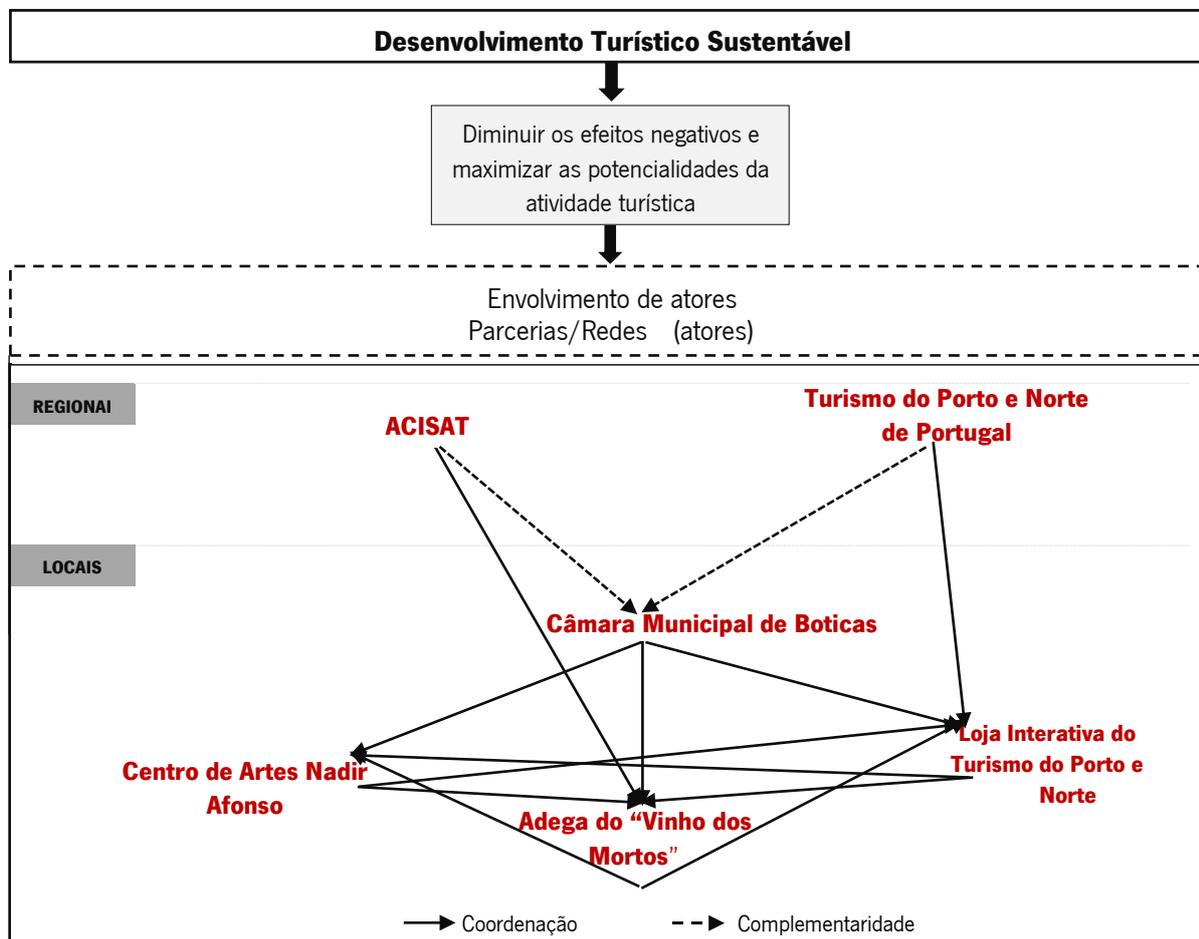


Figura 76. Interação entre atores locais para a promoção do desenvolvimento turístico sustentável
 Fonte: Elaboração própria, com base no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015 e no inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes de Boticas, entre janeiro e maio de 2016 e outros dados suplementares.

5.7. Síntese

O capítulo 5 apresentou os resultados da componente empírica da investigação realizada, através da identificação dos atuais e futuros pressupostos de desenvolvimento até à identificação de alguns produtos de indole turística, assentes nos padrões endógenos deste território.

A melhoria das condições de vida da população local configura-se como um dos principais objetivos das políticas territoriais desenvolvidas em qualquer processo de planeamento. No entanto, apesar das múltiplas tentativas que visem esse efeito, não basta as vontades das instituições para que se gerem diretamente *outputs* sobre o aumento do número de empregos, a melhoria das infraestruturas ou equipamentos de lazer ou a competitividade do

território. Estes resultam de uma variedade de conjunturas, onde se pode incluir a relevância que se dá a certos recursos territoriais, que, em muitos dos casos, não são tomados em linha de conta nas políticas locais.

Atualmente, Boticas encontra-se numa situação desfavorável em termos de estruturação económica e de canalização dos fundos públicos para o desenvolvimento económico local. Por seu turno, o despovoamento e a inadaptação da população local às mutações inerentes ao período de pós-modernidade torna fundamental a valorização de certos aspetos que ainda coexistem nestes territórios, designadamente: a conservação dos fornos comunitários, através da preservação de algumas práticas comunitárias nas aldeias; o envolvimento da comunidade local nas políticas e a coesão social entre as diversas comunidades localizadas em diferentes aldeias, embora subsistam algumas diferenças entre as mesmas. Aliás, a diferença encontrada relativamente ao contacto com os turistas nas diferentes freguesias é determinada pela existência de características muito distintas entre as aldeias.

Apesar disso, o município de Boticas apresenta uma diversidade de recursos que podem ser potenciados, onde se salientam os recursos naturais ligados ao relevo, ao clima e à água (*e.g.*, a estalagem encontra-se desativada e as termas estão encerradas durante toda a época baixa) ou à fauna (*e.g.*, necessidade de repovoamento de espécies autóctones). Um outro problema prende-se com o facto de algumas aldeias apresentarem um potencial de valorização elevado, designadamente no caso da freguesia de Dornelas. Para esta situação, contribui o facto de a maioria dos recursos culturais se encontrar situado numa parte do território (nomeadamente, no centro de Boticas, em Beça e em Bobadela).

Portanto, a necessidade de se promover a atividade turística faz parte da agenda de desenvolvimento do território. Ainda assim, deve considerar-se os principais impactes que podem decorrer destas iniciativas. De facto, os residentes são normalmente mais perentórios na afirmação dos impactes positivos e têm menor interesse em relação aos impactes ambientais. Ainda assim, a perceção dos impactes é determinada pelo número de anos que os residentes vivem no local, sendo que no caso de Boticas os residentes que têm habitação em Boticas há mais de 5 anos e há menos de 10 anos são os que acreditam que o desenvolvimento da atividade provocará impactes positivos menos significativos e impactes negativos mais agravantes para o território.

Com base nesta análise, foram também identificados três grupos de indivíduos em Boticas, os residentes indiferentes, que não têm em conta os impactes negativos do turismo e têm uma posição pouco expressiva relativamente aos impactes que podem resultar da atividade turística; os moderadamente otimistas, que são os que acreditam mais nos impactes positivos e têm maior consciência dos impactes negativos e os residentes otimistas que detêm opiniões igualmente favoráveis ao desenvolvimento do turismo. As diferenças registadas entre os residentes também são determinantes na construção da imagem de Boticas, sendo que a maioria dos residentes acredita que o turismo em Boticas pode assentar na paisagem natural única, na gastronomia e na diversidade de festas e eventos. Por seu turno, a análise das fotografias do *Panoramio* evidenciou uma maior

concentração de fotografias a norte do município, o que coaduna igualmente com uma opinião mais positiva dos que habitam nestas áreas territoriais.



6

Fotografia tirada pelo autor, em 07.06.2016.

Discussão dos resultados

Knowledge is of no value unless you put it into practice.
Anton Chekhov (1860 – 1904)

6.1. Nota introdutória

Após o processo de recolha empírica, no presente capítulo procura-se discutir os resultados, considerando os objetivos de estudo que nortearam a investigação (*vide* p.3). Com a finalidade de validar estes objetivos foram identificados vários *subitens*. Neste cômputo, este capítulo baseia-se numa leitura comparativa dos resultados obtidos através da triangulação de diferentes métodos e numa perspetiva de confrontação com outras investigações realizadas sobre a mesma matéria.

6.2. Objetivo 1 - Desenvolver um modelo de participação pública em turismo que permita dinamizar o trabalho em rede e fomentar práticas mais sustentáveis

Os resultados obtidos sugerem que a participação da comunidade local no turismo é vista pelos *stakeholders* locais como fundamental, no sentido de valorizar o desenvolvimento deste território. Apesar de se verificar uma perda do comunitarismo, que caracterizou este território durante muito tempo, o processo de desenvolvimento turístico deve partir de um processo de cooperação, participação e de incrementação (*vide* Figura 10), como ficou comprovado ao longo dos fundamentos teóricos referidos nos capítulos anteriores. O *focus group* realizado evidencia claramente a necessidade de envolver, educar e sensibilizar os diferentes atores locais. Esta intervenção é vista num propósito de relações entre os setores privado e público (considerando a disponibilidade dos vários intervenientes em participar nas iniciativas locais, designadamente o envolvimento das juntas de freguesia, em articulação com várias empresas do município, tal como o *Boticas Hotel Art & SPA*); entre níveis administrativos diversos (à escala regional – o Turismo do Porto e Norte, a CIMAT, a ADRAT e a ACISAT e à escala municipal – as juntas de freguesia diversas e a Câmara Municipal de Boticas) e com recurso à participação da população residente.

Não obstante, os resultados dos inquéritos aos residentes de Boticas em comparação com a ponderação das atitudes apresentada por Carmichael (2000) salientam que os residentes têm uma predisposição para manifestarem uma aceitação silenciosa da atividade turística, atendendo a que embora tenham uma posição favorável ao apoio do desenvolvimento turístico, a sua disposição para a concretização das iniciativas e atividades ligadas à atividade em apreço é intermédia (*vide* Figura 13, Quadro XLV e Quadro XLIX).

Conclui-se, portanto, a este respeito que a comunidade local inquirida nesta investigação ainda tem uma atitude passiva no processo de tomada de decisão, nomeadamente na definição de estratégias e políticas para o desenvolvimento do turismo. Isto é mais relevante, quando se considera que o envolvimento dos mesmos é fundamental para que haja um desenvolvimento sustentável da atividade turística nas suas diversas dimensões (sociocultural, económica e ambiental).

6.3. Objetivo 2 - Diagnosticar as percepções dos agentes institucionais e residentes sobre o contributo da atividade turística enquanto motor de desenvolvimento rural

A atividade turística representa, atualmente, um papel fundamental para o desenvolvimento das economias locais. Porém, se está comprovado que a mesma é uma das principais indústrias do século XXI, também na maioria das regiões europeias e em Portugal continua a aparecer de forma desestruturada e individualizada. Tal situação assume-se para o caso do município de Boticas e para a NUTS III do Alto Tâmega.

Um dos principais problemas identificados a partir da integração da perspetiva dos diferentes *stakeholders* resulta da ausência de capacidade do município de Boticas atrair visitantes para o seu território, designadamente aqueles que pernoitam pelo menos uma noite (turistas). Apesar dos esforços redobrados que têm sido feitos pelos agentes locais e regionais para alavancar a atividade turística, nomeadamente, através da construção de equipamentos e infraestruturas de apoio, o município continua a apresentar um nível de desenvolvimento desta atividade muito reduzido. Para isso, contribuem as obstruções relacionadas com a falta de empreendedorismo da comunidade local e a ausência de uma cultura organizacional alocada para o efeito.

Na realidade, este município ostenta um baixo IpC e valores reduzidos em termos de empregabilidade no setor do turismo (*vide* Figura 30 e Figura 34), o que denota que as fragilidades são significativas, pese embora esta atividade se possa constituir, a médio e longo prazo, como um instrumento relevante para a promoção do território e para o desenvolvimento local.

Estas conclusões foram retiradas durante o *focus group* e podem ser entendidas através da interpretação dos resultados do inquérito aplicado aos residentes. De facto, estes consideram fundamental a prossecução de uma estratégia de desenvolvimento local baseada no turismo. Para isso, contribui a existência de certos fatores extrínsecos, que estão relacionados com o facto de esta atividade se encontrar numa fase inicial de desenvolvimento (exploração), o que contribui para que os residentes estejam numa fase de alguma “euforia”, em resultado da confiança que depositam para o alcance da melhoria da qualidade de vida, tal como se depreende da análise dos vários fundamentos teóricos (*e.g.*, Doxey, 1975; Butler, 1980 e Vargas-Sánchez *et al.*, 2009 – *vide* Quadro XII).

Deste modo, as opiniões registadas em relação ao facto de o turismo ser bom para o município são as habituais, quando se está a lidar com um destino como o de Boticas que é ainda emergente. Na verdade, verifica-se que 94,4% dos respondentes afirmam que esta atividade é boa para o município, o que evidencia claramente uma expressão de opinião positiva. Apenas 1,3% dos inquiridos manifestaram desacordo com esta afirmação (*vide* Quadro XLV). Estes também concordam que a atividade turística pode contribuir para o desenvolvimento de Boticas e que é necessário aumentar o número de visitantes. Este otimismo demonstrado em relação ao desenvolvimento desta atividade encaixa-se nas conclusões retiradas em estudos anteriores (*e.g.*, Faulkner & Tideswell, 1997; Andriotis & Vaughan, 2003; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013 e Styliadis *et al.*, 2014). Se se comparar este estudo com o de Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro (2013), pode-se afirmar que ambos colocam no turismo

as suas ambições para o desenvolvimento, embora as repercussões de desenvolvimento sejam distintas e se trate de segmentos diferentes. Aliás, os impactes repercutidos em ambos os destinos são diferenciados, em resultado da maturidade do destino. Neste cômputo, podem reconhecer-se várias dissemelhanças entre as principais características sociodemográficas dos residentes e as suas perceções sobre os impactes da atividade turística ao nível ambiental, económico e sociocultural.

Em concordância com alguns estudos (*e.g.*, Davis, Allen & Cosenza, 1988; Ribeiro *et al.*, 2013 e Almeida-García *et al.*, 2016), não se encontraram diferenças significativas entre o sexo masculino e feminino relativamente à perceção dos impactes do turismo. Não obstante, outros estudos sugerem que o sexo do inquirido é responsável pela determinação das suas atitudes (*e.g.*, Nunkoo & Gursoy, 2012), o que não acontece no caso de Boticas.

As diferenças entre o grupo etário não são muito significativas, à exceção da resposta a dois *ítems* de impactes. De facto, os residentes mais idosos são mais vulneráveis à adaptação às transformações culturais, ao passo que depositam também maior confiança na atividade turística para aumentar a sua qualidade de vida. Ao contrário de outros estudos realizados noutras áreas geográficas, nomeadamente em áreas urbanas ou em destinos de “Sol & Mar” (*e.g.*, Bestard & Nadal, 2007 – Ilhas Baleares; Vareiro, Remoaldo & Cadima Remoaldo, 2013 – Guimarães e Almeida-García *et al.*, 2016 – Benalmádena), de facto, o município de Boticas é claramente uma área de esvaziamento demográfico, nomeadamente da população jovem (*vide* Figura 25 e Figura 26). Este cenário sustenta a ideia de que os jovens que residem no município passam parte do ano a estudar noutra município ou têm intenções de vir a residir numa outra área geográfica futuramente não consideram tão significativos os impactes resultantes da atividade turística.

No que se refere ao tipo de trabalho (dependência económica face ao turismo) encontram-se resultados que sustentam a premissa de que os residentes que trabalham em alguma atividade ligada ao setor têm melhores perceções em relação aos impactes socioculturais.

Por seu turno, os níveis de escolaridade são determinantes para as perceções sobre os impactes gerados na economia local, no ambiente e na cultura, explicando uma quantidade assinalável dos impactes estudados. Efetivamente, os residentes com níveis de ensino superior percecionam, geralmente, de forma mais positiva os impactes do que os residentes com níveis de escolaridade mais reduzidos. Estes resultados são consistentes com os apresentados por Haralambopoulos & Pizam (1996). Não obstante, os residentes com níveis de escolaridade mais elevados são mais propensos às alterações socioculturais que ocorrem no município, ao passo que os residentes com baixos níveis de habilitação consideram mais significativos os impactes negativos, pelo facto de se considerarem menos propensos a usufruir diretamente do turismo. Porém, os residentes com níveis de escolaridade mais baixos são os que acreditam mais que a sua qualidade de vida pode alterar-se significativamente. Embora esta última consideração não se encontre em linha com os resultados obtidos noutros estudos, pode-se aferir que os resultados obtidos são semelhantes aos do estudo de Kuvan & Akan (2005) e de

Almeida-García *et al.* (2016), quando estes consideraram que os inquiridos com menor nível de escolaridade têm atitudes mais críticas em relação ao turismo.

De um modo global, os residentes com empregos vinculados, direta ou indiretamente, ao turismo e com melhores níveis de educação têm atitudes mais favoráveis em relação aos impactes. Estas perceções sobre os impactes são consistentes com a sustentação teórica da “Teoria da Troca Social” (Perdue, Long & Allen, 1990; Ap, 1992 e Andereck *et al.*, 2005).

As diferenças encontradas por freguesia podem ser explicadas por nível de relevância da atividade turística, isto é, as freguesias onde se verifica uma perceção mais desfavorável dos impactes positivos e uma perceção mais negativa dos impactes reflete o menor nível de desenvolvimento da atividade turística. Não obstante, também pode resultar da existência de vários recursos pouco explorados em algumas das freguesias, tal como ficou patente através da observação participante e pela interpelação dos residentes. Neste contexto, se por um lado os investimentos feitos nas freguesias integradas no Vale do Terva, no âmbito do Parque Arqueológico do Vale do Terva, contribuem para que os residentes das freguesias de Ardãos e Bobadela e Sapiãos se revejam mais no desenvolvimento do turismo e valorizem os impactes positivos em detrimento dos negativos, os residentes de freguesias como Dornelas, estão menos favoráveis face aos impactes positivos e realçam os impactes negativos, pois consideram que apesar de deterem condições para se promover o desenvolvimento do turismo baseado nos seus recursos turísticos não têm sido colocados na agenda do município.

O período de residência em Boticas é relevante para a consideração dos impactes negativos sobre o ambiente. Os resultados demonstram, na realidade, que os indivíduos com maior número de anos de residência em Boticas tornam-se mais desfavoráveis face aos impactes negativos que podem derivar do turismo. Por seu turno, os indivíduos que residem há menos anos no município são os que apresentam perceções mais positivas. Estes resultados revelam consistência com várias investigações anteriores (Sheldon & Var, 1984; Lankford & Howard, 1994; Almeida-García *et al.*, 2016). As perceções mais negativas referidas pelos residentes que vivem há mais anos no município estão vinculadas à ligação que os mesmos têm com o lugar onde vivem e ao receio que têm das mudanças que podem ocorrer a médio prazo relacionadas com o turismo.

Com base na utilização da análise de *clusters* conseguiu identificar-se três grupos de residentes: os otimistas, os moderadamente otimistas e os indiferentes (Quadro LXVI). Apesar das circunstâncias de Boticas serem diferentes de outros âmbitos geográficos, a segmentação de residentes identificada é próxima dos relatos encontrados na literatura científica (*vide* Quadro XIII).

De facto, o segmento de residentes “otimistas” apresenta as posições mais favoráveis face aos impactes positivos do turismo, tendendo a minimizar os negativos. Uma das características que sobressai destes *clusters* é que os residentes que têm rendimentos mais elevados são aqueles que acreditam que esta atividade proporciona impactes económicos mais positivos, o que está em consonância com as conclusões retiradas noutros estudos (Quadro LXVI - *e.g.*, Sharma & Dyer, 2009; Vareiro, Remoaldo & Cadima Ribeiro, 2013).

Quadro LXVI. Segmentação da perceção dos residentes no município de Boticas

Localização do estudo de caso	Tamanho da Amostra	Metodologia	Segmentação (perceção dos residentes)		
			Perceções positivas		Perceções negativas
Boticas, Portugal	373 residentes	Aplicação de inquérito por questionário autoadministrado, com amostra estratificada.	Otimistas (47%)	Moderadamente otimistas (33%)	Indiferentes (20%)

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

6.4. Objetivo 3 - Identificar os recursos turísticos do município de Boticas

Face à situação exposta no capítulo 5, é fundamental que os atores com responsabilidade em turismo ou com interesse em potenciar a atividade tenham consciência de que as estratégias adotadas avulsas não têm potenciado o desenvolvimento sustentável deste território.

Da análise dos recursos endógenos, é possível constatar-se que o município dispõe de uma dotação singular de recursos patrimoniais, fruto dos investimentos múltiplos na tentativa de rentabilizar as potencialidades existentes. Não obstante, ainda que se tenha optado pela construção de equipamentos, como o Centro de Artes Nadir Afonso ou o CEDIEC, continuam a verificar-se problemas na potencialização dos recursos pré-existentes. O Quadro LXVII sintetiza alguns dos principais recursos turísticos, que se encontram explorados ou não explorados, que, segundo o entender da autarquia, das instituições e dos residentes, podem ser determinantes no sentido de deterem a capacidade de constituir alternativas estratégicas para a desobstrução da interioridade e para facilitar a irrigação turística, através de uma matriz de oferta estruturada.

