

XERARDO PEREIRO

## Abordagem exploratória do turismo rural de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

---

*Análise Social*, 226, LIII (1.º), 2018

ISSN ONLINE 2182-2999

---

EDIÇÃO E PROPRIEDADE

Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Av. Professor Aníbal de Bettencourt, 9  
1600-189 Lisboa Portugal — [analise.social@ics.ul.pt](mailto:analise.social@ics.ul.pt)



**Abordagem exploratória do turismo rural de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal).** A desruralização de Portugal é um processo que se arrasta desde 1960 e as políticas de desenvolvimento rural desde então têm-se centrado não tanto na agricultura, mas mais no turismo, no turismo rural em particular, com investimentos públicos em projetos que tentavam travar o despovoamento e reconverter funcional e simbolicamente os territórios rurais portugueses. Esta nova ruralização representa para alguns um fracasso coletivo e identitário e para outros uma esperança de mudança positiva. Analiso neste ensaio exploratório o papel do turismo rural nesse processo de desruralização e também de nova ruralização de Trás-os-Montes e Alto Douro a partir de um diálogo com a literatura científica existente.

**PALAVRAS-CHAVE:** turismo rural; Trás-os-Montes e Alto Douro; turismo rural de segunda geração.

**Exploring the prospect of rural tourism in Trás-os-Montes and Alto Douro (Portugal).** The de-ruralization of Portugal is a process that has dragged on since 1960 and the rural development policies have focused less on agriculture and more on tourism, and rural tourism in particular, with public investment in projects that have sought to stem the depopulation and convert functional and symbolic Portuguese rural areas. This new ruralization is for some an unsuccessful collective identity and for others a hope of positive change. In this exploratory essay I analyze the role of rural tourism in the process of de-ruralization and also new ruralization of TMAD (Trás-os-Montes and Alto Douro) from a dialogue with the existing scientific literature.

**KEYWORDS:** rural tourism; Trás-os-Montes and Alto Douro; second generation of rural tourism.

---

XERARDO PEREIRO

# Abordagem exploratória do turismo rural de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

## INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

O papel do turismo em contextos de pós-ruralidades (terminologia anglo-saxónica) ou neo-ruralidades (terminologia francesa), segundo as perspetivas teóricas adotadas, tem sido destacado por muitos autores (Giarracca, 2001; Silva, 2007; Kay, 2008; Noriero Escalante et al, 2009; Silva, 2009; Roseman, Prado e Pereiro, 2013). Nestes novos contextos, os turistas e visitantes encontram-se não apenas com os velhos residentes rurais, mas também com novos habitantes neorurais, recém-chegados, retornados ou outros que se deslocam ao rural na procura do que imaginam ser uma melhor qualidade de vida. Esta translocalidade, que questiona a falsa e simplista dicotomia rural/urbano (Pereiro, 2005), é especialmente relevante quando falamos de turismo rural e desenvolvimento sustentável, pois observa-se uma mistura complexa de agentes sociais que estão a reconstruir e a ressignificar os tradicionalmente chamados espaços rurais. É o que Jesús Oliva (2010) denomina como “new rural melting pots”, para o qual contribui decisivamente o turismo rural associado às ideologias da renaturalização e da patrimonialização cultural.

1 Trabalho financiado por Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE, 2020) [Projeto n.º 006971 (UID/SOC/04011)]; e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013. Este texto enquadra-se no projeto de I& DOUROTUR – Tourism and technological innovation in the Douro, n.º da operação NORTE-01-0145-FEDER-000014, co-financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) através do NORTE 2020 (Programa Operacional Regional do Norte 2014/2020). Investigador responsável: Xerardo Pereiro (xperez@utad.pt). Financiamento: 679.458,26 €.

O rural é preciso pensá-lo como parte de um território alargado, globalizado e urbanizado, e também como parte de um processo histórico de movimentos de população, mas não como uma categoria absoluta e oposta ao urbano. Mais, o rural é uma metáfora, o que nos leva a aprofundar os seus significados e questionar as mudanças socioculturais. Os tradicionalmente denominados espaços rurais estão a redefinir-se mundialmente (Cloke, Marsen e Mooney, 2006; Van der Ploeg, 2010) e de forma particular na Península Ibérica (García Sanz, 1996; Pereiro, 2005; Roseman, 2008; Silva, 2009; Roseman, Prado e Pereiro, 2013).

Os denominados novos camponeses, neorurais e rurbanos, adquiriram bastante protagonismo na redefinição dos velhos espaços rurais. A verdade é que estamos a observar um conjunto de transformações sociais, económicas, políticas e culturais dos sentidos do lugar “rural” e torna-se necessário repensá-las do ponto de vista teórico, metodológico e também da intervenção-aplicação de políticas, programas e projetos de desenvolvimento rural.

Nesta ótica, entendemos o conceito de novas ruralidades (Entrena Durán, 1998; Covas, 2008; Rivera, 2009; Oliva, 2010; Pereiro e Prado, 2013) como uma ferramenta analítica útil para compreender as transformações rurais contemporâneas. Mas, quais são os fatores de mudança que levam a essas novas ruralidades? Entre os processos socioeconómicos estruturais, destacamos o impulso do tardocapitalismo, a globalização, o consumismo, a poluição insustentável, as agressões ao meio ambiente, os abusos de poder da agroindústria capitalista e a “crise”.

Entre os processos ideológicos associados ao anterior, destacamos o pastoralismo (Marx, 1964), o naturalismo, a patrimonialização, o ambientalismo (reservas naturais, parques...), o ecologismo e outros movimentos sociais de reivindicação (ex. o decrescimento, o turismo responsável, a soberania alimentar, a via camponesa, o movimento da transição...). Estes processos ideológicos não estão isentos de uma certa idealização e romantismo que mitificam um passado rural imaginado sem a dureza e dificuldade das suas culturas de trabalho. Entre os processos sociais ligados aos anteriores, deve-se sublinhar as novas culturas de mobilidade urbano-rural, as novas valorizações dos produtos agroecológicos e “saudáveis”, as fugas ao *stress* urbano, o repovoamento rural e a venda de casas rurais.

E, neste quadro de reconversão simbólica e identificativa do rural, o papel do turismo rural tem sido muito importante, em nosso entender reforçando a sua multifuncionalidade. O turismo em espaço rural pode ser visto como uma invenção do mercado turístico e do poder dominante para redefinir o espaço rural, cada vez menos agrário, desagrarizado (Baptista, 2003) e mais urbanizado. Através do Turismo em Espaço Rural (TER), o urbano reconquista o rural

e reincorpora-o no mercado global. O rural é convertido em produto e mercadoria que circula em espaços globais e que oferece um pacote emocional que proporciona “tradição”, “autenticidade”, “naturalidade” e “alterotropia”. Todos eles são considerados valores perdidos nos meios urbanos. Desta forma, são ativados repertórios culturais, até ao momento pouco conhecidos, e também menosprezados, nos quais se investem (ex. infraestruturas de comunicação e alojamento) para obter ganhos mercantis. Este novo tipo de oferta turística encontra-se nos discursos sobre desenvolvimento rural europeu e outros que se dirigem agora sobre um mundo rural recriado como núcleo de tradições perdidas pela modernização.

O espaço rural deixa de ser única e exclusivamente um espaço de produção agrária para converter-se em espaço de consumo (Silva, 2014, p. 15). Poderíamos afirmar que o espaço rural passa a elaborar novas produções (paisagem, ruralidade, tranquilidade, raízes, identificações, património cultural e natural) para a sua reprodução socioeconómica. O agro e o agrário passaram a ser “rural” e “campo”, e o turismo rural pode ser pensado como um produto e uma nova forma de consumo. Assim entendido, o turismo em espaço rural é um motor e uma consequência dessa mudança cultural (Santana, 1999 e 2000). Portanto, podemos pensar que o turismo rural é também uma manifestação da mudança das sociedades agrárias e industriais para sociedades pós-industriais (Portela e Castro Caldas, 2003; Silva, 2009 e 2014; Figueiredo, 2011), mas isso não está isento de uma possível crítica, pois o certo é que os campos adotaram novas funções e usos multifuncionais.

No caso de Portugal e de acordo com Luís Silva:

A ruralidade não pertence a um estágio anterior da evolução da sociedade portuguesa; a ruralidade não deixou pura e simplesmente de existir, em razão do processo de urbanização e da evidente perda de importância social e económica da agricultura em Portugal... hoje talvez mais do que no passado e de diferentes formas, a ruralidade é uma constante da sociedade portuguesa [Silva, 2014, pp. 22-23].

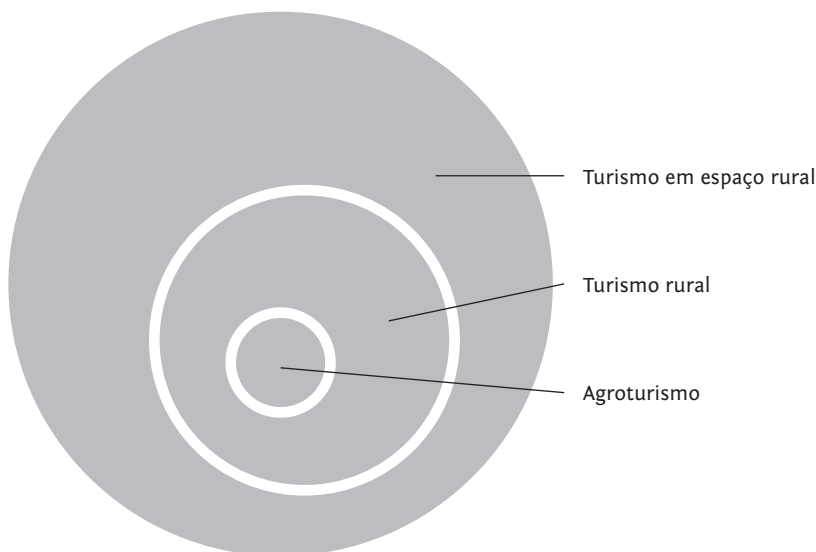
Desagrarização, despovoamento, multifuncionalidade, urbanização, diversidade de rurais, envelhecimento, resistência, patrimonialização, turistificação são palavras de ordem na literatura científica sobre a evolução do rural português nas últimas décadas (Sobral, 1999; Baptista, 2003; Portela e Castro Caldas, 2003; Covas, 2008; Silva, 2009 e 2014; Cristóvão, 2011, Figueiredo, 2011; Afonso, 2013). Nesse quadro, as políticas de desenvolvimento rural apostaram na Europa pela multifuncionalidade das áreas rurais e a introdução do turismo rural como parte dessa estratégia diversificadora, especialmente a partir dos anos 1990 (Cristóvão, 2011).

