

# Geografia do Turismo

Geografia do Turismo  
do Turismo

Geografia do Turismo  
do Turismo





## ÍNDICE

### EDITORIAL

*Maria Lucinda Fonseca*

### TOURISM AND ECONOMIC TRANSFORMATION IN GREECE AND PORTUGAL

*Allan M. Williams*

### TURISMOS NAS REGIÕES PORTUGUESAS: CONTRIBUTO PARA A MODELAÇÃO DE UM CENÁRIO DE DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO PARA O FINAL DO SÉCULO

*José Rafael Sirgado*

### DA INTEGRAÇÃO NA PAC AO TURISMO CINERGÉTICO

*Carmina Cavaco*

### DO TURISMO URBANO: LISBOA NO CONTEXTO DO ESPAÇO TURÍSTICO PORTUGUÊS

*Eduardo Brito Henriques*

### UM OLHAR SOBRE O TURISMO E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

*José Manuel Simões*

### AMBIENTE E PRÁTICAS TURÍSTICAS EM PORTUGAL

*Fernanda Delgado Cravidão, Lúcio Cunha*

### O INVENTÁRIO DOS RECURSOS TURÍSTICOS DE PORTUGAL CONTINENTAL (1993)

*Jorge Umbelino, Luís Boavida-Portugal, Maria Júlia Ferreira, João Figueiredo de Sousa*

### AGENDA

### LEGISLAÇÃO

*Carlos Nunes Silva*

**EDITORIAL**

*Maria Lucinda Fonseca*

**3**

**TOURISM AND ECONOMIC TRANSFORMATION IN GREECE AND PORTUGAL**

*Allan M. Williams*

**7**

**TURISMOS NAS REGIÕES PORTUGUESAS: CONTRIBUTO PARA A  
MODELAÇÃO DE UM CENÁRIO DE DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO PARA  
O FINAL DO SÉCULO**

*José Rafael Sirgado*

**21**

**DA INTEGRAÇÃO NA PAC AO TURISMO CINEGÉTICO**

*Caminda Cavaco*

**37**

**DO TURISMO URBANO: LISBOA NO CONTEXTO DO ESPAÇO TURÍSTICO  
PORTUGUÊS**

*Eduardo Brito Henriques*

**55**

**UM OLHAR SOBRE O TURISMO E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

*José Manuel Simões*

**71**

**AMBIENTE E PRÁTICAS TURÍSTICAS EM PORTUGAL**

*Fernanda Delgado Cravidão, Lúcio Cunha*

**85**

**O INVENTÁRIO DOS RECURSOS TURÍSTICOS DE PORTUGAL CONTINENTAL**

(1993)

*Jorge Umbelino, Luís Boavida – Portugal, Maria Júlia Ferreira, João Figueiredo de Sousa*

**93**

**AGENDA**

**103**

**LEGISLAÇÃO**

*Carlos Nunes Silva*

**115**

---

**O *Inforgeo* inicia hoje uma nova etapa da sua curta existência.**

**Concebido como um boletim informativo da APG, rapidamente se tornou no principal veículo de comunicação entre os membros da Associação Portuguesa de Geógrafos e pretende agora afirmar-se como um importante meio de divulgação do estado actual dos diferentes ramos da ciência geográfica e das práticas profissionais dos geógrafos, em Portugal, na Europa e no resto do mundo.**

**Situando-se numa encruzilhada de saberes, a Geografia procura identificar e compreender os mecanismos de transformação do território, nas suas múltiplas escalas (do global ao local) e, por isso, tem também um papel formativo essencial, estimulando o desenvolvimento de um espírito crítico que permita uma integração e uma intervenção mais conscientes no ambiente e na sociedade em que vivemos e ajudando a descobrir caminhos novos para melhorar as condições de vida no planeta que habitamos.**

**Por tudo isto, nas duas últimas décadas, o interesse pela Geografia tem crescido, a par do aumento da participação dos geógrafos no ordenamento e na gestão do território e do incremento da utilização dos conhecimentos geográficos em múltiplos domínios: Comunicação Social, História, Sociologia, Ciência Política, Economia, Publicidade, previsão e combate dos efeitos de riscos e catástrofes naturais, etc.**

**A nova série do *Inforgeo*, inaugurada com um número duplo dedicado à Geografia do Turismo, além de manter os objectivos que presidiram à sua criação, pretende alargar substancialmente o seu campo de intervenção, dirigindo-se a toda a comunidade dos geógrafos, sócios ou não da APG, aos estudantes, professores, investigadores, técnicos de matérias afins da Geografia e ainda aos agentes económicos e políticos que interferem na transformação do território.**

**A** revista manterá uma periodicidade semestral e será organizada em números temáticos que tratem problemas que, pela sua actualidade e importância, permitam captar o interesse de diferentes tipos de público.

**A** escolha do Turismo, como tema de abertura desta nova série do *Inforgeo*, deve-se a quatro factores fundamentais: 1) interesse cada vez maior dos geógrafos portugueses pelos estudos do turismo, desde os trabalhos pioneiros de Carminda Cavaco, desenvolvidos no Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, nos anos sessenta; 2) importância crescente do turismo na economia do País e das regiões portuguesas; 3) amplitude e profundidade das implicações ambientais, sociais e territoriais das actividades ligadas ao turismo; 4) relevância do turismo como instrumento do desenvolvimento regional.

Lisboa será o tema do próximo número. A turbulência dos conflitos regionais, num contexto de progressiva globalização, justifica que a Geografia Política seja o objecto de análise do segundo volume de 1994.

**P**ara o sucesso desta iniciativa, contamos com a colaboração de todos.

*Maria Lucinda Fonseca*

# TOURISM AND ECONOMIC TRANSFORMATION IN GREECE AND PORTUGAL

*Allan M. Williams* \*

Após uma introdução teórica sobre o desenvolvimento do turismo nos países da Europa do Sul a partir dos anos 50, faz-se uma análise empírica do papel do turismo nas economias de Portugal e da Grécia. A razão da escolha destes dois casos de estudo prende-se com o facto de serem economias com algumas semelhanças no tamanho, história e formas de desenvolvimento do turismo.

*This paper starts with some theoretical remarks concerning tourism development in Southern European countries since the 1950s. The remainder of this article considers the empirical evidence of the economic role of tourism in the transformation of the economies of Portugal and Greece. These are chosen as economies with some similarities in size and structures, and in the histories and forms of their tourism industries.*

\* Tourism Research Group, Dep. of Geography.  
University of Exeter.

State interventionism in tourism has been minimalist, being restricted to general land use planning, international marketing, and registration/supervision of the standards of facilities. There are minor exceptions, such as the influential role of state subsidies in the 1960s hotel construction boom in the Algarve, and the devalorisation of state capital in the construction of airports, motorways and water treatment. However, these are insignificant compared to the major interventionist role of the Southern European states in manufacturing and agriculture (for example, see WILLIAMS, 1984). In general, the economic transformation strategies of the states have been notable for their almost total reliance on manufacturing as "the motor of development".

Yet, tourism has played a major role in structuring economic (and social) relationships in the Southern European economies since the 1950s. At the international scale, tourism is one of the key dimensions of the core-periphery European model identified by SEERS *et al.* (1979). In addition, the direct and multiplier effects of tourism are such that it plays a significant role in the balance of payments and the GDP profiles of the Southern European economies. Indeed, at a disaggregated spatial scale, it is possible to identify tourism-dependent or tourism-dominated economies, as in many Greek islands, the Spanish islands and costas and Madeira. The precise distribution of economic costs and benefits – both sectorally and spatially – in these and other regions is largely a matter of speculation but it is clearly contingent; that is to say, it is dependent on the ownership and structure of capital, and the nature of labour markets and labour migration systems. Perhaps the key to all such analysis is DE KADT's (1979) dictum that tourism is neither "a passport to development" nor a unique "devil". Its role in economic

transformation is conditional on the form of tourism and on the structure of the regional economies within which it is inserted.

While tourism in Southern Europe has been the subject of a number of empirical studies, it is set in a theoretical vacuum. This paper can not provide such a theoretical framework, but it can outline some of the key theoretical elements. The first point is that the economic importance of tourist arrivals to the national economies can be conceptualised as a potential income stream. In the case of tourism this can be likened to export base theory with tourism generating income outside the region or country depending on whether the tourists are nationals or foreigners. The tourists, however, are not a homogeneous source of external demand for the services of a country or region so that their impact is not simply dependent on volume. Instead, the potential income stream is highly dependent on market segmentation, in terms of which country of origin and social class are key influences. Tourism is generally considered to be an industry with strong growth prospects, based on its high income elasticity of demand (TRUETT and TRUETT, 1987). However, individual countries, experiencing factor cost changes (such as real wage increases or as a result of currency appreciation), are also faced with demand functions which are highly elastic with respect to price; this places constraints on their ability to raise prices without fundamentally affecting sales.

The conversion of potential into actual income streams is highly conditional. In particular, it is dependent on the extent of income leakage from the regional or national economy, which is usually measured via multiplier estimates (ARCHER, 1982). Leakages stem from payments for imports, remittances of profits and dividends to the owners of foreign capital (see

SINCLAIR, 1991).

The extent of income leakage is itself highly dependent on the structure of ownership and external control in the industry. International tourism is not characterised by a high level of multinationalisation of the ownership of hotels, restaurants and other facilities (ASCHER, 1985). DUNNING and MCQUEEN (1982) provide a theoretical explanation for this surprisingly low level of Foreign Direct Investment. They argue that there are three reasons for the emergence of international hotel chains; where there are net ownership advantages (eg. via branding); where there are location factor endowments (eg. Hyatt users expect to find Hyatts in all major cities); and to internalise market transactions. In mass tourism – unlike business tourism – the first two conditions clearly do not exist. The tourism product being sold (sun, sea etc) is largely indifferent to branding and location factor endowment. Instead, the emphasis is on price minimisation of the total holiday package.

Despite the lack of multinational hotel chains, international tourism is frequently characterised by the presence of powerful intermediaries (tour companies) which exercise oligopolistic power. Oligopoly in this instance is understood as being the existence of a few large firms in the market leading to reduced competition. This allows for the existence of differential profit rates in the industry. In manufacturing, this tends to be based on the prices charged to the different groups of consumers. However, in tourism it is firmly based on the prices that three firms pay to the factors of production (sub-contracting hotels etc). This is an oligopsonistic relationship (STORPER, 1985). In the case of the tour companies, oligopoly is also linked to vertical integration (tour companies owning airlines, travel agents etc). This strategy offers the advantages of decreasing uncertainty,

improved synchronisation of operations, and increasing market power (GOMEZ and SINCLAIR, 1991). In the long term large companies can not maintain their positions for they cannot block market entry indefinitely. In manufacturing, the market positions of such companies are also threatened by the implications of decentralizing technologies; in tourism this may be manifested in terms of second home ownership growth and of individual travel, both of which undermine the market influence of the tour companies.

The stream of tourism income generates and sustains employment in the receiving region or country. One of the attractions of tourism to policy makers is that because of its relatively low capital-labour ratio, there are relatively high employment levels with respect to a given income stream. In practice, of course, the capital-labour ratio is contingent. It partly depends on the availability of technology and there is evidence that developments in catering technology and in information technology are contributing to an increase in capital to labour ratios.

The capital-labour ratio is also dependent on factor prices, and in this respect the tourism industry has some distinctive features. Tourism labour markets can be characterised as informalised and open (SIMMS *et al*, 1988), and following ATKINSON's (1984) terminology they have well developed systems of numerical (changes in numbers of workers) and functional (in terms of tasks) flexibility. This is discussed further in SHAW and WILLIAMS (1993). In effect, it means that the prevalence of seasonal, part-time, and casual workers, and a lack of internal divisions of labour, are critical to reducing costs; consequentially, this sustains high labour to capital ratios. Unstable production and uncertain market conditions serve to



reinforce the need for numerical flexibility. These labour market conditions are influenced by and influence the gender division of labour and the involvement of migrant workers. Labour markets are socially constructed so that the numbers of female and migrant tourism workers is more than just a passive response to the jobs available. Instead, the presence and degree of assimilation of migrants, as well as wider gender relationships, influence the structure of tourism employment.

## INTERNATIONAL TOURISM DEMAND

If modern tourism is taken to post date the Grand Tour, then its origins in Southern Europe can be traced from the mid-19th century. While there was some international tourism, particularly in Greece, the main motor of expansion was the emergence of new forms of consumption amongst the urban middle classes. Tourism towns, such as Figueira da Foz and Foz do Douro, expanded as new spatial focus of consumption (CAVACO, 1979). A classic example was to be found in Alicante which, after the opening of a direct railway link to the Capital in 1853, became known as the "Playa de Madrid". While growth continued through the late nineteenth and twentieth centuries, it was only in the late 1950s and especially the 1960s that mass tourism emerged. This was based on rising disposable incomes amongst the working and middle classes of Northern Europe, and falling real costs of international holidays due to both scale economies and transport technology changes. The growth in international tourism was truly impressive. In Greece, for example, there were only 37 000 foreign tourists in 1950, 371 000 in

1960, 1 454 000 by 1970 and 5 271 115 by 1980 (PAPADOUPOULOS and MIRZA, 1985). There was similar rapid growth in Portugal (LEWIS and WILLIAMS, 1988). The period 1955–72 was a "golden age" during which tourism appeared to have become semi-autonomous from world economic developments and to thrive on its own momentum. The 1970s and early 1980s were more difficult years for tourism, being affected by rising fuel costs, economic recession, and the political crisis surrounding the regime transitions in Portugal and Greece. By the mid 1980s tourism growth rates were recovering and there was a short boot in international tourist arrivals until the early 1990s, when economic crisis again dampened demand. This was accompanied by changes in the social construction of what constituted desirable or fashionable destinations. As a result, international tourism in Greece and Portugal expanded rapidly.

The position in 1991 is summarised in Table 1. Greece and Portugal have similar volumes of tourists and have experienced rapid growth rates during the 1980s. Portugal, in particular, has experienced one of the world's fastest growth rates in tourist arrivals during this decade. The exceptionally high growth rates of the early 1980s when numbers more than double is partly a reflection of the recovery from the disastrous tourism downturn in the 1970s. The high growth rates in the period 1987–1991 reflect the increase in short term visits from neighbouring Spain, especially in the late 1980s following EC accession, as well as the intensification of mass tourism in the Algarve.

It has already been stressed that the potential income from tourism is dependent on far more than the volume of tourists. This is certainly the case in Greece and Portugal where tourism – whether domestic or

international – is characterised by a high level of market segmentation. In this paper, it is only possible to address the segment of internationals mass tourism but this itself is segmented. Mass tourism is a form of mass consumption; as such, it requires mass production, there is growing expenditure on associated consumer goods (sun tan creams, beach clothes etc), only a few producers

dominate particular markets, producers have the lead role in developing new attractions and products are little differentiated. The object of the mass "tourism gaze" (URRY, 1990) is the beach holiday: the ingredients are both natural (coastal environments and climate) and created (restaurants, hotels, etc). These have been blended together by the image making industry, to create a standard model of the object of mass summer tourism in Europe. The result is a distinctive form of urbanization along the Mediterranean costs, and increasingly in Madeira. MULLINS (1991, p.326) writes that "tourist cities represent a new and extraordinary form of urbanization because they are cities built solely for consumption". These are enclaves which largely contain mass tourism and limit its cultural impact on the larger region.

Mass tourism has a number of dominant characteristics: spatial polarization, market segmentation (based partly on proximity, and differences in national tourism image construction), temporal polarization and resulting environmental pressures (SHAW and WILLIAMS, 1993). The degree of

spatial polarization is acute and is one of the keys to understanding the impact of mass tourism on Southern Europe. In Greece, for example, 22% and 15%, respectively, of foreign tourists are to be found in Crete and the Dodecanese (LEONTIDOU, 1988). Temporal polarization – which is a product of the institutional organization of free time, and of the construction of the object of "the tourism gaze" – is also market in Greece and Portugal, with more than 40% of tourists arriving in just three summer months. The two forms of polarization have mutually reinforcing effects, leading to the maximization of pressures on the environment and local culture at a few points in space and time. The classic examples are islands such as Corfu and Mykonos, or those parts of the Algarve in close proximity to the airport at Faro.

While there are detailed variations in market segmentation in the countries, the outstanding feature is their domination by two major markets, the UK and Germany (see Table 2). In 1991 Germans accounted for almost one fifth of the market in Greece

a) 1991		
	Nos. of tourist arrivals at frontiers (millions)	Nos. of tourist nights – all means of accommodation (millions)
Greece	8.0	33.3
Portugal	8.7	22.0

b) 1977–91, Five-Year Average Annual Changes					
to	Average Annual No.			% change compared	
	(millions)			previous 5 years	
	1977–81	1982–86	1987–91	1982–86	1987–91
Greece	4.7	6.0	7.9	+26.7	+31.8
Portugal	2.1	4.3	7.3	+104.8	+69.8

Source: OCDE, *Tourism Policy and International Tourism in OE CD Member Countries*, Annual Reports

Table 1:  
International tourism arrivals, 1977–1991

and Portugal. British tourists accounted for a further one fifth to one quarter of the market in Greece and Portugal. Together they accounted for more than two-fifths of the market in Greece and Portugal. This has direct implications in that UK tourists have relatively low levels of spending per capita. For example, in Portugal British tourists account for one quarter of overnight stays but for a significantly lower proportion of tourism receipts (LEWIS and WILLIAMS, 1989). In contrast, North American tourists account for only 4% of overnights but for 31% of receipts.

Table 2:  
Market Segmentation,  
1976–1991

	% of foreign tourists from *							
	UK				Germany			
	1976	1980	1985	1991	1976	1980	1985	1991
Greece	11.8	NA	20.2	20.9	14.1	NA	16.0	19.5
Portugal	14.9	22.0	34.1	26.3	19.1	19.2	15.0	18.1

\* Arrivals in frontiers for Greece; nights spent in registered tourist accommodation for Portugal.

Source: see Table 1

Over time there has been a change in the pattern of market segmentation. The British presence in the Greek market increased sharply after 1976, but then levelled off in the late 1980s (Table 2); the German presence in this market increased more steadily throughout. The portuguese experience is not dissimilar, with the market dominance of both the British and German segments increasing over time. The British share, however, peaked in the mid 1980s and had fallen back by 1991. Overall, these trends reflect the changing relative strengths and exchange rates of these two large market segments.

Market segmentation is given an additional twist by regional disaggregation. This operates at both ends of the tourist flows. For example, within Germany Dusseldorf

accounts for the largest proportion of non-scheduled flights to Portugal, while Munich accounts for 30% of all German visitors to Greece. This is important in so far as each of these regional market segments has different levels of income and expenditure potential. There is also regional segmentation in the destination countries: in Greece, for example, Rhodes is a particularly popular destination for Swedes as is Corfu for the British.

Another market segmentation feature is the recent tendency to self-provisioning, which is linked to what GERSHUNY and MILES

(1983) term the self-service economy. This is most notable in the accommodation sector, in the growth of second homes. For example, in the Algarve there has been an influx of foreign investment in property in the

1980s and 1990s, complementing earlier purchases by Portuguese nationals. This generates a sequence of diverse income effects. The initial property investment leads to an infusion of external capital which is largely distributed amongst land owners and the construction and development industries. Later, second homes may reduce the income stream from tourism if they are rented out to foreign holiday makers who would otherwise purchase accommodation from indigenous owners of hotels or apartments. Later, second homes may become the principal homes of expatriate settlers, and therefore may generate year-round income streams from these "permanent" visitors. In practice, the balance of income streams depends on the precise patterns of investment and consumption, taxation and utilisation of

public services, all of which are little-researched areas.

A final point to note with respect to the potential income from tourism is that demand is highly elastic with respect to both incomes and prices. TRUETT and TRUETT (1987) have used regression analysis to establish these relationships in the case of Greece. The vulnerability of the potential income flow is reinforced by the high degree of substitutability between Mediterranean tourist resorts, given their lack of product differentiation. The social construction of mass tourism resorts as sunshine/sea packages to which to escape from the routines of domestic and work life in northern Europe means that destinations have been constructed – in terms of images, architecture and services on offer – as "identikit resorts". They offer similar experiences, are

interchangeable and virtually the only point of competition is price. Given the strong negative elasticity of demand relative to prices, there is intense pressure on tour companies and their local suppliers to minimise these. Put crudely, sun-seekers faced with a price rise in one country have the option of seeking similar types of holidays in other, lower-priced, Mediterranean countries.

The high levels of product substitutability also contribute to extreme market sensitivity in tourism. The most obvious manifestation of this is the impact of political uncertainty. For example, the number of foreign arrivals in Portugal took 4 years to recover from their

sharp drop in 1974 following the April 25th coup. In Greece, foreign tourism has suffered a series of external shocks following political instability in 1964, military coup in 1967, the Cyprus crisis in 1974 and the oil crisis in 1980. The most severe of these was the cyprus crisis and the overthrow of the colonels regime, following which there was a 31% fall in the number of foreign tourists.

## TOURISM AND THE ECONOMY

International tourism is a major component of the non-commodity exports of all the Southern European economies. In 1991, for example, the net balance on the tourism account was more than \$1.5 billion dollars in both Greece and Portugal (Table 3). Given

<b>a) 1991</b>					
	Receipts	Expenditure	Net balance		
Greece	2,637	1,017	+ 1,620		
Portugal	3,739	1,028	+ 2,711		
<b>b) 1977-91</b>					
	Average annual receipts (million \$)			% change compared to previous 5 years	
	1977-81	1982-86	1987-91	1982-86	1987-91
Greece	1,529	1,461	2,300	- 4.4	+ 57.4
Portugal	824	1,078	2,886	+ 30.8	+ 167.8

Source: see Table 1

the low levels of domestic foreign participation in both cases, this is indicative of future changes: the net balance will probably decline in relative terms as outward foreign tourism from these countries expands. The big question is whether the growth rate of international tourist outflows will exceed that of inflows. It depends on conditions in international markets as well as

Table 3:  
International tourist  
receipts and  
expenditure, 1977-91  
(current million \$)

cost competitiveness in Portugal and Greece.