Quadro LXVII. Principais recursos turísticos identificados, segundo o grau de exploração

Tangíveis (físicos)		Intangíveis	
Explorados	Não explorados	Explorados	Não explorados
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parque Arqueológico do Vale do Terva. ▪ Museu Rural de Boticas. ▪ Centro de Artes Nadir Afonso. ▪ Centro de Estudos de Documentação e Interpretação da Escultura Castreja. ▪ Parque da Natureza e Biodiversidade. ▪ Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Termas e Estalagem de Carvalhelhos. ▪ Castros. ▪ Moinhos. ▪ Fornos comunitários. ▪ Rede das tabernas. ▪ Rios existentes. ▪ Aldeias preservadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Origem e Pintura do Mestre Nadir Afonso. ▪ Feira Gastronómica do Porco. ▪ Vinhos (vinho dos 'mortos'). ▪ Festa de S. Sebastião. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Algumas festas e romarias. ▪ Costumes e tradições ancestrais (e.g., "chega de bois"). ▪ Gastronomia local.

Fonte: Elaboração própria, com base no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015 e no inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes de Boticas, entre janeiro e maio de 2016 e outros dados suplementares.

Apesar disso, a visão sobre os recursos turísticos existentes é diferenciada consoante a proveniência geográfica, o sexo e o grupo etário. De acordo com os resultados obtidos no inquérito por questionário aos residentes, verificou-se que os indivíduos de freguesias com maior procura por parte dos visitantes (tais como Beça ou Boticas e Granja) correspondiam àqueles onde os residentes atribuíram pontuações mais elevadas aos recursos turísticos, mas a

situação inversa também se verificou. Saliente-se, a este respeito, o caso de Dornelas, onde os residentes atribuíram *scores* mais baixos (tal-qualmente se tinha verificado na identificação dos impactes positivos), o que pode estar associado à relevância que este território já teve, por lhe ter sido atribuído durante o século XII a figura de Couto e, por se manterem alguns atrativos históricos de maior relevância (*e.g.*, livro de tombo em propriedade particular ou o antigo tribunal), cujo reconhecimento não se tem repercutido na capacitação turística deste território. Por outro lado, os indivíduos do sexo feminino atribuíram ponderações mais elevadas, o que se encontra dentro do expectável. Além disso, os indivíduos adultos foram os que atribuíram *scores* mais elevados a este respeito, o que parece valer-se da importância que uma estratégia de turismo pode ter para a criação de emprego e, em função disso, para a melhoria da sua qualidade de vida.

Contudo, ainda que existam várias dissemelhanças nas perceções sobre os recursos turísticos presentes, o caso de Boticas é muito semelhante ao que Correia & Brito (2011) apresentam para Montalegre, embora em Boticas ainda não se tenha conseguido subverter uma tendência recessiva. Para tal contribui o facto de o processo de desenvolvimento do município continuar a assentar em parques industriais frágeis, ao invés de se sustentar num processo de desenvolvimento baseado nos recursos endógenos. Ao contrário dos impactes visíveis da instalação de indústrias, este representa um processo mais lento, mas que respeita os costumes e tradições locais e fomenta a criação de sinergias em múltiplas áreas.

O Quadro LXVIII sintetiza uma visão de conjunto da relevância atribuída aos atributos turísticos pelos diferentes agentes territoriais. De facto, é na natureza e na paisagem, característica marcante deste território e que serve de *slogan* institucional ao município com “a sedução da montanha”, que se apresenta um dos principais atributos turísticos. A água, os montes e vales ou a neve são características únicas que valorizam este território. Mais precisamente, os montes do Barroso, os rios Beça, Terva e Tâmega, o ribeiro do Fontão, as áreas lavradas e as grandes áreas florestais são marcas proeminentes da paisagem natural de Boticas. Note-se, contudo, que o facto de Portugal Continental ter sido fustigado por grandes incêndios durante o verão de 2016, contribuiu para que se perdesse uma vasta área florestal do município (50% da área florestal do município foi fustigada pelas chamas). Apesar disso, a natureza e a diversidade faunística-florística encontram-se representadas no Boticas Parque - Natureza e Biodiversidade e continua a imperar a natureza numa parte substancial do território. Uma das medidas que urge tomar, e que as associações locais, designadamente a CELTIBERUS, já estão a providenciar, prende-se com a reflorestação das áreas ardidadas, o mais rapidamente possível, por modo a evitar as consequências gravosas que podem decorrer durante o inverno.

Não obstante, a gastronomia é também um dos atributos mais relevantes para a promoção turística. De facto, o município de Boticas tem a sua qualidade atestada quer a nível nacional (*vide* Quadro XVIII), quer internacional, sobressaindo a vitela barrosã, o cozido barrosão, os rojões e a truta do Beça. Paralelamente, o “Vinho dos Mortos”, os licores, o pão de centeio, o mel, as compotas, a batata, o fumeiro e as águas de Carvalhelhos são igualmente elementos típicos de eleição da gastronomia local. Por forma a potenciar a economia local e a oferta gastronómica,

o município de Boticas associou-se nos últimos anos a outros municípios do Alto Tâmega através da consagração da Rota das Tabernas. Apesar deste esforço, a rede de tabernas tem, no caso de Boticas, um funcionamento esporádico, atendendo a que as mesmas se encontram, grande parte do tempo, encerradas ou operam através de um serviço de marcação. Nesta esteira, é fundamental que se realize uma reavaliação desta rota, tornando-a mais funcional face à procura que possa advir por parte dos visitantes.

Além disso, é possível encontrar no município de Boticas uma diversidade de produtos culturais. Esta oferta encontra-se estruturada em equipamentos e infraestruturas locais, tais como: o Centro de Artes Nadir Afonso, o Museu Rural de Boticas, o Repositório do Vinho dos Mortos, a Biblioteca Municipal, o CEDIEC, o Centro Interpretativo do PAVT, o Ecomuseu do Barroso, o Pavilhão Multiusos e a Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte. Além destes, existem vários trilhos e rotas que potencialmente podem contribuir para a valorização patrimonial e cultural do município, designadamente a rede de castros e a rota dos moinhos. Ressalve-se que a cultura castreja, embora constitua um elemento proeminente do município de Boticas, a acessibilidade aos castros, a pé ou por veículo, é muito difícil. A título de exemplo, o castro da Gestosa, classificado como imóvel de interesse público (IIP) não é acessível, até porque apesar de existir sinalização que indique o caminho, o acesso ao mesmo está condicionado por uma barreira física, criada por privados (através de um portão).

Quadro LXVIII. Classificação global dos atributos turísticos

Atributos	Classificação global
Condições naturais e paisagem	●●●●●●●●●●
Gastronomia	●●●●●●●●●□□
Festas e eventos	●●●●●●●●□□□
Pintura e escultura	●●●●□□□□□□
Tradições ancestrais	●●●●●□□□□□
Produtos e artesanato locais	●●●●●□□□□□
Museus	●●●●●●●□□□□
Igrejas e capelas	●●●●●□□□□□
Arqueologia e história	●●●●□□□□□□
Caça e pesca	●●●□□□□□□□
Desporto	●●●□□□□□□□

Fonte: Elaboração própria, com base no *focus group*, realizado em 14 de setembro de 2015 e no inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

Ao nível cultural, é relevante mencionar as aldeias preservadas, nomeadamente as de Coimbró e Vilarinho Sêco, onde os usos e costumes locais perduram. Não menos importante, deve-se igualmente referir as festas que ocorrem neste município, tais como a Festa de S. Sebastião e a Festa da N^a. Sr^a. da Livração por serem igualmente motivos para a fruição do território.

A utilização e valorização dos recursos culturais pressupõe a aposta nas áreas de *marketing* e gestão e a constituição de uma oferta turística estruturada fundamentalmente baseada em percursos e itinerários. Aliás, esta valorização pressupõe o aproveitamento dos principais equipamentos existentes para entrada de visitantes (Turismo de Portugal, 2015b). De entre as possibilidades de desenvolvimento do turismo em Boticas, convém enquadrá-lo naquilo que são as possibilidades de desenvolvimento de Trás-os-Montes. De facto, neste território e considerando as possibilidades de desenvolvimento atuais, podem surgir algumas estratégias relacionadas com o produto-âncora *Touring Cultural* e Paisagístico, através da fruição contemplativa do património, do viver das tradições e dos costumes (Turismo do Porto e Norte de Portugal, 2015: 23). O desenvolvimento de um novo itinerário turístico em Boticas pode contribuir para a dotação de novas dinâmicas locais, considerando que *nas circunstâncias mais comuns, articula-se a história com arte, com as compras, com a gastronomia e com muitos outros elementos de atração* (Ferreira, 2005: 139).

Apesar disso, o subaproveitamento dos produtos locais, do artesanato e da gastronomia na promoção do turismo em Boticas está associado à inércia das entidades privadas e à ausência da capacidade dos órgãos públicos em contribuir para apoiar estas atividades.

Considerando a existência de vários recursos turísticos a menos de 30 minutos a pé, independentemente do grupo etário, no centro de Boticas (*vide* Figura 44), é possível ancorar-se, a curto prazo, uma visita aos recursos localizados nesta área (onde constam, o Centro de Artes Nadir Afonso, a Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte, o Ecomuseu do Barroso, a Igreja de S. Salvador de Eiró, o Repositório dos Vinhos dos Mortos, a Igreja da N.ª. Sr.ª. Da Livração, o Parque de Lazer da Ribeira de Fontão, o Moinho do Cubo e o Guerreiro Galaico). Um dos meios passíveis para criar a visita a estes equipamentos pode basear-se na atribuição de um passaporte de visita, onde além de constarem informações sobre os monumentos, restaurantes, alojamento e eventos, pode efetuar-se um carimbo dos locais de passagem do visitante. Todavia, tais estratégias de *marketing* e promoção do território têm que ser complementadas com outro tipo de iniciativas, decorrentes da criação de meios para que os locais de visita sejam igualmente espaços de experiência e cocriação turística (*e.g.*, ajudar a fazer e adquirir o pão feito nos fornos comunitários; apoiar na guarda aos rebanhos, desenvolver um processo de recriação do ciclo da lã).

Apesar destas iniciativas serem cruciais para o desenvolvimento de Boticas, a curto e médio prazo, existem outros instrumentos que podem alavancar a economia local, a longo termo, nos domínios:

(i) do património, onde podem constar várias estratégias, designadamente:

- A construção de uma carta de turismo, baseada nos estudos e na localização dos principais valores de património ambiental, arquitetónico, arqueológico e etnográfico, que foram apresentados anteriormente, assim como na sua sustentabilidade de promoção (associada quer ao nível de acessibilidade, quer ao potencial de valorização);

- A dinamização de eventos que potenciem a projeção de Boticas, em articulação com os valores patrimoniais (*e.g.*, feiras sustentadas nos produtos locais como o mel ou na recreação do período das II invasões francesas, considerando a relevância neste território);
- A reabilitação e requalificação física e funcional de alguns imóveis, considerando a salvaguarda de núcleos patrimoniais com interesse turístico;
- O incentivo à prática de desportos aquáticos (pesca desportiva), desportos terrestres (a par da organização de percursos já comumente realizados no território através da Associação CELTIBERUS, poder-se-ia optar pelo aluguer e venda de material para a prática de BTT ou *geocaching*).

(ii) da caça e recursos cinegéticos:

- O incentivo à reflorestação com espécies autóctones, onde tais condições sejam possíveis ou onde a estrutura fundiária o possibilite;
- O incentivo de práticas ligadas à ornitologia, através da observação de aves (apesar de existir já a prática de observação de rãs na Lagoa do Brejo, a diversidade de aves em Boticas pode contribuir para a sua valorização);
- A promoção de eventos relacionados com a caça e a pesca no rio Beça, Terva ou Tâmega.

(iii) do termalismo:

- A qualificação e valorização dos equipamentos existentes em Carvalhelhos, através da negociação com os proprietários da estalagem e termas;
- A reabilitação do espaço da área de Carvalhelhos, considerando a existência de diversos recursos turísticos na proximidade (Parque Aventura de Boticas, Castro de Carvalhelhos e Fonte dos Amores) e a colocação de nova sinalética;
- O cumprimento da qualificação e da valorização dos equipamentos existentes em Carvalhelhos podia posteriormente obter retorno económico, através da sua divulgação em unidades de saúde, a promoção de atividades comerciais, associadas à procura termal e a divulgação das propriedades terapêuticas junto da comunidade local.

(iv) dos produtos endógenos:

- O estímulo à abertura de postos de venda de produtos locais;
- A abertura de um concurso para a apresentação de ideias baseadas nos recursos autóctones para a conceção de uma receita de doce e prato típicos;

- O estímulo às unidades de restauração para fomentarem a confeção de pratos tradicionais e requalificarem o espaço para a valorização destes atributos, através da celebração de parcerias com os privados.

O aproveitamento dos recursos turísticos pode fazer-se através da concretização de medidas e ações estruturadas nos fundos estruturais, nomeadamente nos alocados no quadro do PRODER para o Alto Tâmega (*vide* Quadro XX).

6.5. Objetivo 4 - Identificar a imagem do destino

Neste *item* procura-se relacionar a perceção dos residentes, com a opinião dos atores regionais e locais e as fotografias capturadas, disponíveis através do *Panoramio*, sendo que a identificação da imagem se baseia na interligação destes três elementos.

Num primeiro momento, as nove hipóteses que foram formuladas e testadas no presente estudo sobre a perceção dos residentes encontram-se descritas no Quadro LXX e são discutidos de seguida. De facto, três das nove hipóteses lançadas não foram confirmadas.

Quadro LXIX. Hipóteses testadas e respetivos resultados

H	Hipótese	β (t-value)	Resultado
H1a	A imagem global do destino turístico tem um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre o destino turístico percecionados.	0,443 (5,042)	
H1b	A imagem global do destino turístico tem um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre a qualidade de vida percecionados.	0,450 (4,021)	
H1c	A imagem global do destino turístico tem um efeito significativo sobre os impactes negativos percecionados.	-0,191 (-1,447)	
H2a	Os benefícios pessoais dos residentes têm um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre o destino turístico percecionados.	0,384 (3,955)	
H2b	Os benefícios pessoais dos residentes têm um efeito positivo significativo sobre os impactes positivos sobre a qualidade de vida percecionados.	0,549 (4,116)	
H2c	Os benefícios pessoais dos residentes têm um efeito positivo significativo sobre os impactes negativos percecionados.	0,538 (3,837)	
H3a	Os impactes positivos sobre o destino turístico percecionados têm um efeito positivo no apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo.	0,465 (9,404)	
H3b	Os impactes positivos sobre a qualidade de vida percecionados têm um efeito positivo no apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo.	-0,012 (-,321)	
H3c	Os impactes negativos percecionados têm um efeito positivo no apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo.	-0,030 (-,983)	

Fonte: Inquérito por questionário autoadministrado realizado aos residentes de Boticas, entre janeiro e maio de 2016.

A primeira hipótese deste estudo examinou o efeito potencial da imagem global da residência sobre as perceções dos impactes do turismo. Ainda que vários estudos anteriores (*e.g.*, Vargas-Sánchez *et al.*, 2009; Nunkoo & Ramkinsoon, 2010) tenham realizado a análise da satisfação dos residentes sobre a perceção dos impactes, a utilização desta construção não permitiu capturar todos os elementos existentes na imagem do território, negligenciando, a título de exemplo, elementos como a paisagem ou arquitetura que têm vindo a ser objeto de estudo em várias investigações sobre a imagem do destino. Do mesmo modo, a medição da imagem do destino tem olvidado aspetos relacionados com o quotidiano dos residentes, designadamente os serviços locais ou a

provisão de infraestruturas locais de apoio. No presente estudo, a construção relativa à imagem é mais abrangente. Do mesmo modo, através da análise fatorial corroborou-se a ideia de que a imagem global do destino é uma construção multidimensional que compreende vários aspetos como a aparência, os equipamentos e infraestruturas de apoio e o ambiente e segurança. Estas dimensões são similares às encontradas noutros estudos (*e.g.*, Chen & Tsai, 2007; Styliadis *et al.*, 2014). A análise confirmatória do modelo relevou que a imagem global do destino tinha um valor de AVE relativamente baixo, facto que pode ser explicado pelos *ítems* em análise terem uma componente essencialmente vinculada à perceção cognitiva, sendo que os fatores pessoais e de estímulo não se conseguem avaliar com base nestes pressupostos (*vide* Figura 19).

De qualquer modo, a noção de que a componente afetiva deve ser separada da componente cognitiva para entender melhor como as pessoas avaliam a ambiência local tem sido apoiada por uma série de estudiosos de diversas disciplinas (*e.g.*, Gartner 1993; Baloglu & McCleary, 1999; Styliadis *et al.*, 2014; Styliadis, 2016). Ainda assim, uma visão atenta sobre a revisão da literatura revela que algumas investigações, como a de Chen & Kerstetter (1999), medem, além da dimensão cognitiva, a componente afetiva da imagem. Contudo, neste estudo não se incluiu a componente afetiva da imagem.

Na verdade, a imagem positiva dos residentes do município teve um efeito positivo direto sobre a perceção dos impactes positivos, denotando que os residentes que compartilham uma imagem favorável de Boticas atribuíram pontuações significativas aos impactes positivos, estando na expectativa de o desenvolvimento do turismo poder contribuir para a melhoria dos seus padrões de vida. Não obstante, não se verificou relação entre a imagem global do destino e a formulação dos impactes negativos resultantes da atividade turística. Desta forma, os resultados apurados indiciam que há uma proporção de residentes que esperam que o turismo possa contribuir para melhorar vários aspetos de Boticas, designadamente o provisionamento de infraestruturas e equipamentos de lazer. O relacionamento entre a imagem global do destino e a perceção dos impactes do turismo em Boticas pode ainda ser entendida em concordância com a forma como os residentes percebem o lugar de residência. Este município encontra-se numa fase inicial de desenvolvimento do turismo e tal facto determina a forma como os residentes se pronunciam relativamente a questões de cenário, arquitetura e locais históricos. Neste sentido, salienta-se a perspetiva de que este território tem potencial para tornar-se um destino turístico de sucesso. A maioria dos residentes apoiam o desenvolvimento do turismo e estão dispostos a recomendar Boticas como um destino turístico para outros indivíduos. É de realçar as posições negativas relacionados com a vida quotidiana, designadamente as autoridades locais, as infraestruturas e os sistemas de transporte. Do mesmo modo, os residentes concordam que o seu município é habitado por pessoas acolhedoras, o que é uma condição fundamental para que o desenvolvimento da atividade turística seja bem-sucedida.

Os estudos de Vargas-Sánchez *et al.* (2009) e Nunkoo & Ramkissoon (2010) inferiram que o grau de satisfação da comunidade determina a forma como são percecionados os impactes positivos e negativos do desenvolvimento do turismo. Não obstante, em concordância com estes estudos, os residentes em Boticas com opiniões mais

favoráveis avaliaram mais positivamente os impactos do turismo. Estas conclusões encontram-se em consonância com as de Nunco & Ramkissoon (2010), o que nos permite corroborar a ideia que a perspectiva dos residentes tem implicações políticas relevantes para o desenvolvimento turístico. Só assim será possível usar-se o turismo como ferramenta para o desenvolvimento e não como um simples objeto. Aliás, o facto de se ter questionado os residentes à luz do que são as características do município, determina que os mesmos respondam ao desenvolvimento do turismo em função do contexto em que habitam e, conseqüentemente, o planeamento e a gestão desta atividade devem refletir as suas considerações. Note-se, a este respeito, que algumas comunidades têm a necessidade de aumentar os postos de trabalho, ao passo que outras procuram melhorar as infraestruturas de lazer e recreio ou os equipamentos. Como tal, tendo em conta os elementos da imagem de residência, o turismo pode ser melhor adaptado ao planeamento territorial, a fim de satisfazer as necessidades da população hospedeira e não ser rigorosamente orientado para as necessidades da indústria turística. No caso em concreto, as percepções dos residentes indicam que o planeamento e desenvolvimento do turismo necessita de privilegiar a melhoria dos serviços e transportes públicos e das infraestruturas rodoviárias. Isto irá melhorar a imagem global que os residentes têm sobre os impactos positivos do turismo, contribuindo para o apoio do seu desenvolvimento. Como estudos anteriores sugerem (*e.g.*, Ap, 1992; Simmons, 1994; Andereck & Vogt, 2000), o apoio dos residentes para o turismo é vital para a indústria prosperar a médio e longo prazo.