Na Europa e no mundo, o turismo rural não é uniforme, porém assume várias formas e definições, o que dificulta a comparação. Isso deve-se aos diversos significados do rural, enquadramentos jurídicos do turismo distintos e a diferentes políticas de turismo e desenvolvimento rural. O Norte interior de Portugal desenvolveu tardiamente o turismo rural e na atualidade tem uma expressão importante para a redefinição identitária e territorial da região. Para abordar o desenvolvimento do turismo rural no Norte interior de Portugal, a metodologia utilizada para este trabalho de investigação foi fundamentalmente documental e exploratória, tendo como base a revisão da literatura científica existente sobre o turismo rural em Trás-os-Montes e Alto Douro, a experiência de orientação de várias teses de licenciatura sobre turismo rural nesta zona e a minha observação participante na região desde 1997. Na discussão sobre o assunto, problematizarei a relação entre turismo rural e agricultura nos modelos de desenvolvimento e nas políticas desenvolvidas nas últimas décadas em TMAD, para apontar finalmente para a necessidade de um turismo rural de segunda geração.

### O QUE É O TURISMO EM ESPAÇO RURAL?

Embora seja difícil estabelecer uma definição satisfatória de turismo rural e também de espaço rural (Tulik, 2003; Pereiro, 2005 e 2007), e de acordo com Such e García (2001), podemos entender melhor o turismo em espaço rural se o relacionarmos com o turismo rural e o agroturismo. Através da sua representação em três círculos concêntricos, podemos entender melhor esta relação. O círculo exterior e mais abrangente é o do turismo em espaços rurais (TER) genérico – qualquer atividade turística em espaço rural –, dentro do qual o turismo rural (TR) representa uma das possibilidades existentes – mais ligado às atividades agrárias e aos sinais tradicionais do rural –, não a única, e dentro deste, o círculo interno do agroturismo (AT) constitui um modo específico de fazer turismo rural. Este último, o agroturismo, seria um tipo de turismo desenvolvido em explorações agrárias, representando um rendimento complementar da atividade agrária (Phillip et al., 2010; Fleischer e Tchetchik, 2005). Neste tipo de unidades agroturísticas, é fundamental o consumo turístico de produtos alimentares produzidos localmente, portanto há nesta modalidade agroturística uma relação íntima entre agricultura e turismo mediada pela alimentação e pelos produtos tradicionais de qualidade.

Estas definições de tipo classificatório são pelo menos operativas, e permitem-nos abordar a pluralidade de definições e orientações de análise das atividades do turismo no espaço rural, a sua oferta e procura, os seus tipos de alojamento, as legislações, as práticas turísticas e as suas potencialidades



Fonte: Elaboração própria com base em Such e García (2001).

de desenvolvimento. Porém, não podemos esquecer que o turismo, também o rural, adotou e adota formas sociais diferentes em cada época, sociedade e espaço. Nesta linha, que destaca a forma e a prática social, e não apenas o espaço onde é praticado, o antropólogo Agustín Santana define o turismo rural como uma forma de “turismo alternativo”:

O uso ou aproveitamento turístico do meio rural, prestando atenção ao princípios do desenvolvimento sustentável, caracterizado por gerar efeitos eminentemente positivos (conservação do património, protecção do meio), promover-se em áreas “não invadidas”, incluir a população local como actores culturais, ser minoritário e promover, através de encontros espontâneos e participação, o contacto cultural [Santana, 1999, p. 183].

Segundo Cohen (1979, pp. 5-38), o turismo rural pode ser considerado uma experiência de turismo cultural, através da qual os habitantes urbanos procuram no espaço rural a “autenticidade” que eles pensam e imaginam perdida nos espaços urbanos, o que possibilita experimentar estilos de vida diferentes do próprio ou mesmo voltar a umas raízes já abandonadas.

Segundo outra perspectiva antropológica, o turismo rural também pode ser entendido como um elo contínuo rural-urbano, como um campo de fluxos – *ethnoscapes*, *technoscapes*, *finanscapes*, *mediascapes*, *ideoscapes* (Appadurai, 1990) – sob a dominação urbana. De acordo com esta abordagem, o turismo rural tem mercantilizado o espaço rural e tem recriado identidades familiares

e comunitárias. Não podemos esquecer que o turismo adotou e adota as formas sociais de cada época e sociedade. Neste sentido, Luís Silva (2014) afirma que a imagem turística do rural de hoje está alicerçada em três elementos-chave: a paisagem, as relações sociais e a autenticidade.

O turismo rural tem sido produtor, e não só produto, tendo um papel importante no desenvolvimento local, não sem limitações. Pensamos que existe um abuso retórico do turismo rural, que se tem convertido numa metáfora de salvação de zonas em declínio, o que não deixa de ser uma panaceia (Silva, 2009 e 2014). Numa outra perspetiva antropológica mais crítica (Prista, 1998), o TER retoca com cosmética folclorista o problema do êxodo rural-urbano, cria escaparates de tradições envernizadas para consumo urbano e vende os restos de comunidades rurais que experimentam processos de mudança e urbanização.

### O TURISMO RURAL EM PORTUGAL

O turismo rural em Portugal é relativamente recente (Moreira, 1994; Cavaco, 1995; Luís, 2002; Valente e Figueiredo, 2003; Gonçalves, 2008) e tem contribuído em parte para a diversificação económica das zonas rurais (Cavaco, 1995 e 1999). Em 1978, o turismo em espaço rural (TER) é iniciado, de forma experimental, em Portugal, mais concretamente em quatro áreas piloto: Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa (Moreira, 1994, pp. 128-129; Silva, 2007, p. 143; Gonçalves, 2008, p. 187). O programa alargou-se pouco depois a outras áreas do país (Gonçalves, 2008). Em 1982, começou a regulamentar-se o “turismo de habitação” como produto turístico rural diferente da hotelaria tradicional, que se concretizará no Decreto-Lei n.º 432/83. Estava baseado na recuperação de casas antigas com uma arquitetura senhorial e/ou com uma dilatada história. Nelas, o proprietário recebe as pessoas como amigos e não como simples clientes. Este tratamento pessoal significa uma imersão na história e na cultura da zona através da família que rege a casa. O objetivo deste programa foi recuperar o património arquitetónico e também criar um alojamento de qualidade no meio rural.

No fundo, o TER nasceu como forma de recuperação de patrimónios arquitetónicos rurais, para diversificar a oferta turística do país, associando o alojamento às tradições e envolvente rural, funcionando como forma de aumentar o rendimento económico e a qualidade de vida das populações rurais. Ao contrário dos primórdios das experiências do turismo rural, em que as elites urbanas eram os principais clientes, neste novo turismo rural, os clientes-tipo são as classes médias urbanas, com nível de ingressos médio-alto, uma elevada formação académica e um certo interesse ou curiosidade pelas formas de vida



tradicionais rurais. Portanto, com um perfil de motivações e práticas turísticas diferentes do turista que praticaria turismo de sol e praia.

Uma breve análise da legislação do turismo rural em Portugal permitir-nos-á conhecer melhor a evolução da noção de turismo rural e dos valores atribuídos politicamente à ruralidade nas últimas décadas. A regulamentação jurídica sobre o Turismo em Espaço Rural (TER) teve um ponto de partida importante, em 1986, através do Decreto-Lei n.º256/86 de 27 de agosto. Uns anos depois, em 1987, no âmbito do TER estabelece-se a distinção jurídica entre turismo de habitação, turismo rural e agroturismo (Despacho 20/87, 24-2, 1 Série, Diário da República n.º 46). De acordo com Eduardo Gonçalves (2008, p. 189), encerra-se aqui a fase experimental do turismo rural contemporâneo português, que logo derivará na institucionalização do turismo rural.

Em 1989, apareceu um novo formato de alojamento rural, o “hotel rural”. E, segundo dados do INE, em 1990, havia já 223 estabelecimentos (1811 quartos) e, em 1994, tínhamos 456 (3973 quartos). No ano 1990, houve 60979 dormidas, em 1994, houve 97785 e, em 2000, um total de 146103. No ano 1995, Trás-os-Montes e Alto Douro teve já 42% da procura TER de todo o Norte de Portugal (Delfim Santos et al., 1998, p. 175). O que se destaca ao longo dos anos 1990 é um aumento progressivo da oferta e da procura por este tipo de turismo.

Uma das zonas do país onde mais se tem desenvolvido este tipo de turismo tem sido a região do Minho. Em 1993, a TURIHAB, a maior associação de unidades de turismo rural em Portugal, promoveu a partir de Ponte de Lima a marca “Solares de Portugal”, e em 1994, o Estado português apoiou a marca comercial “Solares de Portugal”, que estava associada a uma casa familiar, mas com uma maior extensão que as anteriores edificações, distinguindo entre duas situações: o acolhimento familiar e o alojamento simples. Esta marca foi uma distinção social outorgada à aristocracia de província e integrava casas antigas (arquitetura do século XVII e XVIII declarada como TH – turismo de habitação), quintas e herdades (propriedades agrícolas com casa rústica ou arquitetura erudita, agroturismo, AG) e casas rústicas (arquitetura tradicional com valor etnográfico, turismo rural, TR).