The historical picture is somewhat more complex. As expected, Portugal has a relatively high growth rate for tourism receipts; this is higher in the later 1980s although the growth is greater in the early 1990s, which is partly explained by the stabilisation of the exchange rate after 1985. In Greece the average annual receipts from international tourism fell in the early 1980s but recovered sharply thereafter. These changes can be predicted simply from the totals of foreign tourist arrivals. To some extent, these earnings reflect currency exchange rate fluctuations in this period, notably the weak Greek drachma in the early 1980s. However, a note of caution is required here for the data for tourism expenditures, especially in the case of Greece, are flawed because there is a high degree of informalization of the sector and under-recording of expenditures. The most obvious example of this is the enormous number of unregistered accommodation units which are let to visitors on almost all the Greek islands. It must be allowed therefore that the true expenditure figures for tourism, especially for Greece, are far higher than these data suggest.

Turning to tourism expenditure per visitor, a different pattern emerges. In 1977–81 Portugal had most efficient income extracting tourism industry, with an average spend per visitor of \$424 (Table 4). This reflected the relatively elitist nature of its

tourist industry and relatively long stays. Greece also had a relatively high level of expenditure per visitor, again reflecting relatively long stays. Between 1982 and 1986 both Portugal and Greece experienced sharp decreases in receipts, partly reflecting the growth of mass tourism and, in the case of Portugal, short term visits from Spain. Foreign exchange rate movements also contributed to these changes. By 1987–91 Portugal had recovered its strong position (not only in relation to Greece). Given variations in the lengths of stay, expenditure per night is a more reliable indicator of the "efficiencies" of the respective tourist industries. These data also indicate that Portugal has the higher rate of spending. The actual importance of the tourism and travel account to the two economies is set out in Table 5. Between the late 1970s and the late 1980s, the share of tourism in GDP increased sharply in Portugal and modestly in Greece, again reflecting their different performances (see also YANNOPOULUS, 1988). In contrast, the international travel account surplus was equivalent to a higher proportion of all exports of goods and services in Greece than in Portugal. The critical role of the position tourism and travel account trade balance is that it helped to finance imports, including intermediate and capital goods for other economic sectors. While this relationship cannot easily be quantified, it has been argued forcefully by a number of commentators (eg HUDSON and LEWIS, 1984) that the export-led boom for the 1960s was partly underpinned by the recurrent surpluses on the invisibles account, especially from tourism and emigrant remittances. Turning from the impact of tourism on the current account to its role in production, it has

Table 4:

Average tourism

expenditure per foreign  
visitor, 1977–1991

	Current \$ per visitor		
	1977–1981	1982–1986	1987–1991
Greece	325	244	291
Portugal	392	251	395

Source: see Table 1

already been noted that international tourism accounts for more than 4% of GDP in the two countries. Over time it has increased sharply, especially in Portugal. Indeed, one of the attractions of tourism as a basis for economic development is that there is potentially a relatively short realisation period in the circuit of capital.

Investment in hotels, restaurants and other facilities can realise profits relatively quickly, especially compared to large scale industry. There are also low levels of capital formation required relative to turnover and employment, compared to the manufacturing sector.

This is especially true of the commodification of cultural events, international festivals etc. Where the return of capital can be completed in months rather than the years involved in developing a new manufactured product. This argument, however, has one flaw: substantial amounts of capital may be required if airports, major roads, or landscape rehabilitation is required prior to tourism development. In such cases, it has been normal practice for the state to intervene to support private sector capital formation, via the devalorisation of public sector capital. Examples include the investment by the Greek government in international airports on the Greek islands, or by the Portuguese government in water and sewerage systems in the Algarve.

The calculation of the contribution of tourism to the national economies is problematic, not least because tourism tends to be statistically invisible in terms of official data. The data considered so far are officially recorded or estimated direct

expenditures by tourists, but these do not take into account the impact of secondary rounds of expenditures on suppliers of goods and services etc. Consequently, there is a heavy reliance on the use of multipliers to estimate these wider economic impacts. In the case of Portugal, CUNHA (1986) estimates that tourism accounts for 5–7% of

	% GDP			% of exports of goods and services		
	1976–1980	1981–1985	1986–1990	1976–1980	1981–1985	1986–1990
Greece	4.1	4.1	4.3	20.0	18.8	20.7
Portugal	3.5	4.6	5.8	15.9	14.4	15.9

Source: see Table 1

GDP, if direct and indirect production is taken into account. All such estimates are highly dependent on the definitions used and on the methods for calculation of coefficients. The reliance on multipliers also tends to overestimate the importance of tourism, compared to other economic sectors. Nevertheless, these bare statistics do stand testimony to the major role of tourism in these economies.

## TOURISM AND DEPENDENCY

While tourism does generate important streams of income for Greece and Portugal, the global statistics presented above overstate its importance. International tourism receipts are matched by related expenditures including the purchases of imported equipment and consumables, foreign workers remittances, and dividends and profits remitted by foreign companies. There are also the costs of foreign promotions and extra expenditures on

Table 5:  
"Travel account"  
receipts and the  
national economy,  
1976–90

imports by nationals, resulting from earnings in and the demonstration effect of tourism. There are few reliable estimates of such leakage effects.

One of the key elements in leakage effects is the corporate structure of the tourism industry, and this is linked to the larger question of dependency and external ownership. The extent of foreign ownership clearly has an influence on the level of profit remittances and the leakage of tourism expenditures and income. There is certainly a very high level of foreign ownership in the travel industry for, unlike scheduled services, the charter airline business is not subject to bilateral market-sharing regulations. However, with the exception of second homes, there is surprisingly little direct foreign ownership of most tourist facilities within Portugal and Greece (United Nations, 1982). We have already noted the theoretical reasons for this in the case of hotels; the three conditions for the emergence of international hotel chains, according to DUNNING and MCQUEEN's (1982) eclectic theory of multinationals, do not apply to the mass tourism market. However, it could be argued that the third of their conditions – internalisation of linkages – do offer advantages to tour companies, airlines and large hotels as a means of securing guaranteed markets. The last part of this section looks at the tour companies which are often the key agent in international mass tourism. They do have oligopsonistic powers in the Mediterranean mass tourism industry but these are not exercised via direct ownership of facilities in these countries. In order to understand the roles of the tour companies, it is important to re-emphasise that there are highly segmented tourism markets in the countries under consideration (Table 2). They are heavily dominated by two national segments, the UK and Germany. In particular Mediterranean

regional markets, the level of dependency is even greater with 50% of the Algarve market being provided by British tourists. The UK and Germany are also characterised by high levels of concentration in the all-inclusive air holiday "package" industry. In Germany 3 companies control 41% of the market (DREXL and AGEL, 1987) while in the UK three tour companies control one half of the market. Yet, their level of foreign direct ownership of hotels and other forms of accommodation is minimal (FITCH, 1987). The largest UK company – Thomson – owns very little accommodation in either countries. There is, therefore, virtually no internalisation by the tour companies in terms of direct investment in the Mediterranean countries. CALS (1984) makes the interesting point that the lack of internalisation is facilitated by the development of particular circuits of capital during the tourism development cycle. The initiations of tourism leads to sharp increases in the price of land which generates capital which may be re-invested in tourism enterprises. This ensures that there is a ready supply of sub-contractors to the tour companies.

However, this is not to say there is no external control, only that this is exercised via more subtle means. Several points can be noted here. First, as mass tourism is based on moving large volumes at low prices, this means there is strong downwards pressure on the prices offered to suppliers of tourism services. This is particularly the case in the UK which has some of the lowest levels of spending per tourist amongst the major countries of tourism origin. Furthermore, price wars amongst the major tour companies and the travel agents in countries such as the UK have led to a qualitative deterioration in demand during recent years. Secondly, there is a high degree of market segmentation amongst tour companies,

driven by the search for scale economies. For example, in the UK in 1988 the newly merged Thomson and Horizon groups controlled more than 40% of all package holidays to Greece, and 35% in Portugal (Monopolies and Mergers Commission, 1988). Combined with national market segmentation this gives oligopsonistic powers to the major tour companies in some destination regions. Again this results in downwards pressure on prices, and so reduces the potential income benefits for the host countries and regions. GOMEZ and SINCLAIR (1991) argue that "...the prices which tour operators negotiate with hoteliers are often between 20 and 50 per cent below those charged to tourists on individually organised holidays". The tour companies also benefit from the operation of a "release back" system which means that as long as they give seven days notice to the hoteliers, they can cancel their bookings on some rooms without incurring any penalties. This has the effect of passing on some of the risk to the hoteliers without having to relinquish the cost advantages of large-scale, early bookings.

These dependency relationships are not only evident in price structures. The system of sub-contracting, with only limited fixed capital investment in the destination regions by the tour companies, brings other potential problems. It means that the foreign tour companies have little long term commitment to any hotel, resort, region or even country. Indeed, most contracts between tour companies and hoteliers are made twelve months in advance of the tourists arrivals (GOMEZ and SINCLAIR, 1991). As new destinations become fashionable, or cheaper, the foreign tour companies are in a position to shift their resources and capital assets (marketing ability, computer reservation systems, air fleets, etc) to these new resorts. It makes the existing mass tourism resorts

highly vulnerable, and implies that the downwards pressures of prices are structural to the organisation of the mass tourism industry.

## CONCLUSION

The general contribution of tourism to the economies of Greece and Portugal is clear, even if the precise economic and social impacts on particular regions are highly contingent. As such, therefore, it is surprising that tourism has received so little attention from the state. RICHTER (1983) classifies tourism as a "chosen" policy: "... it is not a policy foisted or a reluctant regime by political pressure like agrarian reform, language policy, or some industrialization policies. In its initial stages, there is very little conflict apparent over it." This has certainly been the case with tourism where, until recently, state policy has been minimalist and non-controversial; the principal areas of intervention have been promotion, regulation of hotels and other establishments, and supporting investments in airports and other infrastructure. This is now changing with an environmental back-lash amongst increasingly well organized pressure groups.

Yet there are important implications of tourism which would seem to demand greater state intervention. There can be characterised as distributional questions; who gets what, where from tourism? Mass tourism has developed as a highly polarized from of economic sector. It has created jobs and wealth in the new "tourist towns" of the Mediterranean regions, and also in Madeira. Yet, much of the employment has been as "peripheral workers". There have also been massive negative externalities in terms of cultural disruption and environmental destruction. There has also been general



despoilation of much of the coastline as a result of intensive over-development. The main beneficiaries have been international tour companies and some small segments of the national bourgeoisie. In contrast, the spatial polarization and the construction of labour markets has meant that the spread of benefits has been constrained and limited.

Secondly, there are important but rarely discussed long term implications of changes in the tourism product cycle. This has been formalised by BUTLER (1980) as the tourism product cycle. He argues that in the mature stage of the cycle, resorts will plunge into decline unless they are reinvigorated by significant new investment and by innovation. It can be argued that many of the older resorts are now at the critical point in the resort cycle. It is likely that more and more resorts will face the challenge in future of adapting to new forms of demand, and increased competition. It is conceivable that, in coming decades, the mass tourist resorts will undergo restructuring equivalent to that experienced by some of the industrial towns in recent years. This argument may be too pessimistic but there are bound to be difficult policy decisions to be taken with respect to the future of these resorts.

Tourism in the 1990s will face new challenges. At the very least most tourism regions will have to face choices about diversifying their markets, imposing stricter

development controls, and improving product quality; but there are real constraints on the ability of the state to influence such changes in a sector dominated by foreign tour companies and fragmented indigenous capital. A more radical objective would be to develop an alternative from of tourism (DE KADT, 1990). This would not damage the environment, would involve smaller scale developments, would not exploit local people and would be culturally sustainable. But there are two problems with this approach.

Will alternative tourism ever replace the income and jobs generated by mass tourism? And what will alternative tourism offer to the owners of capital and the communities living in the traditional mass tourism resorts?

There have been broad similarities in the experiences of tourism development in Greece and Portugal, so it is not surprising that in the 1990s they face similar challenges. The social construction of mass tourism, which has facilitated the evolution of oligopolistic external controls and intense competition between resorts and countries, has led to high growth rates combined with high levels of dependency. The challenge in the 1990s is increase the levels of income and of community benefits flowing from tourism without undermining the ability to compete in the international market place.

---

#### BIBLIOGRAFIA

- ARCHER, B. H. (1982) - "The value of multipliers and their policy implications", *Tourism Management*, Vol. 3, pp. 236-241.
- ARCHER, F. (1985) - *Tourism: Transnational Corporations and Cultural Identities*, Paris, UNESCO.
- ATKINSON, J. (1984) - *Flexibility, Uncertainty and Manpower Management*, Falmer, University of Sussex, Institute of Manpower Studies, Report 89.
- BUTLER, R. W. (1990) - "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *Canadian Geographer*, Vol. 24, pp. 5-12.
- CAVACO, C. (1979) - *O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.

- CUNHA, L. (1986) – "Turismo", in M. Silva (ed) *Portugal Contemporâneo: Problemas e Perspectivas*, Lisboa, Instituto Nacional de Administração.
- DREXL, C.; AGEL, P. – (1987) "Tour operators in West Germany", *Economist Intelligence Unit, Travel and Tourism Analyst*, May, pp. 29–443.
- DUNNING, J. H.; McQUEEN, M. (1982) – "The eclectic theory of the multinational enterprise and the international hotel industry" in A. M. Rugman (ed) *New Theories of the Multinational Enterprise*, London, Croom Helm.
- FITCH, A. (1987) – "Tour operators in the UK", *Economist Intelligence Unit, Travel and Tourism Analyst*, March, pp. 29–41.
- GERSHUNY, J. I.; MILES, I. D. (1983) – *The new Service Economy*, London, Frances Pinter.
- GOMEZ, V. B.; SINCLAIR, M. T. (1991) – "Integration in the tourism industry: a case study approach", in M. T. Sinclair and M. J. Stabler (eds) *The Tourism industry: an International Analysis*, Wallingford, C.A.B. International.
- HUDSON, R.; LEWIS, J. (1984) – "Capital accumulation: the industrialization of southern Europe" in A. M. Williams (ed) *Southern Europe Transformed*, London, Harper and Row.
- DE KADT, E. (1990) – *Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development for Tourism*, Brighton, Discussion Paper 272, Institute of Development Studies, University of Sussex.
- LEONTIDOU, L. (1988) – "Greece: prospects and contradictions of tourism in the 1980s" in A. M. Williams and G. Shaw (eds) *Tourism and Economic Development: Western European Experiences*, London, Belhaven Press.
- LEWIS, J. R.; WILLIAMS, A. M. (1989) – "No longer Europe's best kept secret; the Algarve's tourist boom", *Geography*, vol. 74, n° 323, pp. 156–158.
- LEWIS, J. R.; WILLIAMS, A. M. (1988) – "Portugal: market segmentation and regional specialization" in A. M. Williams and G. Shaw (eds) *Tourism and Economic Development: Western European Experiences*, London, Belhaven Press.
- MONOPOLIES AND MERGERS COMMISSION (1989) – *Thomson Travel Group and Horizon Travel Ltd; A Report on the Merger Situation*, London, H.M.S.O.
- MULLINS, P. (1991) – "Tourism Urbanization", *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 15, pp. 326–342.
- PAPADOPOULOS, S. I.; MIRZA, H. (1985) – "Foreign tourism in Greece: an economic analysis", *Tourism Management*, Vol. 6, pp. 125–137.
- PEARCE, D. G. (1987b) – "Mediterranean charters – a comparative geographic perspective", *Tourism Management*, Vol. 8, pp. 291–305.
- RICHTER, L. K. (1983) – "Tourist politics and political science: a case of not-so-benign neglect", *Annals of Tourism Research*, Vol. 10, pp. 313–335.
- SEERS, D.; SCHAFFER, B. and KILJUNAN, M. L. (1979) – *Undeveloped Europe: Case Studies in Core Periphery Relations*, Hassocks, Harvester Press.
- SHAW, G.; WILLIAMS, A. M. (1993) – *Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective*, Oxford, Blackwell.
- SIMMS, J.; HALES, C.; RILEY, M. (1988) – "Examination of the concept of internal labour markets in UK hotels", *Tourism Management*, Vol. 9, pp. 3–12.
- SINCLAIR, M. T. (1991) – "The tourism industry and foreign exchange leakages in a developing country" in M. T. Sinclair and M. J. Stabler (eds) *The tourism industry: an International Analysis*, Wallingford, C.A.B. International.

STORPER, M. S. (1985) – "Oligopoly and the product cycle: essentialism in economic geography", *Economic Geography*, Vol. 61, pp. 260–282.

TRUETT, D. B.; TRUETT, L. J. – (1987) "The response of tourism to international economic conditions: Greece, Mexico and Spain", *Journal of Developing Areas*, Vol. 21, n° 2.

UNITED NATIONS (1982) – *Transnational Corporations in International Tourism*, New York, United Nations.

URRY, J. (1990) – *The Tourism Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London, Sage Publications.

WILLIAMS, A. M. (1984) – *Southern Europe Transformed*, London, Harper and Row.

YANNOPOULUS, G. N. (1988) – "Tourism, economic convergence and the European South", *Estudios de Economia*, Vol. 8, pp. 197–216.

# TURISMOS NAS REGIÕES PORTUGUESAS

**Contributo para a modelação de  
um cenário de desenvolvimento  
e inovação para o final do século.**

*José Rafael Sirgado \**

As regiões portuguesas apresentam relevantes potencialidades de desenvolvimento turístico até ao final do século XX. Apesar do produto sol, mar e praia manter uma posição de destaque, muitos outros produtos tendem a desenvolver-se. A estratégia de desenvolvimento turístico nos anos 90 deverá internalizar as condições locais e regionais da sua incidência, uma vez que apresentam uma larga diferenciação inter-regional.

*The Portuguese regions hold important potentialities for touristic development until the end of the 1990s. In spite of this, the Sun, Sea and Beach product which still tends to have an important position, other products may be successfully developed. The touristic development strategy in the 1990s must consider the local and the regional conditions.*

\* Centro de Estudos Geográficos,  
Universidade de Lisboa

**N**este artigo detemos a atenção na segmentação dos produtos turísticos em Portugal, tendo em conta uma avaliação qualitativa das atractividades regionais, em correlação com os principais vectores da motivação turística e as tendências de fundo das práticas turísticas contemporâneas.

Pretendemos esboçar uma matriz regional de produtos turísticos com potencialidades de futuro, no sentido de contribuir para a qualificação da estratégia de desenvolvimento do turismo em Portugal. Apontamos algumas linhas de articulação com as recentes medidas de política no sector e a estratégia para o final do século.

As condições contemporâneas de configuração dos imaginários turísticos, bem como a sua articulação com as recentes tendências da oferta e da procura turísticas, são domínios que abordamos neste texto, sobretudo com um propósito de contextualização. O desenhar do esboço de cenário de futuro dos turismos nas regiões portuguesas, exigiu, por outro lado, uma breve análise da inserção de Portugal no turismo mundial contemporâneo e das diferenciações territoriais de captação turística e da incidência relativa do turismo, aos níveis local e regional.

## IMAGINÁRIOS TURÍSTICOS E TENDÊNCIAS CONTEMPORÂNEAS DA PROCURA E DA OFERTA TURÍSTICAS

A prática turística contemporânea resulta de uma complexa teia de interacções entre um conjunto de factores condicionantes das motivações dos potenciais turistas, geradores do seu imaginário turístico, e as condições de estruturação da globalidade dos meios de

recepção no espaço turístico de destino.

Podemos identificar, do seguinte modo, as principais condicionantes da modelação individual das motivações turísticas colectivas e dos imaginários turísticos a estas associados:

- condições individuais de interiorização das motivações turísticas contemporâneas, fundamentalmente tendo em atenção o carácter e a personalidade do turista;
- condições de contextualidade da vivência quotidiana do turista, designadamente condições familiares, sociais, culturais e económicas. Estas condicionantes constituem-se como instrumentos de modelação das motivações turísticas individuais, às quais se associa a construção de um imaginário turístico genérico;
- condições ambientais e políticas, de incidência colectiva mas com diferenciação na aplicação individual, em função das condições de contextualidade dos indivíduos.

Tenha-se em atenção que as práticas turísticas não são homogéneas, mostram-se pluralmente articuladas e com grande dinâmica de diferenciação no tempo. Cada produto turístico dispõe de uma ou mais práticas de referência, o turista poderá desenvolver no espaço turístico de recepção um conjunto diverso de práticas de lazer e recreio, no âmbito do mesmo produto turístico. Todavia, é possível inventariar a ou as práticas que mais o envolvem e melhor se correlacionam com o seu imaginário turístico. A matriz de práticas do turista, associada às características oferecidas pelo espaço turístico de recepção, permitem identificar para a globalidade da sua estada os níveis de incidência de cada uma das formas de fruição do lazer, por forma a conhecer e avaliar a preponderância de consumo de um produto turístico.

**N**a medida em que a sociedade não é uma entidade homogénea, cada indivíduo tende a desenvolver, a partir de uma malha de motivações turísticas genéricas, uma configuração pessoalizada do imaginário turístico contemporâneo. A análise do binómio motivação individual/imaginário turístico é de grande relevância para a estruturação, via *marketing*, de uma imagem cativante do espaço de recepção e particularmente dos seus principais produtos turísticos.

O papel do *marketing* e promoção turística tende a ser cada vez mais importante, no sentido de conseguir a recomposição dos imaginários turísticos no jogo das concorrências entre agentes e espaços turísticos de recepção. Para o turista de elite, a qualidade dos equipamentos e dos serviços turísticos e a riqueza e equilíbrio do património envolvente, são factores de excelência na atractividade de um espaço turístico. Todavia, para o turista banal, o custo da estada, o acesso às práticas turísticas mais difundidas e a qualidade geral do ambiente, são fundamentais à atractividade turística do espaço receptor.

No geral, cada turista pauta-se por um modelo próprio de cultura e mentalidade, enquanto suporte motivador e imagético de grande relevo na escolha dos produtos turísticos e dos espaços turísticos de destino.

Nas sociedades contemporâneas gerou-se uma grande diversidade de modelos de cultura, desde as formas individualizadas de culturas locais e regionais, até à crescente configuração de uma cultura de massas. Afirma-se cada vez mais a tendência de globalização do entrecruzamento de formas diversas de cultura e de modelação de mentalidades.

Neste processo vertiginoso de mudanças culturais e de mentalidade os meios de comunicação de massa têm um papel de grande relevância. As incidências na fruição

do tempo de lazer são significativas, sobretudo quando este se torna turístico, isto é, por um período superior a um dia e fora do espaço de vivência quotidiana. De facto, o uso do tempo de lazer tende a ser pluralmente motivado, numa óptica de utilização múltipla do tempo, para a qual contribuem fortemente as modernas tecnologias de informação e comunicação.