Os benefícios pessoais potenciais dos residentes decorrentes do desenvolvimento desta atividade denunciaram uma relação positiva com as percepções dos impactos. Estes resultados estão de acordo com a “Teoria da Troca Social” (Pizam, 1978; Perdue, Long & Allen, 1990; Madrigal, 1995), na qual se infere que os residentes que recebem ou esperam benefícios do turismo são mais propensos a perceber os impactos de forma mais positiva do que aqueles que não recebem quaisquer benefícios. Concomitantemente, o benefício económico dos residentes teve um efeito indireto positivo no seu apoio à continuação do desenvolvimento do turismo, uma relação que demonstra que os residentes com benefícios económicos do turismo estão mais dispostos a apoiar o desenvolvimento da indústria, porque eles têm um forte interesse de natureza económica. Neste estudo, em particular, os benefícios económicos dos residentes têm efeitos diretos sobre os impactos sobre a qualidade de vida ($\beta_t=0,55$) e sobre os impactos negativos ($\beta_t=0,54$), ao passo que é mais reduzido relativamente aos impactos positivos sobre o destino turístico ($\beta_t=0,38$). Estes resultados sugerem que os benefícios económicos dos residentes exercem um efeito mais forte e positivo sobre a percepção dos impactos económicos, favoráveis ou desfavoráveis, ao invés de se correlacionarem diretamente com os impactos sobre o destino turístico. O estudo efetuado por Vargas-Sánchez *et al.* (2009) permitiu correlacionar os benefícios pessoais dos residentes com a percepção dos impactos positivos ($\beta_t=0,69$) e um efeito fraco e insignificante sobre a percepção dos impactos negativos ($\beta_t=-0,13$). Apesar dos impactos positivos do turismo estarem mais relacionados com os benefícios pessoais do que os impactos negativos (Perdue *et al.*, 1990), neste estudo tal não se verificou. O facto de os residentes considerarem os impactos negativos de forma significativa pode dever-se às reticências que os mesmos têm sobre o seu desenvolvimento. Uma explicação defensável para o facto destes relevarem um interesse maior

pelos impactes sobre a qualidade de vida tem, obviamente, que ver com os efeitos diretos sobre o indivíduo, ao passo que os impactes sobre o destino turístico normalmente não afetam os residentes diretamente, mas têm um efeito sobre a comunidade em geral, pelo que poderiam não ter assumido uma relevância tão significativa. Apesar de normalmente a perceção dos impactes económicos, socioculturais e ambientais do turismo determinar o apoio ao desenvolvimento do turismo, tal como mostram vários estudos (*e.g.*, Jurovski, Uysal & Williams, 1997; Yoon *et al.*, 2001), na presente investigação não se chegou às mesmas conclusões. No presente estudo de caso, apenas se concluiu que os impactes positivos sobre o destino determinam o apoio ao desenvolvimento turístico. Merece especial atenção o facto de não ser determinante a relação entre os impactes positivos sobre a qualidade de vida e o apoio ao desenvolvimento turístico, o que é justificável pelo facto de os residentes apoiarem o turismo independentemente de puderem advir impactes positivos sobre a qualidade de vida. De qualquer forma, apesar de haver esta relação clara entre a imagem do destino, os impactes resultantes do turismo e os benefícios diretos, existem outros factos que contribuem para a formação da imagem de Boticas.

Tal como ficou patente durante a realização do estudo, Boticas é um destino turístico com procura sazonal, nomeadamente durante o período estival (Figura 77), facto consubstanciado através da interseção do número de visitantes registados na Loja Interativa do Turismo do Porto e Norte e o número de fotografias disponibilizadas no *Panoramio*. De qualquer modo, é relevante mencionar que algumas das casas de turismo rural do município albergam um número de turistas mais elevado durante o período de inverno, tal como ficou patente a partir da observação direta e na interlocução com estes agentes locais.

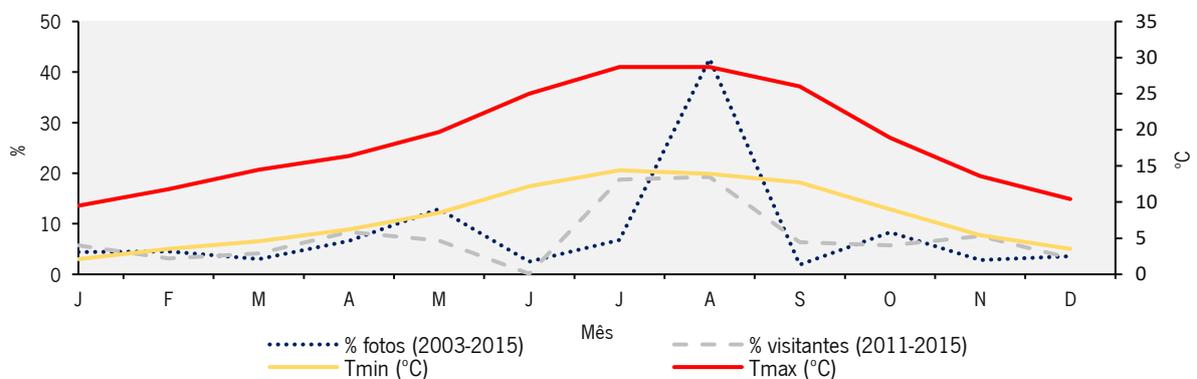
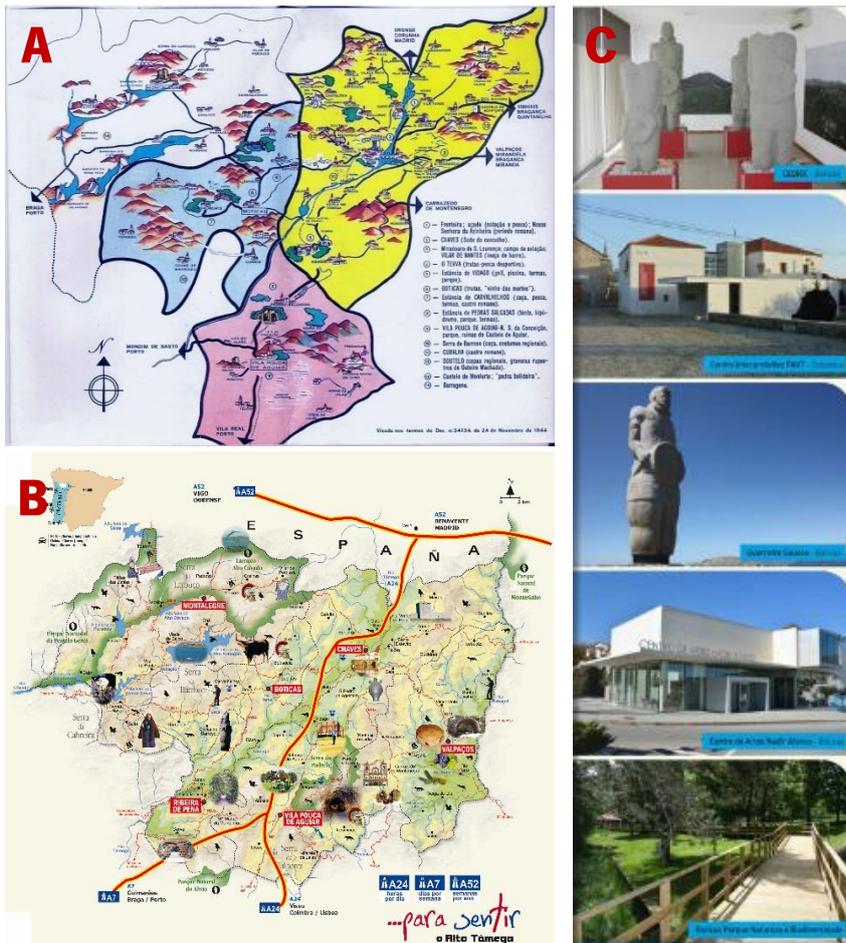


Figura 77. Fotografias registadas no *Panoramio* (entre 2003 e 2015) e visitantes (entre 2011-2015) em confrontação com a temperatura mínima e máxima registada na normal climatológica para o período entre 1971-2000 em Vila Real
 Fonte: Elaboração própria, com base nas fotografias do *Panoramio* para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015, em dados da Loja Interativa do Turismo e <http://www.ipma.pt/pt/oclima/normais.clima/1981-2010/023/>.

Ainda assim, os diversos *stakeholders* afirmam que Boticas tem uma paisagem atraente, existem locais históricos relevantes e é um lugar seguro para se viver (Quadro LVIII). Estas características podem contribuir para a determinação dos atributos que podem ser utilizados, a médio longo prazo, para a definição de uma estratégia de divulgação e promoção turística.

Os meios de comunicação utilizados para a divulgação da imagem de Boticas têm, até ao momento, baseado-se em recursos específicos existentes no território (Figura 78).



(A) Mapa promocional de 1944, segundo o Dec. N.º. 34134. Em Boticas, realçava-se o Terva (trutas e pesca desportiva), Boticas (Terva e vinho dos mortos), a Estância de Carvalhelhos (caça, pesca, termas e castro romano) e a Serra de Barroso (caça e costumes regionais).

(B) Mapa turístico da Comunidade Intermunicipal do Alto Tâmega (CIMAT) – elementos-chave: vestígios romanos; carne barrosã; guerreiro galaico, pesca no Beça e costumes (capa de burel).

(C) Conjunto de recursos identificados pela CIMAT – CEDIEC, Guerreiro Galaico, Centro de Artes Nadir Afonso e Boticas Parque Natureza e Biodiversidade.

(D) Mapa do Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R. Elementos turísticos presentes em Boticas: monumentos históricos, termas, aldeias do Norte de Portugal e minas e geologia.

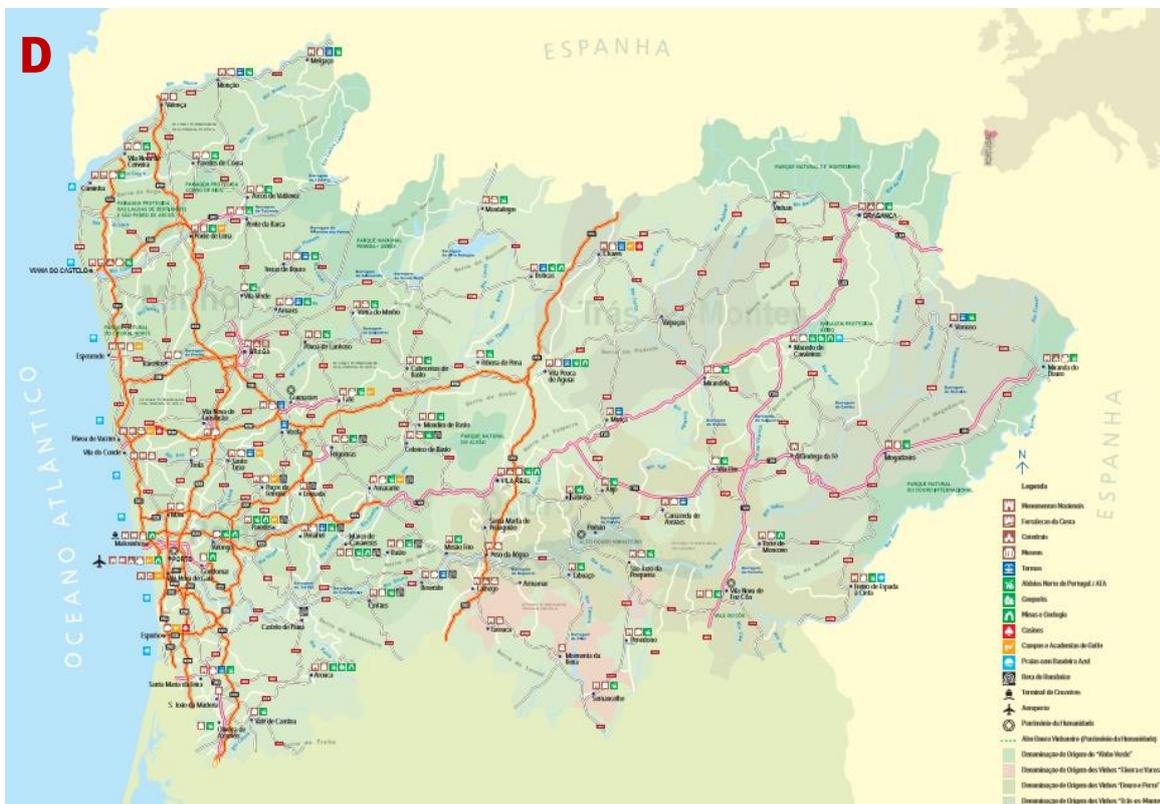


Figura 78. Flyers promocionais de Boticas e a sua integração na NUTS III do Alto Tâmega e NUTS II do Norte. Nota: A descrição dos mapas encontra-se no lado direito da figura.

Fonte: (A) <http://vidagoimagens.blogspot.pt/2012/04/desdobravel-regiao-de-turismo-de-chaves.html>. (B) <http://cimat.pt/wp-content/uploads/2015/02/mapa.jpg>. (C) CIMAT (2015). (D) Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R. (2015).

Os resultados obtidos são similares aos de Styliadis (2016), cujo grau de maturidade do destino é idêntico. Tal como ficou patente, há uma evolução ao longo dos tempos da imagem transmitida de Boticas, resultando das alterações constantes nos folhetos promocionais. Entre 1944 (Figura 78 – A) e 2015 (Figura 78 – B, C e D), a imagem de Boticas transmitida alterou-se significativamente, acompanhando as próprias tendências do mercado turístico. Estas mutações ocorridas ao longo do tempo ainda não possibilitaram a criação de uma imagem de marca deste município, o que contribui para que não haja um evento ou um local que se coligue inequivocamente a este território.

A relação entre as fotografias capturadas e a promoção veiculada pelos instrumentos de comunicação nem sempre apresenta uma relação direta. De facto, apesar do Centro de Artes Nadir Afonso ou o Boticas Parque Natureza e Biodiversidade apresentarem um número significativo de fotografias e serem recursos turísticos-chave para a promoção do território, há outros recursos que o município apresenta que estão subaproveitados em termos de divulgação (*vide* Figura 70 e Figura 71).

Quando se relaciona o número de fotografias com os recursos turísticos identificados no território (Figura 79), comprova-se que há, sobretudo, aldeias, onde se continuam a preservar alguns dos costumes tradicionais, designadamente em Vilarinho Sêco e Coimbró, que são procuradas pelos visitantes. Apesar de tais considerações serem igualmente tecidas pelos residentes, quando identificam os principais atributos turísticos valorizados ou com potencial de valorização elevado (*vide* Figura 59 e Figura 61), as mesmas continuam a não ser equacionais na estratégia de divulgação turística (*vide* Figura 78).

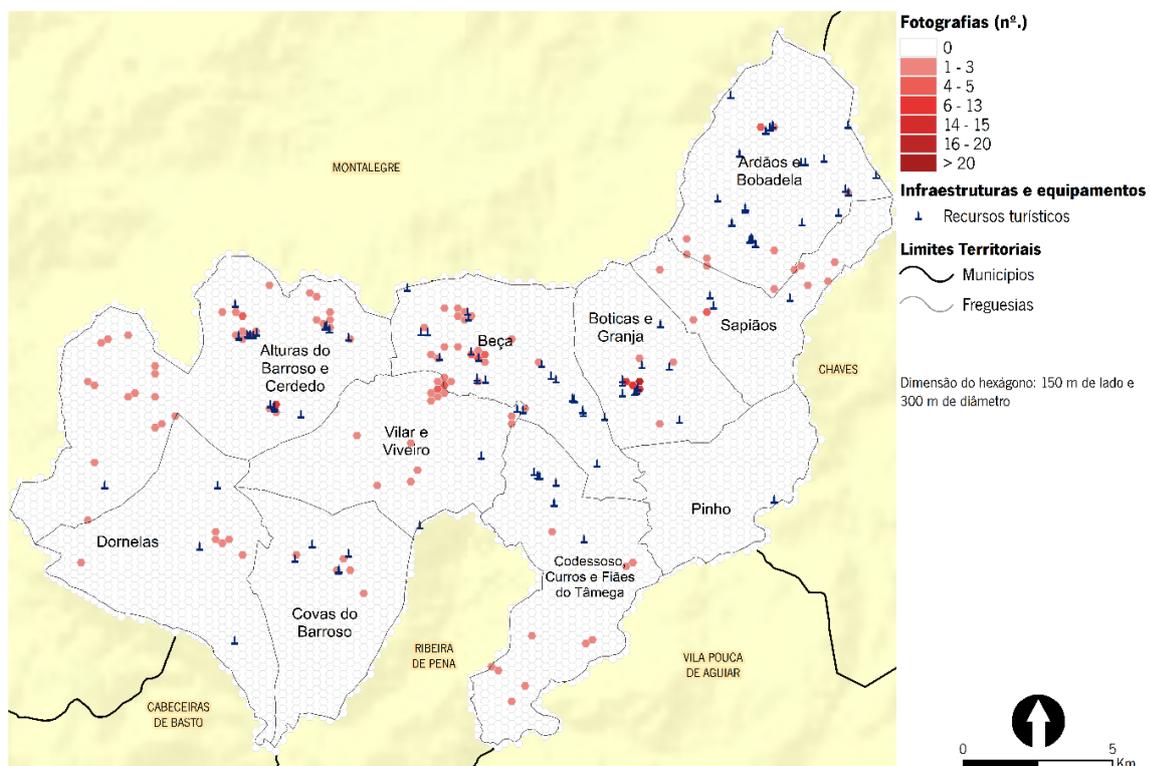


Figura 79. Relação entre o número de fotografias e os recursos turísticos identificados em Boticas

Fonte: Fotografias do *Panorama*, recolhidas para o período entre janeiro de 2003 e março de 2015 e nos recursos turísticos levantados em <http://patrimonio.cm-boticas.pt> e *in loco*.

Os resultados evidenciam igualmente que os visitantes e residentes fotografaram mais vezes elementos patrimoniais e naturais. Note-se, todavia, que esta diferença foi mais significativa no caso dos residentes. Ainda assim, é importante mencionar que estas evidências apresentam um grau de similaridade elevado com os resultados obtidos por Donaire, Camprubí & Galí (2014). No que a esta matéria diz respeito, os resultados expõem que a imagem percebida de Boticas está muito vinculada ao património edificado, mais do que à natureza, embora as diferenças não sejam tão significativas, quando comparadas com as categorias de serviços turísticos e da etnografia, que desempenham um papel mais subalterno. Esta é uma descoberta surpreendente, atendendo a que se é verdade que este município apresenta um património edificado único (nomeadamente, igrejas ou museus), também se verificam algumas atrocidades cometidas durante processos de recuperação patrimonial com alterações profundas às estruturas de igrejas ou capelas. Por seu lado, a relevância da natureza, sobretudo por parte dos visitantes, é coadunante com a leitura efetuada por parte dos diversos *stakeholders*, considerando a magnificência do ecossistema natural (das montanhas e vales) deste território.

Um outro elemento de análise que permite inferir a imagem dos visitantes está associado ao grau de presença humana em fotografias. Se por um lado, em alguns destinos europeus as fotografias capturadas do património não têm indivíduos presentes, noutros aparecem mais frequentemente, nomeadamente em destinos exóticos ou aloçêtricos, ao passo que as fotografias com a presença de visitantes ocorrem comumente em destinos onde existe um grau de interação entre a comunidade de receção e os visitantes (Donaire, Camprubí & Galí, 2014).

Uma análise cuidada às fotografias permitiu inferir que as capturadas em território botiquense são, em grande parte, livres da presença de indivíduos, independentemente de serem residentes ou visitantes. Tal situação não é incomum, como ficou patente nas investigações efetuadas em Girona (Galí, 2005; Galí & Donaire, 2005) ou em Vale de Boí (Donaire, Camprubí & Galí, 2014). Uma das razões que pode sustentar a inexistência de indivíduos nas fotografias prende-se com o ideal de consumo individual dos lugares, o que se sustenta na afirmação de que a presença humana poderia representar um tipo qualquer de alteração da realidade (Urry, 1990).

Não obstante, o tipo de turista que visita um destino como Boticas procura, na maioria dos casos, eliminar qualquer vestígio da humanidade da captura do elemento ou paisagem (nomeadamente, as igrejas vazias ou o esplendor da paisagem), por forma a mostrar a imagem idílica que têm destes espaços. Estas fotografias têm também normalmente um menor enfoque, onde os elementos no contexto (56,9%) são os mais fotografados, razão que se pode dever à procura de enquadramento mais alargado do que estão a visitar, por forma a facilitar o seu reconhecimento posterior.

Aliás, o comportamento dos visitantes pode ser enquadrado em conformidade com as fotografias capturadas, no sentido em que o período de permanência no município é muito reduzido (a maioria das fotografias com autor visitante ocorre, entre as 10h e as 16h), o que poderá denotar: *(i)* a ausência de equipamentos turísticos abertos por um período horário mais lato; *(ii)* a ausência de uma oferta de outras atividades para se manterem no município; *(iii)* a ausência de serviços de restauração abertos em horários mais tardios durante o período semanal;

e/iv) a inoperância da oferta hoteleira, ainda que suficiente em termos de número de camas, em verter a sua capacidade em número de dormidas.

Considerando estes elementos, faria sentido encetar alguns esforços no sentido de contrariar esta tendência, além de se criar uma imagem precisa deste território, sobre a forma de produtos turísticos, assentes, por exemplo, na natureza e saúde e bem-estar, pois além de contribuírem para fomentar o número de visitantes com interesse nestes nichos de turismo, pode anuir a manutenção de práticas de turismo sustentável.

6.6. Síntese

A discussão anterior, que interrelaciona a componente empírica e prática demonstra que o turismo rural em Portugal, e em particular, em territórios do interior, como o de Boticas, tem ainda uma importância muito modesta na economia local. Parte destas fragilidades deve-se à natureza que caracteriza o desenvolvimento das áreas rurais, que ainda resulta em atividades bastante desarticuladas de contextos sociais e económicos mais alargados.