Em 1997, foram introduzidas na legislação novas categorias de turismo rural, o “Turismo de Aldeia” e as “Casas de Campo”, sendo ainda considerados como empreendimentos turísticos rurais os “Parques de Campismo Rurais” e os “Hotéis Rurais”. Uma nova legislação nasce em 2002 (Decreto-Lei n.º 54/2002, de 11 de março), e define o TER como “o conjunto de actividades, serviços de alojamento e animação a turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados... em zonas rurais”. Importante é a definição que é dada nesta legislação aos espaços rurais como “áreas com ligação

tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural” (artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 54/02 de 11 de março). Além do mais, esta legislação contempla as seguintes modalidades TER:

1. Turismo de Habitação: “Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas antigas particulares que, pelo seu valor arquitectónico, histórico ou artístico, sejam representativas de uma determinada época, nomeadamente os solares e as casas apalaçadas” (artigo 4.º); isto é, hospedagem em casas antigas particulares com convívio com as elites da província (Silva, 2007, p. 143).
2. Turismo Rural: “Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas rústicas particulares que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integrem na arquitectura típica regional” (artigo 5.º).
3. Agroturismo: “Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado em casas particulares integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da actividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável” (artigo 6.º).
4. Turismo de Aldeia: “Serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores” (artigo 7.º).
5. Casas de Campo: “Casas particulares situadas em zonas rurais que prestem um serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores” (artigo 8.º).
6. Hotéis Rurais: “Estabelecimentos hoteleiros situados em zonas rurais e fora das sedes de concelho cuja população, de acordo com o último censo realizado, seja superior a 20000 habitantes, destinados a proporcionar, mediante remuneração, serviços de alojamento e outros serviços acessórios ou de apoio, com fornecimento de refeições” (artigo 9.º). A definição de “rural” aqui é diferente da oficial em Portugal, que refere as áreas urbanas como sendo aquelas com mais de 10000 habitantes.
7. Parques de Campismo Rural: “Os terrenos destinados permanentemente ou temporariamente à instalação de acampamentos, integrados ou não em explorações agrícolas, cuja área não seja superior a 5000 m<sup>2</sup>” (artigo 10.º).

O Decreto Regulamentar n.º13/02 desenvolve o decreto supracitado e estabelece os requisitos mínimos de funcionamento do TER em Portugal. Mais recentemente, o Decreto Regulamentar n.º5/2007 de 14 de março define os requisitos mínimos das instalações e do funcionamento dos hotéis rurais. Em 2008, as alterações introduzidas pelo novo Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos, através do Decreto-Lei n.º39/2008 de 7 de março, vieram modificar a classificação do TER. Assim, de um modo geral, este diploma passa a definir os empreendimentos TER e os de Turismo de Habitação como diferentes e também como duas das oito tipologias de empreendimentos turísticos existentes em Portugal, enquanto anteriormente o TER se apresentava como um “produto” independente e com um regime jurídico próprio. O turismo de habitação poderá ser oferecido em zonas urbanas e não apenas rurais.

Outra diferença introduzida pela legislação, em 2008, foi que as unidades de TER deviam integrar-se na arquitetura local, em termos da sua traça, materiais de construção e demais características, respeitando o ambiente rústico próprio da zona e local onde se situam; em 2008, os hotéis rurais passam a poder instalar-se em edifícios novos. Mais ainda, a abertura dos empreendimentos TER está desde então dependente de um processo de licenciamento e de uma autorização de funcionamento, por parte das câmaras municipais, com exceção dos Hotéis Rurais, em que esta função pertence ao Instituto de Turismo de Portugal. Anteriormente, o processo era muito mais burocrático e moroso, para além de ser controlado a partir da administração central em Lisboa.

No que diz respeito à capacidade das unidades TER, em 2002, a lei estabelecia uma capacidade máxima de 10 unidades de alojamento (quartos) destinadas aos hóspedes, para as casas de TER e 30 unidades de alojamento, no caso dos Hotéis Rurais (Decreto Regulamentar n.º 13/02). Com a legislação atual de 2008, a capacidade máxima de todas as unidades TER e dos empreendimentos de Turismo de Habitação passaram nesse momento a ser de 15 quartos (Decreto-Lei n.º39/2008), o que significa a possibilidade de aumentar a capacidade de alojamento. A legislação atual obriga os estabelecimentos TER a fornecerem o pequeno-almoço, incluído no preço diário do alojamento, bem como os serviços de arrumação, limpeza e o consumo, sem limitações, de água e de eletricidade.

Na perspetiva de Silva (2006), o TER teve um crescimento médio anual da sua oferta de 12,3%, tendo aumentado de 103 para 936 unidades, entre os anos de 1984 e 2003. De acordo com dados da entidade Turismo de Portugal, em 2008, estavam em funcionamento 1047 unidades de Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, com um total de 11692 camas disponíveis. As modalidades de Turismo Rural e Turismo de Habitação concentraram 56,8%

das camas existentes no país. O número de dormidas estimadas foi de 523 500 (-21,2% do que em 2007, com um total de 664,5 mil dormidas) e um pouco mais de 50% apresentou uma procura nacional. Da procura exterior, o mercado alemão liderou, com 25% do total, as dormidas de estrangeiros. Segundo os registos do Turismo de Portugal, as regiões do Norte, Alentejo e Centro concentraram 75% do total de dormidas estimadas para o país, e as modalidades de turismo rural, turismo de habitação, casa de campo e hotel rural abrangeram 86% do total de dormidas. Segundo a mesma fonte, a região Norte de Portugal, em 2008, contava com 459 unidades, 159 000 dormidas e uma taxa de ocupação anual média de 9,7%, a qual é significativamente baixa.

Em 2015 a oferta de alojamento do turismo em espaço rural representava 2,1 % da oferta de alojamento turístico total, o que assinala o pouco peso na estrutura global de alojamento turístico do país (cf. INE). Segundo a mesma fonte oficial (INE, cf. <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Alojamento/terethempotugal2015.pdf>), em 2015, a oferta de alojamento de turismo no espaço rural e turismo de habitação, foi constituída por 1300 estabelecimentos e 21 800 camas. Estas unidades de alojamento receberam 570 000 hóspedes, tiveram 1 300 000 dormidas e geraram 60,1 milhões de Euros em receitas. A estada média dos turistas foi de 2,2 noites, 2,7 noites permanecem em média os estrangeiros e 1,9 noites os residentes em Portugal. Com uma taxa de ocupação de 18,8%, a maioria dos hóspedes, 62%, são residentes em Portugal. Os principais consumidores internacionais do turismo rural português são a Alemanha, a França, a Espanha, a Holanda e o Reino Unido. Outro traço importante é que as regiões Norte, Centro e Alentejo concentram 77% das dormidas, e esta diferença territorial representa um fenómeno turístico de intenso consumo do interior rural português.

## O ESTADO DA ARTE DO TURISMO RURAL EM TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO (TMAD)

### A DIFÍCIL DELIMITAÇÃO DE UM TERRITÓRIO AMBÍGUO

Trás-os-Montes e Alto Douro (TMAD) é a região Norte interior de Portugal (Ribeiro, 1991; Veiga de Oliveira e Galhano, 1994; Cortesão, 1995; Parkhurst, 1996 e 1997) que integra fundamentalmente dois distritos: Vila Real (14 municípios) e Bragança (12 municípios), os dois postos fronteiriços com o Estado espanhol (comunidades autónomas de Galiza e Castela e Leão). Este foi o território que se defendeu, em 1998, por parte de alguns, para a criação de uma região administrativa própria (cf. <http://partidoregionalista-pdr.blogspot.com.es/>). Na perspectiva de outros autores (Jorge Nunes, 2002), TMAD também integra o Vale do Douro Sul (nos distritos de Viseu e da Guarda), contabilizando

assim 36 municípios, 54% do território da região Norte de Portugal e 14% da área de Portugal continental. Outros autores (Cepeda e Ramos, 2002, p. 29) falam em 39 concelhos, 13829 km<sup>2</sup>, 65% do território do Norte de Portugal e 15% de Portugal continental.

Com a criação das regiões estatísticas (NUTS – Nomenclaturas de Unidades Territoriais) – Decreto-Lei n.º 46/89-, TMAD foi dividido em duas sub-regiões: Trás-os-Montes, que coincide geograficamente com o Alto Trás-os-Montes e o Alto Douro – que integra os distritos de Vila Real, Bragança e parte dos de Viseu e da Guarda. Em 2008, através do Decreto-Lei n.º 68/2008, de 14 de abril, verificou-se uma alteração nas áreas geográficas das NUTS III, a qual teve efeito na unidade territorial de Alto Trás-os-Montes. Assim, esta região passou a integrar os municípios de Vila Flor e de Ribeira de Pena, deixando de incluir o município de Murça, que passou a integrar a região do Douro.

No caso da sub-região do Douro, encontramos problemas semelhantes. Nela, as diferentes circunscrições político-administrativas delimitam territórios não coincidentes (Lourenço-Gomes e Rebelo, 2012; Gonçalves, 2013): Alto Douro Vinhateiro, Douro Património Mundial da Unesco, Região Demarcada do Douro, Douro-NUT III, Comunidade Intermunicipal do Alto Douro (CIM-Douro). Os municípios que integram o que se convencionou designar como Alto Douro Vinhateiro são: Vila Real, Peso da Régua, Santa Marta de Penaguião, Mesão Frio, Armamar, Torre de Moncorvo, Lamego, Alijó, Sabrosa, São João da Pesqueira, Vila Nova de Foz Côa e Tabuaço. A região do Douro-NUT III, que coincide administrativamente com a CIM-Douro, ocupa territorialmente cerca de 19% da área da Região Norte ou 4100 km<sup>2</sup>, sendo composta por 19 concelhos: Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Freixo de Espada à Cinta, Lamego, Mesão Frio, Moimenta da Beira, Murça, Penedono, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço, Tarouca, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Côa e Vila Real.

A partir de 2013, e de acordo com a Lei n.º 75/2013 de 12 de setembro, criaram-se as CIM (comunidades intermunicipais), que acabaram por fragmentar TMAD em três regiões: Alto Tâmega, Terras de Trás-os-Montes e Douro. Estas mudanças e desarticulações na organização político-administrativo-territorial de TMAD não contribuem para a investigação científica comparada, integrada e em perspetiva histórica.