No cenário das motivações turísticas contemporâneas podemos destacar algumas, pela sua maior amplitude de incidências nas práticas, como em seguida enunciamos:

- compensação ao desgaste gerado pela participação individual no mundo do trabalho;
- gerar uma fuga ao stress quotidiano;
- desenvolver novos contactos sociais, uma vez que o turismo é um importante agente de comunicação inter-pessoal;
- valorização individual, no sentido de proporcionar um alargamento de horizontes na experiência individual de vida e no conhecimento de outros espaços e culturas;
- o prazer da descoberta, transformado em moda, de novos lugares, sociedades e patrimónios. A descoberta é um propósito imagético com forte presença em algumas modalidades de prática turística contemporânea, não raro associado a um cenário de fundo vivamente marcado pela ideia de aventura;
- sentir o acto aprazível da liberdade na gestão do tempo individual, em especial durante períodos de férias turísticas.

A estrutura geral das motivações turísticas contemporâneas e o imaginário turístico que lhes está associado, estão em consonância com algumas mutações relevantes que se vêm operando nas sociedades e economias mais desenvolvidas, sobretudo nos últimos

dois decénios. De facto, as sociedades e economias contemporâneas com melhores níveis de desenvolvimento, configuram-se num contexto de profundas e rápidas mutações que geram transformações de fundo na actividade turística.

A redução do tempo de trabalho e o consequente alargamento dos tempos de lazer e turismo, a tendência universalizadora do direito a férias subsidiadas e o abaixamento da idade de reforma, possibilitam um crescimento significativo do turismo. Todavia, nesta dinâmica incidem outros factores de mudança, designadamente as rápidas e profundas inovações tecnológicas (nos transportes, acessibilidades, informação e comunicação), o aumento relativo dos rendimentos individuais e familiares, as mudanças culturais e de mentalidade (massificação cultural relativamente heterogénea, gerando reacções de revalorização das culturas individuais), a afirmação de novos estilos de vida e novas modas, a difusão de motivações turísticas de grande significado contemporâneo (a atracção da descoberta, o prazer da viagem, a admiração do exotismo, o interesse pelas tradições e pela genuinidade), a importância recente do *marketing* e da publicidade no processo de escolha de produtos e serviços, por parte dos consumidores, forçando a transformação do turismo numa actividade "construtora e realizadora de imaginários". O global e o local surgem no imaginário turístico como duas componentes fortemente cruzadas, a primeira enquadradora do imaginário, a segunda chamativa à acção, isto é, à viagem/visita turística.

Globalmente, as transformações recentes dos padrões da oferta e da procura turísticas, surgem em forte conexão com as mutações sentidas nas sociedades e economias mais desenvolvidas, com especial relevo para a reconfiguração dos contextos de vivência

individual, das motivações para a fruição do tempo de lazer e do imaginário turístico subjacente à viagem de lazer e turismo.

Para melhor compreender as condições de inserção global de cada local, região ou país receptor no contexto mundial do turismo, importa identificar as principais tendências desta actividade, o que em seguida esboçamos:

- maior significado do mercado turístico da viagem organizada, com maior recurso à agência de viagens e alargamento da intervenção dos operadores turísticos;
- alargamento relativo das férias curtas e de fim-de-semana;
- alargamento do turismo a longa e média distância, possibilitado pela utilização mais alargada do avião, associada à tendente redução relativa dos custos das tarifas;
- maior papel do factor idade na diferenciação das práticas turísticas, fundamentalmente segmentando estilos de prática turística orientados para o repouso, a saúde e a cultura, no caso da terceira idade, e para o turismo activo/recreativo e de itinerância, no caso dos jovens;
- crescente busca de diversificação e qualificação dos serviços turísticos, em especial nas regiões mais conectadas com produtos turísticos relativamente saturados. Têm neste contexto especial significado o turismo de congressos e incentivos, o turismo de negócios, o turismo em espaço rural, o turismo de natureza, o turismo activo/recreativo e o turismo de saúde e repouso;
- tendência de minimização da sazonalidade da actividade turística, no decurso de uma clara diversificação e alargamento da oferta turística em épocas "baixas";
- alargamento significativo do

*Rent-a-Car* e do *Fly and Drive*, com expressivo significado na mobilidade dos turistas nos espaços turísticos de destino;

– tendente diversificação das formas de alojamento turístico, acompanhada de uma maior qualificação dos níveis mais elevados da hotelaria, a par de uma maior uniformização da oferta de alojamento vocacionado para uma procura massiva. A melhoria dos níveis locais e regionais de concorrência no mercado global, consegue-se pela afirmação de estratégias cada vez mais diversas de estruturação da oferta, indo ao encontro da maior segmentação da procura.

## PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA INSERÇÃO DE PORTUGAL NO TURISMO MUNDIAL CONTEMPORÂNEO

Portugal obteve em 1990 o quinto melhor saldo mundial das balanças turísticas nacionais, apesar de deter uma quota de mercado de 1.9% dos turistas. No contexto europeu, ocupa o décimo lugar nas receitas geradas pelo turismo (1.4%) e o 11º lugar na captação de turistas (2.5%).

A posição ocupada por Portugal no turismo na Comunidade Europeia é relevante (1.7% das camas turísticas, 4.7% dos turistas e 3.5% das receitas geradas em 1990), pelo que a adesão vem reforçar as possibilidades de expansão do sector no país, designadamente pela maior disponibilidade de meios financeiros de apoio ao investimento e pela geração de expectativas de alargamento dos fluxos turísticos, no decurso da livre circulação de pessoas e bens na CE.

O grande dinamismo recente do turismo em Portugal decorre sobretudo das características organizacionais que têm orientado o sector, num pano de fundo de uma utilização fortemente contrastada do território. Em síntese, as principais características são as seguintes: 1) forte procura externa, em contraste com uma procura interna exígua e fortemente sazonal; 2) especialização relativa no produto sol, mar e praia, em especial no caso do Algarve; 3) concentração regional e local da oferta e da procura; 4) peso excessivo de ofertas paralelas de alojamento, com consequências notórias nos índices de preços praticados; 5) forte dependência de operadores internacionais; 6) carácter de genuinidade dos atractivos naturais e culturais das regiões portuguesas.

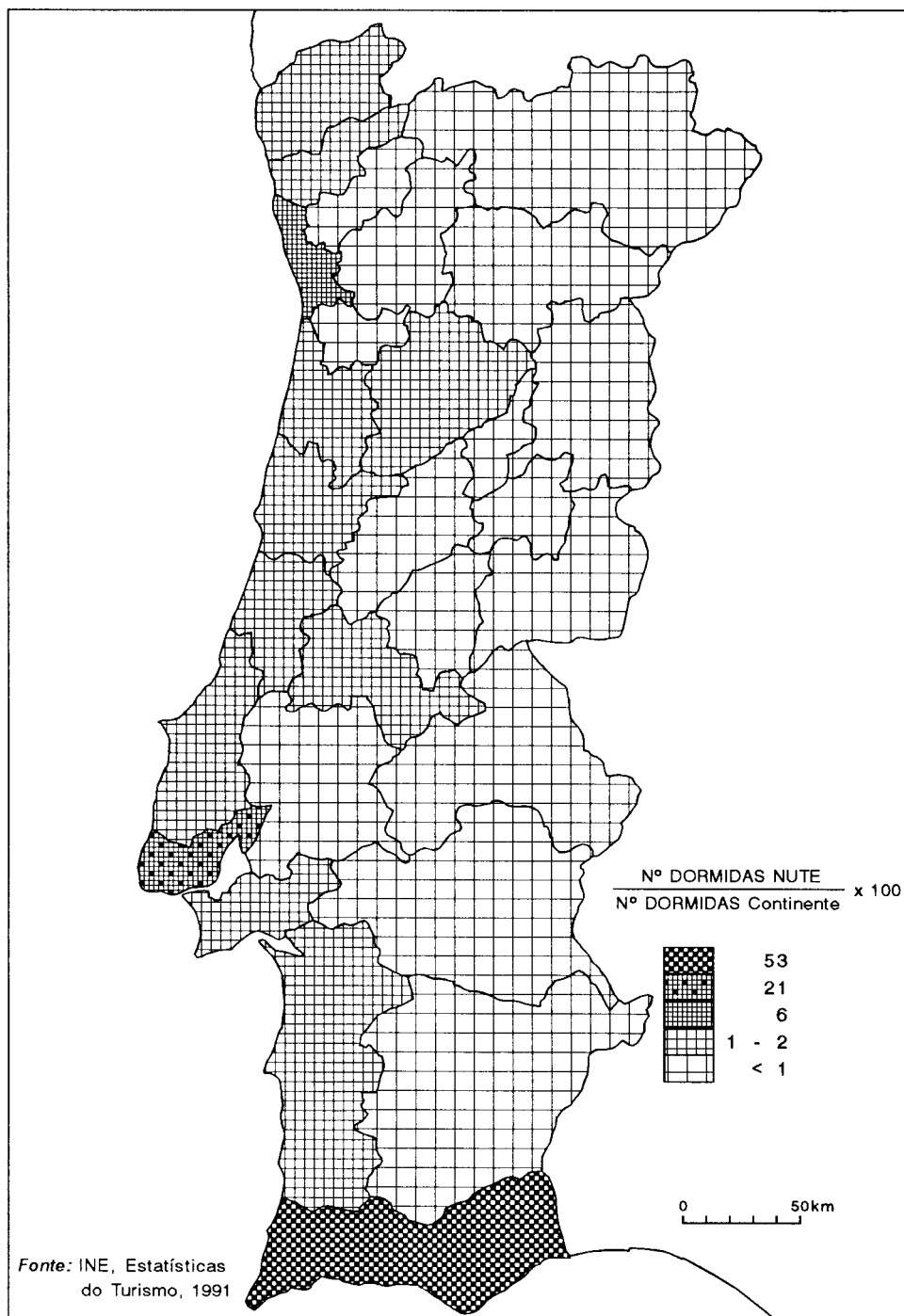
## UM PERSISTENTE MOSAICO DE CONTRASTES LOCAIS E REGIONAIS DA INCIDÊNCIA DA OFERTA E DA PROCURA TURÍSTICA EM PORTUGAL CONTINENTAL

A região do Algarve e as Áreas Metropolitanas de Lisboa e do Porto, constituem as principais áreas de captação turística do Continente (Fig. 1). Grande parte das áreas do Interior dispõem de um sector turístico exíguo e pouco articulado, apesar das potencialidades de que dispõem para o desenvolvimento de produtos turísticos de crescente procura.

O contraste litoral/interior é notório, apesar de se verificarem fortes diferenciações interlocais ao longo do litoral. Pela figura 2 podemos identificar um padrão de fortes contrastes interlocais da captação turística, mais sentidos nas regiões litorais. Em alguns casos o nível de especialização turística é



Fig.1:  
Taxa de captação  
turística, 1991



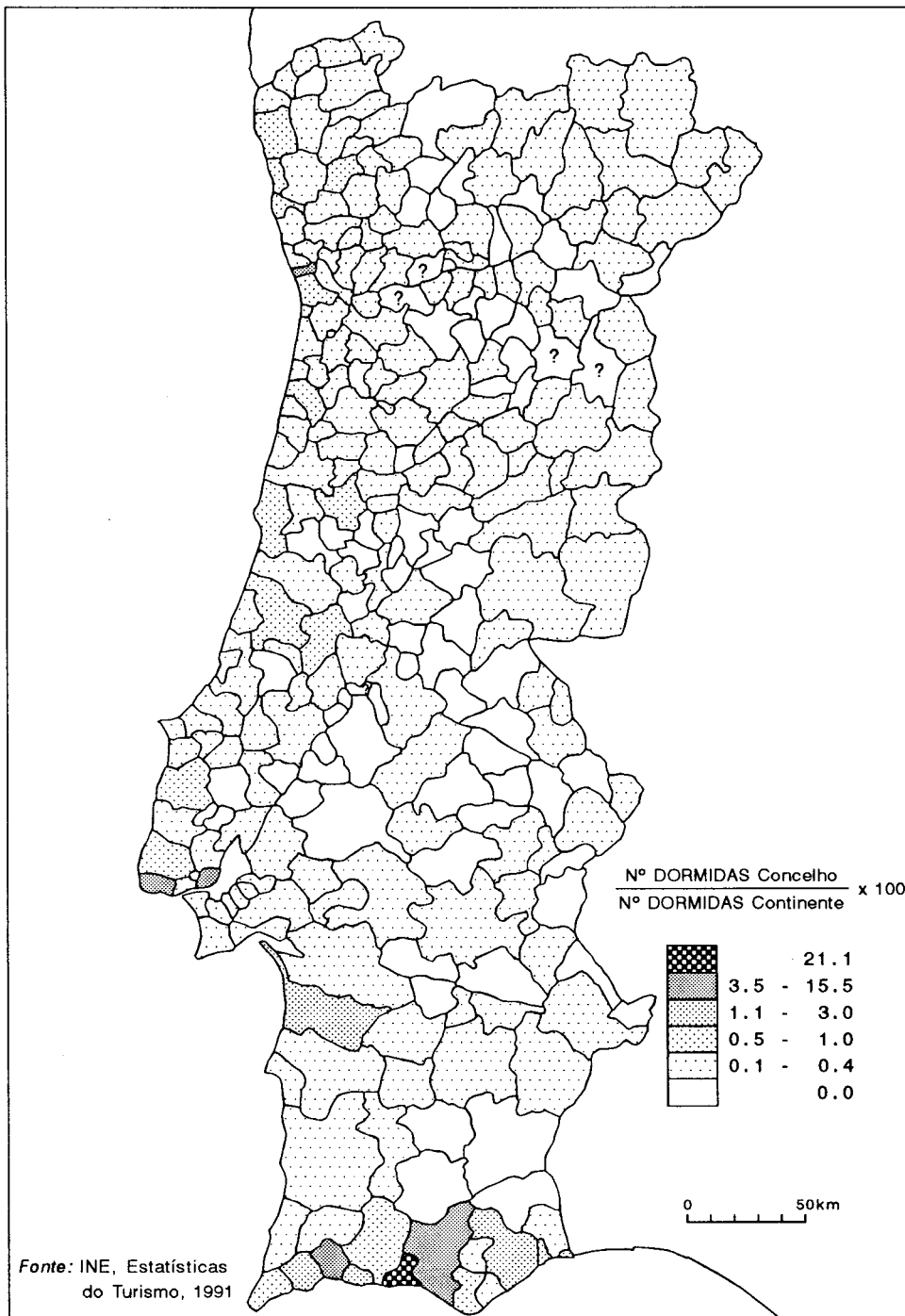


Fig.2:  
Taxa de captação  
turística, 1991

muito forte, como são exemplo vários concelhos na região do Algarve (Albufeira, Portimão e Loulé), na Grande Lisboa (Lisboa e Cascais), no Alentejo Litoral (Grândola, pela instalação do complexo de Tróia) e a cidade do Porto. Em alguns concelhos que não dispõem de linha de costa, é interessante a taxa conseguida de captação turística, como são exemplos os casos de Coimbra (turismo cultural, congressos e incentivos), Vila Nova de Ourém (turismo religioso) e Braga (turismo cultural).

O padrão encontrado para a taxa de captação turística esconde incidências locais e regionais muito desiguais. De facto, da análise das figuras 3 e 4 conclui-se que a afirmação da actividade turística tem um padrão de maior diferenciação local, uma vez que nas áreas de maior concentração urbana uma elevada captação turística tende a diluir-se no contexto da incidência social e económica.

O Algarve apresenta um nítido contraste entre a serra e barrocal e o litoral sul, onde o turismo de sol, mar e praia, o turismo recreativo/activo e o turismo de congressos e incentivos têm uma elevada taxa de incidência. Na região Norte destacam-se os casos de Esposende (turismo de sol, mar e praia e turismo desportivo/recreativo), Terras de Bouro/Amares (turismo de natureza/montanha) e Chaves (turismo de saúde e repouso). Na região Centro salientam-se os concelhos de S. Pedro do Sul, Nelas e Anadia/Mealhada (turismo de saúde e repouso), Manteigas (turismo de natureza/montanhas turismo desportivo/recreativo), Idanha-a-Nova (turismo de saúde e repouso e turismo itinerante) e Figueira da Foz (turismos litorais). Na região de Lisboa e Vale do Tejo, as mais fortes incidências registam-se em Vila Nova de Ourém (turismo religioso), Nazaré (centro tradicional de turismo de sol,

mar e praia), Cascais (o primeiro destino turístico português de atracção balnear internacional) e Lisboa (com uma multitude de modalidades turísticas urbanas). Finalmente, no Alentejo sobressaem os casos de Tróia (concelho de Grândola) e Sines, ambos ligados a turismos litorais, a congressos e incentivos e a turismo desportivo/recreativo.

Na globalidade, o país apresenta um mosaico de contrastes locais e regionais de captação e incidência turísticas, mostrando que em grande parte dos produtos turísticos é inevitável uma crescente especialização territorial.

## PROMOÇÃO E ATRACTIVIDADE DAS REGIÕES TURÍSTICAS PORTUGUESAS: O FOCAR DA IMAGEM EM ARTICULAÇÃO COM O IMAGINÁRIO

A eficácia da promoção turística, decorre fundamentalmente da capacidade que revela em gerar e moldar imaginários turísticos cativantes mas coerentes com as condições gerais de acolhimento dos espaços receptores.

Podemos avaliar os níveis de eficácia da promoção turística, através da análise comparativa da imagem que o turista constrói à partida – *imagem do espaço imaginado* – e a que configura após a viagem turística – *imagem do espaço consumido*. Na construção da primeira a promoção turística tem um papel relevante, na configuração da segunda a atractividade efectiva dos locais e regiões, alvo da viagem turística, é o factor principal. A coerência entre os níveis de atractividade gerados na *imagem do espaço imaginado* e na *imagem do espaço consumido*, é um factor

fundamental para dar sustentação e robustez a uma dinâmica de crescimento turístico local ou regional.

Em Portugal, a construção de uma cativante *imagem do espaço imaginado*, apoiada pelas acções promocionais internas e externas desde 1907, tem-se revelado relativamente desfocada da *imagem do espaço consumido*. O focar da imagem ao nível da promoção, com a efectiva imagem ao nível do consumo, é no início dos anos 90 uma das principais preocupações dos agentes económicos e administrativos.

Longe que estamos de uma fase artesanal de configuração dos produtos turísticos, bem como em forte afastamento das formas organizacionais fordistas que marcaram o ciclo do turismo massificado, começamos a registar em Portugal indícios de uma fase nova de estruturação dos produtos turísticos, na qual a gestão da imagem e do imaginário turístico é um domínio de grande relevância.

A atractividade surge como variável relevante à análise geográfica do turismo, isto é à identificação dos factores mais atractivos dos espaços receptores, potenciais constituintes da "imagem do espaço consumido". Apesar da relativa dificuldade de análise da atractividade, devido sobretudo às grandes deficiências de informação, esta é uma vertente fundamental à coerente preparação de acções de *marketing* e promoção turística.

As características regionais e locais do turismo em Portugal, referidas no ponto anterior, mostram a existência de atractividades diferenciais no território, expressas na distribuição do índice de captação turística regional e local. Todavia, em algumas das regiões dispõe-se de condições potenciais de atractividade que ainda não estão correctamente aproveitadas, pelo que se poderá configurar um cenário para o final do século XX com diferenças notórias em relação à situação actual.

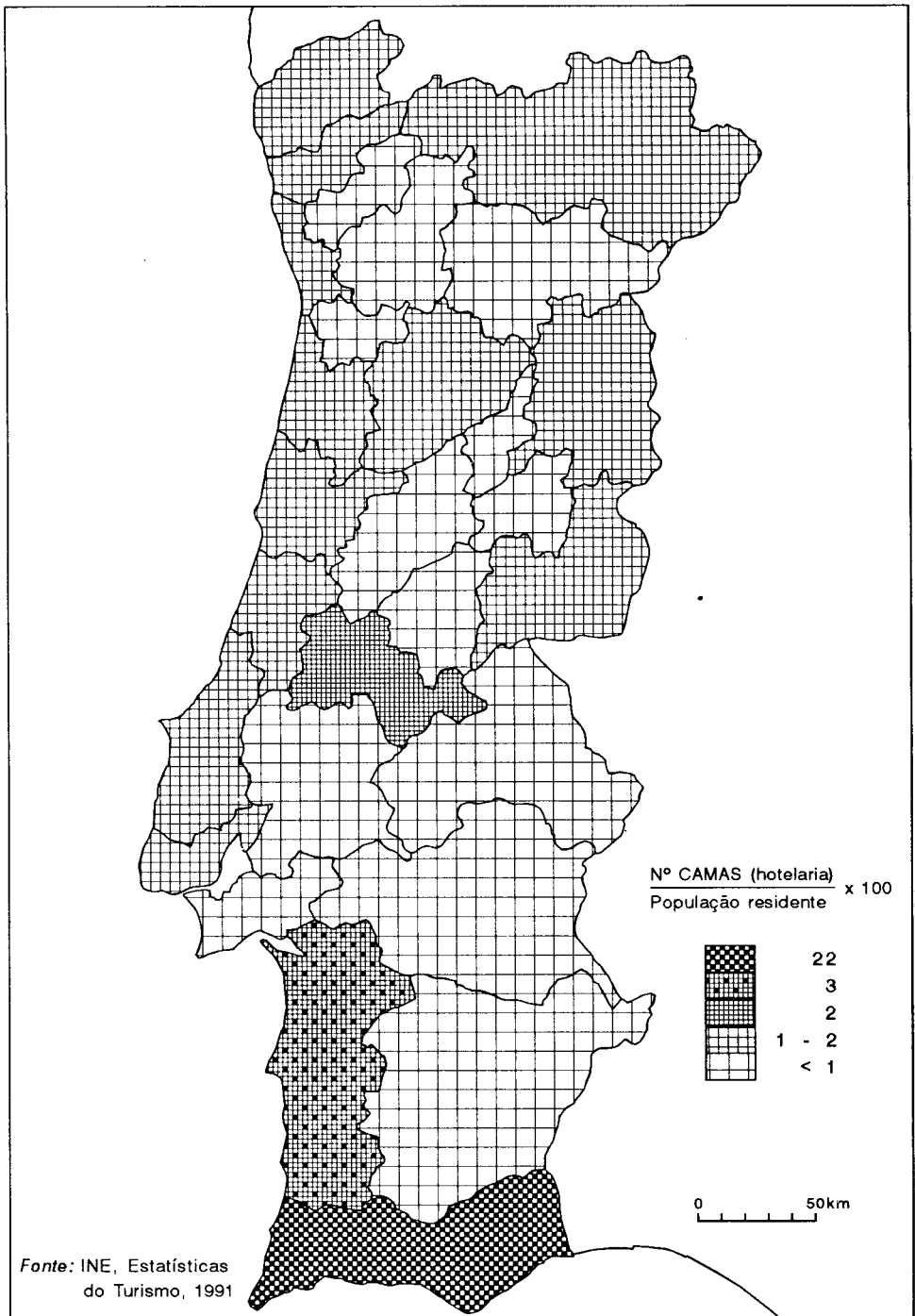
## TURISMOS EM PORTUGAL NO FINAL DO SÉCULO XX: ESBOÇO DE UM CENÁRIO

As recentes projecções (1990 e 1992) da responsabilidade da Organização Mundial do Turismo, indicam que a primeira metade dos anos noventa poderá ser palco de uma sensível redução dos índices de crescimento turístico mundial, em particular nos destinos tradicionais da Europa. A crise nas economias mais avançadas constitui o motor desta mudança. É previsível que a este período se suceda uma dinâmica de crescimento mais animadora, a partir de 1995/1996. Portugal poderá obter uma quota de mercado ligeiramente reforçada em relação ao início do decénio de noventa. Os desafios colocam-se sobretudo nos domínios da qualificação dos equipamentos e serviços prestados, na capacidade de inovar no aproveitamento rendível de recursos e no desenvolvimento de uma estratégia de promoção/*marketing* competitiva mas coerente com as condições de oferta efectiva das regiões portuguesas.