A avaliação das perceções dos residentes sobre os impactes do turismo permite inferir que, de um modo global, estes consideram que a atividade turística apresenta mais impactes positivos do que negativos, designadamente no que respeita aos domínios económicos e culturais. Ressalve-se, contudo, que os residentes percecionaram alguns impactes negativos do turismo, no que concerne à dimensão social e à ambiental. De facto, pode-se afirmar que se as populações locais encaram o turismo como um instrumento para o desenvolvimento, devem estar simultaneamente conscientes que é fulcral a preservação da herança cultural e ambiental da sua área de residência, atendendo a que esta conservação desempenha um papel importante na atração de visitantes. Porém, o facto de os residentes estarem de acordo que é fundamental o desenvolvimento desta atividade, tendem a manifestar uma aceitação silenciosa desta atividade.

De qualquer forma, o território em análise quando comparado com outros territórios concorrentes apresenta uma diversidade de recursos que se encontram subaproveitados. A este respeito, pode referir-se a diversidade de equipamentos que se encontra no centro do município, que são facilmente acessíveis, mas que não têm tido a capacidade de verter a qualidade das suas instalações em número de visitas. A par disso, a comparação entre as fotografias tiradas por visitantes e os recursos identificados no município permite vislumbrar algum património com um potencial de exploração elevado. Tal como ficou patente durante a discussão dos resultados, as evidências empíricas apresentadas detêm semelhanças significativas com outros estudos efetuados quer a nível nacional, quer internacional.

Finalmente, se se considerar a integração destas diversas perspetivas no desenho de uma estratégia para Boticas, a curto e médio prazo, será possível oferecer ao turista uma experiência integrada e de qualidade. Estas aspirações devem sempre envolver a opinião da comunidade local, considerando que os seus *espaços de vida* são, indubitavelmente, aqueles que beneficiam com o desenvolvimento das atividades turísticas.



Fotografia tirada pelo autor, em 20.04.2016.

Conclusões

Contexto geral

A (re)valorização dos espaços rurais periféricos é uma das premissas basilares para o desenvolvimento integrado que se exige neste milénio. A estes espaços associa-se a base modelar de produção agrícola, a par de uma trajetória de recessão demográfica e económica, que fazem antever uma situação gravosa para os mesmos. Apesar de os espaços rurais apresentarem algumas similaridades, são também lugares que apresentam características distintivas. Nas últimas décadas, este cenário passou a ser real, visto as políticas europeias terem passado a traduzir um modelo de desenvolvimento pós-produtivista assente nas sociedades rurais e na estruturação da sua paisagem, através da valorização das componentes ambiental, económica, cultural e patrimonial destes territórios.

Por forma a tributar-se para este fim e ciente da complexidade do fenómeno, propôs-se, na presente investigação, considerar o turismo como uma oportunidade para alavancar o desenvolvimento de áreas rurais, suportando-se nas proposições empíricas, sempre fundamentadas pela teoria e nas políticas de desenvolvimento territorial para as áreas rurais. A presente investigação, tal como definida na parte inicial, teve um carácter marcadamente empírico, onde se procurou interligar o pragmatismo das fontes primárias às abordagens teóricas das fontes secundárias.

Com base nos pressupostos enunciados, este capítulo final procura responder às questões lançadas inicialmente neste projeto de investigação e compreender quais as oportunidades que decorrem deste estudo para futuras investigações, bem como quais as implicações em termos de gestão do território.

Desta forma, este capítulo encontra-se estruturado em vários *subitens*. O ponto 1 destina-se à apresentação das principais conclusões que resultam da possibilidade de se definir uma estratégia turística para o município de Boticas, baseada na identificação e diagnóstico de recursos, produtos e imagem do destino realizados nesta dissertação. De seguida, o ponto 2 destina-se a identificar as principais limitações decorrentes deste estudo. Por último, o ponto 3 tem em vista indicar as direções futuras, que podem contribuir para o desenvolvimento de uma estratégia de turismo em Boticas e, por fim, o ponto 4 visa nomear algumas das implicações que são decorrentes deste estudo para a gestão do território.

Conclusões em prol da construção de um destino turístico sustentável em Boticas

Potenciar o desenvolvimento de Boticas através da atividade turística constituiu um princípio basilar que esteve subjacente a esta investigação, desde o momento em que a mesma se iniciou. De facto, a localização geográfica de Boticas no interior norte de Portugal, a reduzida massa crítica, as baixas habilitações literárias, a elevada taxa de analfabetismo ou as atividades económicas com suporte nas deslocações extrarregionais concorreram como os principais obstáculos que nortearam esta pesquisa, considerando que, a par disso, a tendência futura é para que o município venha ainda a ser mais *marginalizado* face às dinâmicas transformadoras aceleradas que ocorrem em Portugal. Todavia, a riqueza em recursos naturais e paisagísticos, em património edificado, em tradições e

produtos locais pode constituir uma alavanca relevante para a conceção de uma imagem de marca forte, no caso de virem a ser explorados convenientemente.

Contudo, as políticas de desenvolvimento em turismo, quando existentes, têm sido essencialmente descoordenadas e elaboradas sem recurso à opinião dos *stakeholders*. A integração dos atores locais tem sido de tal forma rara, que a par da desvitalização demográfica, tem sido diminuída a capacidade de empreender e de estabelecer iniciativas locais. Além disso, a ausência de um guia turístico ou de um departamento na estrutura governativa local faz, desde logo, antever a situação marginal que esta atividade deteve até aos últimos anos.

O município está dotado de boas infraestruturas viárias de ligação ao noroeste português, o que determina uma duração média da viagem do Aeroporto Francisco Sá Carneiro ao centro de Boticas de 1 hora e 31 minutos, através da utilização do veículo automóvel, permitindo vislumbrar possibilidades de desenvolvimento turístico elevado. Além disso, a aposta na construção de equipamentos turísticos para aumentar a capacidade de alojamento, designadamente através do *Boticas Hotel Art & SPA* (embora desenquadrado da magnificência da paisagem deste município), são exemplos incontornáveis de que a Câmara Municipal e os agentes locais e regionais estão a procurar ancorar o seu desenvolvimento territorial na promoção turística. Do exposto, considera-se o turismo como uma atividade essencial para a promoção deste território periférico, contribuindo para a difusão dos recursos naturais, ambientais e culturais, integrados em estratégias definidas à escala supramunicipal.

A análise de conteúdo dos *focus group* permitiu concluir que o município de Boticas tem potencial turístico e que devem ser desenvolvidas estratégias, que integrem os segmentos especialmente ligados à natureza, à cultura e à saúde e bem-estar. Claro que, devido ao tipo de recursos, à localização geográfica do município e à própria ideia de sustentabilidade que se pretende informar na estratégia a ser implementada, não se pode equiparar esse tipo de produtos com outros orientados para o turismo de massas. Por seu turno, os residentes corroboram o desenvolvimento do turismo como uma oportunidade para revitalizar a economia do município de Boticas, embora apresentem dúvidas se eles próprios podem beneficiar pessoalmente com isso. Considerando que o município ainda não é em si um destino turístico, estes resultados devem ser considerados com cuidado, no sentido de que eles podem estar ligados a fortes expectativas sobre o potencial económico do desenvolvimento desta atividade (Brida, Osti & Faccioli, 2011). No que respeita às estratégias locais, os resultados obtidos evidenciaram a necessidade de lidar com as preocupações manifestadas em termos de preservação de valores, usos e costumes ou com o aumento de preços dos bens, serviços e propriedades. Ainda nesta matéria, é importante ter em mente a importância concedida pelos residentes às questões religiosas e tradicionais e aos eventos culturais.

Em termos de imagem global, os residentes foram claros na relevância que deram aos recursos turísticos que dotam o território, aos serviços públicos prestados e demonstraram o apoio ao desenvolvimento do turismo. Com relação aos impactes gerados pelo turismo nas dimensões sociais, económicas e ambientais, os residentes têm claramente valorizado as oportunidades que podem ser geradas por esta indústria no seu território, mas são perentórios na demonstração de que o turismo deve ser baseado na sustentabilidade ambiental.

Este quadro geral demonstra que os residentes de Boticas associam o seu município à paisagem natural, à existência de locais históricos (alguns dos quais remontam ao período céltico) e à segurança que oferece aos residentes e visitantes. Além disso, a partir dos resultados do inquérito, certos ativos turísticos têm o potencial de ser mais explorados, como o caso dos pratos gastronómicos, dos eventos e festas e, claro, dos produtos locais (água, truta, “vinho dos mortos”, pão), incluindo o artesanato também.

Estes resultados estão de acordo com outros estudos aplicados noutros territórios. As perceções sobre a imagem do território são geralmente positivas (*e.g.*, Stylidis *et al.*, 2014; Stylidis, 2016), especialmente no que diz respeito aos impactes do desenvolvimento do turismo. Assim, o turismo é visto como uma oportunidade para ajudar a criar empregos e aumentar a receita gerada por empresas locais (*e.g.*, Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Kim, Uysal & Sirgy, 2013).

Parte destes resultados, devem ser vistos em relação com o nível atual de desenvolvimento. Na verdade, o apoio à indústria turística local e a consideração dos impactes positivos alcançados são sustentados pelo facto dos residentes revelarem um estado de alguma “euforia” (Butler, 1980; Perdue, Long & Allen, 1990).

A comparação entre os resultados obtidos nos *focus group* e o inquérito autoadministrado à população residente demonstra que há algumas semelhanças entre as considerações dos representantes de instituições locais e as perceções dos residentes. Ambos têm em comum a consciência da existência de algumas oportunidades, visíveis na presença de recursos históricos, gastronómicos e festivais, capazes de agregar valor à promoção turística. Da mesma forma, ambos atentam que a existência de inúmeros equipamentos turísticos pode contribuir para a consolidação da estratégia de turismo. No entanto, os resultados, de natureza qualitativa e quantitativa, revelam que estes não mantêm a mesma ideia sobre a dimensão da acessibilidade no município, nomeadamente nas áreas do aprovisionamento de transportes e dos serviços públicos (*e.g.*, escolas e serviços de saúde).

Aliás, uma das dimensões que ficou patente através dos vários métodos utilizados durante a realização da presente investigação prende-se com a ausência de coordenação, interna e externa, dos diversos atores da indústria turística e a carência de uma associação que reúna os eventos e promoção do turismo ao nível do planeamento do Barroso e do Alto Tâmega. Isto questiona a viabilidade de se promover eficazmente o território, os seus recursos e a imagem do destino, atendendo a que parte da identidade de Boticas é partilhada por outros territórios da região. Naturalmente, um projeto de desenvolvimento do turismo que vise contribuir para a sustentabilidade dos recursos e para a preservação ambiental tem que integrar a história, a cultura e a natureza de Boticas e, num âmbito mais alargado, da sub-região do Barroso.

A proposta de um planeamento estratégico para o município de Boticas constitui-se como uma necessidade premente, pelo facto de poder contribuir para o combate à “conformidade” e “fatalismo” que caracterizam estes territórios. Com base nos discursos dos intervenientes locais e da cooperação interinstitucional é possível que se estabeleçam debates para a negociação e concertação que envolvam os diversos atores regionais, que tenham de

alguma forma participação em matéria de atividade turística, e os atores locais, cuja concatenação se relaciona com a Câmara Municipal, que estabelece a coordenação dos mesmos.

Com o intuito de se cimentar os argumentos locativos inerentes à estratégia turística, referidos durante a presente dissertação, é essencial dotar o território de maior visibilidade externa (e em algumas das situações, interna) para a potencialização dos seus recursos endógenos, contribuindo para a potencialização e fidelização de novos públicos.

Este processo pugna por um desenvolvimento que se pretende sustentável e cuja transversalidade ocorra relativamente a todas atividades económicas existentes no território. Os eixos de atuação estratégica definidos em concomitância com os diferentes segmentos turísticos identificados concorrem complementarmente para o desenvolvimento de Boticas, embora atuem sobre potencialidades distintas. Relativiza-se o estabelecimento destas estratégias, pelo facto de por si só, não permitirem a atração de turistas, o que apenas acontecerá com um quadro económico, político e ambiental sustentável.

O predicado que está inerente ao processo de planeamento turístico é o que prima por um processo sustentado a estabelecer para o futuro, que pode não ser visível no imediato, mas que através de processos de gestão e monitorização seja possível de alcançar a médio prazo, ajudando, desta forma, este município “resiliente” a suportar o desenvolvimento da política de atuação futura, sem que se rompa com a sua história, a cultura e os costumes. Assim, em Boticas é fundamental que se adotem estratégias que valorizem o potencial endógeno, através da integração de todos os agentes, quer públicos, quer privados, através de ações, onde a utilização dos recursos se encontre bem definida, e onde, conseqüentemente, seja possível promover-se uma imagem de Boticas como um destino turístico coeso e estruturado.

Principais limitações da investigação

Como noutras investigações, a presente dissertação apresenta algumas limitações. Um dos principais entraves resulta da avaliação de uma realidade social, económica e até política, distinta dos grandes destinos turísticos, considerando que a identificação de todos os problemas e potencialidades é uma tarefa complexa face ao período de tempo e aos recursos financeiros disponíveis para esta investigação. As opções metodológicas assumidas durante o percurso da pesquisa foram feitas por razões específicas, embora as técnicas de recolha de dados tenham que ser vislumbradas com certa ponderação, principalmente pela razão de os dados serem uma amostra das numerosas possibilidades. Apesar de não ser propósito marcar um determinado posicionamento relativamente aos aspetos metodológicos utilizados neste tipo de investigação, é possível afirmar que a presente dissertação conseguiu responder aos objetivos formulados inicialmente.

Na senda das particularidades de Boticas, convém apontar as limitações específicas que ocorreram e que podiam ter contribuído para melhorar os resultados obtidos, designadamente:

- a ausência de dados de oferta e da procura turística dos restantes municípios do Alto Tâmega. Apesar de se ter feito um pedido no primeiro trimestre do ano de 2016, apenas se receberam os dados de Vila Pouca de Aguiar em finais de maio de 2016 e de Chaves, em setembro de 2016;
- a ausência do número de dormidas, por ano, por mês e por nacionalidade nos alojamentos hoteleiros neste município deve-se à carência de uma resposta ao pedido efetuado. Alguns dos alojamentos locais afirmaram que não possuíam esta informação tratada;
- a inexistência de uma *shapefile* com a topologia da rede viária de Espanha devidamente corrigida para a realização da análise de redes e avaliação da distância-tempo ao destino, revelou-se uma lacuna da presente investigação, quando além dos visitantes que podem advir do Porto (designadamente, do Aeroporto Internacional Francisco Sá Carneiro), o principal mercado emissor de visitantes a Boticas parece estar associado ao norte de Espanha;
- o levantamento fotográfico realizado através da plataforma *Panoramio* ganharia maior dimensão se tivesse sido comparado com outras fontes de dados, designadamente o *Flirck*, o *Facebook* ou o *Instagram*.

Recomendação para futuros trabalhos

Os resultados obtidos na presente investigação salientaram a existência de outras temáticas, cujo interesse se oferece para investigações futuras, com o fim de testar a consistência dos dados e completar os resultados obtidos.

Neste contexto, seria relevante comparar os resultados obtidos nesta investigação com os obtidos noutra área com características semelhantes. Além disso, outras análises podem ser utilizadas com base em *insights* extraídos de vários métodos, quer de natureza qualitativa (resultante da aplicação de entrevistas semiestruturadas a associações e líderes institucionais) ou quantitativa (aplicação de inquéritos por questionário a visitantes). A par disso, seria também relevante a aplicação de um inquérito por questionário aos hóspedes, por forma a compreender as dinâmicas necessárias aos serviços e produtos oferecidos na região e qual o seu grau de satisfação.

Em relação aos métodos utilizados nesta investigação seria, de igual modo, necessário empreender algumas alterações em futuros trabalhos. Neste âmbito, propõe-se a realização de estudos longitudinais, tendo em vista examinar as alterações potenciais do apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo, essencialmente devido às alterações económicas que ocorrem, a médio e longo prazo, e pelo facto de nos próximos anos ser objetivo formar um plano turístico para Boticas. Portanto, a repetição de um estudo desta índole num período de 5 ou 10 anos, revelar-se-ia fundamental, por forma a entender quais as alterações ocorridas e quais os princípios que devem nortear as ações futuras. Do mesmo modo, as alterações rápidas revelam que a investigação devia ser efetuada em dois períodos: em época alta e em época baixa, pelo facto dos residentes poderem manifestar comportamentos diferentes em relação à atividade turística.

No que concerne à avaliação da acessibilidade ao destino, seria interessante e fundamental desenvolver uma análise macro, estendida à Galiza. Além disso, a um nível micro era relevante efetuar uma análise de distância-tempo dos alojamentos hoteleiros de Boticas aos recursos turísticos. Por seu turno, seria importante pensar-se, a médio e longo prazo, na realização deste tipo de investigação à escala da NUTS III do Alto Tâmega, considerando o facto de um território municipal não se desenvolver de forma desarticulada com os restantes territórios vizinhos integrados na mesma sub-região.

Todas estas vontades futuras devem ser pensadas em articulação com a Câmara Municipal de Boticas, que desde o início se mostrou interessada em conhecer a evolução desta investigação.

Implicações em termos de gestão do território

Tal como se deu conta anteriormente, esta investigação pode ser útil na conceção de uma estratégia para o desenvolvimento do turismo em Boticas, bem como noutros territórios rurais similares, ou seja, para identificar os ativos turísticos mais relevantes e criar uma base para o estabelecimento de boas relações entre residentes e visitantes, algo que é crucial para o sucesso de cada destino (Dyer *et al.*, 2007; Wang & Pfister, 2008). Tal como foi sublinhado, as opiniões dos *stakeholders* são de importância redobrada no desenvolvimento de estratégias bem-sucedidas nos planos de turismo (Stylidis *et al.*, 2014), atendendo a que as comunidades são as principais interessadas no turismo.

Os resultados obtidos nesta investigação podem ter implicações na gestão do território.

(i) Ao nível geral, através da definição:

- De medidas para a consolidação da identidade local e que possibilite a interligação regional e nacional. Para este facto, contribui a imagem que se aferiu a partir desta investigação e que pode ter repercussões a uma escala supra;
- De estruturas organizativas (organizações locais, designadamente a CELTIBERUS), de regulamentação (*e.g.*, a relevância de se desenvolver a proteção do património através da salvaguarda das suas características tradicionais) e de política de investimentos (*e.g.*, a identificação de alguns produtos-chave a serem promovidos, para os quais é necessário desenvolver estratégias que atraiam o investimento privado);
- De uma proposta de um plano municipal do turismo, bem como a sua articulação com a valorização do turismo nas próprias estruturas governativas (*e.g.*, através da criação de um departamento intrinsecamente relacionado com a atividade turística).

(ii) Ao nível territorial com:

- A definição dos usos turísticos reais e potenciais de todo o território, baseada na grelha de fatores identificados: a atratividade turística (grau de relevância atribuído nas fotografias, pelos residentes, nas sessões de *focus group*), a natureza desses recursos (em categorias de natureza, arqueológico, etc) e a acessibilidade a esses recursos (baseada na análise da deslocação a pé ou em veículo automóvel efetuada);
- O desenvolvimento de uma estratégia de complementaridades intradestino, por forma a cobrir um leque de alternativas aos vários segmentos turísticos;
- A garantia da sustentabilidade do destino, através da implementação de medidas assentes nos diversos anseios.

(iii) Ao nível da oferta, com base:

- No estabelecimento dos novos produtos-âncora e, de entre os existentes, os que efetivamente têm potencial;
- Na garantia de uma oferta ampla de atrações e serviços turísticos;
- Na promoção do arranjo paisagístico e a preservação de todos os recursos turísticos naturais ou edificados situados em áreas turísticas-chave;
- Na definição de uma estratégia de *marketing* e de promoção.

Note-se, ainda assim, que apesar destas serem algumas das implicações necessárias que se esperam que sobressaiam da investigação realizada, o seu conteúdo deve ser acrescentado e debatido ao longo do tempo, como algo que evolui e se altera.



Fotografia tirada pelo autor, em 13.04.2016.