Do ponto de vista demográfico, TMAD aumentou a sua população em 40% entre 1864 e 1960. Em 1960, tinha 68000 habitantes, mas entre 1960 e 1995 perdeu um total de 213000 habitantes, isto é, um total de 30% da sua população (Cepeda e Ramos, 2002, p. 33). Em 2001, contava com 445 000 habitantes. A partir dessa época, a perda de população continua e só alguns pequenos

centros urbanos como Vila Real travam um pouco essa tendência. A este problema devemos acrescentar outros como o envelhecimento, a baixa natalidade, os problemas na agricultura e a emigração (Mourão, 2006). Em 2011, o Douro (NUT III) contava com 205902 habitantes (-7,2% do que em 2001, data na qual tinha 221853 habitantes) e o Alto Trás-os-Montes (NUT III) com 204381 habitantes.

#### O TURISMO RURAL EM TMAD NOS ANOS 1990

Neste ponto, vou iniciar uma análise cronológica da literatura científica sobre o turismo rural em TMAD. O turismo rural em TMAD é uma atividade relativamente recente, assim como os trabalhos científicos sobre ele. Manuela Ribeiro (1999, p. 57) afirmou que até finais dos anos 1980, para o caso da sub-região do Douro, apenas existia um “turismo de saudade” protagonizado pelo retorno dos nossos emigrantes. Nessa altura, o discurso predominante na literatura científica era o do seu “potencial” para o desenvolvimento (Ribeiro, Diniz e Carqueja, 1994, p. 21; Ribeiro, 1998). Nos anos 1990, o Douro era considerada a segunda região mais importante em alojamento turístico rural, a seguir ao Minho (Ribeiro, Diniz e Carqueja, 1994, p. 22). O discurso sobre o “potencial”, que aparentava ser ilimitado, era também exposto pelos autarcas, técnicos, estudantes de turismo (Pereiro, 2006) e agentes sociais da região.

Na década de 1990, o turismo em espaço rural, na sua polissemia, era apresentado como um colete salva-vidas das áreas rurais do interior norte, que estavam a sofrer um processo de despovoamento, sem fim à vista, e de concentração demográfica nas suas pequenas cidades (Vila Real, Chaves, Bragança, Macedo, Mirandela...). Nesta linha, João Rebelo (1999, p. 126), afirmava que deveria existir uma ligação entre o vinho e o turismo, apesar de não explicar como, que tipo de ligação e quais os seus benefícios. Referia-se ao Douro, e também a uma estrutura de pequenos viticultores, adegas cooperativas e empresas agrícolas de média-grande escala que dominavam na altura. É esta ideia, a da ligação entre turismo e atividade agrária, que foi muito repetida na altura por muitos agentes sociais e políticos da região.

Com foco no perfil dos turistas, um dos primeiros trabalhos sobre o TER na região foi o desenvolvido por Elisabeth Kastenholtz (Kastenholtz, Davis e Paul, 1999; Kastenholtz, 2000). Segundo a sua pesquisa, o turista que pratica turismo rural no Norte e Centro de Portugal aprecia a paz e a tranquilidade, a paisagem e a natureza, a saúde e o ar fresco, o isolamento e a pouca quantidade de pessoas, a autenticidade, as tradições, a hospitalidade e as caminhadas. Como críticas, aponta o barulho, o trânsito, o estado das ruas, os condutores perigosos, a sinalética, as infraestruturas, a acessibilidade, os insetos e a falta

## QUADRO 1

## Perfis dos turistas rurais no Norte e Centro de Portugal

<b>Os ruralistas que querem tudo (25%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interessados em socializar-se, divertir-se e praticar desportos.</li> <li>• Não apreciam especialmente a calma e um meio ambiente despoluído.</li> <li>• Jovens portugueses, holandeses.</li> <li>• Viagens em grandes grupos.</li> <li>• Praticam mais férias no ano.</li> <li>• As recomendações pessoais e as visitas prévias influenciaram a decisão da escolha.</li> </ul>
<b>Ruralistas independentes (24%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorizam mais um sítio calmo e despoluído.</li> <li>• Um bom alojamento é importante para eles.</li> <li>• Não valorizam especialmente cultura e tradição, nem um hedonismo social ativo.</li> <li>• Interessados em caminhar e comer fora, mas também em autodescobrir o sítio.</li> <li>• Britânicos, alemães e portugueses, por esta ordem.</li> <li>• Idade média: 42 anos.</li> <li>• Casais.</li> <li>• Influencia a sua escolha a recomendação pessoal, a literatura e os guias turísticos.</li> </ul>
<b>Românticos rurais (30%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O que mais valorizam é a cultura e a tradição, mas também um ambiente calmo e não poluído.</li> <li>• Não se interessam pela socialização, o divertimento e os desportos, nem tampouco pelas viagens independentes.</li> <li>• Idealizam o rural.</li> <li>• Querem preservar o espaço rural tal e qual é.</li> <li>• Idade média de 44 anos.</li> <li>• Casais.</li> <li>• Britânicos, portugueses e alemães.</li> <li>• Escolhem o destino através de agência e também é favorecida por uma visita prévia.</li> </ul>
<b>Ruralistas de exterior (21%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorizam mais a calma e o meio ambiente despoluído, mas também um hedonismo social ativo.</li> <li>• Têm pouco interesse em tradição e cultura ou em viagens independentes.</li> <li>• Gostam de nadar, montar a cavalo, ciclismo, ténis, restaurantes típicos e teatro.</li> <li>• Idade média de 36 anos.</li> <li>• Portugueses que viajam em grandes grupos.</li> <li>• Gastam menos dinheiro do que os outros grupos.</li> <li>• Passam férias na sua terra natal.</li> <li>• Seguem recomendações pessoais e visitas prévias nas suas escolhas.</li> </ul>



de atividades de entretenimento. Segundo Kastenholz (2000), podemos considerar quatro grupos de turistas.

A visão desta turismóloga é a da segmentação do mercado com vista a desenhar melhores estratégias de *marketing* para o turismo rural. É uma visão pró-turismo que vai dominar na literatura científica, como observaremos a seguir.

Os sociólogos Manuela Ribeiro e Carlos Marques (Ribeiro e Marques, 2000), nos finais da década de 1990, elaboraram um retrato diagnóstico sobre o turismo em TMAD, no qual o discurso do grande potencial para o seu desenvolvimento continuava como ponto assente na sua ótica. Com dados de 1999, o alojamento hoteleiro da região representava 3% do total de Portugal e o turismo em espaço rural 13%. O TER oferecia na altura 502 camas (208 turismo rural, 164 agroturismo e 130 turismo de habitação). O turismo de habitação concentrava 86% de projetos no Douro, 12% no Alto Tâmega e apenas 2% no Nordeste Transmontano. O turismo rural concentrava 77% no Douro e o agroturismo 63% no Douro, 35% no Alto Tâmega e 2% no Nordeste transmontano. Esta distribuição mostra como o turismo rural transmontano estava mais assente no distrito de Vila Real e pouco desenvolvido no distrito de Bragança. Veremos posteriormente como este mapa mudou e o território do turismo rural é hoje outro em TMAD.

A investigação de Manuela Ribeiro e Carlos Marques (2000, pp. 17 e ss.) frisava também a procura, ativada pela paisagem como cartaz turístico da região, que em 1998 era 80% nacional. O índice de ocupação era na altura 9% anualmente (16500 dormidas) – 20% no verão –, e o perfil do turista rural era o seguinte: jovens adultos, com formação académica superior, profissionais ativos com alto estatuto. O emprego gerado em 1999 é, segundo a sua pesquisa, de 110 empregos no TER, isto é, 2 empregos por unidade, um assalariado e outro da família não assalariado. Este estudo apontava já alguns dos problemas que permanecem hoje em dia: a sazonalidade, a baixa ocupação e a baixa empregabilidade. Além do mais, a sustentabilidade, o pouco interconhecimento dos agentes TER, o individualismo e as desconfianças.

**“VIR A TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO  
COMEÇA A VIRAR MODA!”**

Entrados no século XXI, o turismo rural em TMAD começa a entrar na moda do ponto de vista da oferta e da procura turística, o que responde, na minha perspetiva, a um ideal pastoral que faz parte da representação idílica do campo e é parte do consumo diferencial, e a diferenciação social da experiência turística



do turismo rural (Silva, 2014, pp. 154-155; Silva e Prista, 2016). Mariana Batouxas (2001) aponta que, em 1994, só havia seis unidades TER no distrito de Bragança. Em 2001, com base em dados da Guia de alojamento da ADTURN, no Alto Trás-os-Montes havia 20 estabelecimentos e no Douro cerca de 57. Além do mais, este trabalho refere que existia uma desigualdade na distribuição territorial dos projetos, concentrados na sua maior parte no eixo Chaves-Vila Real-Lamego.

Num estudo de caso sobre a relação entre turismo rural e desenvolvimento local em Santa Marta de Penaguião, Esmeralda Luís sublinha o efeito multiplicador do turismo rural (Luís, 2001, p. 32). No mesmo trabalho assinala que “o turismo pode proporcionar um maior valor acrescentado a espaços com património natural e sócio-cultural. Sem ele, algumas áreas rurais, por exemplo, estariam condenadas ao abandono humano e ao empobrecimento; com ele, os valores existentes permitem a geração de riqueza, garantindo-lhes uma valência económica que, de outro modo, não existiria” (Luís, 2001, p. 34).

Também em 2001, Manuela Ribeiro (2001, p. 325) chama a atenção para a feminização da titularidade formal de muitas unidades TER nas regiões do interior de Portugal, representando assim uma oportunidade de maior equidade entre géneros. Do mesmo modo, esta autora assinala a resistência de muitos agricultores para desenvolverem turismo nas suas explorações, preferindo melhores preços para os seus produtos agrários. Falta de conhecimento e treino, receio, pouca experiência como consumidores de turismo rural e inibições são algumas das razões apontadas para isso (Ribeiro, 2001, p. 326).

Paulo Morgado Jacinto e Manuela Ribeiro (2001) apresentam-nos uma pesquisa sobre o turismo e o papel da animação turística na região do Douro. O texto não se centra apenas no turismo rural, mas é importante o alerta sobre o foco das políticas públicas no alojamento e o deixar algo de lado a animação, o turismo ativo e a oferta turística complementar. Mais uma vez, a ênfase da pesquisa incide sobre o potencial de desenvolvimento e a gestão do destino. Este trabalho seria mais desenvolvido e os seus avanços dariam lugar a um trabalho mais consistente (Morgado Jacinto, 2004) se a pesquisa se estendesse à animação turística no Douro orientada a turistas que não procuram apenas descanso. O seu trabalho empírico tem como base a inquirição dos 30 empresários de animação turística da região, de uma amostra de turistas e da população local. Ainda que não centrado no turismo rural, o trabalho mostra a estrutura empresarial e também como a procura destas empresas é mais de jovens entre 30 e 45 anos.