A apreciação que se segue tem uma base analítica qualitativa, resultante da análise de documentação promocional das regiões portuguesas, da leitura de alguns documentos monográficos do turismo em Portugal e dos contactos desenvolvidos com diversos agentes económicos e administrativos ligados ao sector em várias áreas do país nos últimos dois anos. O cenário que se aponta deve sobretudo constituir-se como esboço, merecedor de mais profunda investigação científica, pela relevância que este contributo geográfico ao turismo em Portugal poderá representar no futuro, em especial no cruzamento entre inovação de produtos turísticos, atractividade regional e local efectiva e coerência promocional.

As regiões portuguesas dispõem de

Fig.3:  
Taxa de função  
turística, 1991



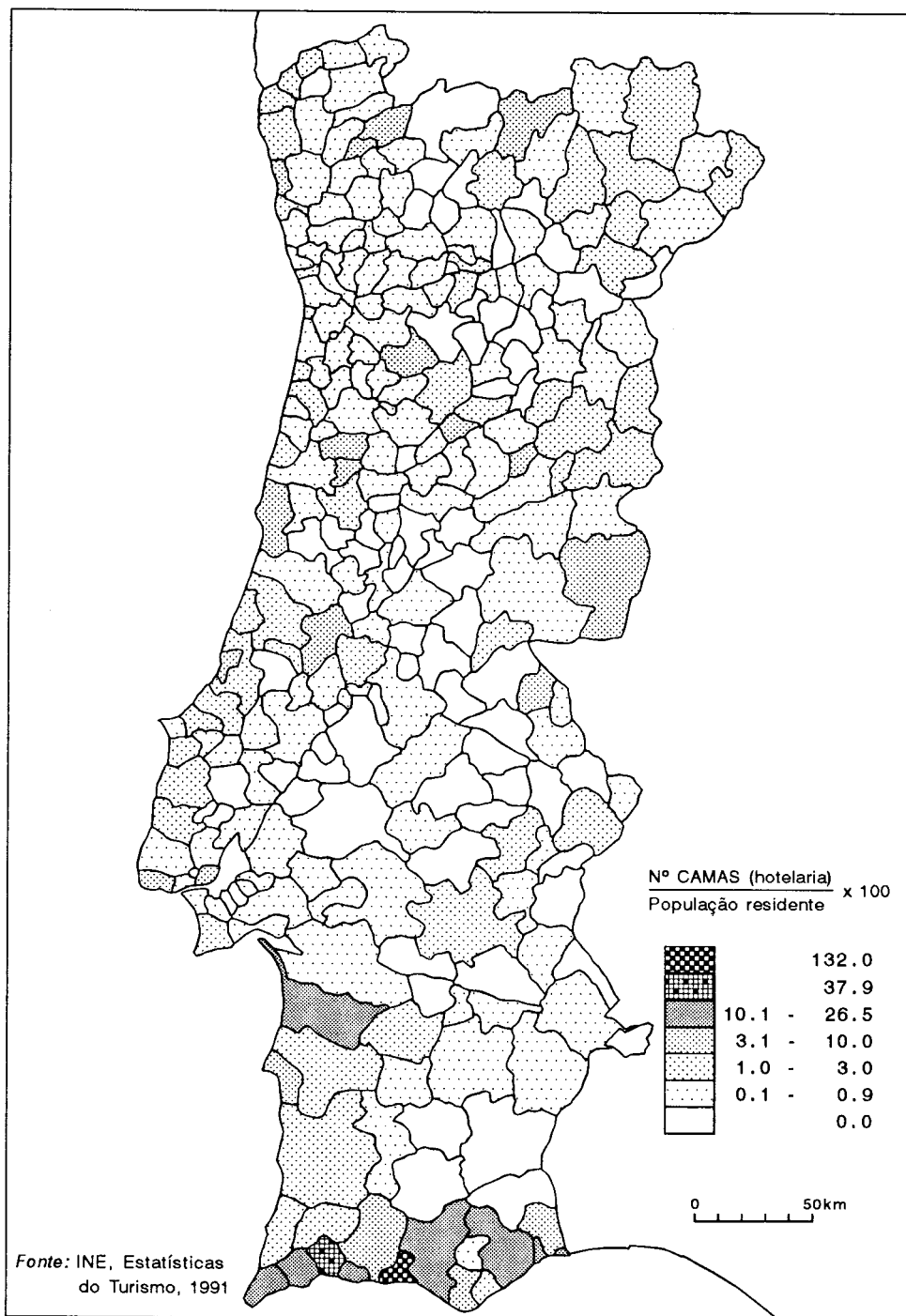


Fig.4:  
Taxa de função  
turística, 1991

potencialidades múltiplas de suporte de uma efectiva diversificação de produtos turísticos. Podemos enunciar sinteticamente as áreas fundamentais com potencialidade de configuração de produtos novos ou renovados:

- Frentes de mar (praias, marinas, pesca desportiva, desportos náuticos, observação e caça submarina, congressos e exposições, circuitos e cruzeiros locais/regionais, actividades recreativas e vida nocturna, museus, etc.);
- Meios rurais (alojamento em antigas quintas ou aldeias com um acolhimento personalizado, museus rurais, artesanato, folclore, participação em actividades tradicionais, incluindo as de produção artesanal, cinegética e pesca desportiva em rios ou lagoas, circuitos pedonais, equestres ou de bicicleta, realização de piqueniques, etc.);
- Áreas naturais e de montanha (desportos na neve, escalada em rocha ou gelo, caminhada em ambiente de montanha, passeios de observação da natureza, etc.);
- Áreas urbanas (actividades culturais e recreativas, visitas a museus, monumentos e locais históricos, compras, congressos, exposições e feiras, negócios, participação em grandes eventos culturais e desportivos, etc.);
- Locais de interesse arqueológico (arqueologia industrial, circuitos de visita a locais arqueológicos de grande interesse, associados frequentemente a espaços museológicos, etc.).

O exercício de avaliação qualitativa das atractividades de cada NUTE III, potencialmente geradoras de dinâmicas de crescimento de produtos turísticos, permitiu a identificação das incidências regionais

potenciais de uma malha diversa de produtos turísticos. Configurou-se um quadro de valorizações muito fortes, fortes e razoáveis de cada um dos 15 principais produtos identificados, agrupados em três conjuntos com valências económicas decrescentes. Foi possível em seguida obter um arranjo de 6 grupos de regiões com relativa similitude entre si, apresentando nítidos contrastes entre os vários grupos.

**A**presentamos em seguida os produtos identificados:

**- grupo 1 (muito forte valência económica):**

. (SMP) Sol, Mar e

**Praia:** actividades de relaxamento e recreio de praia; banho de mar; prática de desportos náuticos; mergulho; caça e fotografia submarinas; meios de animação turística; outros meios e actividades; outros.

**- grupo 2 (forte valência económica):**

. (NEG) Negócios;

. (CON) Congressos e Feiras;

. (EVE) Eventos: jogos olímpicos e campeonatos mundiais; eventos desportivos regionais ou nacionais (Open de Ténis, Open de Golfe, Grande Prémio de Portugal em Fórmula 1, Rali de Portugal, outros); exposições de grande amplitude (ex. Lisboa Capital Europeia da Cultura 1994 e EXPO 98); outros.

. (CUL) Cultural: em associação aos patrimónios imóvel, móvel e imaterial (núcleos urbanos de litoral ou de interior, com grande interesse patrimonial; festividades e outros acontecimentos tradicionais dos meios rurais; centros urbanos culturalmente conhecidos no exterior, ex. Lisboa, Coimbra e Porto).

. (SAU) Saúde e Repouso:

termalismo; talassoterapia;  
climatismo; outros.

. (ITI) **Itinerante**: cicloturismo;  
caravanismo; inter-rail; outros.

. (GOL) **Golfe**;

. (DES) **Activo/Desportivo**:

Desportos activos (equitação, remo,  
canoagem, surf, vela, mergulho, etc);  
espectáculos; outras actividades  
recreativas.

. (CRU) **Cruzeiros e Circuitos**;

– **grupo 3 (razoável valência  
económica)**:

– (TER) **Espaço Rural**: turismo de  
habitação; turismo rural;  
agroturismo; turismo de aldeia;  
centros rurais de animação e recreio;  
outros.

– (CIN) **Cinegético**;

– (REL) **Religioso**;

– (NAT) **Natureza/Montanha**:

paisagens naturais; Áreas de  
protecção da vida selvagem; turismo  
de montanha (observação de aves e  
plantas, caminhada, escalada,  
ciclismo, etc.); outros.

– (EST) **Estudos**: em correlação  
com os principais centros  
universitários e de investigação.

No quadro 1 apresentamos o esboço de  
valorizações regionais dos quinze produtos  
turísticos enunciados, os quais não apenas  
mostram potencialidades em Portugal como  
estão inseridos nas recentes tendências  
mundiais neste domínio.

As NUTE que apresentam melhores  
*performances* de desenvolvimento futuro dos  
produtos turísticos em Portugal Continental  
são as constituintes do litoral, em especial a  
Grande Lisboa, o Algarve, o Grande Porto, o  
Baixo Mondego e o Oeste. Neste grupo  
dispõe-se de condições potenciais de  
desenvolvimento de quase todos os produtos  
turísticos identificados com maior  
valorização económica.

No interior do território do Continente, os  
casos das NUTE Médio Tejo e Dão Lafões,  
são os que apresentam melhores  
potencialidades de desenvolvimento turístico  
a médio e longo prazos. Em contraste com as  
referidas NUTE, surgem algumas regiões de  
Interior que apresentam capacidades  
relativamente exíguas de desenvolvimento  
dos produtos turísticos identificados,  
designadamente a Cova da Beira, o Entre  
Douro e Vouga e o Pinhal Interior Norte e  
Sul.

A estratégia de desenvolvimento turístico  
para os anos noventa em Portugal, carece de  
uma adequação regional, uma vez que as  
suas linhas orientadoras não poderão ter uma  
aplicação similar em todo o território, como  
aqui propomos.

A afirmação de uma estratégia de inovação  
dos equipamentos e dos serviços turísticos,  
deverá estar no futuro em acordo com uma  
estratégia adequada de segmentação regional  
dos produtos turísticos, numa óptica de  
maximização da multiplicidade qualificada  
da oferta turística.

A estratégia recentemente discutida e  
oficialmente proposta pelo Ministério do  
Comércio e Turismo, dá especial  
importância a dois vectores de estruturação  
do sector: 1) produtos e mercados; 2)  
actividade promocional. Neste sentido,  
importa cruzar esta estratégia com as  
condições regionais da sua incidência, isto é  
com as capacidades de atractividade turística  
destas.

A estratégia assenta nos seguintes vectores  
de intervenção:

- aumento da qualidade e  
competitividade da oferta;
- apoio ao investimento;
- qualificação das praias;
- melhoria do controlo da oferta,  
através da configuração de uma política  
de ordenamento do território  
prioritariamente no litoral, fiscalização



# i n f o r g e o

Quadro 1:  
Valorização qualitativa  
regional dos  
principais produtos  
turísticos com potencial  
de futuro em Portugal  
Continental

NUTE III	SMP	NEG	CON	EVE	CUL	SAU	ITI	GOL	DES	CRU	TER	CIN	REL	NAT	EST
Grande Lisboa	***	***	***	***	***	*	***	***	***	***	*	*		*	***
Algarve	***	**	***	*	*	*	***	***	***	***	*	*		*	*
Grande Porto	***	***	***	**	***	*	***	**	***	**	*				***
Baixo Mondego	***	*	**	*	***	*	***	*	**	*	*			*	***
Oeste	***	*	*		***	**	*	**	*		*	*			
Baixo Vouga	**	*	*		*	***	**	**	*	*	*				*
Cavado	**	*	*		**	***	**	*	*	*	**	*		***	*
Península Setúbal	**	**	**		*	*	**	**	**	*	*	**		**	*
Alentejo Litoral	**	*	**				*	*	*			**			
Pinhal Litoral	**	*			*	**	**	*	*					**	
Minho-Lima	*	*			**	**	**	*			***	*		***	

Médio Tejo	*	*		**		**		*	*		**	**	**	*	
Dão Lafões	*	*		*	***	**					**				
Alto Trás-os-Mont.				*	***	*	*	*	*		**	**		**	
Ave				**	**	*					**				
Alto Alentejo				*	**	*					*	**		*	
Alentejo Central				**		**					*	**			**
Tâmega				*	**	*		*	*		**			*	
Beira Inter. Sul						**	*				*	**			
Beira Inter. Nor.						*					*	**		*	
Serra da Estrela						*		*			*			***	
Lezíria do Tejo						*	*	*	*		**	**			
Douro						*		*	*		**			*	
Baixo Alentejo						*					*	**			
Cova da Beira						*					*			*	
Entre Douro/Vouga						*					*				
Pinhal Inter. Nor.						*					*				
Pinhal Inter. Sul						*					*				

\* - razoável valorização  
\*\* - forte valorização  
\*\*\* - muito forte valorização

SMP - SOL, MAR E PRAIA      CUL - CULTURAL      GOL - GOLFE  
NEG - NEGÓCIOS      SAU - SAÚDE E REPOUSO      DES - ACTIVO/DESPORTIVO  
CON - CONGRESSOS/FEIRAS      ITI - ITINERANTE      CRU - CRUZEIROS E CIRCUITOS  
EVE - EVENTOS

TER - ESPAÇO RURAL  
CIN - CINEGÉTICO  
REL - RELIGIOSO  
NAT - NATUREZA/MONTANHA  
EST - ESTUDOS

mais intensiva da oferta paralela de alojamento, redefinição legal do *time-share*, modificação da legislação reguladora da hotelaria e similares e das agências de viagem e turismo;

- aumento do profissionalismo;
- melhoria da formação profissional;
- diversificação de produtos turísticos;
- diversificação de mercados, por forma a reconfigurar a procura turística das regiões portuguesas;
- reconfiguração estrutural da promoção turística;
- avaliação da imagem de Portugal e dos seus produtos turísticos nos principais mercados emissores;
- reorientação da política geral de promoção turística de Portugal no estrangeiro e relançar a promoção do turismo interno.

Na actual estratégia de desenvolvimento turístico, a promoção constitui um domínio de grande significado, para o qual se apontam seis grandes desafios pelos organismos oficiais do turismo em Portugal:

- planeamento da promoção orientada para produtos turísticos;
- sistematização e uniformização da mensagem promocional;
- dinamização de programas de promoção conjunta entre a Administração Central e grupos de empresas do sector, por forma a dirigir a promoção a alguns nichos de mercados onde Portugal pode oferecer vantagens comparativas;
- reforço da coordenação das acções de promoção turística entre o ICEP e as Regiões de Turismo;
- mobilização de empresas de sectores indirectamente relacionadas com o turismo, no sentido do apoio às acções promocionais oficiais de Portugal no estrangeiro;
- articulação entre a política de

promoção turística e do comércio externo de Portugal.

Na generalidade, e apesar de não ter ainda um sentido globalizante de actuação no sector, a estratégia apresentada mostra-se relativamente coerente, ficando apenas a dúvida do nível efectivo da sua eficácia.

A modelação de uma mensagem cativante deverá estar em acordo com as condições de oportunidade da sua intervenção, nos mercados externos e no mercado interno, bem como deve ser coerente com a *imagem do espaço consumido*, resultante da configuração efectiva da oferta regional e local. A recente promoção do turismo interno - *vá para fora cá dentro* - mostra uma fraca eficácia, uma vez que o mercado interno não dispõe de dimensão suficiente para o relançamento pretendido. Por outro lado, a promoção no estrangeiro - no final de 1992, *Portugal, donde o Atlântico abraça a Europa*; no final de 1993, *A emoção da descoberta, Portugal* - tem-se dirigido aos principais mercados portugueses, em alguns casos a regiões ou a nichos de mercado com potencialidades. A promoção no estrangeiro e em Portugal tem-se dirigido não apenas para uma imagem genérica do País mas também para alguns produtos turísticos portugueses com grande atractividade.

A promoção regional do turismo é uma vertente de grande importância no futuro, em articulação coerente com a promoção nacional e a promoção específica de produtos turísticos. Deste modo, é necessário reconfigurar a estratégia, no sentido da sua coerente aplicabilidade às condições regionais e locais de inovação da oferta turística, bem como à articulação dinâmica das vertentes fundamentais à criação, via *promoção/marketing*, de uma imagem de grande atracção turística para Portugal, diferenciada regionalmente e sobretudo segmentada por produtos turísticos.

BIBLIOGRAFIA

---

- BONIFACE, B. G.; COOPER, C. P. (1987, 5ª ed. 1993) – *The Geography of Travel & Tourism*, Osford, Butterworth–Heinemann.
- CAVACO, C. (1979) – *O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais*, Lisboa, Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- CASTELLI, G. (1984) – *Turismo e Marketing*, Porto Alegre, Ed. Sulina.
- CORBIN, A. (1988, 2ª ed. 1989 – Trad. Brasil. Paulo Neves) – *O território do vazio. A praia e o imaginário Ocidental*, S. Paulo, Companhia das Letras.
- DIETVORST, A. G. J.; PATER, B. (1988) – "A leisure society?", *Nederlandse Geografische Studies*, (64), pp. 175–186.
- DOLLOT, L. (1974, 4ª ed. 1990) – *Culture Individuelle et Culture de Masse*, Paris, P.U.F..
- GASPAR, J. et al. (1987) – *Portugal, os próximos vinte anos*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- HOLLIER, R.; LANQUAR, R. (1981, 3ª ed. 1989) – *Le Marketing Touristique*, Paris, P.U.F..
- LANQUAR, R. (1985) – *Sociologie du Tourisme et des Voyages*, Paris, P.U.F..
- LEWIS, J. R.; WILLIAMS, A. M. (1991) – "Portugal: market segmentation and regional specialization" in A. M. Williams e G. Shaw (eds) *Tourism and Economic Development: Western European Experiences*, Londres, Belhaven Press.
- LOZATO-GIOTART, J.-P. (1987, 2ª ed. rev. aum.) – *Geographie du Tourisme*, Paris, Masson.
- MANSFELD, Y. (1990) – "Spatial patterns of international tourist flows: towards a theoretical framework". *Progress in Human Geography*, Vol. 14, nº 3.
- MILL, R. C.; MORRISON, A. M. (1992) – *The Tourism System: An Introductory Text*, Londres, Prentice–Hall.
- MINISTÉRIO DO PLANEAMENTO E DA ADMINISTRAÇÃO DO TERRITÓRIO (1993) – *Plano de Desenvolvimento Regional*, Lisboa, M.P.A.T..
- MINISTÉRIO DO COMÉRCIO E TURISMO (1992) – *Turismo: Estratégia Para os Anos Noventa*, Lisboa, M.C.T..
- PINA, P. (1987) – *Portugal. O turismo no século XX*, Lisboa, Lucidus.
- SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO (1984) – *Plano Nacional de Turismo, 1985/1988*, Lisboa, S.E.T..
- (1991) – *Livro Branco do Turismo*, Lisboa, S.E.T..
- PEARCE, D. G. (1981, 2ª ed. rev. aum.) – *Tourist Development*, Essex, Longman Scientific & Technical.
- SMITH, S. L. J. (1989, 3ª ed. 1993) – *Tourism Analysis: A Handbook*, Essex, Longman Scientific & Technical.
- UMBELINO, J. (1988) – "Uma política de turismo para Portugal". In *IV Jornadas da Sociedade Portuguesa de Urbanistas*, Lagos, 1989.
- WILLIAMS, A. M. (1986) – "Tourism and economic development: a review of experiences in Western Europe". In *Tourism in Cornwall Project* (Discussion Paper 2), Exeter, University of Exeter.

# DA INTEGRAÇÃO NA PAC AO TURISMO CINEGÉTICO

*Carmina Cavaco \**

Este artigo sintetiza as dificuldades de grande parte da agricultura portuguesa no contexto da integração no Mercado Comum. Relembra também a legislação sobre a caça que foi elaborada paralelamente e a constituição de zonas de caça de regime especial, aparecendo a exploração da caça como um ramo complementar ou até alternativo no reforço de modernização e rentabilização das unidades agrícolas. Entre aquelas foram evidenciadas, pelo número, superfície abrangida e peso relativo global e concelhio, as Zonas de Caça Turísticas, que se integram cada vez mais nos processos recentes de desenvolvimento do Turismo em Espaço Rural.

*The article summarizes major agricultural constraints in Portugal, in the context of portuguese integration in the European Community. The article also deals with hunting legislation, introduced simultaneously, followed by the implementation of special hunting-grounds. Such activities were to work as alternatives or complements of a modernization and profitable agricultural units. Among those were selected, touristical hunting-grounds, because its importance either in number or in total area. These areas are getting more integrated in the recent processes of Rural Tourism development.*

\* Centro de Estudos Geográficos.  
Universidade de Lisboa.