Referências bibliográficas

Artigos científicos e atas

- Agapito, D., Mendes, J., & Valle, P. O. D. (2010). Destination image: perspectives of tourists vs. residents. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, 1*(1), 90-109.
- Agarwal, S., Rahman, S., & Errington, A. (2009). Measuring the determinants of relative economic performance of rural areas. *Journal of Rural Studies, 25*(3), 309-321.
- Albalade, D., & Bel, G. (2010). Tourism and urban public transport: Holding demand pressure under supply constraints. *Tourism Management, 31*(3), 425-433.
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A., & Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management, 54*, 259-274.
- Almeida-García, F., Vázquez, A. B., & Macías, R. C. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives, 13*, 33-40.
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel research, 39*(1), 27-36.
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research, 32*(4), 1056-1076.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin, 103*(3), 411-423.
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of travel research, 42*(2), 172-185.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism Research, 19*(4), 665-690.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of travel research, 37*(2), 120-130.
- Arnaboldi, M., & Spiller, N. (2011). Actor-network theory and stakeholder collaboration: The case of Cultural Districts. *Tourism Management, 32*(3), 641-654.
- Arnegger, J., Woltering, M., & Job, H. (2010). Toward a product-based typology for nature-based tourism: a conceptual framework. *Journal of Sustainable Tourism, 18*(7), 915-928.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research, 26*(4), 868-897.
- Bansal, H., & Eiselt, H. (2004). Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management, 25*(3), 387-396.
- Barca, F., McCann, P., & Rodríguez-Pose, A. (2012). The case for regional development intervention: place-based versus place-neutral approaches. *Journal of Regional Science, 52*(1), 134-152.
- Belisle, F., & Hoy, D. (1980). The perceived impact of tourism by residents: a case study of Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research, 7*(1), 83-101.
- Beni, M. C. (1999). Política e estratégia do desenvolvimento regional: planejamento integrado e sustentável do turismo. *Revista Turismo em Análise, 10*(1), 7-17.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management, 50*, 213-224.
- Bestard, B., & Nadal, R. (2007). Attitudes toward tourism and tourism congestion. *Région et Développement, 25*, 193-207.
- Beynon, M. J., Crawley, A., & Munday, M. (2015). Measuring and understanding the differences between urban and rural areas. *Environment and Planning B: Planning and Design, 1-19*.

- Bieger, T., & Wittmer, A. (2006). Air transport and tourism –perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal Air Transport Management*, 12, 40-46.
- Bifulco, G. N., & Leone, S. (2014). Exploiting the Accessibility Concept for Touristic Mobility. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 111, 432-439.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49.
- Boggs, J. S., & Rantisi, N. M. (2003). The relational turn' in economic geography. *Journal of Economic Geography*, 3(2), 109-116.
- Bornhorst, T., Ritchie, J. B., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572-589.
- Bosworth, G., & Atterton, J. (2012). Entrepreneurial In-migration and Neoendogenous Rural Development. *Rural Sociology*, 77(2), 254-279.
- Bosworth, G., Annibal, I., Carroll, T., Price, L., Sellick, J., & Shepherd, J. (2015). Empowering Local Action through Neo-Endogenous Development; The Case of LEADER in England. *Sociologia Ruralis*, 23 p., DOI: 10.1111/soru.12089.
- Bramwell, B. (1994). Rural tourism and sustainable rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 1-6.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Bramwell, B., & Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 392-415.
- Brida, J. G., Deidda, M., & Pulina, M. (2014). Tourism and transport systems in mountain environments: analysis of the economic efficiency of cableways in South Tyrol. *Journal of Transport Geography*, 36, 1-11.
- Brida, J. G., Osti, L., & Barquet, A. (2010). Segmenting resident perceptions towards tourism—a cluster analysis with a multinomial logit model of a mountain community. *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 591-602.
- Brida, J. G., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: A case study of the small rural community of Folgaria (Trentino-Italy). *Benchmarking: an international journal*, 18(3), 359-385.
- Bridger, J. C., & Alter, T. R. (2008). An interactional approach to place-based rural development. *Community Development*, 39(1), 99-111.
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79.
- Bristol, T., & Fern, E. F. (1996). Exploring the atmosphere created by focus group interviews: Comparing consumers' feelings across qualitative techniques. *Journal of the Market Research Society*, 38(2), 185-196.
- Brougham, J., & Butler, R. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 569-589.
- Brown, R. L. (1994). Efficacy of the indirect approach for estimating structural equation models with missing data: A comparison of five methods. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 1(4), 287-316.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
- Burns, P. M. (1999). Paradoxes in planning tourism elitism or brutalism? *Annals of Tourism Research*, 26(2), 329-348.

- Burns, P. M. (2004). Tourism Planning: A Third Way? *Annals of Tourism Research*, 31(1), 24-43.
- Butler, R. (1980). The concept of the tourist area life-cycle of evolution: Implications for management. *Canadian Geographer*, 24, 5-12.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
- Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International Journal of Testing*, 1(1), 55-86.
- Cabral Rolo, J. (2014). O rural no Portugal que encolhe. *Veze e Voz, Revista da Animar - Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local*, 2, 13-20.
- Cadima Ribeiro, J., & Vareiro, L. (2007). *Turismo e desenvolvimento regional: O espaço rural como destino turístico*. Actas do 1º Congresso Internacional–Casa Nobre, um Património para o Futuro, Arcos de Valdevez, 470-486.
- Campbell, D. T., & Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin*, 56(2), 81-105.
- Camprubí, R., Guia, J., & Comas, J. (2013). The new role of tourists in destination image formation. *Current Issues in Tourism*, 16(2), 203-209.
- Cánoves, G., Villarino Pérez, M., & Herrera Jiménez, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad. *Boletín de la AGE*, 41, 199-217.
- Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G. K., & Blanco, A. (2004). Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35(6), 755-769.
- Carmichael, B. A. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism Management*, 21(6), 601-611.
- Carneiro, M. J., Lima, J., & Silva, A. L. (2015). Landscape and the rural tourism experience: identifying key elements, addressing potential, and implications for the future. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1217-1235.
- Carter, R., Thok, S., O'Rourke, V., & Pearce, T. (2015). Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 797-818.
- Cater, E. (1995). Environmental contradictions in sustainable tourism. *The Geographical Journal*, 161(1), 21-28.
- Cavaco, C. (2008). Turismo em espaço rural: recursos, produtos e práticas. *APOGEO - Revista da Associação de Professores de Geografia*, 34, 13-23.
- Cawley, M., & Gillmor, D. A. (2008). Integrated rural tourism:: Concepts and Practice. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 316-337.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Chen, P.-J., & Kerstetter, D. L. (1999). International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination. *Journal of Travel Research*, 37(3), 256-266.
- Chhabra, D. (2010). Back to the past: a sub-segment of Generation Y's perceptions of authenticity. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 793-809.
- Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.

- Choi, H.-S. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research, 43*(4), 380-394.
- Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management, 28*(1), 118-129.
- Choo, H., Park, S.-Y., & Petrick, J. F. (2011). The influence of the resident's identification with a tourism destination brand on their behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 20*(2), 198-216.
- Cloke, P. J. (1977). An index of rurality for England and Wales. *Regional Studies, 11*(1), 31-46.
- Cloke, P., & Edwards, G. (1986). Rurality in England and Wales 1981: a replication of the 1971 index. *Regional Studies, 20*(4), 289-306.
- Coe, N. M., & Hess, M. (2013). Global production networks, labour and development. *Geoforum, 44*, 4-9.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology, 94*, 95-120.
- Convery, I., Soane, I., Dutson, T., & Shaw, H. (2010). Mainstreaming LEADER delivery of the RDR in Cumbria: an interpretative phenomenological analysis. *Sociologia Ruralis, 50*(4), 370-391.
- Copus, A.K. & Crabtree, J.R. (1996). Indicators of socio-economic sustainability: an application to remote rural Scotland. *Journal of Rural Studies, 12*(1), 41-54.
- Correia, R., & Brito, C. (2011). A importância do Marketing para o desenvolvimento turístico: O caso de Montalegre. *Revista Turismo e Desenvolvimento, 16*, 127-143.
- Craig, J. (1985). Better measures of population density. *Population Trends, 39*, 16-21.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research, 6*(4), 408-424.
- Currie, C., & Falconer, P. (2013). Maintaining sustainable island destinations in Scotland: The role of the transport-tourism relationship. *Journal of Destination Marketing & Management, 3*(3), 162-172.
- Dalby, S., & Mackenzie, F. (1997). Reconceptualising local community: environment, identity and threat. *Area, 29*(2), 99-108.
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research, 8*(2), 187-219.
- Dare, M. (2013). Localism in practice: insights from two Tasmanian case studies. *Policy Studies, 34*(5-6), 592-611.
- Davis, D., Allen, J., & Cosenza, R. M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research, 27*(2), 2-8.
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management, 33*(1), 64-73.
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management, 31*(4), 547-552.
- Dickinson, J. E., & Robbins, D. (2008). Representations of tourism transport problems in a rural destination. *Tourism Management, 29*(6), 1110-1121.
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management, 30*(4), 512-521.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2016). Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism, 22*p., DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2016.1150257>.
- Donaire, J. A., & Galí, N. (2011). La imagen turística de Barcelona en la comunidad de flickr. *Cuadernos de Turismo 27*, 291-303.

- Donaire, J. A., Camprubi, R., & Galí, N. (2014). Tourist clusters from Flickr travel photography. *Tourism Management Perspectives*, 11, 26-33.
- Doxey, G. V. (1975). *A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences*. Atas de Travel Research Association, 6th Annual Conference. San Diego, CA, 195-198.
- Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27(2), 269-280.
- Dredge, D., & Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51, 285-297.
- Dubois, G., Peeters, P., Ceron, J. P., & Gössling, S. (2011). The future tourism mobility of the world population: Emission growth versus climate policy. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 45(10), 1031-1042.
- DuPuis, E. M., & Goodman, D. (2005). Should we go "home" to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, 21(3), 359-371.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Echtner, C., & Brent Ritchie, J. (1991). The meaning and measurement of the image of the destination. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12.
- Eusébio, C., Kastenholz, E., & Breda, Z. (2014). Tourism and Sustainable Development of Rural Destinations: A Stakeholders' View. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais (RPER)*, 36, 13 - 21.
- Evans, M., Marsh, D., & Stoker, G. (2013). Understanding localism. *Policy studies*, 34(4), 401-407.
- Farmaki, A. (2012). An exploration of tourist motivation in rural settings: The case of Troodos, Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 2, 72-78.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Fazenda, N., Da Silva, F. N., & Costa, C. (2008). política e planeamento turístico à escala regional o caso da agenda regional de turismo para o norte de portugal. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 18, 77-100.
- Fernandes, C. (2012). The role of local networking in facilitating community tourism development. *Tourism & Management Studies*, 1020-1024, URL: <http://tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewFile /270/406>.
- Ferrão, J. (2000). Relações entre mundo rural e mundo urbano: evolução histórica, situação actual e pistas para o futuro. *EURE (Santiago)*, 26(78), 123-130.
- Ferreira, L. (2008). *Planeamento em Turismo e Sustentabilidade Local: Proposta de Metodologia de Diagnóstico Estratégico*. Actas do 14º Congresso da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Tomar. 1848-1878.
- Figueiredo, E., & Kastenholz, E. (2008). *O Papel do Turismo no Desenvolvimento Rural em Portugal. A importância da integração das visões dos visitantes e residentes*. Actas do 14º Congresso da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, Tomar, 1963-1992.
- Finnis, K., & Walton, D. (2008). Field observations to determine the influence of population size, location and individual factors on pedestrian walking speeds. *Ergonomics*, 51(6), 827-842.
- Fløysand, A., & Jakobsen, S.-E. (2011). The complexity of innovation: A relational turn. *Progress in Human Geography*, 35(3), 328-344.
- Fons, M. V. S., Fierro, J. A. M., & y Patiño, M. G. (2011). Rural tourism: A sustainable alternative. *Applied Energy*, 88(2), 551-557.

- Fonseca, F. P., & Ramos, R. A. R. (2011). Heritage Tourism in Peripheral Areas: Development Strategies and Constraints. *Tourism Geographies, 14*(3), 467-493.
- Fonte, M. (2008). Knowledge, food and place. A way of producing, a way of knowing. *Sociologia Ruralis, 48*(3), 200-222.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39-50.
- Fragoso, A. (2005). Contributos para o debate teórico sobre o desenvolvimento local: um ensaio baseado em experiências investigativas. *Revista Lusófona de Educação, 5*, 63-83.
- Framke, W. (2002). The destination as a concept: A discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2*(2), 92-108.
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research, 27*(3), 763-784.
- Frisvoll, S. (2012). Power in the production of spaces transformed by rural tourism. *Journal of Rural Studies, 28*(4), 447-457.
- Galdeano-Gómez, E., Aznar-Sánchez, J. A., & Pérez-Mesa, J. C. (2011). The Complexity of Theories on Rural Development in Europe: An Analysis of the Paradigmatic Case of Almería (South-east Spain). *Sociologia Ruralis, 51*(1), 54-78.
- Galí, N. (2005). La humanización de las imágenes emitidas por la publicidad de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona [The humanization of emitted images by the advertising of monumental tourism destinations: The case of Girona]. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 3*, 273-281.
- Galí, N., & Donaire, J. A. (2005). The social construction of the image of Girona: A methodological approach. *Tourism Management, 26*, 777-785.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & García, H. C. (2002). Destination image: Towards a Conceptual Framework. *Annals of Tourism Research, 29*(1), 56-78.
- Galvão, M. & Devy-Vareta, N. (2010). A multifuncionalidade das paisagens rurais: uma ferramenta para o desenvolvimento. *Cadernos do curso de doutoramento em Geografia, 2*, 61-86.
- Garau-Vadell, J. B., Díaz-Armas, R., & Gutierrez-Taño, D. (2014). Residents' perceptions of tourism impacts on island destinations: A comparative analysis. *International Journal of Tourism Research, 16*(6), 578-585.
- García, J. A., Gómez, M., & Molina, A. (2012). A destination-branding model: An empirical analysis based on stakeholders. *Tourism Management, 33*(3), 646-661.
- García-Palomares, J. C., Gutiérrez, J., & Mínguez, C. (2015). Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. *Applied Geography, 63*, 408-417.
- Garrod, B. (2009). Understanding the Relationship between Tourism Destination Imagery and Tourist Photography. *Journal of Travel Research, 47*(3), 346-358.
- Getz, D. (1986). Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice. *Tourism Management, 7*(1), 21-32.
- Getz, D. (1987). *Tourism planning and research: traditions, models and futures*. Atas do Australian Travel Research Workshop, Bunbury, Western Australia, 407-448.
- Getz, D., & Jamal, T. B. (1994). The environment-community symbiosis: A case for collaborative tourism planning. *Journal of Sustainable Tourism, 2*(3), 152-173.
- Gobattoni, F., Pelorosso, R., Leone, A., & Ripa, M. N. (2015). Sustainable rural development: The role of traditional activities in Central Italy. *Land Use Policy, 48*, 412-427.

- Gronau, W., & Kagermeier, A. (2007). Key factors for successful leisure and tourism public transport provision. *Journal of Transport Geography*, 15(2), 127-135.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: an improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural modelling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research*, 29(1), 79-105.
- Haase, T. (1998). Does space matter? The spatial distribution of poverty and its implications for regional policy. *Atas do Agricultural Economics Society of Ireland Conference*, Dublin, 10 p.
- Hall, C. M. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: from first-and second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 649-671.
- Hall, D. R. (1999). Conceptualising tourism transport: inequality and externality issues. *Journal of Transport Geography*, 7(3), 181-188.
- Halpern, N., & Bråthen, S. (2011). Impact of airports on regional accessibility and social development. *Journal of Transport Geography*, 19(6), 1145-1154.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Hardy, A., Beeton, R. J., & Pearson, L. (2002). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 475-496.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Harrington, V. & O'Donoghue, D. (1998). Rurality in England and Wales 1991: a replication and extension of the 1981 rurality index. *Sociologica Ruralis*, 38(2), 178-203.
- Hatipoglu, B., Alvarez, M. D., & Ertuna, B. (2016). Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: the case of the Thrace region in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 111, 306-317.
- Haven-Tang, C., & Sedgley, D. (2014). Partnership working in enhancing the destination brand of rural areas: A case study of Made in Monmouthshire, Wales, UK. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(1), 59-67.
- Herrera Jiménez, L., Romero, A. B., & Cànoves, G. (2005). Turismo rural en España: un análisis de la evolución en el contexto europeo. *Cuadernos de Geografía*, 77, 41-58.
- High, C., & Nemes, G. (2007). Social learning in LEADER: Exogenous, endogenous and hybrid evaluation in rural development. *Sociologia Ruralis*, 47(2), 103-119.
- Hildreth, P. (2011). What is localism, and what implications do different models have for managing the local economy? *Local Economy*, 26(8), 702-714.
- Hodge, I., Dunn, J., & Monk, S. (1996). Redefining the rural development areas: the limits of spatial targeting. *Regional Studies*, 20(2), 207-214.
- Hsu, T.-K., Tsai, Y.-F., & Wu, H.-H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*, 30(2), 288-297.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: a Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.

- Huh, C., & Vogt, C. (2008). Changes in residents' attitudes toward tourism over time: a cohort analytical approach. *Journal of Travel Research, 46*(4), 446-455.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research, 24*(4), 850-867.
- Hunter, C. (2002). Sustainable tourism and the touristic ecological footprint. *Environment, Development and Sustainability, 4*(1), 7-20.
- Hunter, W. C. (2012). Projected destination image: A visual analysis of Seoul. *Tourism Geographies, 14*(3), 419-443.
- Hunter, W. C. (2016). The social construction of tourism online destination image: A comparative semiotic analysis of the visual representation of Seoul. *Tourism Management, 54*, 221-229.
- Husbands, W. (1989). Social status and perceptions of tourism in Zambia. *Annals of Tourism Research, 16*(2), 237-253.
- Hussein, A. (2015). The use of triangulation in social sciences research: Can qualitative and quantitative methods be combined? *Journal of Comparative Social Work, 4*(1), 1-12.
- Isserman, A. M. (2005). In the national interest: Defining rural and urban correctly in research and public policy. *International Regional Science Review, 28*(4), 465-499.
- Isserman, A. M., Feser, E., & Warren, D. E. (2009). Why some rural places prosper and others do not. *International Regional Science Review, 32*(3), 300-342.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research, 22*(1), 186-204.
- Jamal, T., & Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable tourism, 17*(2), 169-189.
- Jang, S., & Cai, L. A. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 13*(3), 111-133.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research, 21*(3), 629-642.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research, 36*(2), 3-11.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience—The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives, 4*, 207-214.
- Kastenholz, E., Davis, D., & Paul, G. (1999). Segmenting tourism in rural areas: the case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research, 37*(4), 353-363.
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research, 34*(4), 1021-1032.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management, 36*, 527-540.
- Kim, S., & Jamal, T. (2015). The co-evolution of rural tourism and sustainable rural development in Hongdong, Korea: complexity, conflict and local response. *Journal of Sustainable Tourism, 23*(8-9), 1363-1385.
- King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: host perceptions. *Annals of Tourism Research, 20*(4), 650-665.
- Kitchen, L., & Marsden, T. (2009). Creating Sustainable Rural Development through Stimulating the Eco-economy: Beyond the Eco-economic Paradox? *Sociologia Ruralis, 49*(3), 273-294.

- Kneafsey, M. (2001). Rural cultural economy: Tourism and social relations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 762-783.
- Kosmaczewska, J., Thomas, R., & Dias, F. (2015). Residents' perceptions of tourism and their implications for policy development: evidence from rural Poland. *Community Development*, 47(1), 136-151.
- Kuvan, Y., & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 26(5), 691-706.
- Kwon, J., & Vogt, C. A. (2010). Identifying the role of cognitive, affective, and behavioral components in understanding residents' attitudes toward place marketing. *Journal of Travel Research*, 49(4), 423-435.
- Lane, B. (1994a). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 102-111.
- Lane, B. (1994b). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 7-21.
- Lane, B., & Kastenholtz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches—towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of tourism research*, 21(1), 121-139.
- Lawson, R., Williams, J., Young, T., & Cossens, J. (1998). A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations. *Tourism Management*, 19(3), 247-256.
- Lawton, L. J. (2005). Resident perceptions of tourist attractions on the Gold Coast of Australia. *Journal of Travel Research*, 44(2), 188-200.
- Lee, A. H., Wall, G., & Kovacs, J. F. (2015). Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 39, 133-144.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), 876-885.
- Lepp, A. (2008). Tourism and dependency: An analysis of Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 29(6), 1206-1214.
- Lew, A. A., Ng, P. T., Ni, C., & Wu, T. (2016). Community sustainability and resilience: similarities, differences and indicators. *Tourism Geographies*, 18(1), 18-27.
- Lo, I. S., McKercher, B., Lo, A., Cheung, C., & Law, R. (2011). Tourism and online photography. *Tourism Management*, 32(4), 725-731.
- Long, P., Perdue, R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- Lopes, A. S. (1983). Desenvolvimento regional: o 'estado da arte' em Portugal, ou a política da ausência de política. *Estudos de Economia*, 3(2), 141-165.
- Lopes, H., Remoaldo, P., Ribeiro, V., Ribeiro, J. C., & Silva, S. (2016). The Creation of a New Tourist Destination in Low Density Areas: The Boticas Case. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 4(2), 118-131.
- Lundtorp, S., & Wanhill, S. (2001). The resort lifecycle theory: Generating processes and estimation. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 947-964.