Em 2001, a Associação Portuguesa de Management (2001), publicou um trabalho sobre turismo rural com base em dois seminários que tiveram lugar

em 1999 e 2000, em São João da Pesqueira. No seminário de 2000, defendeu-se um turismo de qualidade para o Douro (De Aguiar, 2001, p. 34), impulsionado pela aprovação da então candidatura a património mundial da UNESCO e que possibilitasse a comercialização dos produtos regionais. Na mesma publicação, Manuel de Sampayo Pimentel, proprietário e gerente de Casal de Loivos (cf. <http://www.casadecasaldeלוivos.com/>), afirma que o turismo de habitação é rentável quando há dedicação completa e profissional. Nestes excertos do seu texto, encontramos a sua filosofia, que contraria um pouco o perfil dominante dos empresários TER da região:

[...] que em quase todas elas fiquei com a sensação de que os donos encaravam o Turismo de Habitação como uma actividade menor, ou, se quiserem, secundária. Faziam o Turismo de Habitação, porque, tendo ido buscar uns dinheirinhos ao Fundo de Turismo, ficavam na obrigação moral de darem seguimento àquilo... é preciso investir e é necessária também uma dedicação a full-time... Os estrangeiros, com algumas excepções, não nos procuram para saber como vivemos. Eles o que querem é ser bem recebidos, comer a delícia da comida portuguesa, beber a maravilha dos vinhos do Douro, querem paz e tranquilidade e querem ser tratados, não como o quarto nº x, mas como o sr. ou a srª fulano de tal... Dedicação mais profissionalismo é igual a rentabilidade em Turismo de Habitação [De Sampayo Pimentel, 2001].

Manuela Ribeiro (2002) assinala, num trabalho posterior, a visão interior do turismo em Trás-os-Montes e Alto Douro. O que ela define como “visão institucional” integra uma sinonímia entre turismo e desenvolvimento associada a uma vaga de confiança e otimismo espalhado pela região. Mas, paradoxalmente, a atratividade turística defendida assenta no passado e no atraso (ruralidade remota, perifericidade, isolamento), elementos pouco atraentes para os residentes. Essa visão institucional junta também outro eixo discursivo que é o da relação umbilical entre agricultura e turismo, sendo o turismo complementar da primeira, e conjugando uma oferta turística diferenciada procurada por locais e visitantes.

Num artigo publicado em 2002 e assinado por Manuela Ribeiro e Carlos Marques, estes apontam que os elevados padrões de exigência para as casas TER acabam por beneficiar as classes sociais mais elevadas, famílias aristocratas, a nova burguesia e seus descendentes, proprietários das melhores propriedades e residências rurais (solares, maiores quintas e antigas mansões). Os resultados de um inquérito envolvendo 37 proprietários levaram a concluir que se trata de pessoas com elevado nível de educação, com uma fraca ligação à agricultura e às atividades rurais, o que acaba por reduzir o turismo rural a simples alojamento (Ribeiro e Marques, 2002, p. 215).

A mesma autora (Ribeiro, 2004) aprofundará essa visão institucional num trabalho sobre a perspectiva que os autarcas transmontanos tinham sobre o papel do turismo enquanto agente de desenvolvimento. Nesse trabalho, Manuela Ribeiro cria o conceito de “ideologia do turismo”, para referir-se ao discurso permanente dos autarcas sobre o grande valor do turismo para o desenvolvimento do seu município. Paradoxalmente, muitos destes autarcas pouco ou nada tinham feito para organizar e promover uma oferta turística coerente e muito menos articulada e integrada social e territorialmente. Portanto, as expectativas eram altas, mas os resultados eram bem mais modestos, em termos de desenvolvimento rural e regional. Isto demonstra que pode existir turismo sem desenvolvimento.

Em 2005, Elisabeth Kastenholtz publica um interessante estudo sobre a procura turística rural no Norte de Portugal, com base em dados obtidos em 1998-1999. Relativamente à origem dos turistas, conclui que o mercado nacional português representa 50% do total. No que respeita aos turistas estrangeiros, os consumidores são bastante heterogêneos, sendo 10% constituído por turistas alemães, 7,7% britânicos, 7% franceses, 5% holandeses, 4,5% espanhóis, 3% belgas, brasileiros e norte-americanos. De um modo geral, os turistas possuem um elevado nível de formação académica, sendo de destacar que cerca de 50% dos inquiridos possuíam formação de nível superior. Os destinos turísticos rurais referidos como os mais visitados em Portugal foram o Minho (30%), Trás-os-Montes (18%), a região Centro (13%) e o Alentejo (9%).

Nessa pesquisa, os atributos mais procurados no destino foram a paisagem, a natureza e o ambiente, seguidos do clima, da simpatia da população e da paz e sossego. Destaca-se também a importância atribuída pelos turistas ao alojamento e à gastronomia, enquanto qualidades dos destinos. De entre os aspetos menos importantes, identificaram-se o desporto e as atividades recreativas (Kastenholtz, 2005, p. 28). A imagem também foi estudada e as impressões positivas (72%) foram mais numerosas do que as negativas. Os aspetos considerados como pontos fortes foram, na maioria, a paisagem, a natureza, a paz e o sossego. Como pontos fracos, os turistas destacam a sinalização e a informação turística. Elisabeth Kastenholtz conclui neste estudo que “o Norte de Portugal já consta do mapa internacional do turismo rural, para além de ser apelativo para um mercado nacional, já relativamente fidelizado” (Kastenholtz, 2005, p. 30).

Carlos Peixeira Marques e Rosa María Hernández Maestro (2005) publicam um estudo descritivo comparativo do *marketing* do turismo rural no Douro português e no Duero espanhol. O texto analisa 41 estabelecimentos TER e adota uma abordagem psicologista sobre o processo motivacional dos

turistas, as suas emoções, expectativas, cognições e desejos de experiência turística. O perfil do cliente analisado é o de jovens ativos urbanos, com posições sociais elevadas e utilizadores quotidianos da internet. Neste estudo são apresentadas algumas diferenças entre o caso espanhol e o português. No Douro espanhol, os clientes TER são mais jovens e viajam em grupos maiores (média de 5 pessoas), passando em média 3 noites no destino e frequentando regularmente unidades de turismo rural. No Douro português, os clientes passam em média menos noites e viajam em grupos mais reduzidos (cerca de 3 a 5 pessoas). Apesar de a maioria utilizar a internet para consulta, como fonte de informações antecipadas, só 17% realiza a sua reserva na internet, devido à falta de sistemas de confirmação de reservas *online* em tempo real.

As motivações principais dos clientes são a necessidade de fuga do quotidiano e a novidade. A primeira é considerada pelos autores como negativa e também como terapêutica. E a apreciação afetiva antecipada mostra uma dicotomia nos atributos entre o litoral e o interior. O primeiro, mais associado à diversão e à animação, e o segundo à diferença, à fuga e à tranquilidade. Em geral, os clientes mostraram-se agradados com a experiência, mas também se queixam da falta de informação sobre os serviços, o modo de chegar, as atividades e os locais a visitar.

Xerardo Pereiro (2006) realizou uma investigação sobre a perceção que os alunos da licenciatura em turismo da UTAD tinham sobre o turismo rural. O imaginário dos alunos de turismo pode ser importante para compreender o potencial desenvolvimento do turismo rural na região. Foram inquiridos 142 alunos, dos quais aproximadamente 80% pertenciam ao género feminino. Os inquiridos tinham uma idade mínima de 20 anos e a maior parte não chegava aos 30 anos. O inquérito foi aplicado em sala de aula, periodicamente, desde 2000 até 2006. A primeira parte do inquérito manifestava o valor atribuído aos diferentes aspetos ponderados.

- a) Os aspetos socioeconómicos mais mencionados foram: a criação de emprego, a viabilidade económica, a existência de oferta complementar, o fomento da economia e o emprego locais, a integração da casa com o tipo de vida da população local, a formação dos empregados na área do turismo, a diminuição da sazonalidade e o estudo de avaliação de impactos.
- b) Os aspetos culturais sublinhados foram: a revitalização de atividades culturais locais, a recuperação de património cultural, escutar as populações locais, integrar a cultura local na casa TER, apresentar a casa como um “produto cultural”, praticar uma boa receptividade, desenvolver uma educação cultural, comunicação entre residentes e turistas, o

- envolvimento da comunidade local, uma gastronomia com produtos biológicos, um calendário de animação anual, a realização de jogos tradicionais, a criação de um ambiente calmo.
- c) Os aspetos geográficos mais destacados foram: a localização, a proximidade da cidade e as acessibilidades, a fixação da população na zona rural, a conservação de espaços naturais e a paisagem, a promoção de uma agricultura biológica, a promoção de percursos pedestres e a sinalização da casa.
  - d) Nos aspetos técnicos do edifício devem primar: os equipamentos para o lazer do turista (ex. piscina), a adaptação à arquitetura local, a utilização de energias alternativas, a qualidade das habitações, o conforto, o aproveitamento dos materiais existentes na zona, a decoração com artesanato local, o estilo arquitetónico original, a restauração e preservação de uma arquitetura pré-existente, bem como o enquadramento na legislação TER.
  - e) Outros aspetos a ter em atenção são: a gastronomia regional, a sinalização da casa, a profissionalização dos promotores, uma oferta de atividades diversificadas, a formação da comunidade local de modo a prestar um bom serviço, a apresentação dos modos de vida locais, a segurança, o fomento dos contactos entre locais e turistas, a hospitalidade, a aposta na elaboração de atividades de lazer (atividades de natureza, jogos tradicionais), a promoção turística, a animação turística, o associativismo, o desenvolvimento endógeno integral e as boas práticas ecológicas.