## **A AGRICULTURA PORTUGUESA NOS MEADOS DOS ANOS 80**

Portugal chegou ao momento da sua integração na CEE com taxas relativamente elevadas de dependência económica e social do sector agrícola, apesar das fortes correntes de êxodo e de emigração das populações rurais dos decénios precedentes. Em 1985, o VAB agrícola representa 6% do VAB nacional, a preços de mercado (8,3% a preços constantes de 1980), quando a produção vegetal era dominante na produção final (51,7%). A formação bruta de capital fixo, a preços de 1980, era então dirigida fundamentalmente para plantações e gado, vindo em seguida as máquinas e equipamentos e o material de transporte. A população activa agrícola significava, por sua vez, cerca de 23,3% da população activa (25,7% em 1981), tendo descido de 1003 mil activos em 1981 para 846 mil em 1986 e 771 mil em 1991.

Em correspondência, destacavam-se níveis, no geral fracos, de produtividade e de rendimento, permanência de cultivos em terrenos pouco aptos e larga orientação para a subsistência das famílias agrícolas e o autoabastecimento das explorações, enquanto o consumo intermédio se aproximava apenas dos 40% da produção final. As áreas mais férteis, de estruturas menos pulverizadas, com possibilidades de rega estival, agricultura moderna e comercial e elevada produtividade dos factores de produção mobilizados, limitavam-se aos fundos dos vales mais ou menos largos, a lezírias sem problemas de drenagem e salinidade e a algumas superfícies planálticas; no conjunto, representavam somente cerca de 1/3 do território, superfície que continua a ser considerada como de vocação agrícola.

Poucos ramos tinham sido, entretanto, objecto de políticas de fomento e valorização: leite e derivados, vinho, batata, frutas, nomeadamente pomoídeas, azeite, tomate industrial, cártamo, arroz...

Todavia, não alcançavam níveis técnicos comparáveis aos da Europa Comunitária e, no geral, não garantiam o abastecimento da procura interna. O escoamento das colheitas, a preços previamente fixados para os produtores, fora tradicionalmente assumido por numerosos organismos de coordenação económica: estava em causa o equilíbrio de interesses entre agricultores e consumidores, entre o sector agrícola e alimentar e os outros sectores económicos.

Na CEE, os níveis técnicos agrícolas foram sendo largamente estimulados pela garantia de preços elevados, relativamente aos custos, de modo a satisfazerem o abastecimento e a proporcionarem aos agricultores níveis de vida aceitáveis, aproximando-os cada vez mais dos activos dos outros sectores de actividade. Esta política acabou por se traduzir na acumulação de excedentes dificilmente exportáveis ou apenas quando fortemente subsidiados, logo com elevados custos nos orçamentos comunitários, que impunham de imediato limites máximos nas quantidades garantidas e nos níveis dos preços de intervenção, ou seja, reformas fundamentais das medidas de política até então seguidas.

As disparidades de desenvolvimento e eficácia das agriculturas portuguesa e comunitária permitiram o reconhecimento da especificidade da agricultura nacional e a negociação dum programa decenal de protecção, apoio e estímulo a investimentos conducentes ao seu desenvolvimento e modernização. O PEDAP, como foi designado, sobrepunha-se e completava as facilidades permitidas pelos Regulamentos Comunitários 797 e 355, nomeadamente quanto a estruturas e infra-estruturas,

formação técnica e de gestão, carências de investigação e experimentação, condições insuficientes na comercialização e transformação, sobretudo das colheitas perecíveis, etc.

## INTEGRAÇÃO COMUNITÁRIA E DINÂMICA DA AGRICULTURA PORTUGUESA

A agricultura portuguesa continuou a perder significado económico e social. O VAB diminuiu de 6% em 1985, para 5,8% em 1987, 4,7% em 1989, 4,4% em 1990, 3,8% em 1991 e 2,9% em 1992, a preços constantes (7,3% em 1985 e 7,1% em 1992, a preços de 1980), no seguimento de fortes reduções dos preços agrícolas no produtor, principalmente a partir de 1988, e de grandes acréscimos nos consumos intermédios, muito superiores aos da produção final, principalmente quanto a alimentos para animais, energia e adubos, correctivos do solo e fitofármacos (48,3%, 11,8% e 11% em 1992, a preços de 1980). Entretanto, os subsídios cresceram à taxa média de 29,7% e os juros à de 14,6%, enquanto se afirmavam as rubricas máquinas e equipamentos e material de transporte na formação bruta de capital fixo. No que respeita à população activa agrícola, verificamos que decresceu 23% no período 1981-91 (25,7% em 1981, 23,3% em 1986 e 17,6% em 1992), sobretudo no Sul (Alentejo - 54%; Algarve - 47%). Representava então menos de 1/5 do total um pouco mais nas regiões do Centro - 31,4% e do Alentejo - 22,8%. 3/4 das perdas do período 1981-91, verificaram-se nas regiões do Norte e Centro.

Em 1992, cabiam a Portugal 1,9% da produção final agrícola da Comunidade, 2,3% do consumo intermédio, pelo peso mais forte dos alimentos para animais

(50,3%, contra 42%) e das sementes (8,9% e 6,8%, respectivamente), 1,7% do VAB a preços correntes e 1,1% da formação bruta de capital fixo. A taxa de cobertura do comércio externo de produtos agrícolas desceu a 20,4% em 1992: exportações de vinho (59%) e frutas (14%); importações de cereais (31%).

Vastas áreas de cultivo foram sendo abandonadas, em particular as de cereais, mais aceleradamente nas mais afectadas pelas secas. De 1980 a 1992 (valores provisórios), as de cereais passaram de 929 mil ha para 665 mil: trigo, de 341 mil para 250 mil; centeio, de 125 mil para 75 mil; aveia, de 116 mil para 75 mil; milho, de 244 mil para 177 mil; arroz, de 35 mil para 21 mil. Entretanto, a área de batata diminuiu de 112 mil para 105 mil; a de tomate, de 18 mil para 9 mil; a de grão de bico, de 11 mil para 4 mil; a de feijão, de 85 mil para 39 mil, etc.

Nos casos do trigo, milho, arroz, tomate, grão e feijão verificaram-se, paralelamente, aumentos consideráveis de produtividade, pela introdução de melhorias técnicas de cultivo e abandono das áreas marginais.

Os alargamentos das superfícies cultivadas foram apenas marcados entre o girassol (3 vezes), pamoídeas, pêssegos, citrinos e frutos secos (castanha, noz e avelã).

Houve, pois, redução considerável da superfície total cultivada (46% do território é arável), aproximando-se progressivamente dos valores das áreas consideradas com condições para uma agricultura tecnologicamente moderna e económica e socialmente competitiva, e cedendo espaço ao pastoreio e à silvicultura (2 milhões de hectares de área agrícola a reconverter em área florestal?).

Com efeito, o pastoreio extensivo de grandes e pequenos ruminantes ganhou, entretanto, novo fôlego e a produção animal ultrapassou sensivelmente a vegetal na produção final total (56%): aumento da

produção de carne, pelo aumento dos efectivos de bovinos, ovinos e caprinos, suínos e aves, que asseguravam, em 1991, 21%, 4,9%, 39,7% e 30,6% da produção de carne; outros aumentos das produções de leite, ovos e mel.

**E**m termos reais, houve, como foi sublinhado, nítida tendência para o declínio dos preços agrícolas: no período 1985-91, a taxa média negativa da evolução dos preços reais foi de -4,2% (-2,6% para EUR<sup>12</sup>). Ao mesmo tempo, agravaram-se as dificuldades de escoamento, por excessos de produção (vinho) e, sobretudo, pela concorrência da produção estrangeira (fruta), mais fortemente com a grande abertura das fronteiras no início de 1993.

**A** crise dos agricultores, inerente aos elevados juros dos empréstimos contraídos para investimento na perspectiva do Reg. 797, agravou-se e arrastou a de outros agentes económicos, trabalhando a montante (fornecimento de máquinas, sementes, adubos, pesticidas) e a jusante (comércio e transformação das colheitas agroalimentares), bem como a continuação do êxodo agrícola e rural, muito superior aos movimentos de retorno, no prolongamento dos problemas urbanos dos centros para onde aqueles convergiram, na esperança de associar mobilidade profissional à mobilidade geográfica.

**E**m 1990, o rendimento agrícola nacional representava menos de 1/3 da média comunitária. De 1983 a 1992, a quebra real dos preços agrícolas foi da ordem dos 50%. "Confrontado com quebras drásticas nos preços agrícolas e sujeito a preços de factores superiores à média comunitária, pressionado por taxas de juro reais muito elevadas, integrado em circuitos de distribuição ineficazes e crescentemente orientados para a importação (...), o tecido empresarial agrícola e agro-industrial tem assistido impotente à redução da sua

competitividade e à crescente inviabilização do seu futuro" (F.Avillez).

## REFORMA DA PAC E INCIDÊNCIAS NO ESPAÇO E NA SOCIEDADE AGRÍCOLA NACIONAIS

**A** reforma da PAC, de natureza fortemente maltusiana, na base de medidas de economicidade, foi na verdade essencialmente motivada pelos problemas derivados da acumulação de excedentes estruturais de produção, na sequência do sistema anterior de suporte dos rendimentos dos agricultores pela garantia dos preços e do escoamento, independentemente da situação do mercado mundial. A conjuntura internacional, de redução e instabilidade dos preços agrícolas, pela abundância das ofertas e diminuição da procura solvente e artificialização da concorrência, fez avolumar os montantes de subsídios para viabilização de exportações.

**E**stes subsídios, e a política de sustentação dos rendimentos agrícolas através dos preços, também eram bastante contrariados pelos EUA, grande exportador mundial de bens agrícolas, em especial de cereais e proteaginosas, básicas no modelo de produção animal que difundiram, e interessados em aumentar as suas exportações, nomeadamente para a própria CE. Condição prévia da conclusão das negociações do GATT, a redução das exportações e dos correspondentes subsídios acabaram por sacrificar estes ramos e alguns outros ramos agrícolas, a sectores da economia directamente beneficiados pelos potenciais acordos comerciais a nível internacional. Acresce ainda que os níveis de intensificação, com forte recurso a adubos, pesticidas e herbicidas, se traduziam em

poluição e degradação ambiental, ao mesmo tempo que as selecções e manipulações genéticas diminuía a biodiversidade das espécies cultivadas e bravias.

A mais recente reforma da PAC incidiu, principalmente, nas Organizações Comuns de Mercado (OCM) referentes aos cereais (incluindo os forrageiros para silagem), oleaginosas, proteaginosas, tabaco, leite de vaca (persistência do sistema de quotas), carne de bovinos e pequenos ruminantes, ramos em que dificilmente Portugal poderia competir com outros parceiros comunitários. Ficaram de fora o vinho, o azeite, os citrinos, os primores hortícolas e os frutos secos, para os quais não funcionam OCM

proteccionistas, nem mesmo a preferência comunitária e a solidariedade financeira... No conjunto, ramos em que Portugal dispõe de algumas vantagens comparativas.

A reforma incidiu, na verdade, na redução gradual, ao longo de 3 anos e a partir da campanha de 1993-94, dos níveis dos preços institucionais (objectivo, de intervenção e limiar), de modo a aproximá-los dos preços mundiais. As perdas consequentes dos rendimentos dos agricultores serão compensadas com pagamentos directos aos produtores (ajudas e prémios), independentes dos volumes produzidos, das áreas cultivadas em cada ano, das condições naturais (preços não modulados por zonas ricas, desfavorecidas ou de montanha) e da evolução das produtividades: valor da redução dos preços x produtividade média regional anterior x área média cultivada pelo agricultor (1989-91), o que defende os grandes produtores modernos e eficazes e induz à valorização fundiária e à diminuição dos abandonos e pousios, independentemente das produtividades (da anterior produção para a intervenção tende-se para o cultivo com vista aos subsídios). No entanto, para os produtores produzindo em média mais de 92 toneladas

foi tornado obrigatório o não cultivo de 15% da sua área média cultivada (*set-aside*), esta parcela continuando contudo a beneficiar das ajudas compensatórias.

Este conjunto de medidas tende, porém, a congelar as anteriores disparidades estruturais de distribuição dos rendimentos (áreas; produtividades), quando 20% dos agricultores recebiam 80% do FEOGA - Garantia, ao fixar as ajudas ao rendimento pelas produtividades, áreas ou efectivos pecuários dum pequeno período de referência anterior à Reforma e ao não precisar o período de funcionamento do sistema, um período longo permitindo a reconversão dos sistemas de produção e, consequentemente, dispensado a atribuição dos subsídios e o *set-aside* obrigatório.

No campo do leite mantiveram-se o regime de quotas e a contenção dos preços no produtor, do mesmo modo que no da carne de bovino se assentou em reduções progressivas dos preços institucionais e em pagamentos compensatórios proporcionais ao número médio de cabeças possuídas no período de referência anterior à Reforma, mas com modulação dos montantes em função das densidades pecuárias, quando as explorações têm mais de 15 cabeças, e limite máximo do pagamento compensatório por exploração (90 cabeças). Por outro lado, as ajudas de compensação das descidas dos preços nestes casos, não cobrem completamente as perdas de rendimento daí derivadas, já que haverá paralelamente redução dos custos dos concentrados pela diminuição dos preços dos cereais.

As medidas visando a contracção das ofertas foram acompanhadas por outras de carácter agro-ambiental, também elas comparticipadas largamente pela Comunidade (até 75%) e traduzidas em ajudas por ha ou por cabeça de gado, nos casos de redução do emprego de adubos e fitofármacos, de extensificação paralela dos



sistemas de criação animal (reconversão de terras aráveis em pastagens extensivas), valorização de raças autóctones, agricultura biológica, cultivos em zonas sensíveis, para protecção do ambiente e florestação de terras agrícolas de produtividade marginal (custos de plantação e de manutenção nos primeiros 5 anos; perdas de rendimento), com realce das funções de produção, conservação do ambiente, lúdica e de recreio, para além de ajudas à melhoria das superfícies florestadas e incentivos à reforma antecipada de agricultores (a partir dos 55 anos) (ajustamento estrutural; instalação de jovens e rejuvenescimento do tecido empresarial). Neste conjunto de medidas destacam-se, nomeadamente, a melhoria do sistema de incentivos à florestação de terras até hoje utilizadas pela agricultura (reconversão agrícola) e as compensações normais das perdas de rendimento durante períodos longos, até 20 anos (ha/ano), no total com envelopes financeiros limitados, segundo os interesses dos países do Norte da Comunidade. Atendendo a que cerca de metade da SAU actual – 2 milhões de ha – virá a ser abandonada pelos agricultores a curto/médio prazo, por pressão da realidade económica e social e dos incentivos comunitários, e aos possíveis ritmos anuais de arborização, ter-se-á fundamentalmente o alargamento dos incultos (para além do milhão de ha dos incultos actuais). Pode-se acompanhar F. Avillez quando afirma que "o desafio com que os agricultores portugueses irão ser confrontados nos próximos anos é muito maior do que aquele que tiveram que enfrentar aquando da adesão": ao esforço de modernização das tecnologias e estruturas de produção, transformação e comercialização com vista à competitividade futura, juntou-se o da viabilização dos sistemas e unidades de produção por razões de natureza ambiental, espacial e paisagística

(multifuncionalidade; diversidade; conservação do ambiente e dos recursos naturais) e fixação de população.

## NA BUSCA DE RAMOS ALTERNATIVOS: A ACTIVIDADE CINEGÉTICA

A viabilidade económica do tecido empresarial agrícola tem sido procurada através da introdução de novas actividades e rendimentos, numa adaptação clara a novas procuras desportivas e recreativas em meio rural, com relevo para a cinegética e o turismo rural, de motivações diversas e múltiplas (cultura, desporto, lazer, fuga ao *stress* urbano, reencontro com a Natureza, pesca e caça), com valorização da base produtiva e dos bens patrimoniais, criação ou manutenção de emprego, aumento dos rendimentos e melhoria das condições de vida.

A caça é uma actividade tão antiga como o próprio Homem, já que suporte da alimentação proteica, sobretudo antes da criação animal e em conjunto com a recollecção piscícola, de mariscos e de moluscos. O desenvolvimento da agricultura, as arroteias correspondentes, o aparecimento de armas de fogo e o aumento da população introduziram desequilíbrios nas populações objecto de caça que levaram a limitar o direito de caçar e a criar coutadas exclusivamente reservadas a algumas classes privilegiadas, nomeadamente as coutadas reais.

Em Portugal, após um longo período de liberdade total de caçar (desde 1930), foi reconhecida, em 1967, a importância da caça em termos turísticos e desportivos e possibilitada a criação de coutadas, o que se traduziu no ressurgimento de apreciável efectivo cinegético no interior das áreas

coutadas e no próprio terreno livre, posto de novo em causa pela liberdade total de caçar, com o 25 de Abril e até aos meados dos anos 80, quando se publica nova legislação.

Se em 1901 se reconhece que a caça pertence ao proprietário da terra, em 1985 ela é propriedade do gestor da terra e considerada como fonte suplementar de rendibilidade das áreas marginais, de fraco/insuficiente rendimento agrícola.

Procura-se então a preservação das espécies da fauna autóctona, a continuidade deste recurso natural renovável e o restabelecimento de níveis da população que possibilitem a caça, mediante investimentos vultosos de preservação das condições de *habitat*, repovoamentos, gestão cuidada dos efectivos e, inclusivé, com criação de faisões, perdizes e patos em cativeiro, para largadas destinadas a caçadores pouco desportivos e mais tocados pela quantidade do que pela qualidade das presas ou para abate nos campos de treino de caça, durante todo o ano.

A recuperação dos *stocks* cinegéticos fez-se a partir da implementação de regimes cinegéticos especiais, traduzidos nos seguintes tipos de zonas de caça (decreto-lei nº 251/92):

1. Zonas de caça nacionais (ZCN): as constituídas em terrenos cujas características físicas ou biológicas permitam a identificação de núcleos de elevadas potencialidades cinegéticas, que justifiquem ser o Estado o único responsável pela sua gestão;
2. Zonas de caça sociais (ZCS): as que visam proporcionar a todos os caçadores nacionais o exercício organizado da caça, em condições especialmente acessíveis;
3. Zonas de caça associativas (ZCA): aquelas cujo aproveitamento cinegético é exercido por associações de caçadores, que efectuem as acções de

fomento e conservação da fauna cinegética que, em cada caso, sejam convenientes à sua boa gestão;

4. Zonas de caça turísticas (ZCT): as que se constituem com vista ao aproveitamento turístico dos recursos cinegéticos, garantindo, para além da caça, a prestação de serviços adequados" (art. 58º, p. 28).

Os prazos mínimos de concessão são de 6 anos. Os terrenos do sector público são afectos prioritariamente a zonas de caça nacionais e sociais, embora também possam ser integrados em zonas de caça associativas e turísticas confinantes. A expansão máxima das áreas municipais abrangidas não deve ultrapassar 50%, salvo em situações particulares de criação de novas zonas de caça associativa (população residente e natural) e turística (quando reconhecidas como de interesse turístico relevante). Finalmente, são dadas preferências na concessão de zonas de regime cinegético especial às regiões agrícolas desfavorecidas, a áreas municipais reduzidamente submetidas a esse regime, aos pedidos de associação de caçadores residentes em grande número na área e, nas zonas de caça turística, o interesse reconhecido às infra-estruturas turísticas programadas, pela sua inexistência ou pelos empregos que criam. As concessões podem ser atribuídas a autarquias, no caso de zonas de caça sociais, a associações de caçadores reunindo pelo menos 20 sócios e a sociedades e empresários individuais, no caso de zonas de caça turísticas.

Em Setembro de 1993 contavam-se 1439 zonas do regime cinegético especial, com predomínio em número e em área das associativas (Quadro 1). Em média, as associativas eram menos vastas que todas as restantes, destacando-se em termos de áreas as nacionais. Estava então coutada 22,7% da superfície territorial, cabendo 13,9% a zonas

de caça associativa, com cerca de 50 mil caçadores inscritos, num total da ordem dos 250 mil caçadores.

produtivos modestos e em contextos de oportunidades agrícolas e florestais incertas, pelo menos a curto e médio prazos. São espaços desfavorecidos, pobres, de populações analfabetas, envelhecidas e cada vez mais escassas. Aqui e além correspondem a áreas protegidas, onde se criaram zonas nacionais de caça de grande dimensão, como no Parque Natural de Montesinho

Quadro 1:  
Zonas e áreas do  
regime cinegético  
especial (Set. 1993)

Zonas de Caça	Nº	%	Área (ha)	%
Associativas (ZCA)	936	65,0	1 233 896	61,2
Turísticas (ZCT)	486	33,8	705 702	35,0
Nacionais (Estado)	6	0,4	30 771	2,3
Sociais (autárquicas)	11	0,8	45 771	2,3
Total	1439	100,0	2 015 691	100,0

A evolução manteve-se bastante acelerada até 1992, tanto no número de unidades como nas áreas abrangidas (Quadro 2). A repartição espacial das mesmas evidencia todo o Alentejo Interior, do Tejo à Serra do Caldeirão, prolongando-se ao longo da fronteira até Bragança e Vinhais e para Oeste, pelo Ribatejo e pela Estremadura (Fig. 1). A concentração no Alentejo e nos concelhos de fronteira de Trás-os-Montes e da Beira Interior é ainda mais marcada quando se têm em conta as áreas (Fig. 2).

(Fig. 3).

A presença da maioria das espécies bravias depende, porém, da intervenção agrícola e florestal do homem, directa ou indirectamente, no que se fundamenta a defesa da extensão dos direitos fundiários à propriedade dos animais que vivem nas respectivas terras. A caça é então considerada um produto da terra, mesmo as espécies migratórias, explorável para fins diversos, de autoconsumo à rendibilização da unidade de exploração, tal como o pastoreio,

Quadro 2:  
Evolução do regime  
cinegético especial

Anos	Zonas de Caça		Zonas de Caça Turística		Áreas	
	Nº	%	Nº	%	ha	%
1988	28	1,9	11	29,3	41 963	2,1
1989	190	13,2	62	32,6	228 389	11,3
1990	495	34,4	140	28,3	644 281	32,0
1991	831	57,7	297	35,7	1 090 819	54,1
1992	1264	87,8	412	32,6	1 732 556	86,0
1993	1439	100,0	486	33,8	2 015 691	100,0

Considerando as regiões promocionais de turismo, sobressaem desde logo as ZCT nas planícies do Sul e nas montanhas – 80% e 8,8% do número, em Julho de 1993, respectivamente.