- MacKay, K. J., & Fesenmaier, D. R. (1997). Pictorial element of destination in image formation. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 537-565.
- MacKinnon, D., Cumbers, A., & Chapman, K. (2002). Learning, innovation and regional development: a critical appraisal of recent debates. *Progress in Human Geography*, 26(3), 293-311.
- Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86-102.
- Malinen, P. (1995). Rural area typologies in Finland. Atas do LEADER workshop 'Typology of European rural areas', Luxembourg, 2-5.
- Marine-Roig, E. (2015). Identity and authenticity in destination image construction. *Anatolia*, 26(4), 574-587.
- Markwick, M. (2001). Postcards from Malta: Image, consumption, context. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 417-438.
- Masiero, L., & Zoltan, J. (2013). Tourists Intra-destination Visits and Transport Mode: A Bivariate Probit Model. *Annals of Tourism Research*, 43, 529-546.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- McCarthy, J. (2007). Rural geography. Globalizing the countryside. *Progress in Human Geography*, 32(1), 129-137.
- McComb, E. J., Boyd, S., & Boluk, K. (2016). Stakeholder collaboration: A means to the success of rural tourism destinations? A critical evaluation of the existence of stakeholder collaboration within the Mournes, Northern Ireland. *Tourism and Hospitality Research*, 12(2), 96-106.
- McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McDowall, S., & Choi, Y. (2010). A comparative analysis of Thailand residents' perception of tourism's impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 36-55.
- McKercher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54, 196-208.
- Midmore, P. (1998). Rural policy reform and local development programmes: appropriate evaluation procedures. *Journal of Agricultural Economics*, 49(3), 409-426.
- Mitchell, M. & Doyle, C. (1996). Spatial distribution of the impact of agricultural policy reforms in rural areas. *Scottish Geographical Magazine*, 112(2), 76-82.
- Mitchell, M. & Doyle, C. (1996). Spatial distribution of the impact of agricultural policy reforms in rural areas. *Scottish Geographical Magazine*, 112(2), 76-82.
- Molera, L., & Albaladejo, I. P. (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of South-Eastern Spain. *Tourism Management*, 28(3), 757-767.
- Moreno, L. (2008). *A promoção e a oferta de turismo em áreas de baixa densidade. Portugal no contexto europeu.* Atas do I Seminário de Turismo e Planeamento do Território, Lisboa, 315-339.
- Moscardo, G. (2011). Exploring social representations of tourism planning: Issues for governance. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 423-436.
- Mota, M., Remoaldo, P. C. A., & Ribeiro, J. C. (2012). Criatividade: a construção de novos cenários para o turismo em Ponte de Lima. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 29, 59-70.
- Muresan, I. C., Oroian, C. F., Harun, R., Arion, F. H., Porutiu, A., Chiciudean, G., Todea, A., & Lile, R. (2016). Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development. *Sustainability*, 8(1), 100-114.

- Nardone, G., Sisto, R., & Lopolito, A. (2010). Social Capital in the LEADER Initiative: a methodological approach. *Journal of Rural Studies*, 26(1), 63-72.
- Ndivo, R. , & Cantoni, L. (2016). Rethinking local community involvement in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 57, 275-278.
- Nepal, S. (2008). Residents' attitudes to tourism in central Bristyih Columbia, Canada. *Tourism Geographies*, 10(1), 42-65.
- Nicholas, L. , Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' Perspectives of a World Heritage Site: The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Small island urban tourism: a residents' perspective. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 37-60.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988.
- Nunkoo, R., & So, K. K. F. (2015). Residents' Support for Tourism Testing Alternative Structural Models. *Journal of Travel Research*, 25(4), 512-522.
- Nunkoo, R., Smith, S. L., & Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5-25.
- Oliveira Neves, A., Magalhães, A., & Relvas, S. (2001). *A competitividade das áreas rurais-Uma abordagem na perspectiva das estratégias de marketing*. Atas do 1º Congresso de Estudos Rurais: ambiente e usos do território, Vila Real, 15 p.
- Oliver, T., & Jenkins, T. (2003). Sustaining rural landscapes: The role of integrated tourism. *Landscape Research*, 28(3), 293-307.
- Onwuegbuzie, A. J., Johnson, R. B., & Collins, K. M. (2009). Call for mixed analysis: A philosophical framework for combining qualitative and quantitative approaches. *International Journal of Multiple Research Approaches*, 3(2), 114-139.
- Pais, H., & Vaz, M. (2014). Turismo e redes de relações entre stakeholders turísticos: Aplicação da Análise de Redes Sociais (ARS) como metodologia. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22(3), 35-48.
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Jones, L. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*, 38(1), 142-151.
- Panyik, E. (2015). Rural Tourism Governance: Determinants of Policy-makers' Support for Tourism Development. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 48-72.
- Panyik, E., Costa, C., & Rätz, T. (2011). Implementing integrated rural tourism: An event-based approach. *Tourism Management*, 32(6), 1352-1363.
- Park, D.-B., & Yoon, Y.-S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108.
- Park, D.-B., Nunkoo, R., & Yoon, Y.-S. (2015). Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital. *Tourism Geographies*, 17(1), 112-133.
- Parkinson, J. (2007). Localism and deliberative democracy. *The Good Society*, 16(1), 23-29.
- Patterson, T., Gulden, T., Cousins, K., & Kraev, E. (2004). Integrating environmental, social and economic systems: a dynamic model of tourism in Dominica. *Ecological Modelling*, 175(2), 121-136.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.

- Pérez, E. A., & Nadal, J. R. (2005). Host community perceptions a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.
- Pike, A., Rodriguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2014). Local and regional development in the Global North and South. *Progress in Development Studies*, 14(1), 21-30.
- Pike, S. (2002). Destination image analysis—a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541-549.
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Pollermann, K., Raue, P., & Schnaut, G. (2014). *Multi-level governance in rural development: analysing experiences from LEADER for a Community-Led Local Development (CLLD)*. Atas do 54th European Regional Science Association (ERSA) Congress, St. Petersburg, 26-29.
- Porteous, P. (2013). Localism: from adaptive to social leadership. *Policy Studies*, 34(5-6), 523-540.
- Pratchett, L. (2004). Local autonomy, local democracy and the 'new localism'. *Political studies*, 52(2), 358-375.
- Prezenza, A., Del Chiappa, G., & Sheehan, L. (2013). Residents' engagement and local tourism governance in maturing beach destinations. Evidence from an Italian case study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 22-30.
- Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53-63.
- Radomsky, G. F. W. (2011). Desenvolvimento, pós-estruturalismo e pós-desenvolvimento. A crítica da modernidade e a emergência de "modernidades" alternativas. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 26(75), 149-193.
- Rapley, J. (2008). End of development or age of development? *Progress in Development Studies*, 8(2), 177-182.
- Ray, C. (1997). Towards a theory of the dialectic of local rural development within the European Union. *Sociologia Ruralis*, 37(3), 345-362.
- Ray, C. (1998). Territory, structures and interpretation—Two case studies of the European Union's LEADER I programme. *Journal of Rural Studies*, 14(1), 79-87.
- Ray, C. (1999). Endogenous development in the era of reflexive modernity. *Journal of Rural Studies*, 15(3), 257-267.
- Ray, C. (2000). Editorial. The EU LEADER programme: rural development laboratory. *Sociologia Ruralis*, 40(2), 163-171.
- Raymond, C., & Brown, G. (2007). A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 520-540.
- Remoaldo, P. C. A., Duque, E., & Ribeiro, J. C. (2015). The Environmental Impacts of Hosting the "2012 Guimarães European Capital of Culture" as Perceived by the Local Community. *Ambiente y Desarrollo*, 19(36), 25-38.
- Ribeiro, M. A., Valle, P. O. d., & Silva, J. A. (2013). Residents' Attitudes towards Tourism Development in Cape Verde Islands. *Tourism Geographies*, 15(4), 654-679.
- Robinson, M. (1999). Collaboration and cultural consent: Refocusing sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3-4), 379-397.
- Rodrigues, A. P., Vieira, I., Marques, C. P., & Teixeira, M. S. (2014). Apoio da comunidade residente ao desenvolvimento turístico sustentável: um modelo de equações estruturais aplicado a uma cidade histórica do Norte de Portugal. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 17-25.
- Rodrigues, V., & Breda, Z. (2014). Análise estratégica do mercado emissor chinês em Portugal. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21/22(2), 123-137.

- Rodriguez, K. L., Schwartz, J. L., Lahman, M. K., & Geist, M. R. (2011). Culturally responsive focus groups: Reframing the research experience to focus on participants. *International Journal of Qualitative Methods*, 10(4), 400-417.
- Rodríguez-Pose, A., & Crescenzi, R. (2008). Research and development, spillovers, innovation systems, and the genesis of regional growth in Europe. *Regional studies*, 42(1), 51-67.
- Ross, G. (1992). Resident perception of the impact of tourism on an Australian City. *Journal of Travel Research*, 3(3), 13-17.
- Ruiz-Ballesteros, E., & Cáceres-Feria, R. (2016). Community-building and amenity migration in community-based tourism development. An approach from southwest Spain. *Tourism Management*, 54, 513-523.
- Russo, A. P. (2002). The "vicious circle" of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 165-182.
- Ryan, C., & Aicken, M. (2010). The destination image gap—visitors' and residents' perceptions of place: evidence from Waiheke Island, New Zealand. *Current Issues in Tourism*, 13(6), 541-561.
- San Martín, H., & Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. *Tourism Management*, 33(2), 341-350.
- Santos, J. (1998). The role of tour operators' promotional material in the formation of destination image and consumer expectations: The case of the People's Republic of China. *Journal of Vacation Marketing*, 4(3), 282-297.
- Sautter, E. T., & Leisen, B. (1999). Managing stakeholders a tourism planning model. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 312-328.
- Saxena, G., & Ilbery, B. (2008). Integrated rural tourism a border case study. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 233-254.
- Scott, N., Cooper, C., & Baggio, R. (2008). Destination networks: four Australian cases. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 169-188.
- Scuttari, A., Lucia, M. D., & Martini, U. (2013). Integrated planning for sustainable tourism and mobility. A tourism traffic analysis in Italy's South Tyrol region. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 614-637.
- Šegota, T., Mihalič, T., & Kuščer, K. (2016). The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled. *Journal of Destination Marketing & Management* (no prelo). DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.007>.
- Sharma, B., & Dyer, P. (2009). An investigation of differences in residents' perceptions on the Sunshine Coast: tourism impacts and demographic variables. *Tourism Geographies*, 11(2), 187-213.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 23(3), 233-244.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47.
- Shen, F., Hughey, K. F., & Simmons, D. G. (2008). Connecting the sustainable livelihoods approach and tourism: A review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 15(01), 19-31.
- Shucksmith, M. (2010). Disintegrated Rural Development? Neo-endogenous Rural Development, Planning and Place-Shaping in Diffused Power Contexts. *Sociologia Ruralis*, 50(1), 1-14.

- Siebert, R., Laschewski, L., & Dosch, A. (2008). Knowledge dynamics in valorising local nature. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 223-239.
- Siedenberg, D. R. (2004). Desenvolvimento: ambigüidades de um conceito difuso. *Desenvolvimento em Questão*, 2(3), 9-26.
- Silva, L., & Leal, J. (2015). Rural tourism and national identity building in contemporary Europe: Evidence from Portugal. *Journal of Rural Studies*, 38, 109-119.
- Simão, J. N., & Partidário, M. d. R. (2012). How does tourism planning contribute to sustainable development? *Sustainable Development*, 20(6), 372-385.
- Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism planning. *Tourism Management*, 15(2), 98-108.
- Singh, S. (2011). The tourism area 'life cycle': A clarification. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1185-1187.
- Smith, M., & Krannich, R. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802.
- Smith, S. L. J. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.
- Snaith, T., & Haley, A. (1999). Residents' opinions of tourism development in the historical city of York. *Tourism Management*, 20(5), 595-603.
- Snaith, T., & Haley, A. (1999). Residents' opinions of tourism development in the historical city of York. *Tourism Management*, 20(5), 595-603.
- Stockdale, A. (2006). Migration: Pre-requisite for rural economic regeneration? *Journal of Rural Studies*, 22(3), 354-366.
- Stoker, G. (2004). New localism, progressive politics and democracy. *The Political Quarterly*, 75(s 1), 117-129.
- Storey, D. (1999). Issues of integration, participation and empowerment in rural development: the case of LEADER in the Republic of Ireland. *Journal of Rural Studies*, 15(3), 307-315.
- Storper, M. (1995). The resurgence of regional economies, ten years later the region as a nexus of untraded interdependencies. *European Urban and Regional Studies*, 2(3), 191-221.
- Stylidis, D. (2016). The Role of Place Image Dimensions in Residents' Support for Tourism Development. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 129-139.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Suess, C., & Mody, M. (2016). Gaming can be sustainable too! Using Social Representation Theory to examine the moderating effects of tourism diversification on residents' tax paying behavior. *Tourism Management*, 56, 20-39.
- Teye, V., Sönmez, S., & Sirakaya, E. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Thyne, M., & Lawson, R. (2001). Research note: addressing tourism public policy issues through attitude segmentation of host communities. *Current Issues in Tourism*, 4(2-4), 392-400.
- Timothy, D. J., & Tosun, C. (2003a). Arguments for community participation in the tourism development process. *Journal of Tourism Studies*, 14(2), 2-15.
- Tödting, F. (Ed.). (2011). *Endogenous approaches to local and regional development policy*. London & New York: Routledge.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253.

- Tovey, H. (2008). Introduction: rural sustainable development in the knowledge society era. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 185-199.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183-200.
- Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
- Umbelino, J., & Amorim, E. (2010). Estrutura organizacional do processo de planeamento turístico-uma perspectiva teórica. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 4(2), 38-50.
- Upchurch, R., & Teivane, U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management*, 21(5), 499-507.
- van der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., Ventura, F. (2000). Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 391-408.
- van Eupen, M., Metzger, M., Pérez-Soba, M., Verburg, P., Van Doorn, A., & Bunce, R. (2012). A rural typology for strategic European policies. *Land Use Policy*, 29(3), 473-482.
- Vareiro, L., Remoaldo, P. C., & Cadima Ribeiro, J. A. (2013). Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): a cluster analysis. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 535-551.
- Vargas-Sánchez, A., Oom do Valle, P., da Costa Mendes, J., & Silva, J. A. (2015). Residents' attitude and level of destination development: An international comparison. *Tourism Management*, 48, 199-210.
- Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M. d. I. Á., & Porrás-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
- Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno, N., & Plaza-Mejía, M. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480.
- Vernon, J., Essex, S., Pinder, D., & Curry, K. (2005). Collaborative policymaking: Local sustainable projects. *Annals of Tourism research*, 32(2), 325-345.
- Vidal, R. V. V. (2009). Community facilitation of problem structuring and decision making processes: Experiences from the EU LEADER+ programme. *European Journal of Operational Research*, 199(3), 803-810.
- Vogt, C., Jordan, E., Grewe, N., & Kruger, L. (2016). Collaborative tourism planning and subjective well-being in a small island destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(1), 36-43.
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342-353.
- Walsh, J.A. (1980). Principal components analysis of changes in agricultural patterns in the republic of Ireland. *Irish Journal of Agricultural Economics and Rural Sociology*, 8(2), 73– 95.
- Wang, D., & Ap, J. (2013). Factors affecting tourism policy implementation: A conceptual framework and a case study in China. *Tourism Management*, 36, 221-233.
- Wang, Y. A., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93.
- Wang, Y., & Fesenmaier, D. R. (2007). Collaborative destination marketing: A case study of Elkhart county, Indiana. *Tourism Management*, 28(3), 863-875.
- Weaver, D. (2010). Community-based tourism as strategic dead-end. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 206-208.
- Weaver, D. B. (1995). Alternative tourism in Montserrat. *Tourism Management*, 16(8), 593-604.

- Weaver, D. B. (2000). A broad context model of destination development scenarios. *Tourism Management*, 21(3), 217-224.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban–rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458.
- Wellbrock, W., Roep, D., & Wiskerke, J. (2012). An integrated perspective on rural regional learning. *European Countryside*, 4(1), 1-16.
- Williams, A. M. (2013). Mobilities and sustainable tourism: path-creating or path-dependent relationships?. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 511-531.
- Williams, C. (1996). Local purchasing schemes and rural development: an evaluation of local exchange and trading systems (LETS). *Journal of Rural Studies*, 12(3), 231-244.
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138.
- Wilson, V. (1997). Focus groups: a useful qualitative method for educational research? *British Educational Research Journal*, 23(2), 209-224.
- Woods, M. (2007). Engaging the global countryside: globalization, hybridity and the reconstitution of rural place. *Progress in Human Geography*, 31(4), 485-507.
- Woosnam, K. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.
- Woosnam, K. M., & Aleshinloye, K. D. (2012). Can tourists experience emotional solidarity with residents? Testing Durkheim's model from a new perspective. *Journal of Travel Research*, 52(4), 494-505.
- Woosnam, K., Norman, W., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.
- Yeung, H. W. (2005). Rethinking relational economic geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 30(1), 37-51.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. (1999). An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics. *Anatolia*, 10(1), 29-44.
- Yüksel, F., Bramwell, B., & Yüksel, A. (2005). Centralized and decentralized tourism governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 859-886.
- Zhou, L. (2014). Online rural destination images: Tourism and rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4), 227-240.
- Zou, T., Huang, S. S., & Ding, P. (2014). Toward A Community-driven Development Model of Rural Tourism: the Chinese Experience. *International Journal of Tourism Research*, 16(3), 261-271.

Livros, dissertações e teses

- Agarwal, S., Cooper, C., & Lockwood, A. (1994). The resort cycle revisited: implications for resorts. In C.P. Cooper & A. Lockwood (Eds.). *Progress in tourism, recreation and hospitality management* (Vol. 5). London: Belhaven Press.
- ANIMAR (2014). *Rural, Agriculturas e Políticas*. Lisboa: ANIMAR - Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local.
- Arbuckle, J. L. (2006). *AMOS 7.0 Users Guide*. Chicago: Amos Development Corporation.

- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo* (3ª ed.). Lisboa: Edições 70.
- Barros, V. G. (2016). *Turismo em Portugal*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Bengs, C., & Schmidt-Thomé, K. (2006). *Urban-rural relations in Europe Final report ESPON*. Luxembourg.
- Blunch, N. (2012). *Introduction to structural equation modeling using IBM SPSS statistics and AMOS*. Califórnia: Sage Publications, Inc.
- Boqué, J. B., & Soler, S. R. (2016). *Desenvolvimento Rural*. In J. Rio Fernandes, L. L. Trigo & E. S. Sposito (Eds.), *Dicionário de Geografia Aplicada. Terminologia da análise, do planeamento e da gestão do território*. Porto: Porto Editora.
- Boyne, S., Hall, D., Roberts, L., & Mitchell, M. (2003). *New directions in rural tourism Impact Research*. Burlington: Ashgate.
- Brace, I. (2008). *Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research* (2ª ed.). London & Philadelphia: Kogan Page Publishers.
- Bramwell, B. (Ed.). (2014). *Local participation in community tourism: a critical and relational assessment*. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.
- Brundtland, G. (1987). *Our common future*. Brussels: World Commission on Environment and Development.
- Cancela de Abreu, A., Pinto-Correia, T., & Oliveira, R. (2004). *Contributos para a identificação e caracterização da Paisagem em Portugal Continental*. Lisboa: DGOTDU – Direção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano.
- Capela, J. (2010). *Boticas. Património com história*. Câmara Municipal de Boticas: Boticas.
- Carey, M. A. (2015). Focus Group. In Wright, J. (Ed.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (2ª ed.). London: Elsevier.
- Carneiro, M. J., Costa, C., & Crompton, J. L. (Eds.). (2014). *Imagem de Destinos: O Processo de Avaliação do Posicionamento de Destinos Turísticos* (Vol. 2). Lisboa: Escolar Editora.
- Carvalho, P. (2009). *Património construído e desenvolvimento em áreas de montanha. O exemplo da Serra da Lousã*. Lousã: Câmara Municipal da Lousã.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em Rede - A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.
- Cavaco, C. (1999a). *O mundo rural português: Desafios e Futuros?* In C. Cavaco (Ed.), *Desenvolvimento Rural: Desafios e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Cavaco, C. (2009). *Os espaços rurais como espaços de vida: mobilidades residenciais e novas formas de habitar*. In F. Baptista, R. Jacinto & T. Mendes (Eds.), *Os territórios de baixa densidade em tempos de Mudança*. Proença-a-Nova: Centro de Ciência Viva da Floresta.
- Cavaco, C. (Ed.). (1999b). *O turismo rural nas políticas de desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Cavaco, C., & Simões, J. (Eds.). (2009). *Turismos de nicho: uma introdução*. Lisboa: Centro de estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Cawley, M. E. (1986). *Disadvantaged groups and areas: problems of rural service provision*. In P. Brethnach & M. E. Cawley (Eds.), *Change and development in rural Ireland*. Dublin: Geographical Society of Ireland Special Publication 1.
- CCDR-n (2015). *Norte2020 – Programa Operacional Regional do Norte – Mapeamento dos investimentos em infraestruturas culturais*. Porto: CCDR Norte.
- CE (2006). *A Abordagem LEADER - Um guia básico*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.