Posteriormente, na segunda parte do inquérito, pediu-se aos alunos que indicassem, por ordem de importância, os cinco grupos de aspetos referenciados anteriormente. A ordem de importância atribuída foi a seguinte: 1.º os aspetos culturais, 2.º os aspetos socioeconómicos, 3.º os aspetos geográficos, 4.º os aspetos técnicos da casa, 5.º outros aspetos. Os alunos de turismo outorgam, em linhas gerais, e em todos os itens, maior importância às atividades complementares da casa TER, à viabilidade económico-financeira do projeto, à utilização de energias alternativas, à ausência de barreiras arquitetónicas, à reabilitação de arquitetura rural, à sinalização da casa, à entrada da mulher rural no mercado de emprego empresarial e à comunicação entre visitantes e população local.

A agenda de turismo da Região Norte de 2008 (CCDRN, 2008, p. 19) definiu como recursos turísticos estratégicos para Trás-os-Montes e Alto Douro: o Alto Douro vinhateiro, o rio Douro navegável, as vindimas, as aldeias vinhateiras e as quintas, os parques naturais e as albufeiras, a gastronomia e os vinhos

do Douro e do Porto, o património histórico-cultural, o Parque Arqueológico do Coa, os planaltos montanhosos com paisagem e natureza, as termas, a caça e a pesca, as aldeias rurais, os produtos locais e o artesanato. O trabalho de Célia Taborda (2009) sobre a história de algumas casas que hoje se dedicam ao turismo rural no Douro, com ênfase para uma genealogia sociopolítica do século XVIII e XIX, aponta para a necessidade de um plano turístico concertado no Douro.

O estudo de Ana Maria Vicente Mesquita (2009) analisa as 59 unidades de TER existentes (sem contabilizar os parques de campismo), licenciadas e classificadas na altura da pesquisa, em 2008. O foco de atenção central desta autora é uma amostra de 29 proprietários das unidades TER e o seu perfil sociográfico. A maioria dos empreendimentos apresenta entre 5 e 7 quartos, só 45% oferecem refeições para além do pequeno-almoço, e a grande maioria abriu a partir do ano 2000. A ocupação anual média é de 34,2% (Vicente Mesquita, 2009, 148), com época alta de junho a agosto; 75,9% possui entre 1 e 3 colaboradores, a maioria são membros da família do empresário, trabalham a tempo parcial e só 4% apresenta formação em turismo; 86,2% recebeu apoio financeiro para início do projeto. O que os motivou a iniciar o projeto foi o gosto pelo turismo, a recuperação da casa, o apoio financeiro externo disponível, o aumento do rendimento económico e a criação de emprego.

Os promotores que esta investigadora estuda apresentaram o seguinte perfil sociográfico: homens de mais de 50 anos, com estudos superiores, profissões ligadas sobretudo ao setor dos serviços, e poucos à agricultura, com conhecimento de línguas estrangeiras (francês, espanhol, inglês) e com pouca experiência prévia no turismo mas com habilidades sociais de comunicação, gestão ou *marketing*. A maior parte dos inquiridos faz do turismo uma atividade profissional complementar do ponto de vista económico, e não a principal; segundo a autora, o turismo é “um negócio secundário”, ainda que a nossa leitura aponte para uma estratégia pluriativa familiar.

As conclusões desta investigação vão ao encontro de outros muitos trabalhos sobre turismo rural e apontam para o baixo contributo para o desenvolvimento regional deste tipo de unidades turísticas. Estamos face a um turismo de pequena escala, familiar, com fraco nível de cooperação, redes e parcerias. Mas o perfil dos promotores do TER em TMAD mostra algumas diferenças em relação a alguns trabalhos como o de Luís Silva (2009, p. 176), que refere que 50% dos proprietários TER em Portugal são mulheres e a tipologia apresentada é de quatro tipos sociais: a) proprietários ligados à antiga nobreza de província; b) agricultores; c) indiferenciados; d) prevaricadores.

António Carriço Moreira e Ana Margarida Duque Dias (2010) afirmam num trabalho sobre a qualidade no agroturismo de TMAD, com dados de 2007, que o turismo rural serve ao turista anti-turista (Silva, 2007) e também aos que gostam do contacto com a natureza (Kastenholz, 2000). As motivações dos turistas rurais têm a ver com a tradição e o carácter genuíno da ruralidade. O que mais valorizam os turistas são as características, a atitude e a atenção do pessoal do serviço; complementar é a informação dada e a evidência do serviço prestado e oferecido na promoção do produto.

Um estudo sobre as aldeias vinhateiras do Douro (Cristóvão, Medeiros e Melides, 2011) analisa a tematização rural e o uso do turismo nessa tematização. O texto assume a tese da desagrarização e da multifuncionalidade do rural para analisar quais os efeitos percebidos pela população da declaração como aldeias vinhateiras, após um investimento de cerca de 11 milhões de euros. Três das aldeias aumentaram a população (Barcos, Provesende e Favaios) e houve melhorias nos arruamentos e nas habitações, mas criou-se um sentimento de descontentamento e de que ficou muito por fazer. A pouca capacidade de atração de visitantes deve-se, segundo os autores, à falta de trabalho em rede. A perceção nativa é de que há potencialidades, mas também de que o projeto aconteceu de fora para dentro e de cima para baixo.

Artur Cristóvão (2011) analisou as intensas transformações do rural português e o papel do turismo rural nessa mudança multifuncional. O turismo rural em Portugal teve um papel importante na diversificação da economia rural e também na oferta turística do país, como demonstra o acréscimo da oferta e da procura. Mas, apesar disso, o efeito no desenvolvimento local não tem sido muito relevante. No seu texto propõe a ação coletiva (redes, confiança, parcerias, reciprocidade...) como estratégia para ultrapassar a dispersão e os problemas do desenvolvimento do turismo rural em Portugal. Mais tarde, a sua análise centrou-se na rota do vinho do Porto e na rota do azeite de TMAD, enquanto casos de estudo reveladores e inspiradores da importância das sinergias, das interconexões, do capital social e da cooperação entre agentes turísticos.

Carlos Marques, numa conferência ministrada em 2015 na UTAD, assinala o comportamento e as atitudes dos turistas em espaço rural, perguntando-se que tipo de atração encontram os turistas no mundo rural, e apontando as conclusões de um estudo liderado por Elisabeth Kastenholz (2014). Esta é uma preocupação que o investigador demonstra desde a conclusão da sua tese doutoral sobre as motivações dos turistas que visitam o Douro (Marques, 2009). A sua primeira resposta à questão da atração pelo rural foi o que ele denominou de “cura”, com base na oposição rural/urbano e a evasão urbano-rural, o regresso ao campo e ao verde, sinónimos de descanso e tranquilidade para as



populações urbanas, e também de procura do equilíbrio que não encontram na cidade. Isto é muito importante para conhecer o processo motivacional do turista e os elementos cognitivo-afetivos que devemos ter em conta numa perspetiva gerencial do turismo. Portanto, a evasão é o elemento base.

Em segundo lugar, o turista rural procura descoberta e experiências novas, isto é, pensamentos, sentidos, ações, relações sociais, sentimentos e do mesmo modo, memórias e emoções positivas. As experiências do turismo rural têm como base imagens de tradições, idílio do modo de viver rural (“autenticidade”), ambiente físico de pequenas localidades, contacto com o universo agrícola, com edifícios pequenos, fraca densidade e espaço aberto. Os turistas rurais procuram experiências com os 5 sentidos, um ambiente social hospitaleiro e personalizado que suscite emoções de tranquilidade, entusiasmo e deleite.

O projeto ORTE (Kastenholz et al., 2014) (cf. <http://cms.ua.pt/orte/>), no qual Carlos Marques também participou, é um exemplo de investigação sobre turismo rural, que analisou os casos de Janeiro de Cima (Beira Baixa), Linhares (Beira Alta) e Favaio (Douro). O perfil dos visitantes nestes locais é o seguinte: 80% residentes em Portugal, 80% urbanos, com salários acima dos 2000 euros mensais e mais de metade com estudos superiores; 43% viajam acompanhados por outra pessoa e permanecem entre 3 e 4 dias no lugar. Os motivos da viagem têm a ver com o património cultural, a história, a gastronomia, os produtos locais e a ligação afetivo-familiar com o lugar.

#### DISCUSSÃO E CONCLUSÕES: CAMINHO DE UM NOVO TURISMO RURAL

O primeiro ponto a salientar é que não se pode perder de vista a diversidade de turismos rurais. A região de Trás-os-Montes e Alto Douro precisa de repensar os modelos de relação entre turismo rural e agricultura (Ehrlich, 2010; Gascón e Ojeda, 2014), dentro de quatro possibilidades, e encaixar neles as políticas de turismo rural:

- a) Um modelo de substituição da agricultura pelo turismo;
- b) Um modelo de domínio do turismo sobre a agricultura, no qual o turismo é prioritário e a agricultura subsidiária;
- c) Um modelo de equidade entre agricultura e turismo;
- d) Um modelo de complementaridade entre agricultura e turismo, com destaque para fórmulas como agroturismo;

Como vimos na análise da literatura científica, a maioria dos autores posiciona-se a favor de modelos de maior equidade e complementaridade entre a



agricultura e o turismo rural, mas o problema é que estes autores não refletem sobre as dificuldades de articulação entre as atividades produtivas primárias e as de serviços turísticos. E alguns destes trabalhos servem como desvio de atenção sobre o papel de um mundo rural como provedor de alimentos e outros produtos, ao focar muito a atenção na monofuncionalidade turística e não na sua multifuncionalidade. Desta forma, alguns autores assumem implicitamente o pressuposto segundo o qual a produção agrária camponesa não é viável nem eficiente.

Devemos sublinhar que hoje assistimos, de acordo com Bernard Lane (2014), ao desenvolvimento de um turismo rural de segunda geração. Este novo turismo rural apresenta-se num cenário de maior competição, pois há novas formas de fazer turismo que são concorrentes (turismo urbano, cruzeiros...). Há também novos padrões e mais nichos de mercado, mais personalização na oferta e na procura, mais exigência, o que nos obriga a aprender e ser mais profissionais na operação e na administração, abandonando o voluntarismo da primeira geração de turismo rural.