A exploração da caça aparece, assim, como produto de iniciativas de viabilização económica das explorações agrícolas de vasta dimensão, mas de potenciais

as colmeias, os cogumelos, o mato e a madeira dos arvoredos espontâneos... quando se afirma uma procura crescente, de ócio, com adequado poder de compra e pronta a pagar o que for preciso para caçar e poder ostentar os seus troféus. A sua proveniência citadina, nacional e estrangeira, distante das explorações agrícolas regionais, dá a esta procura carácter mercantil e a oferta tende a ajustar-se-lhe. Importa, porém, inseri-la nos sistemas de uso da terra, sem conflitos com os cultivos e as criações tradicionais, num adequado

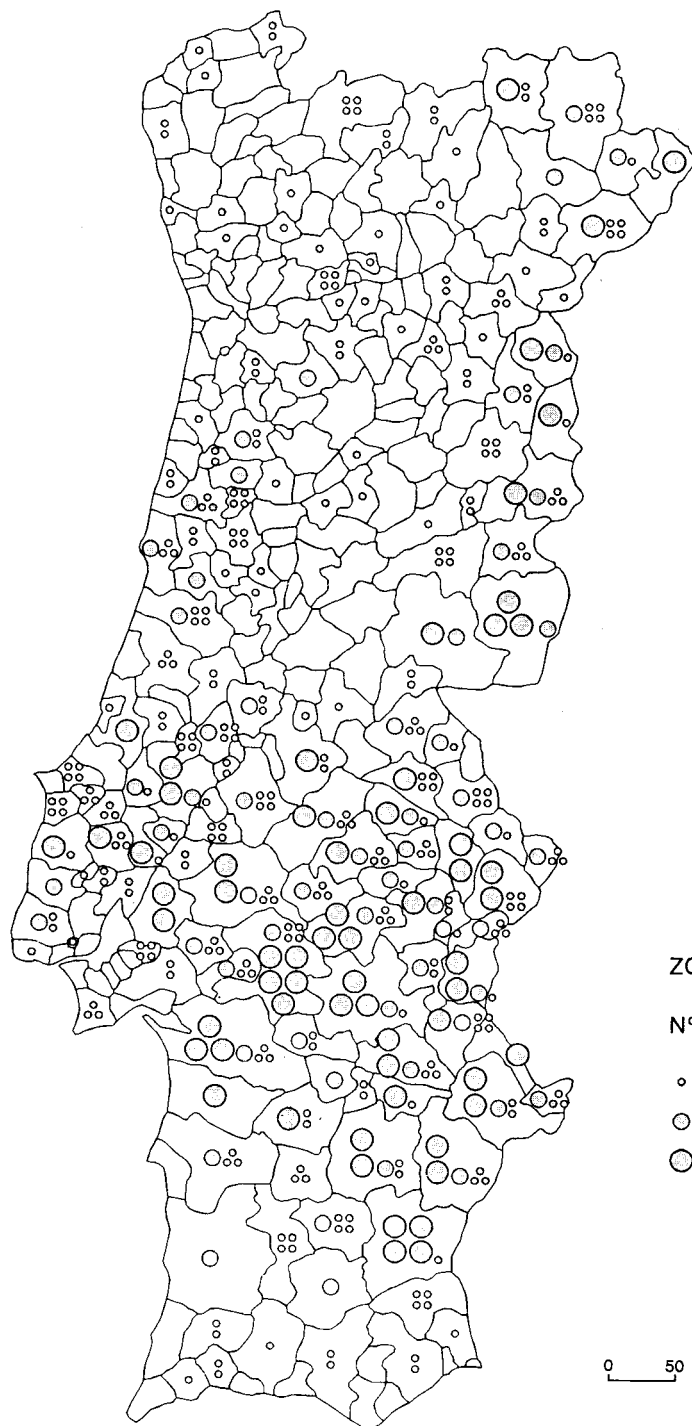


Fig.1:  
Número de Zonas de  
Caça (1992)

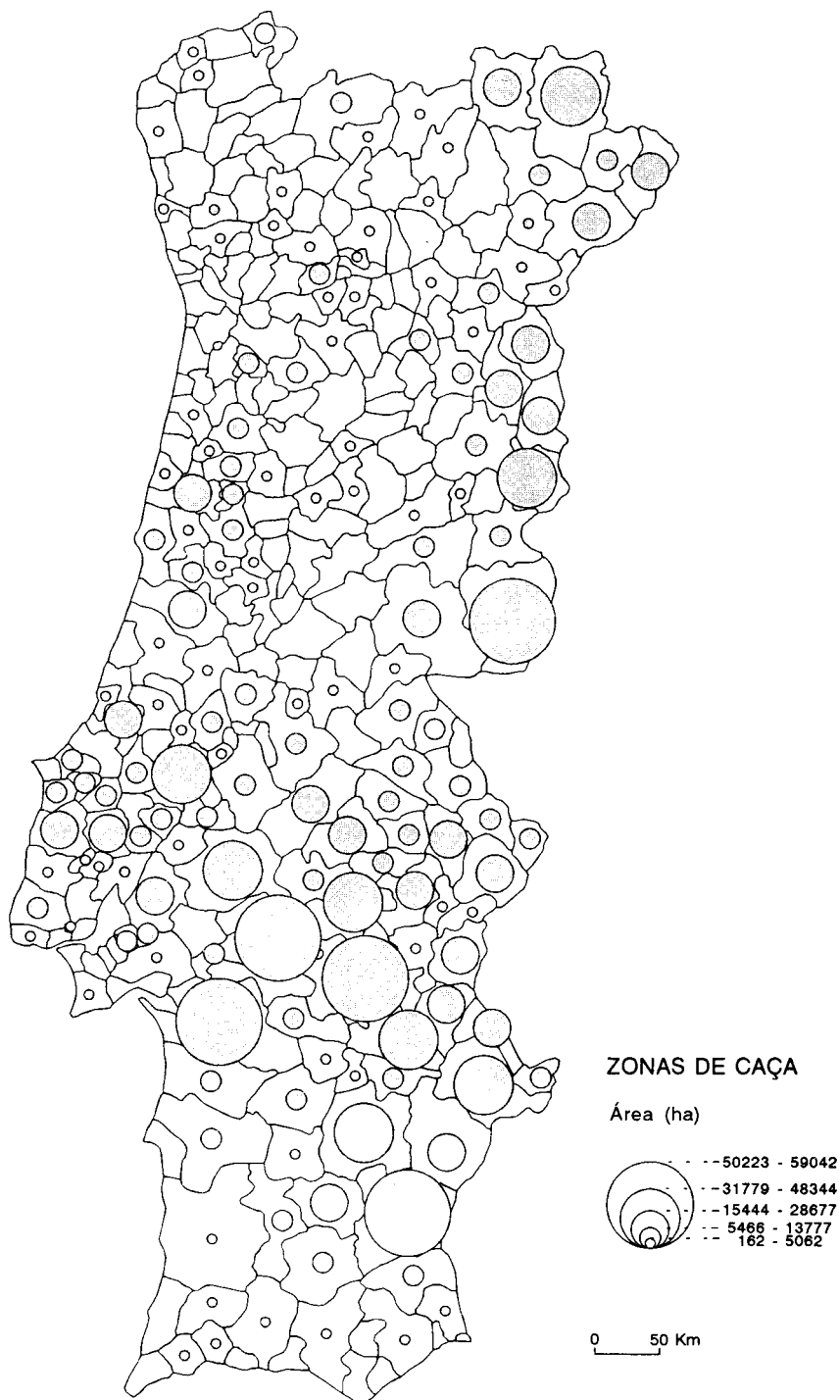
ZONAS DE CAÇA

Nº

- 1
- 5
- 10

0 50 Km

Fig. 2:  
Área das Zonas de  
Caça (1992)



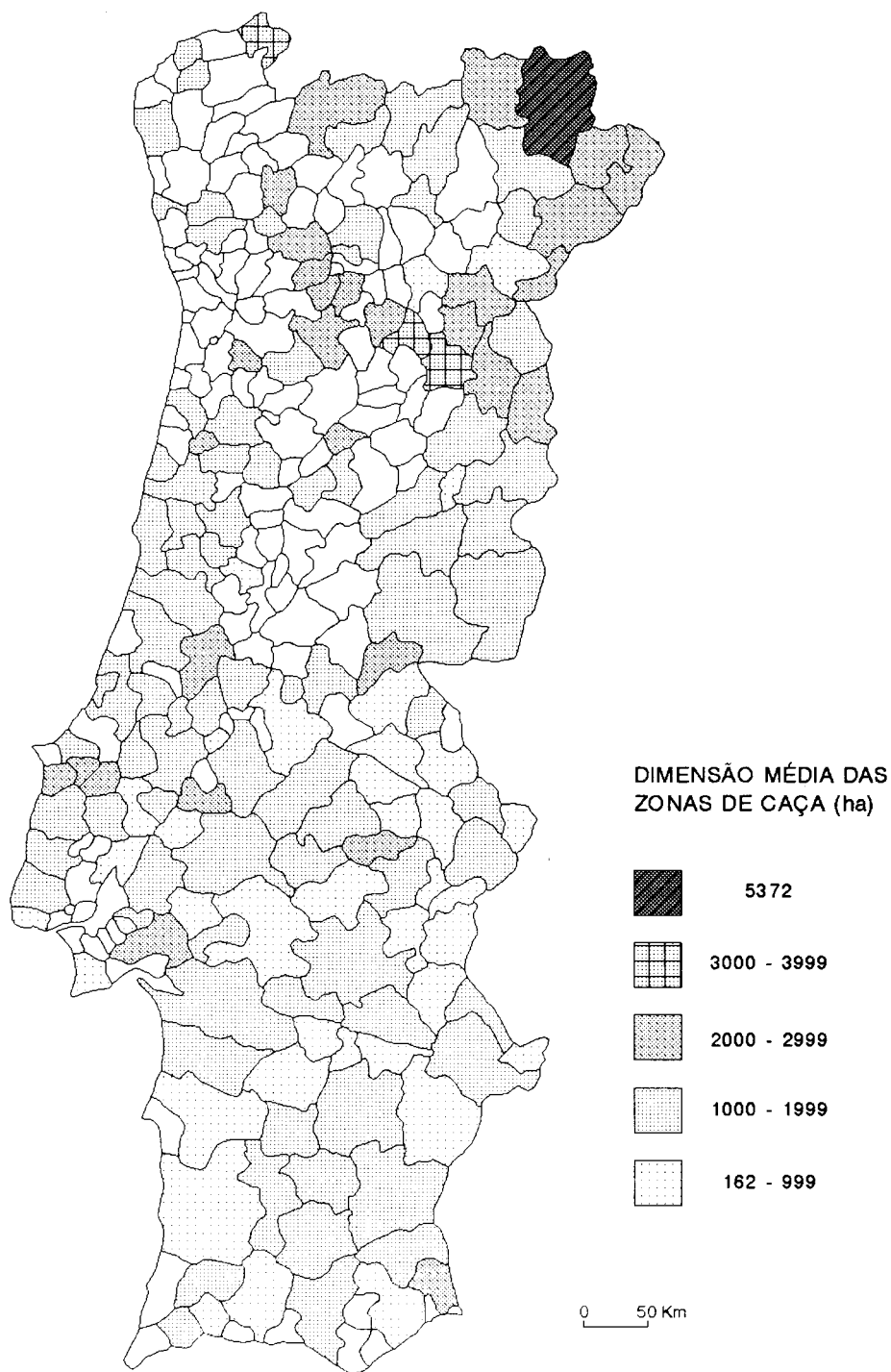


Fig.3:  
Dimensão média das  
Zonas de Caça (1992)

ordenamento do espaço disponível e segundo os princípios básicos duma boa gestão cinegética, de natureza essencialmente recolectora ou a caminho da criação (reprodução e crescimento em cativeiro), que não ponha em causa a perpetuação do recurso (caça miúda e caça grossa).

Noutros casos são os conjuntos de caçadores, naturais e residentes na sua maior parte na região, que se responsabilizam pela aquisição dos direitos sobre a caça nos terrenos abrangidos pela correspondente zona de caça, sinalização da mesma fiscalização, trabalhos de repovoamento e conservação das espécies, planos de ordenamento e exploração cinegética e de aproveitamento turístico, com fixação do número de caçadores admitidos, das jornadas de caça, das espécies cinegéticas a abater, dos processos de caça a praticar e dos meios e processos utilizados no controlo dos predadores, não devendo jamais abater as espécies protegidas.

O número de unidades constituídas, as suas áreas, no geral bastante vastas, a duração dos períodos venatórios, o número de caçadores nacionais, e o de sócios, a procura estrangeira, as jornadas de caça... traduzem-se em fluxos humanos irregulares mas consideráveis e de âmbito espacial vasto, por vezes mesmo muito vasto, com efeitos vários, nos percursos e a nível regional e local, efeitos dependentes dos comportamentos individuais e de grupo, como caçadores e como clientes de bens e serviços diversos. A juventude das iniciativas, os conflitos entretanto gerados, as dificuldades inerentes aos juros dos empréstimos... não permitem ainda extrair conclusões gerais fundamentadas acerca do êxito destas alternativas à agricultura clássica, em termos económicos e de desenvolvimento regional e local, tanto no quadro das zonas de caça turísticas como das sociais, por mais optimistas que estejam

muitos dos seus promotores oficiais.

Estamos, pois, muito longe da liberdade sem limites, todo o espaço sendo considerado livre, qualquer que seja o seu regime fundiário, e as espécies cinegéticas tidas por um recurso apenas natural e renovável, não sujeito a quaisquer outros direitos que os do caçador sobre a sua presa, dádiva da Natureza como o sol, o vento e a chuva.

Na figura 4 procurámos expressar a intensidade dos condicionamentos espaciais da liberdade de caçar pelo peso das superfícies sujeitas ao regime cinegético especial nas superfícies concelhias, muito embora os limites de cada unidade se possam estender por concelhos vizinhos. Nalgumas áreas caminha-se para a totalidade, as superfícies delimitadas estendendo-se aos perímetros das aldeias e à vizinhança dos casais rurais, numa perturbação muito discutível dos quadros de vida da população residente e da possibilidade de lazer e recreio, de passeios a pé, à descoberta da Natureza, dos seus sons e das suas cores (cercados de arame).

## TURISMO CINEGÉTICO E TURISMO RURAL

Vimos que muitas unidades cinegéticas do regime especial são consideradas zonas de caça turísticas, já que foram constituídas para aproveitamento turístico dos seus recursos cinegéticos e devem, por isso, garantir "além da caça, a prestação de serviços turísticos adequados, criando as infra-estruturas para tal necessárias". Entre os equipamentos e serviços a assegurar aos caçadores, refiram-se pavilhões de caça, refeições para as jornadas de caça, alojamento para os caçadores e acompanhantes quando se justifique (inexistência a distância aceitável e com a qualidade necessária).

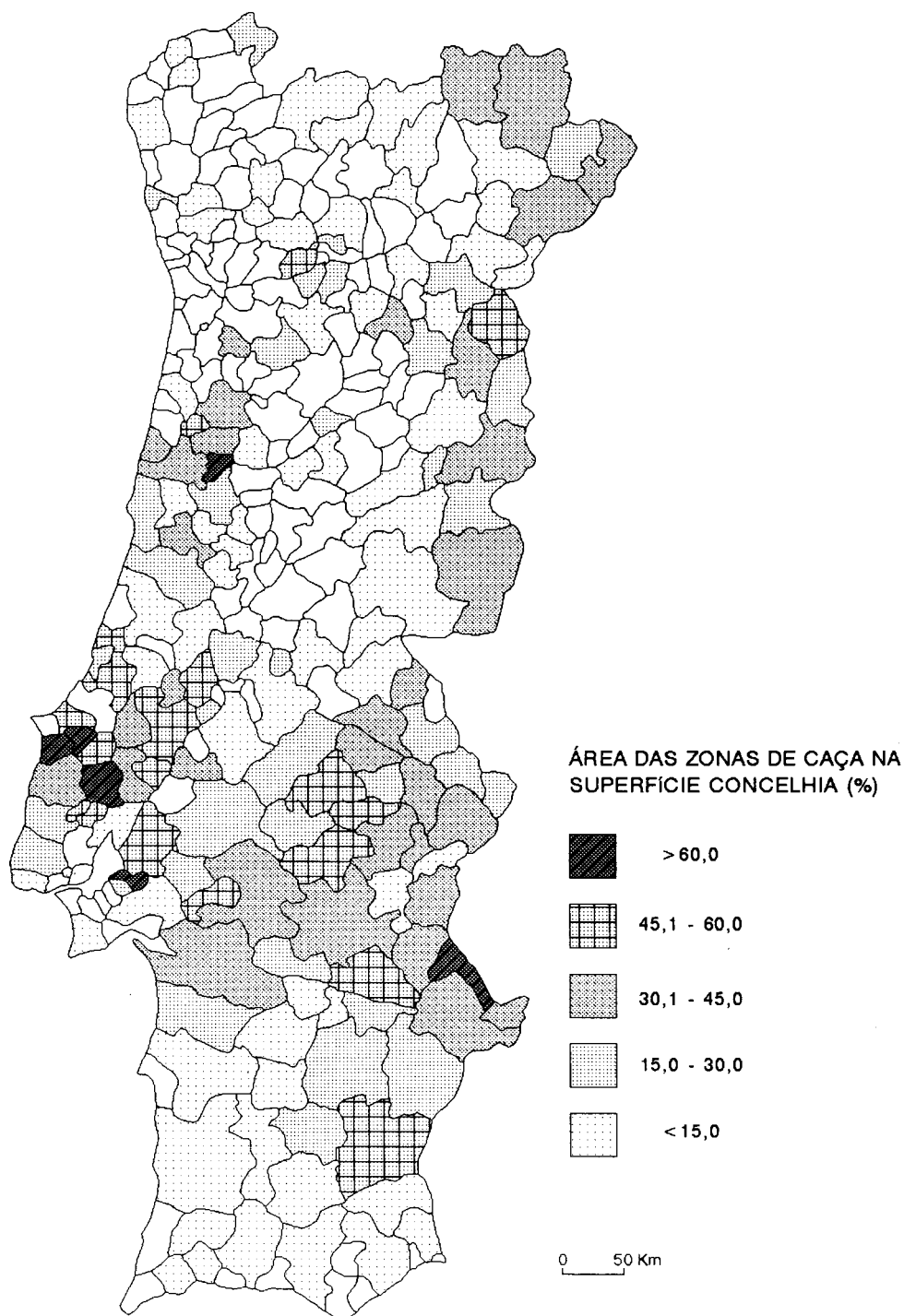


Fig.4:  
Área das Zonas de  
Caça na superfície  
concelhia (1992)



Nestas condições, uma ZCT é também uma unidade de turismo em espaço rural (TER), embora com a sua especificidade quanto a ocupações do tempo livre dos seus clientes dominantes – os caçadores – e como tal foi considerada pela legislação que apoiou paralelamente o desenvolvimento do TER. Aliás, os períodos venatórios (variáveis segundo as regiões, os processos, os regimes cinegéticos e as espécies) situam-se essencialmente em época turística baixa, sendo por isso potencial factor de equilíbrio na ocupação e rendibilização de algumas unidades TER, em particular de turismo rural e de agroturismo, mas sem exclusão de turismo de habitação (solares), de hotéis rurais e de turismo de aldeia.

Note-se que a multiplicação de ZCT por todo o Alentejo foi sendo acompanhada, com algum atraso, pela recuperação dos tradicionais montes das herdades e de outras instalações, se bem que o produto proposto – a caça – figure apenas como uma das muitas possibilidades (golfe, equitação, percursos na Natureza, campos de tiro, safaris fotográficos, pesca... a par de visitas a castelos, mosteiros, igrejas ou achados arqueológicos).

Os números referentes a Julho de 1993 (Quadro 3) indicam-nos, todavia, distorções na evolução do TER, a que em parte correspondem carências na oferta de alojamento. Na verdade, em 1987 contavam-se 39 unidades TER nas

faz-se segundo dinâmicas menos fortes no Sul, onde são contudo mais numerosas as iniciativas cinegéticas. Todavia, muitos outros projectos TER estão em curso ou já aprovados, sempre em maior número para as Montanhas do que para as Planícies, pelo que a curto prazo se poderá contar com mais uma centena de unidades de alojamento TER de apoio a ZCT (Fig. 5 e 6).

O TER tem ainda uma história curta em Portugal, história aliás também muito marcada pela natureza das primeiras iniciativas. Estas estiveram ligadas a patrimónios arquitectónicos de grande significado e a estruturas sociais herdadas duma velha nobreza rural do Noroeste, em particular de Ponte de Lima. A sua diferenciação posterior, com unidades de turismo rural e de agroturismo, para além das de turismo de habitação, traduz a adesão a estratégias de desenvolvimento do mundo rural largamente promovidas pela OCDE e pela CEE no decurso dos anos 80, quando se esgotam os modelos de desenvolvimento urbano-industrial e o mito da vida urbana, e se diversifica a procura de produtos turísticos novos, mais ecológicos, culturais, desportivos, individuais e personalizados, face à banalização/popularização do turismo de massa, de sol e praia.