- CEE (1988). *The future of rural society. Commission communication transmitted to the Council and to the European Parliament on 29 July 1988*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Celata, F. (2007). *Geographic marginality, transport accessibility and tourism development*. In Celant, A. (Eds.) *Global Tourism and Regional Competitiveness*. Bologna: Patron.
- Cheshire, L. (2006). *Governing rural development: Discourses and practices of self-help in Australian rural policy*. Boston: Ashgate Publishing, Ltd.
- Chou, C.-P., & Bentler, P. M. (1995). *Estimates and tests in structural equation modeling*. Califórnia: Sage Publications, Inc.
- CIMAT (2014). *Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial - Alto Tâmega*. Chaves: CIM Alto Tâmega.
- CIMAT (2015). *Brochura Alto Tâmega (Trás-Os-Montes). Naturalmente*. Chaves: CIMAT.
- CIT (2015). *Deliberação da CIC Portugal 2020. Alteração da Deliberação relativa à classificação de territórios de baixa densidade para aplicação de medidas de diferenciação positiva dos territórios*. Lisboa: Comissão Interministerial de Coordenação.
- Commins, P. & Keane, M. J. (1994). *Developing the rural economy*. In P. Commins & M. J. Keane (Eds.). *New approaches to rural development*. Dublin: National Economic & Social Council Report 97.
- Cooke, S.; Poole, M. A., Pringle, D.G., & Moore, A. J. (2000). *Comparative spatial deprivation in Ireland: a cross-border analysis*. Dublin: Oak Tree Press.
- Cooper, D., & Schindler, P. (1998). *Business methods* (6ª ed.). Singapore: McGraw Hill International Edition.
- Copus, A., Psaltopoulos, D., Skuras, D., Terluin, I., Weingarten, P., Giray, F. H., & Ratering, T. (2008). *Approaches to rural typology in the European Union*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Costa, C. (Ed.). (2014). *Gestão Estratégica do Turismo: Evolução Epistemológica dos Modelos e Paradigmas, e Tendências para o Futuro* (Vol. I). Lisboa: Escolar Editora.
- Costa, C., Panyik, E., & Buhalis, D. (2013). *Trends in European tourism planning and organisation systems*. Bristol: Channel View Publications.
- Costa, E. M. (1999). *Urbanização e acessibilidades, factores chave no processo de integração dos espaços rurais – os casos da Guarda e da Covilhã*. In C. Cavaco (Ed.). *Desenvolvimento Rural. Desafio e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.
- Courades, J. (2004). *Rural Development Measures*. Sofia: European Commission, Directorate General for Agriculture.
- Cowen, M., & Shenton, R. W. (1996). *Doctrines of development*. London: Taylor & Francis.
- Crosby, A., & Prato, N. (2009). *Fundamentos y retos del turismo rural*. In A. Crosby (Ed.), *Re-inventando el turismo rural – Gestión y desarrollo*. Barcelona: Laertes.
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo* (3ª Ed.). Lisboa: LIDEL - edições técnicas, Lda.
- Cunha, L. (2014). *Introdução ao turismo* (5ª Ed.). Lisboa: LIDEL - Edições Técnicas, Lda.
- Dencker, A. (Ed.). (2004). *Planejamento e gestão de hospitalidade e turismo: formulação de uma proposta*. São Paulo: Thomson.
- Dias, V. V. (1996). *A regionalização, o desenvolvimento regional e a coesão nacional*. Lisboa: Instituto da Defesa Nacional.
- Domingues, Á. (2011). *Vida no campo*. Porto: Dafne Editora.
- EC (2010). *Europe 2020: A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth: Communication from the Commission*. Brussels: Publications Office.

- EC (2012). *Elements for a Common Strategic Framework 2014 to 2020. Commission Staff Working Document SWD*. Brussels: European Commission.
- EC (2013). *Rural development statistics by urban-rural typology*. Bruxelles: Eurostat.
- EC (2014). *Factsheet on 2014-2020 – Rural Development Programme for Portugal Continental*. Brussels: European Commission.
- EC (2016). *Relatório sobre as novas ferramentas de desenvolvimento territorial da política de coesão 2014-2020: Investimento Territorial Integrado (ITI) e Desenvolvimento Local de Base Comunitária (CLLD) [2015/2224 (INI)]*. Brussels: European Commission.
- Epp, R., & Whitson, D. (2001). *Writing off the rural west: Globalization, governments and the transformation of rural communities*. Alberta: University of Alberta.
- EU (2013). *Rural Development. EU Statistical and Economic Information Report 2013*. Brussels.
- EUROSTAT (1998). *Metodologia comunitária sobre estatísticas do turismo*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Evans, T. R. (1993). *Residents' perceptions of Tourism in New Zealand Communities*. Master's Thesis, University of Otago, Otago.
- Farrell, G., Thirion, S., & Schmied, D. (Eds.). (2005). *Social capital and rural development: from win-lose to win-win with the LEADER initiative*. Aldershot: Ashgate.
- Ferrão, J. (2012). *Regiões Funcionais, Relações Urbano-Rurais e Políticas de Coesão Pós-2013 - Relatório Final*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Lisboa.
- Figueiredo, E. (2011). *Um rural cheio de futuros?* Castro Verde: 100 Luz.
- Figueiredo, E. (2013). *McRural, No Rural or What Rural?—Some reflections on rural reconfiguration processes based on the promotion of Schist Villages Network, Portugal*. In L. Silva & E. Figueredo (Eds.). *Shaping Rural Areas in Europe*. Dordrecht: Springer.
- Frey, W. H., & Zimmer, Z. (2001). *Defining the city*. London: Sage Publications.
- Gartner, W. C. (1996). *Tourism development: Principles, processes, and policies*. New York: Wiley.
- Gartner, W. C. (Ed.). (1993). *Image formation process*. New York: Haworth Press.
- Gebremedhin, T. G., & Tweeten, L. G. (1994). *Research methods and communication in the social sciences*. Westport: Praeger Publishers.
- Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M., & Whatmore, S. (2011). *The dictionary of human geography*. Oxford: Blackwell.
- Gunn, C. A. (1994). *Emergence of effective tourism planning and development. Tourism: The state of the art*. John Wiley & Sons: England.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*. London: Pearson College Division.
- Halfacree, K. (2006). *Rural space: constructing a three-fold architecture*. In P. Cloke, T. Marsden & P. Mooney (Eds.), *Handbook of rural studies* (pp. 44-62). London: Sage.
- Hall, C. M. & Muller, D. K. (2008). *Nordic tourism: Issues and cases*. Bristol, Buffalo e Toronto: Channel View Publications.
- Hall, C. M. (2001). *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos* (Vol. 4). São Paulo: Contexto.
- Hall, C. M. (2005). *Tourism: Rethinking the social science of mobility*. London: Pearson Education.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: policies, processes and relationships* (3ª Ed.). Essex: Pearson Education.
- Hall, C. M., & Jenkins, T. (Eds.). (1999). *The policy dimensions of rural tourism and recreation*. New York: Wiley.
- Hannan, D.F. & Commins, P. (1993). *Factors affecting land availability for afforestation*. ESRI, Dublin.

- Harvey, D. (1969). *Explanation in geography*. London: Edward Arnold.
- Hawkins, D. E. (1982). *Social and Economic Impact of Tourism on Asian Pacific Region*. Tokyo: Asian Productivity Organization.
- Hervieu, B., & Viard, J. (2001). *L'Archipel Paysan. La Fin de la République Agricole* (3^ªEd.). Paris: Éditions de l'Aube.
- Hughes, G. (Ed.). (2014). *Tourism, Sustainability, and Social Theory*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Mooresville: Scientific Software International.
- Kastenholz, E. (Ed.). (2014). *Novas dinâmicas turísticas em espaços rurais e de natureza* (Vol. II). Lisboa: Escolar Editora.
- Kayser, B. (1990). *La renaissance rurale: sociologie des campagnes du monde occidental*. Paris: Armand Colin.
- Kline, T. J. (2005). *Psychological testing: A practical approach to design and evaluation*. London: Sage Publications.
- Lawson, F., & Baud-Bovy, M. (1977). *Tourism and recreation development: A handbook of physical planning*. Boston: CBI.
- Le, T. A., Weaver, D., & Lawton, L. (2016). *Community-Based Tourism and Development in the Periphery/Semi-periphery Interface: A Case Study from Viet Nam*. In S. McCool & K. Bosak (Eds.), *Reframing Sustainable Tourism*. Dordrecht: Springer.
- Lee, R. (2010). *Within and outwith/material and political? Local economic development and the spatialities of economic geographies*. In A. Pike, A. R. Pose & J. Tomaney (Eds.), *Handbook of Local and Regional Development*. London: Routledge.
- Lopes, J. M. F. (2012). *A (re) invenção do local: o papel das Associações de Desenvolvimento Local e do programa LEADER*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Marques, T. S. (2004). *Portugal na transição do século: Retratos e dinâmicas territoriais*. Santa Maria da Feira: Edições Afrontamento.
- Mattoso, J., Daveau, S., & Belo, D. (2010). *Portugal: o sabor da terra: um retrato histórico e geográfico por regiões*. Rio Tinto: Circulo de leitores.
- McAreevey, R. (2009). *Rural development theory and practice*. New York e London: Routledge.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. (1995). *Pleasure travel motivation* (7^ª Ed.). New York: Wiley.
- Middleton, V. T., Clarke, J., & Fabiola de Carvalho, S. V. (2002). *Marketing de Turismo: teoria & prática*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Mihalič, T. (2006). *Nature-based products, ecotourism and adventure tourism. Tourism Business Frontiers-Consumers, products and industry*. Oxford: Elsevier.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (1985). *The tourism system: An introduction text*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ministério da Agricultura e do Mar (2014). *PDR 2020 – Programa de Desenvolvimento Rural do Continente para 2014 – 2020*. Lisboa: Ministério da Agricultura e do Mar.
- Ministério da Agricultura e do Mar (2014). *Programa de Desenvolvimento Rural do Continente 2014-2020*. Lisboa: Ministério da Agricultura e do Mar.
- Ministério da Economia e da Inovação (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal, IP.

- Ministério da Economia e Emprego (2012). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Horizonte 2013-2015*. Lisboa: Ministério da Economia e Emprego.
- Ministério da Economia e Emprego (2016). *Turismo 2020 - Cinco Princípios para uma ambição - Tornar Portugal o destino turístico mais ágil e dinâmico da Europa*. Lisboa: Ministério da Economia e Emprego.
- Morgan, D. L. (1997). *The focus group guidebook*. London: Sage publications.
- Mormont, M. (1990). *Who is rural? or, how to be rural: towards a sociology of the rural*. In Marsden, T., Lowe, P., Whatmore, S. (Eds.). *Rural Restructuring. Global processes and their responses*. London: David Fulton Publishers.
- Moseley, M. (2003). *Rural development: principles and practice*. London, Thousand Oaks e Post Box: Sage publications.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2008). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world*. Oxon: Routledge.
- OECD (1994). *Creating rural indicators for shaping territorial policy*. Paris: OECD.
- OECD (2006). *The New Rural Paradigm. Policies and Governance*. Paris: OECD Publishing.
- Oliveira, A. (2000). *Turismo e desenvolvimento – Planeamento e organização* (2ª Ed.). São Paulo: Editora Atlas.
- Oliveira, L. V. d. (2013). *A Regionalização em Portugal*. In J. S. Costa & P. Nijkamp (Eds.), *Compêndio de economia regional. Volume I: teoria, temáticas e políticas*. Cascais: Principia.
- OMT (1995). *Rassemblement des Statistiques de la Depense Touristique - Manuel Technique*. Madrid: OMT.
- Page, S. (2005). *Transport and tourism: Global perspectives*. Pearson Education.
- Page, S. (2011). *Tourism Management: Managing for Change*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Pearce, P. L. (Ed.). (2014). *Tourism motivations and decision making*. Chichester: Wiley.
- Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Oxford: Pergamon.
- Pedro, A. (2009). *Política turística y desarrollo turístico rural*. In A. Crosby (Ed.), *Re-inventando el turismo rural – Gestión y desarrollo*. Barcelona: Laertes.
- Pereira, M. (2014). *Sistemas de Informação Geográfica e Realidade Aumentada em Turismo: Guia interativo do Caminho Português de Santiago em Barcelos*. Tese de Doutoramento, Universidad de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2006). *Local and regional development*. Oxon: Routledge.
- Pizam, A. (2005). *International encyclopedia of hospitality management*. Oxford: Routledge.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Oxford: CAB international.
- Ray, C. (2006). *Neo-endogenous rural development in the EU*. In P. Cloke, T. Marsden, & P. Mooney (Eds.), *Handbook of rural studies*. London, Thousand Oaks e New Delhi: Sage publications.
- Ribeiro, V. (2012). *Mobilidade e Acessibilidade da População aos Serviços de Saúde: o caso do município de Braga*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga.
- Ribeiro, V., Remoaldo, P., & Gutiérrez, J. (2013). *Measuring the accesibility of bus stops for elderly people: The effects of slope and walking speeds*. In Melhorado-Condeço, A., Regianni, A., & Gutiérrez, J. (Eds.), *Spatial Accessibility*. Londres: Edward Elgar Publishing.
- Richards, G., & Hall, D. (2003). *The community: a sustainable concept in tourism development?* London e New York: Psychology Press.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cambridge: Cabi.

- Roberts, L., & Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: principles to practice*. Oxon: CABI publishing.
- Robinson, G. M. (1990). *Conflict and change in the countryside: rural society, economy, and planning in the developed world*. London: Bellhaven Press.
- Rosa, M. J. (2012). *O Envelhecimento da Sociedade Portuguesa*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Sachs, I. (1993). *Estratégias de transição para o século XXI*. In M. Bursztyn (Ed.), *Para pensar o desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Brasiliense.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Oxon: Psychology Press.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill approach*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Sharpley, R. (Ed.). (2004). *O turismo e o espaço natural*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural tourism. An introduction*. Oxford: International Thomson Business Press.
- Shaw, G., & Williams, A. M. (1994). *Critical Issues in Tourism*. Oxford: Blackwell.
- Shucksmith, M., & Talbot, H. (Eds.). (2015). *Localism and Rural Development*. New York: Routledge.
- Silva, M. C. (2012). *Socio-anthropologia rural e urbana: Fragmentos da sociedade portuguesa (1960-2010)*. Porto: Edições Afrontamento.
- Smith, V. (Ed.). (1977). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Stoker, G. (2007). *New Localism. Participation and Networked Community Governance*. Manchester: University of Manchester: Institute for Political and Economic Governance.
- Taylor, P. J. (1989). *The error of developmentalism in human geography*. In Gregory, D. & Walford, R. (Eds.). *The Changing Geography of the United Kingdom*. London: Macmillan.
- Timothy, D. J., & Tosun, C. (Eds.). (2003b). *Appropriate Planning for Tourism in Destination Communities: Participation, Incremental Growth and Collaboration*. Oxon: CABI.
- Turismo de Portugal (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo - Propostas para revisão no horizonte 2015 - Versão 2.0*. Lisboa: Turismo de Portugal, IP.
- Turismo de Portugal (2015a). *Turismo 2020 – Cinco Princípios para uma ambição*. Lisboa: Turismo de Portugal, IP.
- Turismo de Portugal (2015b). *Turismo 2020 – Plano de Ação para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa: Turismo de Portugal, IP.
- Turismo do Porto e Norte de Portugal (2015). *Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norete de Portugal – Horizonte 2015 – 2020*. Viana do Castelo: Turismo do Porto e Norte de Portugal, ER.
- Turismo do Porto e Norte de Portugal, E.R. (2015). Portugal: Porto e Norte – Um destino para descobrir. Viana do Castelo: Turismo do Porto e Norte de Portugal.
- Tweed, C. (2005). Taxonomy of the cultural attractors *Report for PICTURE (Pro-active management of the Impact of Cultural Tourism upon Urban Resources and Economies)*. Belfast: Queen's University.
- Ullman, J. B. (Ed.). (2007). *Structural Equation Modeling* (5ª ed.). Boston: Pearson Education.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: Sage.
- van Leeuwen, E. (2010). *Urban-Rural interactions: towns as focus points in rural development*. Amsterdam: Springer Science & Business Media.
- Vareiro, L. (2008). *Turismo como estratégia integradora dos recursos locais: o caso da NUT III Minho-Lima*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga.

Viegas, J.C., Miranda, J.A., & Lucas, Ó. (s.d.). *Moinhos de Água do Concelho de Boticas*. Boticas: Câmara Municipal de Boticas.

von Meyer, H. (1997). *Rural employment in OECD countries: structure and dynamics of regional labour markets*. In R. D. Bollman & J. M. Bryden (Eds.). *Rural employment: an international perspective*. Oxon: CABI Publishing.

Walford, N. & A. Hockey (1991). *Social and economic restructuring in rural Britain: a methodology for conceptual analysis*. Newcastle: Countryside Change Unit Working Paper 18, University of Newcastle-upon-Tyne.

Williams, S. (2009). *Tourism Geography: A New Synthesis* (2ª ed.). Oxon: Taylor & Francis.

Woods, M. (2011). *Rural (Key ideas in geography)*. New York: Routledge.

Zikmund, W. G. (2003). *Business research methods* (7ª ed.). Ohio: Thomson South-Western.

Legislação

39ª. Deliberação da Secção Permanente da Coordenação Estatística do Conselho Superior de Estatística (2014). Tipologia de Áreas Urbanas. Diário da República, 2ª série (144), 19340.

Lei nº 11-A/2013, de 28 de Janeiro (2013). Reorganização administrativa do território das freguesias. Diário da República, 1ª Série (19), 552-(2)-552-(147).

Lei nº33/2013, de 16 de maio (2013). Regime jurídico das áreas regionais de turismo de Portugal Continental. Diário da República, 1ª Série (94), 2912-2921.

Publicações estatísticas

Banco de Portugal (2014). *Análise do setor do turismo*. Lisboa: Estudo da Central de Balanços.

INE, I.P. (1993). *XIII Recenseamento Geral da População 1991 e III Recenseamento Geral da Habitação – Resultados definitivos*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2002). *XIV Recenseamento Geral da População 2001 e IV Recenseamento Geral da Habitação – Resultados definitivos*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2011a). *Estatísticas do Turismo 2010*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2011b). *Estimativas anuais da população residente 2011*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2012). *XV Recenseamento Geral da População 2011 e V Recenseamento Geral da Habitação – Resultados definitivos*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2014a). *Anuário estatístico da região Norte 2013*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2014b). *Estatísticas do Turismo 2013*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2015a). *Estatísticas do Turismo 2014*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2015b). *Estudo sobre o Poder de Compra Concelho 2013*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE, I.P. (2015c). Índice Sintético de Desenvolvimento Regional 2013 – Nota à imprensa. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

United Nations (2000). *Demographic Yearbook*. New York: United Nations.

UNWTO (2016). *UNWTO Tourism Highlights*. Madrid: World Tourism Organisation.

WTTC (2016). *Travel & Tourism Economic Impact 2016: Portugal*. London: World Travel & Tourism Council.

Sítios de internet

<<http://cimat.pt/wp-content/uploads/2015/02/mapa.jpg>>, CIMAT (consultado em 22.09.2016).

<<http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>>, UNWTO (consultado em 08.02.2016).

<<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/euro/p1-1.htm>>, LEADER II – Desenvolvimento das zonas rurais desfavorecidas da União Europeia (consultado em 20.02.2016).

<<http://patrimonio.cm-boticas.pt>>, Boticas - Património com história, da Câmara Municipal de Boticas (consultado em 22.06.2015).

<<http://smi.ine.pt/Versao/Detalhes/3485>>, Tipologia de Áreas Urbanas (TIPAU - consultado em 15.02.2015).

<<http://vidagoimagens.blogspot.pt/2012/04/desdobavel-regiao-de-turismo-de-chaves.html>>, Portais e documentos sobre Vidago (consultado em 21.09.2016).

<<http://www.drapn.mamaot.pt/drapn/qualimentar/qualificacao.html>>, DRAP-norte – Produtos tradicionais (consultado em 15.05.2016).

<<http://www.ipma.pt/pt/oclima/normais.clima/1981-2010/023/>>, IPMA – Normais Climatológicas (1981-2010 – provisórias) – Vila Real (consultado em 03.10.2016).

<<http://www.proder.pt/galdetail.aspx?menuid=915>>, PRODER (consultado em 29.12.2015).

<<http://www.sightsmap.com/>>, Sightsmap (consultado em 12.03.2016).



Fotografia tirada por S. Silva, em 13.04.2014.

Apêndices

APÊNDICE I. Guião de entrevista semiestruturada aos *stakeholders* locais e regionais

No âmbito de um trabalho a desenvolver no Mestrado em Geografia, da Universidade do Minho, estamos a desenvolver um estudo sobre estratégia de turismo, a curto e médio prazo, para o município de Boticas. A opinião das instituições regionais e locais é importante para apresentação de soluções que beneficiem a qualidade de vida das populações e o desenvolvimento local.

Designação da Instituição entrevistada: _____

Função do Representante: _____

I. O TURISMO COMO ATIVIDADE – O SEU RELEVO NO SETOR ECONÓMICO

1. Na sua consideração, que papel considera que o turismo desempenha atualmente no setor económico, em Portugal?
2. Quais são as principais transformações (económicas, sociais, culturais,...) que, na sua opinião, considera prementes para a evolução do turismo nos próximos anos, em Portugal?

II. PLANO ESTRATÉGICO NACIONAL DO TURISMO (PENT) – horizonte 2013-2015

1. Conhece o Plano Estratégico Nacional do Turismo? (Se responder **não**, o item fica sem efeito. Passe, por isso, ao ponto III, por favor).
2. Quais são as principais estratégias que considera relevantes para implementação do PENT?
3. Na sua perspetiva, como é que as entidades municipais têm aplicado o PENT até ao momento?
4. Do que o PENT propõe em termos de programas, na sua opinião, quais são aqueles que melhor se aplicavam ao município de Boticas?