Bernard Lane (2014) também aponta a necessidade de renovar as infraestruturas e os trabalhadores. O turismo rural tem um ciclo de vida e precisa de um novo vigor para os novos tempos. O volume de negócio é baixo e devemos pensar menos na valorização do imobiliário do que na experiência turística. Por outro lado, os turistas rurais procuram novos produtos e novas atividades no rural: bicicletas de montanha, percursos pedestres, agricultura ecológica, turismo voluntário (ex. *WWOOF*), artes, festivais, turismo gastronómico, turismo lento, etc. Tudo isso numa visão mais responsável de redução dos efeitos ambientais negativos e sublinhando o novo significado do rural como “ginásio verde” ou espaço de saúde. O caminho para os gestores e promotores é a criação de experiências holísticas com aplicação de técnicas de interpretação da paisagem e do património cultural.

O turismo rural de primeira geração falhava em benefícios e sinergias, existia pouca ligação entre o TER e os mercados agrícolas e também poucas alianças e muitas desconfianças. A esperança no turismo rural de segunda geração é o planeamento integrado, uma maior autonomia financeira e um maior sucesso comercial num quadro de menos fundos públicos, uma melhor administração de destinos e cooperação entre empresas e instituições. Isso obriga-nos a um conhecimento mais profundo do mercado, a pensar num turismo rural integrado (Saxena et al., 2007) e num *etnomarketing* (Badot et al., 2009) eficaz e mais interativo.

O desenvolvimento do turismo rural em TMAD deve refletir sobre um turismo rural de segunda geração que conquiste novos mercados, e que possibilite um retorno positivo para a região, que tende a ser vista com uma certa

nostalgia, e também como um repositório de virtudes (Silva, 2009, p. 167): tranquilidade, natureza, tradição, autenticidade. O turismo rural em TMAD apresenta um problema de atomização e fragmentação, sendo necessário criar um destino-produto que coordene melhor a oferta, gere dinamismo social, crie economias de escala e possibilite travar o despovoamento. O desejável é um turismo rural mais competitivo e cooperativo, ao mesmo tempo, e ligado às atividades tradicionais mais viáveis da região (Melo, 2012), que deve servir e não substituir.<sup>2</sup>

2 Agradeço ao meu colega Humberto Martins o desafio lançado para a elaboração deste texto e a sua apresentação para debate no *x Encontro da Primavera: "Antropologia, Cinema e Sentidos"*, no Picote (Miranda do Douro), a 30 de maio de 2015. Agradeço a Jordi Gascón a revisão atenta e sugestões a este texto, a Artur Cristóvão as suas sugestões na construção do texto, e aos diretores do CETRAD (Chris Gerry e Alberto Baptista) a possibilidade de organizar e consultar a importante bibliografia da biblioteca do CETRAD, em Vila Real (Trás-os-Montes e Alto Douro).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFONSO, A. I. (2013), *Sendim. Planalto Mirandês. Valores em Mudança no Final do Século xx*, Lisboa, Edições Colibri.
- ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE MANAGEMENT (ed.) (2001), *Turismo em Espaço Rural*, Porto, Vida Económica.
- BADOT, O. et al. (2009), “The contribution of ethnology to research in consumer and shopper behavior: toward ethnomarketing”. *Recherche et Applications en Marketing* (English Edition), 24 (1), pp. 93-112.
- BAPTISTA, F. O. (2003), “Um rural sem território”. In J. Portela e J. Caldas (org.), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora, pp. 47-66.
- BATOXAS, M. (2001), “Turismo, ambiente e desenvolvimento regional”. In J. Portela (coord.), *Atas do I Congresso de Estudos Rurais*, Vila Real, UTAD-DES-SPER, pp. 1-16.
- CARRIZO MOREIRA, A., DE CAMPOS DUQUE DIAS, A. M. (2010), “A qualidade nos serviços de alojamento rural. O agroturismo em Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal”. *Gestión Turística*, 13, pp. 39-62.
- CAVACO, C. (1995), “Tourism in Portugal: diversity, diffusion, and regional and local development”. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, 86 (1), pp. 64-71.
- CAVACO, C. (1999), “O turismo rural nas políticas do turismo em Portugal”. In C. Cavaco (org.), *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*, Lisboa, CEG-UL, pp. 281- 292.
- CCDRN (2008), *Agenda Regional de Turismo. Plano de Acção para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal*, Porto, CCDRN.
- CEPEDA, F., RAMOS, L. (2002), “Trás-os-Montes e Alto Douro”. In M. de Abreu e Lima (coord.), *Atas do III Congresso de Trás-os-Montes e Alto Douro*, Porto, Árvore, pp. 29-63.
- CLOKE, P., MARSEN, T. e MOONEY, P. (eds.) (2006), *Handbook of Rural Studies*, Londres, Sage.
- CORTESÃO, J. (1995), *Portugal, a Terra e o Homem*, Lisboa, Imprensa Nacional – Casa da Moeda.
- COVAS, A. (2008), *Ruralidades III. Temas e Problemas da Ruralidade Pós-Agrícola e Pós-Conven- cional*, Faro, Universidade do Algarve.
- CRISTÓVÃO, A., MEDEIROS, V. e MELIDES, R. (2011), “Aldeias vinhateiras, aldeias vivas?”. In E. Figueiredo (coord.), *O Rural Plural. Olhar o Presente, Imaginar o Futuro*, Castro Verde, 100Luz, pp. 175-188.
- CRISTÓVÃO, A. (2011), “Acção colectiva e turismo em espaço rural: as rotas do vinho e do azeite no Douro e Trás-os-Montes, Portugal”. In M. de Souza e I. Elesbão (orgs.), *Turismo Rural: Iniciativas e Inovações*, Portoalegre, Editora da UFRGS, pp. 101-141.
- CRISTÓVÃO, A., PEREIRO, X. (orgs.) (2012), *Atas do VIII CITURDES – Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável- Turismo Rural em Tempos de Novas Ruralidades*, Chaves, UTAD. Disponível em <http://hdl.handle.net/10348/4260> [consultado em 20-05-2015].
- CRISTÓVÃO, A. et al. (orgs.) (2014), *Turismo Rural em Tempos de Novas Ruralidades*, Portalegre, Universidade Federal de Rio Grande do Sul.
- DE AGUIAR, B. (2001), “Alto Douro Vinhateiro como património mundial e suas implicações para o desenvolvimento regional”. In Associação Portuguesa de Management (ed.), *Turismo em Espaço Rural*, Porto, Vida Económica, pp. 23-35.
- DE SAMPAYO PIMENTEL, M. (2001), “Turismo de habitação”. In Associação Portuguesa de Management (ed.), *Turismo em Espaço Rural*, Porto, Vida Económica, pp. 57-62.

- DELFIN SANTOS, L. (coord.) (1998), *O Sector do Turismo no Norte de Portugal*, Porto, Edições Afrontamento.
- EHRLICH, K. (2010), “Proyecciones del turismo rural en Europa”. In F. J. Jiménez Moreno e F. J. Melgosa Arcos (eds.), *Estudios de turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Portugal*, Salamanca, Universidad de Salamanca, pp. 11-28.
- FIGUEIREDO, E. (coord.) (2011), *O Rural Plural. Olhar o Presente, Imaginar o Futuro*, Castro Verde, Editora 100Luz.
- ENTRENA DURÁN, F. (1998), *Cambios en la construcción social de lo rural. De la autarquía a la globalización*, Madrid, Tecnos.
- GARCÍA SANZ, B. (1996), *La sociedad rural ante el siglo XXI*, Madrid, Ministerio de Agricultura.
- GASCÓN, J., OJEDA, D. (2014), *Turistas y campesinado. El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización*, Madrid, Foro de Turismo Responsable – Pasos, Disponível em [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org) [consultado em 20-05-2015].
- GIARRACCA, N. (2001), *¿Una nueva ruralidad en América Latina?*, Buenos Aires, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- GONÇALVES, E. (2008), *Turismo em Espaço Rural: de António Ferro à Institucionalização*, Maia, ISMAI.
- GONÇALVES, E. (2013), *Na Rota das Quintas Históricas do Douro – Guia*, Maia, ISMAI.
- JORGE NUNES, A. (dir.) (2002), “Trás-os-Montes e Alto Douro”. In M. de Abreu e Lima (coord.), *Atas do III Congresso de Trás-os-Montes e Alto Douro*, Porto, Árvore, pp. 17-29.
- KASTENHOLZ, E., DAVIS, D. e PAUL, G. (1999), “Segmenting tourism in rural areas: the case of North and Central Portugal”. *Journal of Travel Research*, 37, pp. 353-363.
- KASTENHOLZ, E. (2000), “The market for rural tourism in North and Central Portugal. A benefit-segmentation approach”. In G. Richards e D. Hall (eds.), *Tourism and Sustainable Community Development*, Londres, Routledge, pp. 268-284.
- KASTENHOLZ, E. (2005), “Contributos para o marketing de destinos rurais – O caso do Norte de Portugal”. *Revista de Turismo e Desenvolvimento*, 3, pp. 21-33.
- KASTENHOLZ, E. (2014), *Reinventar o Turismo Rural em Portugal: co-criação de Experiências Turísticas Sustentáveis*, Aveiro, Universidade de Aveiro. Disponível em <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoeedita/PSrep12.pdf> [consultado em 20-05-2015].
- KAY, C. (2008), “Reflections on Latin American rural studies in the neoliberal globalization period: a new rurality?”. *Development and Change*, 39 (6), pp. 915-943.
- LANE, B. (2014), “Turismo rural de segunda geração: prioridades e questões de pesquisa”. In A. Cristóvão et al. (orgs.), *Turismo Rural em Tempos de Novas Ruralidades*, Portoalegre, UFRGS Editora, pp. 15-47.
- LOURENÇO-GOMES, L., REBELO, J. (2012), “Alto Douro Vinhateiro património da humanidade: a complexidade de um programa de preservação”. *Pasos – Revista de Turismo e Património Cultural*, 10 (1), pp. 3-17.
- LUÍS, E. (2001), *Turismo e Desenvolvimento do Espaço Rural: o Caso do Concelho de Santa Marta de Penaguião*. Tese de mestrado, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa.
- LUÍS, E. (2002), “Turismo no espaço rural em Portugal”. *GeoInova*, 5, pp.139-152.
- MARQUES, C., HERNÁNDEZ, R.M. (2005), “O marketing do turismo rural no Douro-Duero: conhecendo o cliente”. In A. Cristóvão et al. (coord.), *INTERREG III A – Douro-Duero Séc. XXI: Aproveitamento e Valorização dos Recursos*, Vila Real, UTAD, pp. 149-157.