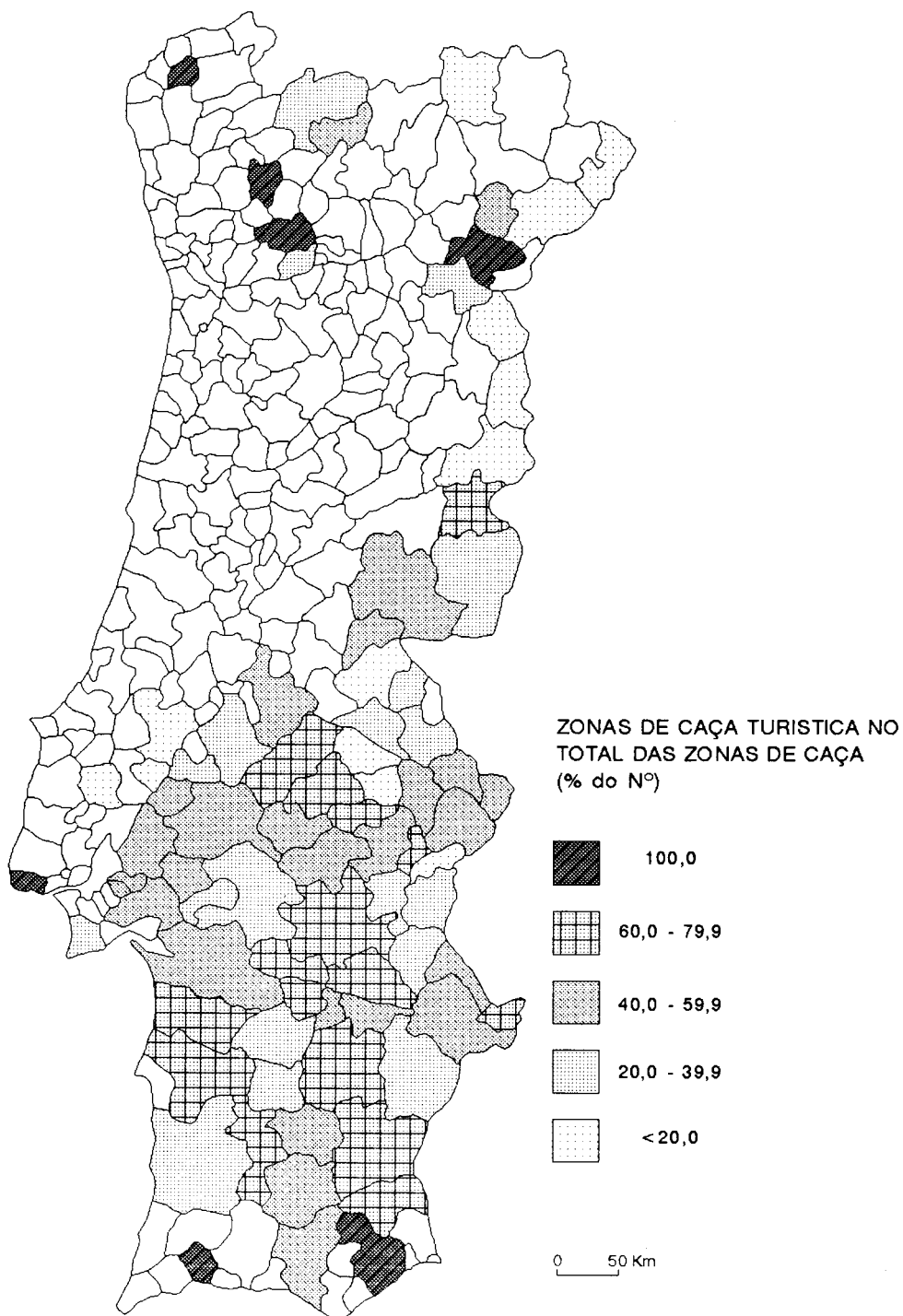
A "interiorização" do turismo foi considerada muito antes como factor de desenvolvimento das regiões do Portugal interior, pelos complexos efeitos

multiplicadores do turismo e pela necessidade de criar pontos de apoio de fluxos turísticos itinerantes ou a caminho das praias. Recordam-se os objectivos do plano nacional das pousadas, principalmente das pequenas pousadas regionais, em que se promovia um produto turístico específico, de qualidade (instalações, serviços, equipamentos, relações humanas), localizado em parques e reservas naturais e em locais de especial

Quadro 3

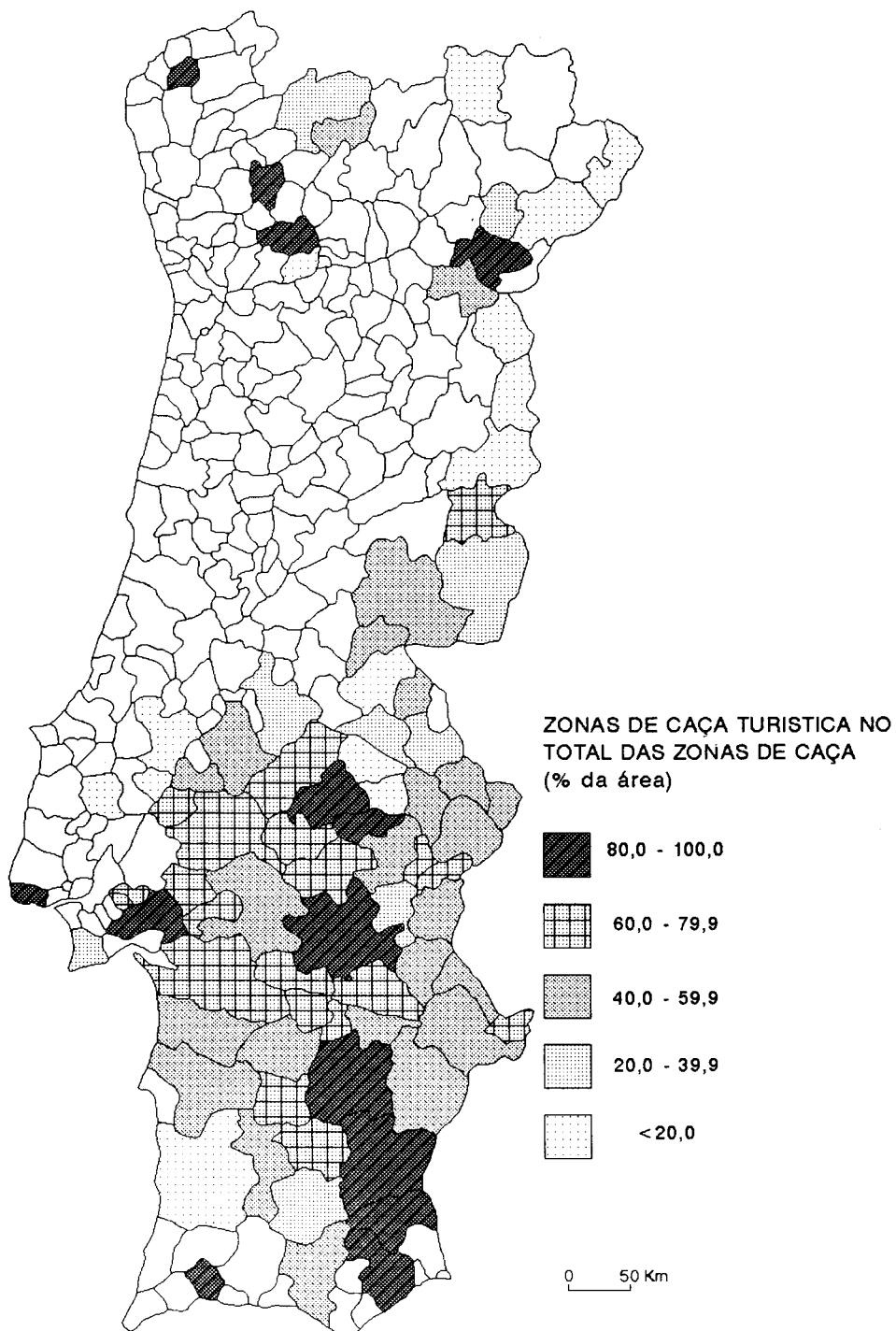
Regiões promocionais	Zonas de Caça Turística	Unidades TER
Montanhas	42	105
Planícies	381	47
Continente	479	362

Montanhas e 32 nas Planícies e em 1993, 105 e 47, respectivamente. A evolução



**Fig.5:**  
Zonas de Caça  
Turísticas no total das  
Zonas de Caça  
(% do número)

Fig.6:  
Zonas de Caça no total  
das Zonas de Caça  
(% da área)



atractivo paisagístico, arquitectónico, cultural, gastronómico...

**A** crise do turismo de praia e a inovação dos produtos turísticos propostos criou novas oportunidades para as regiões rurais e de montanhas, proporcionando a diversificação e dinamização dos seus tecidos económicos e sociais, ou pelo menos complementaridades de ocupação e de rendimentos, capazes de evitar o abandono e a desertificação de vastos espaços, principalmente quando adequadamente subsidiados e suficientemente financiados.

**As** procuras são móveis (automóvel), familiares, para estadias curtas (uma semana; fins de semana longos), deslocações a distâncias limitadas, fora "de estação", exigentes em termos de conforto e, sobretudo, de assistência personalizada, enquadramento cultural, genuinidade, autenticidade, e ainda, arqueologia, museologia e tradição gastronómica. Provêm de população adulta e adulta-velha, e de

classes sociais média alta e alta. Alguns outros, os mais jovens desejam férias mais activas, de descoberta ou desportivas, da equitação, golfe, ténis, motonáutica, montanhismo, espeleologia, à pesca e também à caça, cruzando-se então com as Zonas de Caça Turística ou com a exploração turística de outras zonas de caça do regime especial, como as zonas de caça nacionais e as sociais.

**Muitas** unidades TER do Norte, mesmo da modalidade turismo de habitação, procuram associar a exploração de zonas de caça, contando para tal com as facilidades de financiamento do SIFIT e do LEADER, ao mesmo tempo que o desenvolvimento cinegético do Alentejo induz o aparecimento de novas unidades TER, apoiadas pelos mesmos sistemas de financiamento, mas diversificando quase sempre a actividade e o produto turístico, nomeadamente com criação de cavalos lusitanos, escola de equitação e turismo equestre.

# DO TURISMO URBANO

## Lisboa no contexto do espaço turístico português

*Eduardo Brito Henriques \**

A melhoria da qualidade e a diversificação dos mercados e do tipo de produtos oferecidos têm sido definidos como os grandes desafios que se colocam actualmente à actividade turística em Portugal. Neste artigo procura-se reflectir sobre as possibilidades que o desenvolvimento do turismo de meio urbano pode desempenhar neste domínio. Chama-se a atenção, em particular, para o lugar destacado que Lisboa ocupa no espaço turístico português e para o significado que a sua promoção poderá ter nas estratégias de desenvolvimento do turismo em Portugal.

*Market and product diversification and quality improvement have been identified as the great challenges to portuguese tourist activity in nowadays. This paper considers the role that urban tourism development can play in this field. The paper attends specially to the outstanding position occupied by Lisbon in portuguese tourist space; besides, it tries to show how much important is Lisbon tourist promotion to the development of tourism in Portugal.*

\* Centro de Estudos Geográficos.  
Universidade de Lisboa.

**T**anto a Geografia do Turismo como a Geografia Urbana têm dedicado pouca atenção ao estudo das relações entre a cidade e o turismo. No entanto, tem-se assistido a um aumento considerável do interesse por este assunto nos últimos anos.

Na verdade, as transformações em curso na economia e na sociedade parecem favorecer o desenvolvimento das modalidades turísticas de meio urbano. O turismo profissional e científico (congressos, feiras, viagens de negócios,...) é disso exemplo: fenómenos tão diversos como a crescente terciarização do emprego, a progressiva internacionalização da economia e o apelo cada vez mais intenso à investigação e às transacções de informação contam-se entre as razões que têm justificado o seu notável dinamismo, em especial na Europa Ocidental (LABASSE, 1984; WILLIAMS e SHAW, 1988).

Para além destas alterações directamente relacionadas com a vida económica, há que ter em conta as mudanças correlativas que se vêm operando no plano sociocultural.

Também aqui é possível encontrar sinais optimistas relativamente ao futuro do turismo urbano: a crescente escolarização e a dominância dos valores da pequena burguesia em expansão (quadros, liberais, profissionais técnicos e científicos,...) vêm desenvolvendo novos padrões de consumo e gostos de entre os quais releva o interesse pela história e pelo património, pelas artes e cultura – no fundo, por elementos que compõem frequentemente os produtos turísticos associados ao espaço urbano.

Não surpreende assim que muitas das políticas recentes do sector proponham precisamente a dinamização e valorização do turismo urbano. Por outro lado, não é de estranhar que a promoção das actividades turísticas venha ganhando também um lugar de destaque nas estratégias de

desenvolvimento de um número crescente de cidades<sup>1</sup>.

Em Portugal, o interesse pelo turismo urbano não é menor. Projectos como o de *Lisboa 94* ou o da *EXPO 98* colocam esta questão na ordem do dia, chamando uma atenção especial para o diálogo que a cidade de Lisboa mantém com o fenómeno turístico. É disto que trata o presente artigo: partindo da inserção de Lisboa no contexto mais alargado do Portugal (Continental) turístico, procuram-se identificar os seus traços mais distintivos, as especificidades deste destino urbano, contribuindo assim para a compreensão da relação particular que se estabelece entre a cidade e o turismo. Para além disto procura-se reflectir sobre o papel que Lisboa, e designadamente a sua promoção turística, pode desempenhar numa estratégia mais ampla de desenvolvimento do turismo português.

---

*1 É já muito extensa a lista de cidades que, sobretudo desde os inícios da década de 80, têm considerado a promoção turística entre os seus objectivos estratégicos. Procura-se, desta forma, ampliar e diversificar o emprego e as receitas provenientes do consumo (hotelaria, restauração, lazeres e cultura, comércio,...), contribuindo para a reanimação da economia urbana; a promoção turística participa ainda na formação de um ambiente urbano globalmente mais atractivo (renovação de áreas degradadas, reabilitação de centros históricos, animação cultural, acções de marketing,...), aumentando assim a capacidade competitiva das cidades e as suas possibilidades de retenção/captação de mão-de-obra e capital – elementos com grande mobilidade no presente contexto económico (BRITTON, 1991; LAW, 1992).*

# **LISBOA FACE À DOMINÂNCIA DO ALGARVE NO TURISMO PORTUGUÊS: BREVE RELANCE SOBRE O PASSADO RECENTE**

É possível afirmar que, em Portugal Continental, os contornos fundamentais da geografia do turismo não se alteraram significativamente no decurso das duas últimas décadas; demonstram-no a coincidência dos padrões distritais da actividade traduzida nos elevados coeficientes de correlação entre os valores de 1970 e 1991, tanto da densidade de alojamento hoteleiro ( $r=0.71$ , para  $p \geq 0.01$ ) como da densidade de dormidas na hotelaria global ( $r=0.91$ , para  $p \geq 0.01$ ). Sem grande risco, podemos dizer que apenas se retocou o padrão territorial configurado no decurso dos anos 60 e definido já, nos seus traços essenciais, nos princípios da década de 70 (CAVACO, 1979): forte concentração regional da actividade turística; acentuada importância do litoral; atracção crescente do Algarve.

O reforço da concentração geográfica do turismo e da importância relativa do Algarve foram, de resto, os traços mais relevantes da evolução dos últimos vinte anos. O quadro 1 dá conta disso, permitindo ainda verificar como este processo se fez acompanhar por uma troca de posição dos principais destinos turísticos e pelo prejuízo directo do lugar ocupado por Lisboa: enquanto em 1970 era este o primeiro distrito de Portugal Continental, tanto em volume de dormidas na hotelaria (43.3% do total do Continente) como em capacidade de alojamento (31.6%), em 1991, por sua vez, era já o distrito de Faro que dominava entre os destinos turísticos do território continental (mais de metade das dormidas na hotelaria e mais de dois quintos da capacidade de alojamento),

remetendo Lisboa para uma posição secundária<sup>2</sup>.

O deslocamento para sul do centro de gravidade do turismo português não se associou, todavia, a uma redução (em termos absolutos) da capacidade de atracção turística da Capital: entre 1970 e 1991 não só aumentou o número de dormidas registadas na cidade (em mais de um milhão, note-se) e no distrito de Lisboa, como se ampliou ainda a capacidade de alojamento instalada (só no concelho de Lisboa, o número de lugares-cama disponíveis aumentou em cerca de 65%). No fundo, a diminuição do peso relativo de Lisboa reflectiu apenas a progressiva especialização da oferta turística nacional num produto assente no sol e na praia, resultando portanto, em termos práticos, no crescimento mais rápido do turismo nas regiões que melhor se adequavam a este modelo de desenvolvimento turístico (quadro 2).

Uma leitura mais detalhada do quadro 2 não pode deixar de notar que as maiores diferenças entre os ritmos de crescimento do turismo em Lisboa e no Algarve – e, portanto, a perda mais acentuada da importância relativa da Capital no contexto do espaço turístico português – se registaram

---

*2 Em virtude da inexistência de dados estatísticos disponíveis referentes às dormidas em parques de campismo e colónias de férias no concelho de Lisboa, o quadro 1 considera apenas os valores respeitantes à hotelaria global. Excluem-se também os dados relativos ao Turismo de Espaço Rural, para os quais não existe informação com desagregação geográfica compatível.*

**Quadro 1:**  
Estrutura regional das  
dormidas e capacidade  
de alojamento em  
Portugal Continental,  
1970 e 1991

	1970				1991			
	dormidas		cap. aloj.		dormidas		cap. aloj.	
	v.a. (x1000)	%	v.a.	%	v.a. (x1000)	%	v.a.	%
Dist. Faro	1383.6	18.3	8706	12.7	11717.8	52.5	65111	44.2
Dist. Lisboa	3257.5	43.3	21685	31.6	4956.1	22.2	32690	22.2
Conc. Lisboa	2389.7	31.6	14175	20.7	3424.4	15.4	21814	14.8
Resto Port. Cont.	2909.4	38.4	38146	55.7	5636.1	25.3	49669	33.7

Fonte: INE, *Estatísticas do Turismo*, 1970 e 1991.

na última metade da década de 70<sup>3</sup>. Foi este, aliás, o período de desenvolvimento mais rápido do turismo no distrito de Faro (tanto no que respeita à oferta como à procura turística) e a fase de expansão mais acelerada das dormidas no Resto de Portugal Continental.

de massa, levando a um crescimento particularmente notável da procura turística do litoral (e em especial do Algarve). Por outro lado, a quebra das taxas de lucro na indústria, associada à crise estrutural dos anos 70, acabaria por tornar o investimento na hotelaria mais atractivo, favorecendo a

**Quadro 2:**  
Taxa de variação média  
anual das dormidas e  
capacidade de  
alojamento nalgumas  
áreas de Portugal  
Continental, 1970-91

	dormidas				capacidade de alojamento			
	70-75	75-80	80-85	85-91	70-75	75-80	80-85	85-91
Dist. Faro	3.0	26.9	7.0	8.0	12.9	18.0	2.2	8.1
Dist. Lisboa	4.7	0.9	-0.1	2.4	3.6	0.8	1.1	2.4
Conc. Lisboa	3.3	1.3	-0.3	2.5	3.7	1.0	1.1	2.5
Resto Port. Cont.	1.7	7.2	-2.1	5.7	0.3	2.1	2.6	0.3

Fonte: INE, *Estatísticas do Turismo*, 1970/91.

Não surpreende que assim tenha sido: a aproximação de Portugal à Europa, favorecida pelas novas orientações da política externa, veio reforçar a integração do País nos circuitos internacionais do turismo

*3 Pode-se considerar que o período de 1975-80 prosseguiu uma tendência já iniciada anteriormente: na verdade, o distrito de Faro já havia observado, durante a primeira metade da década de 70, valores consideravelmente superiores aos de Lisboa e do Resto de Portugal Continental no que respeita ao crescimento médio anual da capacidade de alojamento.*

expansão rápida da capacidade de alojamento.

Na década de 80 reforçou-se ainda a importância relativa do Algarve no contexto nacional. Não obstante, foi possível identificar já alguns sinais de hesitação no modelo de evolução que vinha sendo seguido.

O facto de, entre 1980 e 1985, o Resto de Portugal Continental ter observado ritmos de crescimento da oferta de alojamento superiores aos do distrito de Faro (um aumento médio anual de 2.6% contra 2.2% nesta última região) não é o mais significativo. Pode ser entendido como o



resultado do contexto global de recessão dos primeiros anos da década e, por conseguinte, do aumento da importância relativa das iniciativas de natureza familiar (dispersas do ponto de vista geográfico) face à retracção dos grandes investimentos (que têm, pelo contrário, maior incidência no Algarve).

Contudo, é já interessante notar que, mesmo depois de ultrapassado o período de crise mundial dos primeiros anos da década de 80, o distrito de Faro manteve variações médias anuais da oferta e da procura turísticas inferiores às que haviam sido registadas na década anterior: enquanto em 1975–80 as dormidas haviam crescido a uma média anual de 26.9% e a capacidade de alojamento a cerca de 18% ao ano, em 1985–91 rondaram os 8% em ambos os casos.

Em contrapartida verificou-se, neste último período, um recrudescimento, embora ténue, do dinamismo turístico da cidade (e, de forma menos expressiva, do distrito) de Lisboa. Para além disso convém notar ainda que, no decurso das duas últimas décadas, nunca se verificaram diferenças tão reduzidas entre os ritmos de crescimento das dormidas no Algarve e no Resto de Portugal Continental como no período de 1985–91 (5.7% no Resto de Portugal Continental contra 8% no distrito de Faro).

Em suma, podemos concluir que a crescente relevância do Algarve no espaço turístico português constituiu o traço dominante da evolução dos últimos decénios (foi esta a tendência que prevaleceu ainda na última metade da década de 80, embora já com alguns sinais de desaceleração); concretizava-se assim a própria trajectória de especialização da oferta nacional no turismo de sol e praia.

## LISBOA NA GEOGRAFIA DA OFERTA TURÍSTICA PORTUGUESA

Apesar da evolução das últimas décadas ter privilegiado de sobremaneira o litoral, e em especial o Algarve, Lisboa continua a ocupar uma posição fulcral na geografia do turismo nacional.

A simples análise da repartição regional da oferta de alojamento turístico dá uma ideia da importância relativa daquele destino urbano. Com efeito, não deixa de ser significativo notar que, em 1991, só o concelho de Lisboa contava quase tantos hotéis quanto o Algarve (50 estabelecimentos contra 51 nesta última região) e que, considerando as diversas formas de alojamento hoteleiro do Continente, quase um quinto da sua capacidade total se concentrava na Grande Lisboa (Norte).

A figura 1 oferece uma imagem mais rigorosa da distribuição geográfica das facilidades turísticas na medida em que, cartografando a capacidade de alojamento de turistas<sup>4</sup> por unidade de superfície, anula os efeitos decorrentes da dimensão física das diferentes regiões. A sua leitura não contraria, todavia, o que acima se fez notar sobre o significado de Lisboa no espaço turístico português: a litoralidade e a polarização metropolitana parecem ser, na verdade, os traços fundamentais do padrão territorial da oferta de alojamento turístico.