III. COMPETÊNCIAS DO ORGANISMO E ATUAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

1. Em matéria do turismo, quais são as competências da instituição que dirige?
2. De que modo a atuação da sua instituição tem contribuído para o desenvolvimento do turismo no município de Boticas?

IV. INTERAÇÃO COM OS ATORES LOCAIS

1. Para além da sua instituição, qual (ais) considera (m) ser os principais atores/intervenientes locais com intervenção no setor do turismo ao nível local?
 - 1.1. Existe alguma interação entre os atores? Ou alguma coordenação exercida por parte de algum?
 - 1.2. Conhece outros atores que mantenham relações de cooperação, complementaridade ou sob coordenação de outrem, que tenham um papel de relevo no setor turístico?
2. Como classifica o interesse dos atores territoriais e a sua sensibilidade para intervir em matéria de turismo?

V. RECURSOS EXISTENTES

1. Quais são os principais recursos físicos (tangíveis) do território que detêm um papel essencial para o desenvolvimento turístico do mesmo?
2. De que forma a envolvente institucional pode contribuir para o desenvolvimento turístico de Boticas?
3. Quais são as potencialidades turísticas que existem em Boticas?
 - 3.1. Quais delas se encontram exploradas convenientemente?

- 3.2. Quais devem ser exploradas e, no seu ponto de vista, porque ainda não foram exploradas?
4. Quais são as principais fragilidades ou lacunas que identifica na organização do setor turístico em Boticas?
 - 4.1. Na sua opinião, porque é que não foram solucionadas? Consegue apontar alguma solução?

VI. ESTRATÉGIA DE PLANEAMENTO TURÍSTICO E MARKETING

1. Quais são, atualmente, os grandes desafios de Boticas em termos turísticos?
2. No seu ponto de vista, quais devem ser as principais linhas orientadoras que devem reger a estratégia de planeamento turístico em Boticas?
3. Quais considera ser os principais meios de promoção turística que devem ser aproveitados e de que forma deve ser feito o *marketing* do turismo em Boticas, a curto e médio prazo?

VII. OUTROS ASUNTOS RELEVANTES

1. Ao que foi referido anteriormente, deseja acrescentar algum tema que não tenha sido tratado anteriormente? E o quê?

Agradecemos a sua colaboração.

APÊNDICE II. Guião do *focus group*



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais



APRESENTAÇÃO DO PROJETO AOS MEMBROS DO *FOCUS GROUP*

Apresentação dos moderadores

A equipa de nove professores da Universidade do Minho, da Universidade Portucalense, do Instituto Politécnico de Viana do Castelo e da Universidade da Corunha, encontra-se a desenvolver um Projeto no âmbito do Lab2pt (Laboratório de Paisagens, Património e Território) intitulado “**Contributo para a sustentabilidade turística do município de Boticas**” que tem como principais objetivos:

- 1- diagnosticar as potencialidades turísticas do município de Boticas;
- 2- identificar o perfil do destino Boticas e as perceções de vários intervenientes, estando entre eles a população residente, em relação ao desenvolvimento do turismo e à sua participação mais ativa nesta atividade económica;
- 3- contribuir para um desenvolvimento mais participativo e sustentável do município de Boticas e dos municípios contíguos.

Trata-se de um projeto com a duração de um ano e meio, que está a ser desenvolvido **em parceria com a autarquia de Boticas**, tendo por base um protocolo existente entre a mesma e a Universidade do Minho.

Numa primeira fase, a equipa necessita de recolher a opinião dos principais intervenientes a nível social e económico, do município de Boticas e da região onde se insere, no sentido de ajudarem a equipa a diagnosticar as potencialidades turísticas do município de Boticas e a identificar o perfil do destino Boticas. Neste sentido, definimos uma lista de possíveis intervenientes que pudessem ajudar-nos a encontrar respostas consistentes para estes objetivos e foi por isso que vos convidámos a estar aqui hoje para uma sessão de Grupo Focal. Esta sessão em grupo demorará cerca de 1h30m e serão colocadas questões que poderão ser respondidas por quem o entender, num ambiente informal.

Optámos por esta técnica, pois permite obter informação não exclusivamente a partir da perspetiva de um indivíduo, mas da sua interação com o próprio grupo, o que possibilita produzir e reproduzir a informação como consequência da interação entre os indivíduos.

Para compreendermos as potencialidades turísticas do município de Boticas, **propomos um guião com 14 questões cujas opiniões dos elementos do Grupo Focal serão vertidas num Quadro para melhor sistematização da informação.**

Conjunto de questões:

1. O que associa a Boticas quando se fala deste município?
2. Que recursos naturais, físicos, patrimoniais, arqueológicos ou financeiros existem no município?
3. Como caracteriza o desenvolvimento económico e social que ocorreu na última década no município de Boticas?
4. Que áreas têm potencial para um desenvolvimento mais sustentável de Boticas nos próximos anos? (agricultura, artesanato, indústria, turismo, serviços, vinho,...)? Porquê? Como pode a população contribuir para este tipo de desenvolvimento mais equilibrado?

5. Que atrações turísticas considera existirem no município de Boticas, em termos, por exemplo, de Monumentos, Locais de interesse paisagístico, Espécies animais, Espécies vegetais, Atividades ligadas à terra, Lendas, Gastronomia, Festas e Romarias?
6. E que atrações considera terem grande potencial turístico, mas que foram pouco exploradas/visitadas até ao momento?
7. De todas as freguesias que fazem parte do município de Boticas, quais são as mais e as menos visitadas pelos turistas? Porquê? São sobretudo Portugueses ou também há estrangeiros? De onde vêm? Em que épocas do ano vêm? Que locais visitam? Quais são as suas principais motivações de visita e o que visitam? Considera que há infraestruturas de apoio aos visitantes? Quanto tempo permanecem? Que tipo de alojamento e meios de transporte utilizam? Qual é o seu gasto médio?
8. Quais são os municípios/cidades/aldeias diretamente concorrentes com Boticas, a nível nacional e a nível regional?
9. Que ligações viárias e de outro tipo existem com esses municípios?
10. Com que territórios próximos se identifica mais o município de Boticas?
11. Qual é, na sua opinião, a imagem que Boticas transmite às pessoas? Que imagem é que gostaria que fosse passada?
12. Que produto turístico âncora deveria oferecer Boticas? Que outro(s) produto(s) turístico(s) Boticas deveria oferecer como oferta complementar?
13. Se Boticas tivesse necessidade de identificar um evento âncora, que tipo de evento sugeria e em que época do ano?
14. Há alguma questão que considera ser pertinente e que deve ser acrescentada às que já foram usadas nesta sessão?

Quadro-síntese da informação para a sessão

Dimensões	Temas	Respostas
1. O que associa a Boticas?	História célebre Local simbólico Monumento simbólico (...)	
2. Que recursos naturais, físicos, patrimoniais, arqueológicos ou financeiros existem no município?	Naturais Físicos Patrimoniais Arqueológicos Financeiros	
3. Como caracteriza o desenvolvimento económico e social que ocorreu na última década no município de Boticas?	Económico Social	
4. Que áreas têm potencial para um desenvolvimento mais sustentável de Boticas nos próximos anos? (agricultura, artesanato, indústria, turismo, serviços, vinho,...)? Porquê? Como pode a população contribuir para este tipo de desenvolvimento mais equilibrado?	Agricultura Artesanato Indústria Turismo Serviços Vinho (...)	
5. Que atrações turísticas considera existirem no município de Boticas?	Monumentos Locais de interesse paisagístico Espécies animais Espécies vegetais Atividades ligadas à terra Lendas Gastronomia	

Festas e romarias
(...)

6. E que atrações considera terem grande potencial turístico, mas que foram pouco exploradas/visitadas até ao momento?

7. De todas as freguesias que fazem parte do município de Boticas, quais são as mais e as menos visitadas pelos turistas?

Porquê?

São sobretudo Portugueses ou também há estrangeiros?	Portugueses
De onde vêm?	Estrangeiros - De onde?
Em que épocas do ano vêm? Que locais visitam?	Em que épocas do ano?
Quais são as suas principais motivações de visita e o que visitam?	Locais que visitam Estruturas de apoio a visitantes
Considera que há infraestruturas de apoio aos visitantes?	
Quanto tempo permanecem?	
Que tipo de alojamento e meios de transporte utilizam?	
Qual é o seu gasto médio?	

8. Quais são os municípios/cidades/aldeias diretamente concorrentes com Boticas, a nível nacional e a nível regional?

9. Que ligações viárias e de outro tipo existem com esses municípios?	Cidades vizinhas – Quais? Aldeias isoladas – Quais? Mobilidade – Que ligações viárias? Com que territórios próximos se identifica?
---	---

10. Com que territórios próximos se identifica mais o município de Boticas?

11. Qual é, na sua opinião, a imagem que Boticas transmite às pessoas?

Que imagem é que gostaria que fosse passada?

12. Que produto turístico âncora deveria oferecer Boticas?

Que outro(s) produto(s) turístico(s) Boticas deveria oferecer como oferta complementar?

13. Se Boticas tivesse necessidade de identificar um evento âncora, que tipo de evento sugeria e em que época do ano?

14. Há alguma questão que consideram ser pertinente e que deve ser acrescentada às que já foram usadas nesta sessão?

APÊNDICE III. Inquérito por questionário aos residentes de Boticas

Questionário n.º

No âmbito de um projeto de investigação que o Laboratório de Paisagens, Património e Território (Lab2PT) da Universidade do Minho, em articulação com a Câmara Municipal de Boticas, se encontram a desenvolver sobre o contributo da atividade turística para o desenvolvimento sustentável do município de Boticas, vimos dar-lhe a oportunidade de se manifestar, através do preenchimento do presente questionário. O questionário visa diagnosticar as potencialidades turísticas do município de Boticas, bem como aferir a sua perceção quanto ao desenvolvimento do turismo e a participação que está disponível a dar em prol do desenvolvimento desta atividade. Como poderá verificar, é um questionário de preenchimento simples, demorando apenas alguns minutos a preencher. Além disso, não é pedida a identificação pessoal, garantindo, desta forma, o anonimato a quem está a responder ao mesmo. Pedimos-lhe que preencha apenas um questionário e, no caso de não residir em Boticas, por favor, não responda ao questionário. A informação que nos fornece será um contributo para que a atividade turística em Boticas possa ser planeada, respeitando os seus interesses.

Local do questionário: Data: ___/___/___

A – Imagem global sobre o seu município

Vamos começar por lhe colocar algumas questões sobre a imagem do município de Boticas.

1. Por favor, indique-nos se concorda ou discorda com as seguintes afirmações sobre o município de Boticas [para o efeito, assinale com uma cruz (x) a resposta que lhe parece ser a mais correta].

Boticas...	Discordo completamente (1)	Discordo (2)	É Indiferente (3)	Concordo (4)	Concordo completamente (5)
1. Tem uma paisagem atrativa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Apresenta edifícios interessantes do ponto de vista arquitetónico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Tem locais históricos importantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Tem um programa cultural interessante (festas, espetáculos,...).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Dispõe de boa divulgação de eventos culturais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Apresenta qualidade na oferta hoteleira.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Tem bons serviços de restauração (restaurantes, adegas, ...).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Dispõe de boa sinalização e informação turística.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Tem serviços públicos eficientes (escolas, centros de saúde, ...).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Apresenta um bom sistema de transportes públicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Tem boas infraestruturas rodoviárias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. É um lugar seguro para se viver.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Encontra-se sempre limpo e asseado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

B – POSIÇÃO FACE AO TURISMO

Vamos agora colocar-lhe algumas questões sobre a sua posição face ao turismo em Boticas.

2. Nos seus tempos livres (lazer, compras), é frequente cruzar-se com turistas?

Nunca Raramente Às vezes Frequentemente Muito frequentemente

3. Existem locais no município de Boticas onde gosta de ver turistas?

Sim Não É-me indiferente (Se respondeu Não ou É-me indiferente, passe à questão 4.)

3.1. Se sim, onde?

4. Existem locais no município de Boticas onde preferia não encontrar turistas?

Sim Não É-me indiferente (Se respondeu Não ou É-me indiferente, passe à questão 5.)

4.1. Se sim, onde?

C – OPINIÃO SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO MUNICÍPIO DE BOTICAS

Pedimos, por favor, que nos desse agora a sua opinião sobre o desenvolvimento do turismo no município de Boticas.

5. Dê-nos a sua opinião sobre as seguintes afirmações sobre o desenvolvimento da atividade turística em Boticas [selecione com um (x) as opções abaixo, consoante concorde ou discorde com cada afirmação].

Afirmações	Discordo completamente (1)	Discordo (2)	É Indiferente (3)	Concordo (4)	Concordo completamente (5)
1. O turismo é bom para Boticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. É necessário aumentar o número de turistas em Boticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. O turismo pode ajudar ao desenvolvimento de Boticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Pessoalmente, posso beneficiar do desenvolvimento do turismo em Boticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Por favor, dê-nos a sua opinião relativamente às seguintes afirmações sobre os possíveis efeitos do turismo em Boticas [selecione com um (x) as suas opções].

0 desenvolvimento do turismo em Boticas...	Discordo completamente (1)	Discordo (2)	É Indiferente (3)	Concordo (4)	Concordo completamente (5)
1. Aumentará a qualidade dos serviços públicos (polícia, escolas, centros de saúde, transportes,...).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Permitirá criar oportunidades de entretenimento e recreio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Possibilitará a conservação dos recursos históricos e arqueológicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Estimulará a cultura local e o artesanato.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Possibilitará o contacto com culturas diferentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Criará postos de trabalho para os residentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Aumentará as receitas geradas na economia local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Aumentará o ruído excessivo no centro da vila.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Aumentará a quantidade de lixo nas ruas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Aumentará a criminalidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Dificultará a preservação dos valores, costumes e tradições locais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Aumentará o rendimento dos residentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Beneficiará a autoestima da comunidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Aumentará o investimento por parte das empresas em hotéis, restaurantes, lojas,....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Aumentarão os preços de bens, de serviços e de propriedades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Aumentará a qualidade de vida dos residentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Da lista apresentada abaixo, considere o potencial dos atributos turísticos do município de Boticas, numa escala entre o nível 1 (muito irrelevante) e o nível 5 (muito relevante).

Legenda: Muito irrelevante=1; Irrelevante=2; Pouco Relevante=3; Relevante=4; Muito relevante=5.

Atributos	Nível	Atributos	Nível
Música e cantares populares (folclore, ...).	<input type="checkbox"/>	Museus (Ecomuseu do Barroso – Museu Rural de Boticas, Centro de Artes Nadir Afonso,...).	<input type="checkbox"/>
Festas e eventos (Festa do senhor do Monte, da Srª. da Libertação, de S. Sebastião, Feira Gastronómica do Porco,...).	<input type="checkbox"/>	Igrejas e capelas (Igreja de Santa Maria de Covas, Igreja Nª Srª. da Livração, Capela de Stª. Margarida,...).	<input type="checkbox"/>
Pintura e escultura (Pintura de Nadir Afonso,...).	<input type="checkbox"/>	Arqueologia e História (Castros, trechos de calçada romana, história das invasões francesas, ...).	<input type="checkbox"/>
Gastronomia (Cozido à barrosã, Caldo Barrosão, Truta recheada, ...).	<input type="checkbox"/>	Artesanato local (capas barrosãs, capuchas de lã, croças de junco, toalhas de linho, ...).	<input type="checkbox"/>
Tradições ancestrais (Chegas de bois, utilização de fornos comunitários, matança do porco,...).	<input type="checkbox"/>	Caça e pesca (pesca da truta, caça de coelhos e lebres,...).	<input type="checkbox"/>
Produtos locais (mel, vinho dos mortos, água de Carvalhos, truta de Boticas,...).	<input type="checkbox"/>	Desporto (Provas de BTT e de motas,...).	<input type="checkbox"/>
Condições naturais (clima local, orografia, rios, plantas, animais, ...).	<input type="checkbox"/>		

8. Na sua opinião, há atrações turísticas bem exploradas no município de Boticas? (Deve entender-se como atração turística, por exemplo, os monumentos, locais de interesse paisagístico, espécies animais, espécies vegetais, atividades ligadas à terra, lendas, gastronomia, festas e romarias).

Sim Não Não sei (Se respondeu Não ou Não sei, passe à questão 9.)

8.1. Se sim, qual(ais)?

9. No seu ponto de vista, há atrações turísticas com algum potencial de valorização, mas que foram pouco exploradas e/ou visitadas até ao momento?

Sim Não Não sei (Se respondeu Não ou Não sei, passe à questão 10.)

9.1. Se sim, qual(ais)?

10. Na sua opinião, o dinheiro gasto em publicidade/marketing para atrair turistas para Boticas é um bom investimento?

Sim Não Não tenho opinião

11. Considera que as infraestruturas e equipamentos (hotéis, restaurantes, postos de turismo,...) de apoio aos turistas são:

Inexistentes Muito insuficientes Insuficientes Suficientes Muito suficientes

D – PARTICIPAÇÃO ATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

De seguida, pedimos-lhe que dê a sua opinião relativamente a alguns itens sobre a sua participação no desenvolvimento da atividade turística.

12. Como avalia a sua participação nas iniciativas do lugar onde vive (comunidade) até hoje?

Muito fraca Fraca Intermédia Forte Muito forte

13. Está disposto a ajudar a promover a atividade turística em Boticas?

Sim Não Talvez (Se respondeu Não ou Talvez, passe à questão 14.)

13.1. Se respondeu sim, indique-nos, da seguinte lista de afirmações, o grau de disponibilidade que tem para cada uma delas, de forma a contribuir para o desenvolvimento do turismo em Boticas [selecione com um (X) a sua opção consoante a sua disponibilidade para o que é mencionado].

Estou disposto a...	Nunca (1)	Exceionalmente (2)	Às vezes (3)	Frequentemente (4)	Muito frequentemente (5)
1. Sugerir propostas para melhorar a atividade turística.	<input type="radio"/>				
2. Participar ativamente nas propostas de planeamento turístico (em reuniões, em orçamentos participativos,...).	<input type="radio"/>				
3. Participar em formações ou seminários sobre turismo.	<input type="radio"/>				
4. Integrar os turistas em iniciativas que estejam a ocorrer no município (festas, feiras, festivais, congressos,...).	<input type="radio"/>				

Estou disposto a...	Nunca (1)	Exceccionalmente (2)	Às vezes (3)	Frequentemente (4)	Muito frequentemente (5)
5. Prestar informações sobre os locais a visitar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Convidar os turistas a almoçar e/ou jantar na minha casa, mediante pagamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Convidar os turistas a visitarem a minha casa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Convidar os turistas a pernoitar na minha casa, mediante pagamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Convidar os turistas a participarem nas minhas atividades diárias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Levar os turistas a conhecer vários pontos de interesse do município.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Participar na organização de iniciativas a ocorrer no município.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Investir em atividades de suporte ao turismo (hotéis, restaurantes, lojas de artesanato).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

E – INFORMAÇÕES PESSOAIS

Vamos, por fim, colocar-lhe algumas questões de caráter mais pessoal.

Por favor, dê-nos mais alguma informação sobre si, que não será divulgada.

14. Sexo: Masculino Feminino

15. Que idade tem? anos.

16. É natural de Boticas? Sim Não

17. Há quanto tempo vive em Boticas? anos.

18. Em que freguesia reside?

19. Reside nesta freguesia durante todo o ano?

Sim Não (Se respondeu Sim, passe à questão 20.)

19.1. Se respondeu não, reside nesta freguesia durante quantos meses do ano? meses.

19.2. Onde reside o resto do ano?

20. Que estudos tem?

Não sabe ler nem escrever.

Sabe ler e escrever sem ter completado o sistema de ensino básico.

Primeiro ciclo do ensino básico (antiga 4ª classe).

Segundo ciclo do ensino básico (6º ano ou antigo ensino preparatório).

Terceiro ciclo do ensino básico (9º ano ou antigo 5º ano do liceu).

Ensino Secundário.

Nível superior.

Outro. Qual?

21. Qual é a sua situação perante o trabalho?

Doméstico(a).

Desempregado(a).

Empregado(a).

Reformado(a).

Estudante.

Outra. Qual?

21.1. Se respondeu empregado(a), indique:

21.1.1. Trabalha no setor do turismo ou entra em contacto com turistas devido à sua profissão? Sim Não

21.1.2. Qual é a sua profissão?

22. Qual é o seu estado civil?

Casado(a) (com ou sem registo/ união de facto)

Divorciado(a)

Outro. Qual?

Solteiro(a)

Viúvo(a)

23. Qual é o rendimento total líquido mensal da sua família (incluindo salários, rendas, abonos, subsídios, etc.)?

Até 500€

De 1001 até 2500€

Superior a 3000€

De 500 até 1000€

De 2501 até 3000€

Se tem alguma sugestão sobre como desenvolver o turismo no município de Boticas, por favor, use o espaço que se segue para dar a sua opinião.

Muito obrigado pelo seu tempo para responder a este questionário!