- MARQUES, C. (2009), *Motivações das Viagens Turísticas para Regiões de Interior. O Caso do Douro*. Tese de doutoramento, Vila Real, UTAD. Disponível em [https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/358/1/phd\\_cdcpmarques.pdf](https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/358/1/phd_cdcpmarques.pdf) [consultado em 15-05-2015].
- MARX, L. (1964), *The Machine in the Garden: Technology and the Pastoral Ideal in America*, Nova Iorque, OUP.
- MELO, C. (coord.) (2012), *Manual de Boas Práticas*, Ponte de Lima, Associação do Turismo de Aldeia (ATA).
- MOREIRA, F.J. (1994), *O Turismo em Espaço Rural: Enquadramento e Expressão Geográfica em Portugal*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- MORGADO JACINTO, P., RIBEIRO, M. (2001), “O turismo activo como oportunidade para o desenvolvimento de iniciativas empresariais em zonas rurais: uma análise exploratória a partir da região do Douro”. In J. Portela (coord.), *Atas do 1 Congresso de Estudos Rurais*, Vila Real, UTAD-DES-SPER, pp. 1-14.
- MORGADO JACINTO, P. (2004), “A animação turística como oportunidade à empresarialidade: o caso da região duriense”. In O. Simões e A. Cristóvão (orgs.), *TERN – Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra, pp. 243-252.
- MOURÃO, P. (2006), “Tendências de concentração regional no interior português – O caso de Trás-os-Montes e Alto Douro”. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 6 (1). Disponível em <http://www.usc.es/economet/reviews/eers617.pdf> [consultado em 15-05-2015].
- NORIERO ESCALANTE, L. et al. (2009), “La visión de lo rural hoy: enfoques emergentes para su revaloración”. *Textual: Análisis del Medio Rural Latinoamericano*, 53, pp. 77-102.
- OLIVA, J. (2010), “Rural melting-pots, mobilities and fragilities: reflections on the Spanish case”. *Sociologia Ruralis*, 50 (3), pp. 278-295.
- PARKHURST, S. (1996), “A região na aldeia. Uma etnografia sobre a produção local de regionalidade no Alto Douro”. *Douro- Estudos e Documentos*, 1 (3), pp. 119-175.
- PARKHURST, S. (1997), “Produção de identidade no Alto Douro”. *Douro – Estudos e Documentos*, 1 (3), pp. 183-191.
- PEREIRO, X. (2005), *Galegos de vila. Antropoloxía dun espazo rurbano*, Santiago de Compostela, Sotelo Blanco.
- PEREIRO, X. (2006), “Turismo em espaço rural e animação: A percepção dos alunos de RLT”. In A. Nunes Peres (coord.), *Actas do III Congresso Internacional de Animação Sociocultural*, UTAD.
- PEREIRO, X. (2007), “Antropoloxía e modelos de relación entre o rural e o urbano”. *Revista Galega de Educación*, 38, pp. 112-119.
- PEREIRO, X., PRADO, S. (2013), “Crosscultural perceptions between rural and urban in Galicia”. In L. Silva e E. Figueiredo (eds.), *Shaping Rural Futures. From Perceptions and Outcomes on the Present and the Future*, Dordrecht, Springer, pp. 227-245.
- PORTELA, J., CASTRO CALDAS, J. (orgs.) (2003), *Portugal Chão*, Oeiras, Celta Editora.
- REBELO, J. (1999), “Que pistas para o futuro?”. In *O Douro em Debate*, *Actas II. Cadernos da Revista Douro Documentos*, Vila Real, GEHVID-UTAD, pp. 126-146.
- RIBEIRO, M., DINIZ, F. e CARQUEJA, C. (1994), *Agrotourism and Synergistic Pluriactivity*. Relatório preliminar. Contract n.º AIR3 – CT 92-0477, Vila Real, UTAD – CETRAD (relatório de investigação inédito).
- RIBEIRO, M. (1998), “Turismo rural e desenvolvimento na região Douro – Processos e (alguns) resultados da evolução do recente sector”. *Douro. Estudos e Documentos*, 6, pp. 25-49.
- RIBEIRO, M. (1999), “Que turismo para o Douro? Balanço e perspectivas”. In *Actas II – O Douro em Debate – Encontros da Casa da Calçada*, Porto, Universidade do Porto, pp. 57-96.

- RIBEIRO, M. (2001), “Oportunidades empresariais no sector do turismo em regiões do interior de Portugal”. *Gestão e Desenvolvimento*, 10, pp. 319-332.
- RIBEIRO, M. (2002), “Turismo e desenvolvimento de regiões desfavorecidas: o caso de Trás-os-Montes e Alto Douro – Portugal”. *Raízes*, 21 (1), pp. 91-100.
- RIBEIRO, M. (2004), “Pelo turismo é que vamos/podemos ir (?). Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento rural”. In O. Simões e A. Cristóvão (orgs.), *TERN. Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Coimbra, Edições Inovar para Crescer – Instituto Politécnico de Coimbra, pp. 41-56.
- RIBEIRO, M., MARQUES, C. et al. (2000), *Fórum de Trás-os-Montes e Alto Douro. Turismo- Diagnóstico e Orientações Prospectivas*. Relatório Final, Vila Real, UTAD-CETRAD.
- RIBEIRO, M., MARQUES, C. (2002), “Rural tourism and the development of less favoured areas—between rhetoric and practice”. *International Journal of Tourism Research*, 4, pp. 211-220.
- RIBEIRO, O. (1991), “As regiões geográficas”. In O. Ribeiro, H. Lautensach e S. Daveau (coords.), *Geografia de Portugal IV. A Vida Económica e Social*, Lisboa, Edições João Sá da Costa, pp. 1243-1249.
- RIVERA, M. J. (2009), “La neorruralidad y sus significados. El caso de Navarra”. *Revista Internacional de Sociología*, 67 (2), pp. 413-433.
- ROSEMAN, S. (2008), *O rexurdimento dunha base rural no concello de Zas: O Santiaguíño de Carreira*, A Coruña, Baía Edicións.
- ROSEMAN, S., PRADO, S. e PEREIRO, X. (2013), “Antropología y nuevas ruralidades”. *Gazeta de Antropología*, 29 (2). Disponível em <http://www.gazeta-antropologia.es/> [consultado em 15-05-2015].
- SANTANA, A. (1999), “Identidade e turismo rural. Un producto diferente para unha demanda similar?”. In *O feito diferencial galego. Antropoloxía*, Santiago de Compostela, Museo do Pobo Galego, pp. 181-193.
- SANTANA, A. (2000), “O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol?”. In C. Serrano et al. (orgs.), *Olhares Contemporâneos sobre o Turismo*, Campinas, Papirus, pp. 151-171.
- SAXENA, G. et al. (2007), “Conceptualizing integrated rural tourism. *Tourism Geographies*”, 9 (4), pp. 347-370. [dx.doi.org/10.1080/14616680701647527](https://doi.org/10.1080/14616680701647527)
- SILVA, L. (2006), *O Turismo em Espaço Rural: Um Estudo da Oferta e dos Promotores*. Centros de Investigação e Estudos de Sociologia – CIES e-workingpaper, n.º 16/2006, ISCTE, Lisboa.
- SILVA, L. (2007), “A procura do turismo em espaço rural”. *Etnográfica* 11 (1), pp. 141-163.
- SILVA, L. (2009), *Casas no Campo. Etnografia do Turismo Rural em Portugal*, Lisboa, ICS.
- SILVA, L. (2014), *Património, Ruralidade e Turismo*, Lisboa, ICS.
- SILVA, L., PRISTA, M. (2016), “Social differentiation in the consumption of a pastoral idyll through tourist accommodation: two Portuguese cases”. *Journal of Rural Studies*, 43, pp. 183-192.
- SILVANO, M. J. (2006), *O Turismo em Áreas Rurais como Factor de Desenvolvimento. O Caso do Parque Natural de Montesinho*. Tese de mestrado, Aveiro, Universidade de Aveiro.
- SOBRAL, J. M. (1999), *Trajectos: o Presente e o Passado na Vida de uma Freguesia da Beira*, Lisboa, ICS.
- SUCH, M. P., GARCIA, M. (2001), “Turismo en espacios rurales”. In D. Barrado e J. Calabuig, (eds.), *Geografía Mundial del Turismo*, Madrid, Síntesis, pp. 185-222.
- TABORDA, C. (2009), “Casas de turismo rural com história no Douro”. In A. Barros Cardoso, C. Urbano e E. Cordeiro Gonçalves (coords.), *Enoturismo e Turismo em Espaço Rural*, Maia, ISMAI, pp. 99-109.

- TULIK, O. (2003), *Turismo Rural*, São Paulo, Aleph.
- VALENTE, S., FIGUEIREDO, E. (2003), “O turismo que existe não é aquele que se quer...”. In O. Simões e A. Cristóvão (orgs.), *TERN – Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra, pp. 95-106.
- VAN DER PLOEG, J.D. (2010), *Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentários*, Barcelona, Icaria.
- VEIGA DE OLIVEIRA, E., GALHANO, F. (1994), *Arquitectura Tradicional Portuguesa*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- VICENTE MESQUITA, A. M. (2009), *Sistema de Distribuição no Turismo em Espaço Rural: a Região de Trás-os-Montes*. Tese de mestrado, Aveiro, Universidade de Aveiro.

---

Recebido a 12-05-2016. Aceite para publicação a 23-02-2017.

---

PEREIRO, X. (2018), “Abordagem exploratória do turismo rural de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)”. *Análise Social*, 226, LIII (1.º), pp. 58-87.

---

Xerardo Pereiro » [xperez@utad.pt](mailto:xperez@utad.pt) » Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro » Polo II da ECHS, Quinta de Prados — 5000-801 Vila Real, Portugal.

---