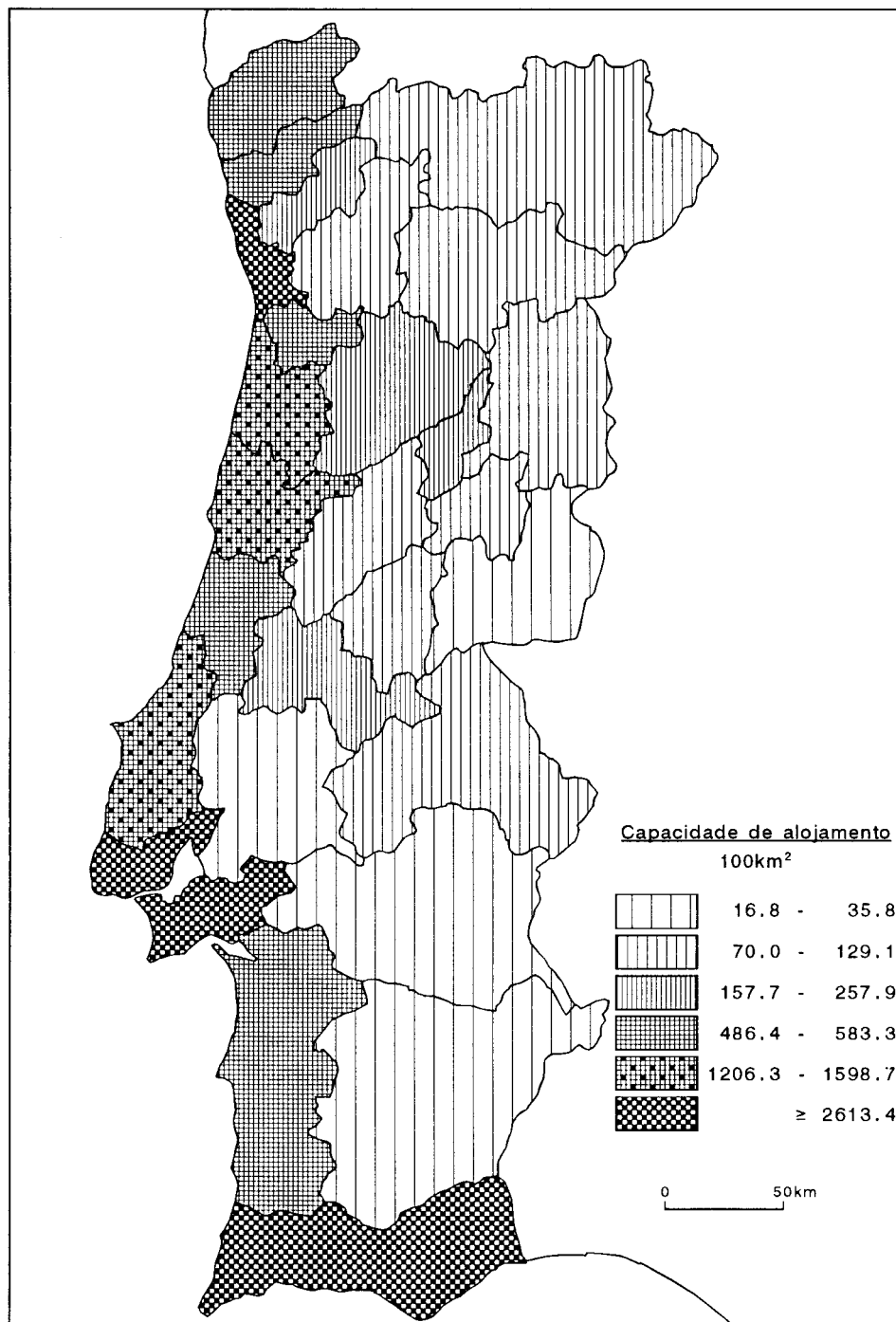
A concentração ao longo do litoral é notória. Toda a fachada marítima observa densidades

---

*4 Inclui-se a capacidade de alojamento em parques de campismo, colónias de férias e nas diversas formas de alojamento hoteleiro; apenas se exclui o Turismo de Espaço Rural, para o qual não existe informação disponível com desagregação geográfica compatível.*

Fig.1:

Densidade da oferta de  
alojamento turístico em  
Portugal Continental,  
1991



de oferta de alojamento turístico superiores às do restante território. Contudo, demarcam-se aí claramente três núcleos fundamentais: o Algarve e as duas principais áreas urbanas do País, com destaque para Lisboa.

Esta forte concentração da oferta de alojamento turístico nas Áreas Metropolitanas de Lisboa e Porto não surpreende. São poucos os contextos territoriais que, no caso português, reúnem tantos e tão diversos factores de atracção de turistas como estas duas áreas urbanas. Há a registar, em primeiro lugar, as questões que se prendem com a percepção e o seu reconhecimento exterior: a posição destacada que Lisboa e Porto ocupam na rede urbana nacional amplia a sua cognoscibilidade, donde resultam maiores probabilidades de virem a constituir destinos de viagem de turistas nacionais e, especialmente, estrangeiros (veja-se, a este respeito, MANSFELD, 1990).

Para além disto, a grande variedade de solicitações que estas áreas urbanas oferecem (património *lato sensu*, animação artística, eventos desportivos e culturais, congressos, feiras, estrutura comercial densa e diversificada,...) permite-lhes estar em condições de responder a segmentos muito variados da procura, desenvolvendo por isso uma actividade turística particularmente intensa<sup>5</sup>. A própria diversidade de serviços, equipamentos e infra-estruturas existentes (restauração, serviços às empresas, centros de formação,...) gera economias externas que favorecem o investimento hoteleiro, estimulando, pelo lado da oferta, a actividade

turística.

Por último, há que ter em conta a posição privilegiada das duas áreas metropolitanas face às redes de transporte. Este aspecto é particularmente notório no que concerne aos fluxos aéreos de turistas: Lisboa e Porto são, neste caso, pontos de passagem (quase) obrigatórios na entrada/saída do País, donde procedem óbvias vantagens locativas para a actividade hoteleira.

A comparação entre a estrutura da oferta de alojamento turístico (segundo a categoria do estabelecimento) na Grande Lisboa (Norte) e nas restantes NUTE III fornece uma outra coordenada importante para a localização deste destino urbano no contexto do turismo português: para além de se destacar pela elevada concentração de estabelecimentos de acomodação turística, Lisboa salienta-se ainda pela posição que ocupa na oferta dos segmentos superiores da hotelaria (quadro 3).

De facto, o peso relativo dos hotéis de 4 e 5 estrelas na Grande Lisboa (Norte) excede largamente (em mais de dois desvios-padrão) o valor médio observado nas NUTE III de Portugal Continental; são estas, de resto, as formas de alojamento que surgem mais sobre-representadas no perfil funcional daquela área urbana.

No restante território só o eixo de Porto-Braga (Grande Porto e Cávado) conhece também alguma especialização, embora menos marcada, nos segmentos superiores da oferta hoteleira. De resto, podem ser identificados três tipos de realidades contrastadas:

- sobre-representação da hotelaria não tradicional no Algarve, associada a um turismo balnear de permanência relativamente prolongada;
- sobre-representação dos parques de campismo em algumas áreas litorais (sobretudo onde a "turistização" é mais recente ou a proximidade às principais

<sup>5</sup> Convém notar que as duas áreas metropolitanas oferecem também condições favoráveis para o turismo balnear; todavia, este elemento tem aqui um significado menor pois dilui-se na grande variedade de possibilidades turísticas oferecidas.

Quadro 3:  
Tipos de especialização  
regionais, definidos  
pela categoria do  
alojamento

	ESPECIALIZAÇÃO FORTE (1)	ESPECIALIZAÇÃO MUITO FORTE (2)
Hóteis 4-5 *	Grande Porto Cávado	Grande Lisboa
Hóteis 3 *	Cávado, Tâmega Serra Estrela Cova Beira	Médio Tejo
Hóteis 1-2 *	Ave, Douro Médio Tejo	Alentejo Central
Pensões	Tâmega Beira Int. Sul Cova Beira Médio Tejo, Lezíria	Alentejo Central
Outra hotel. tradic. (móteis, estalagens pousadas)		Ave Beira Int. Sul Alentejo Central
Hotel não tradicional (apart. turist., aldeam. turist., ...)		Algarve
Parques campismo	Entre Douro Vouga Pinhal Litoral Peníns. Setúbal Alentejo Litoral	
Colónias de férias (incl. pousadas juv.)		Tâmega Cova Beira

(1) - Superior ou igual à média nacional mais 1 desvio-padrão e inferior à média nacional mais 2 desvios-padrão.

(2) - Superior à média nacional mais 2 desvios-padrão.

áreas urbanas favorece certas formas de turismo itinerante);  
— e no Interior, finalmente, o predomínio dos níveis intermédios e inferiores da hotelaria tradicional; nalgumas situações mais específicas, sobretudo onde as condições se

revelam menos atractivas para o investimento privado, há a registar também a sobre-representação dos estabelecimentos de iniciativa pública.  
**P**ode-se concluir assim que o perfil da oferta é um outro elemento importante na discriminação dos destinos turísticos

urbanos. O caso português revela bem a polarização dos segmentos mais qualificados da hotelaria pelas duas principais aglomerações, e em especial por Lisboa: é aqui que este tipo de alojamento encontra mais facilmente os limiares críticos necessários à sua viabilidade, já pela mais intensa interacção geográfica a que estão sujeitas as áreas urbanas (logo, existência de mercados mais alargados), já pela maior correspondência entre o tipo de procura dos produtos turísticos oferecidos nestes contextos regionais (cultura, negócios, congressos,...) e o perfil da procura dos alojamentos de nível superior.

## LISBOA FACE À PROCURA TURÍSTICA DE PORTUGAL CONTINENTAL

Como se depreende facilmente do padrão territorial da oferta de alojamento, Lisboa detém uma quota significativa do mercado de procura turística nacional: em 1991, só a Grande Lisboa (Norte) participava em mais de um quarto do volume de hóspedes na hotelaria global de Portugal Continental, e em cerca de um quinto do valor de dormidas correspondente.

Para além da sua dimensão, o mercado de procura turística de Lisboa apresenta especificidades, no contexto nacional, que importa considerar.

A avaliar pelo perfil da oferta de alojamento, é possível referir à partida os aspectos que se prendem com a qualidade superior da procura turística neste destino urbano. O cálculo dos rendimentos médios por cama nos estabelecimentos hoteleiros confirma, de resto, esse facto: segundo a Direcção-Geral do Turismo, os rendimentos da hotelaria no ano de 1991 ascenderam em média a 840.5 contos/cama na Costa de Lisboa,

enquanto na Costa Verde se avaliaram apenas em 545.2 contos/cama e no Algarve não chegaram sequer a metade do valor registado naquela primeira região turística; nas outras, as cifras obtidas foram ainda mais baixas.

LEWIS e WILLIAMS (1988) sublinharam, por sua vez, as particularidades que decorrem dos ritmos e da persistência da procura turística. Estes autores notaram que, embora a permanência média de cada turista seja mais curta em Lisboa do que noutras áreas do País, a procura é em contrapartida mais constante ao longo do ano. Na verdade, as visitas de interesse cultural, as viagens de negócio ou as feiras e congressos são actividades que não justificam estadias prolongadas, mas também não obedecem a ritmos sazonais rigorosos.

Alguns estudos realizados noutros países têm revelado ainda a existência de diferenças sensíveis entre os mercados de origem da procura turística das grandes cidades, e em especial das capitais, e os do restante território (PEARCE e GRIMMEAU, 1981; LEONTIDOU, 1988; RENUCCI, 1990).

Procurou-se por isso analisar a posição de Lisboa face às preferências geográficas dos diversos grupos de turistas que procuram Portugal Continental, tentando assim identificar os mercados de origem que se revelam mais sensíveis a este destino urbano. Por forma a reduzir o universo de análise, agregaram-se as diversas nacionalidades dos turistas segundo a similaridade dos respectivos padrões geográficos da procura (repartição regional das dormidas na hotelaria global)<sup>6</sup>; procurou-se, em suma, definir uma tipologia dos mercados de origem da procura turística a partir da sua

*6 Procedeu-se, para o efeito, a uma taxonomia numérica; o coeficiente de correlação foi a medida de proximidade utilizada e recorreu-se à distância média como estratégia de agrupamento.*

incidência regional em Portugal Continental.

A figura 2 apresenta os resultados desta pesquisa preliminar. A análise do dendograma permite identificar três grupos fundamentais de turistas (grupos A, B e C):

- o primeiro grupo – Grupo A – compreende essencialmente os turistas provenientes da Europa Média e Setentrional; no total, correspondem-lhe 52.2% do total de dormidas na hotelaria em Portugal Continental;
- o Grupo B agrega origens geográficas mais diversas; de qualquer modo, pode ser associado fundamentalmente aos mercados interno e da Europa Meridional, dado o maior afastamento dos noruegueses no interior do grupo e o peso relativamente reduzido dos restantes elementos (australianos, neo-zelandeses e leste-europeus); no conjunto, este grupo é o responsável por 42.9% das dormidas na hotelaria;
- o Grupo C, por último, corresponde ao que se poderia denominar de mercados longínquos; não obstante a importância económica de alguns dos seus elementos (turistas dos EUA, Japão e Coreia do Sul, designadamente), compreende apenas 4.9% das dormidas na hotelaria de Portugal Continental.

De modo a tornar mais visíveis as particularidades das preferências geográficas dos diferentes grupos, comparamos a estrutura regional (por NUTE III) das dormidas de cada um deles com o padrão geral referente ao conjunto de todas as nacionalidades (figura 3.1 e figuras 3.2A, 3.2B e 3.2C); este método permite avaliar o peso relativo de cada região nas dormidas dos diferentes grupos tendo como padrão de referência a sua importância relativa nas dormidas totais.

A análise da figura 3.2A permite concluir que o traço mais saliente do padrão geográfico das dormidas do Grupo A reside na sua acentuada concentração no Algarve, como se infere da sua notória

sobrevalorização face aos restantes contextos regionais: na verdade, é a única área de Portugal Continental que surge sobre-representada nas dormidas deste grupo. Dos três conjuntos de mercados identificados, os turistas da Europa Média e Setentrional são aqueles que melhor representam a procura do turismo de sol e praia e a dependência dos instrumentos do turismo de massa (pacotes turísticos, *charters*,...).

A oposição entre o Algarve e o resto do país é também o aspecto mais relevante da figura 3.2B. Contudo, ao contrário do que ocorria com o grupo anterior, o Grupo B caracteriza-se por uma procura turística consideravelmente diversificada do ponto de vista geográfico. Na medida em que predominam os mercados de origem mais próximos (os portugueses e espanhóis perfazem, no conjunto, cerca de 85% das dormidas do Grupo B), a utilização do automóvel privado tende a ser mais comum, facilitando a mobilidade e, por conseguinte, a dispersão regional das dormidas. Este facto justifica ainda a forte sobre-representação das regiões do Interior nas dormidas do Grupo B: pela sua posição geográfica, são estas as regiões que beneficiam mais directamente dos fluxos rodoviários transfronteiriços.

Ao contrário do que ocorre com o padrão geográfico das dormidas dos turistas da Europa Média e Setentrional, o Algarve surge claramente subvalorizado pelos turistas do Grupo B: com efeito, o seu peso relativo nas dormidas deste grupo não chega a metade do valor obtido no total geral. No caso do turismo interno, a posição do Algarve como destino turístico está

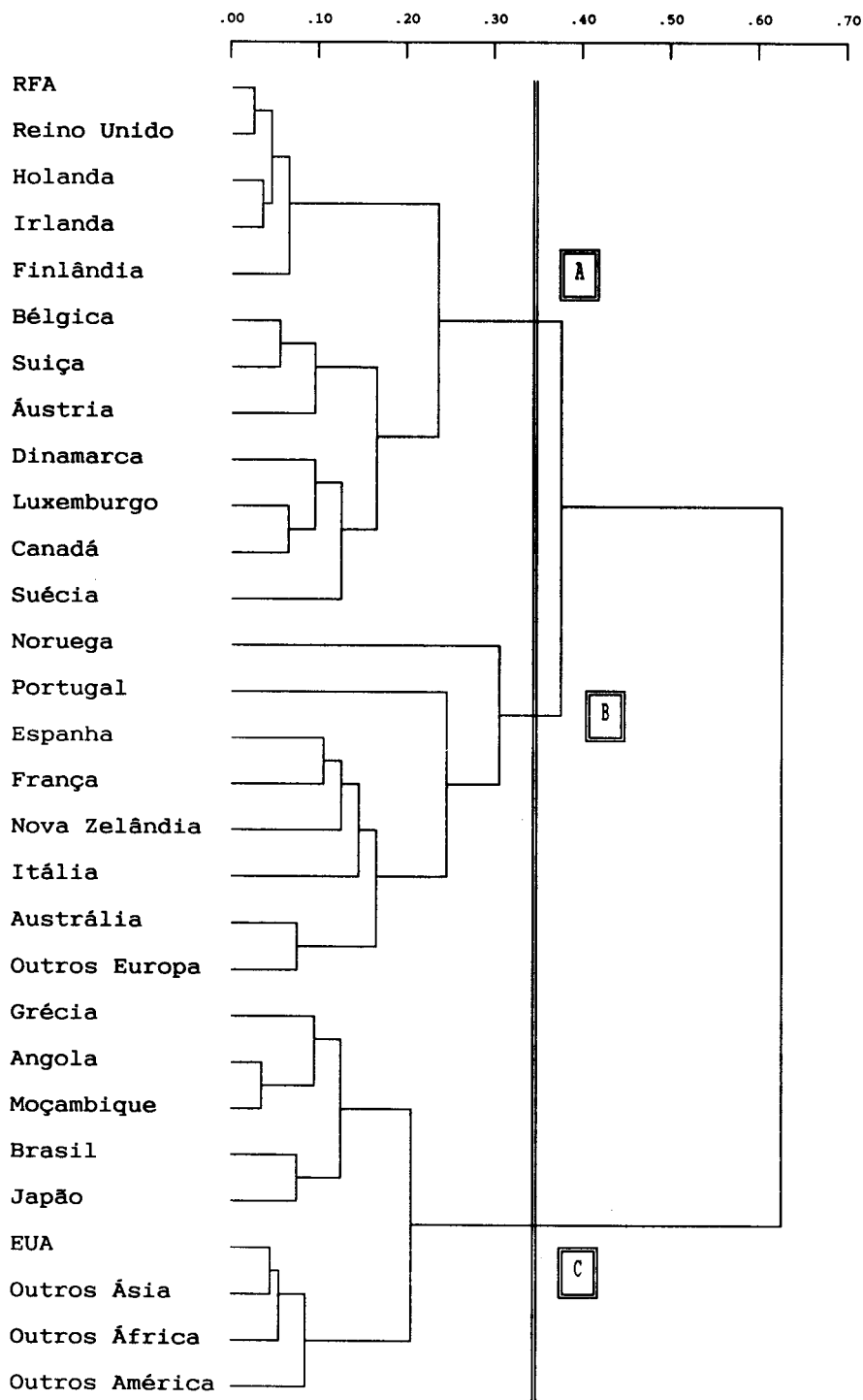
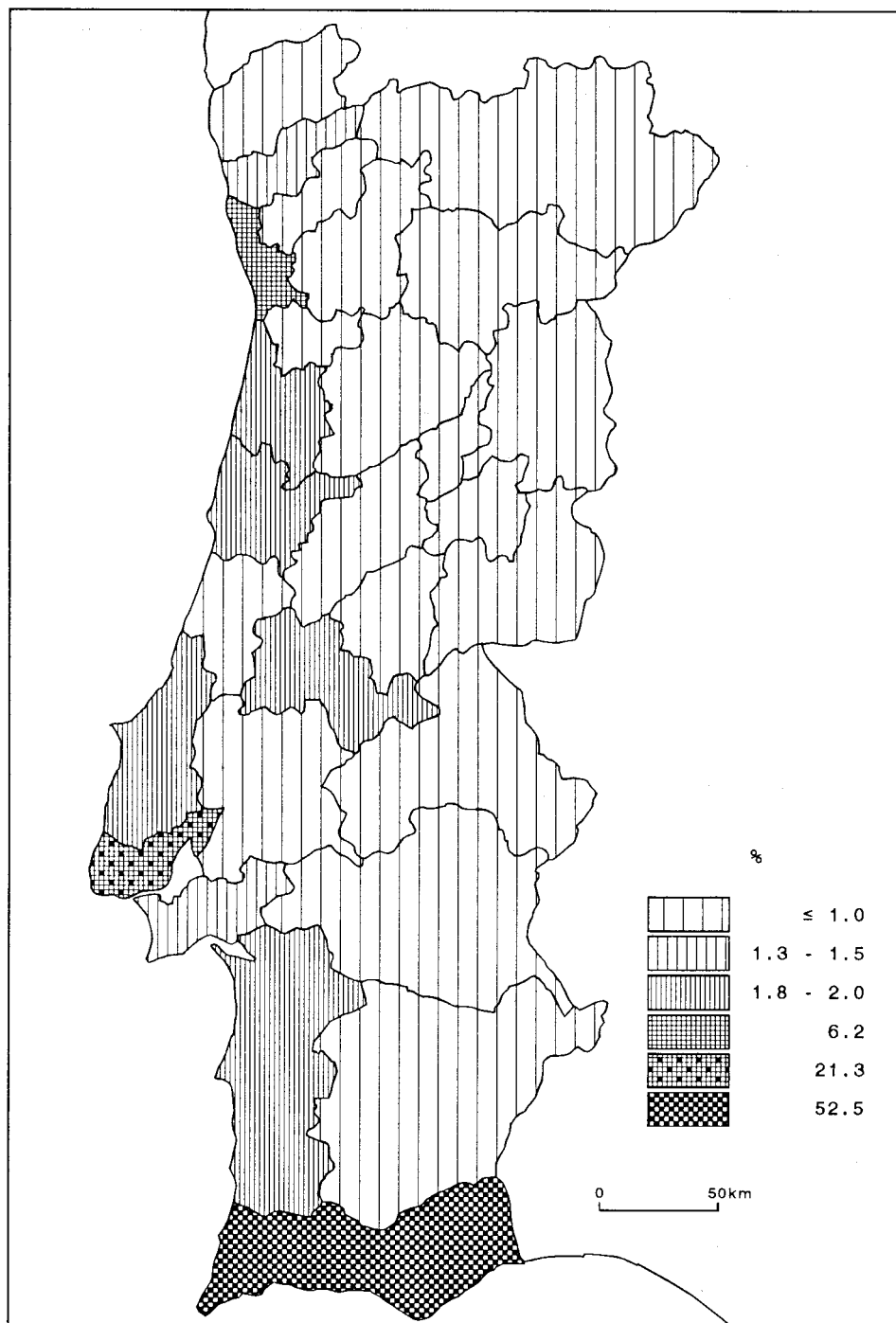


Fig.2:  
Tipologia dos mercados  
de origem da procura,  
segundo a incidência  
regional em Portugal  
Continental

Fig.3.1:

Distribuição regional  
das dormidas na  
hotelaria em Portugal  
Continental, 1991





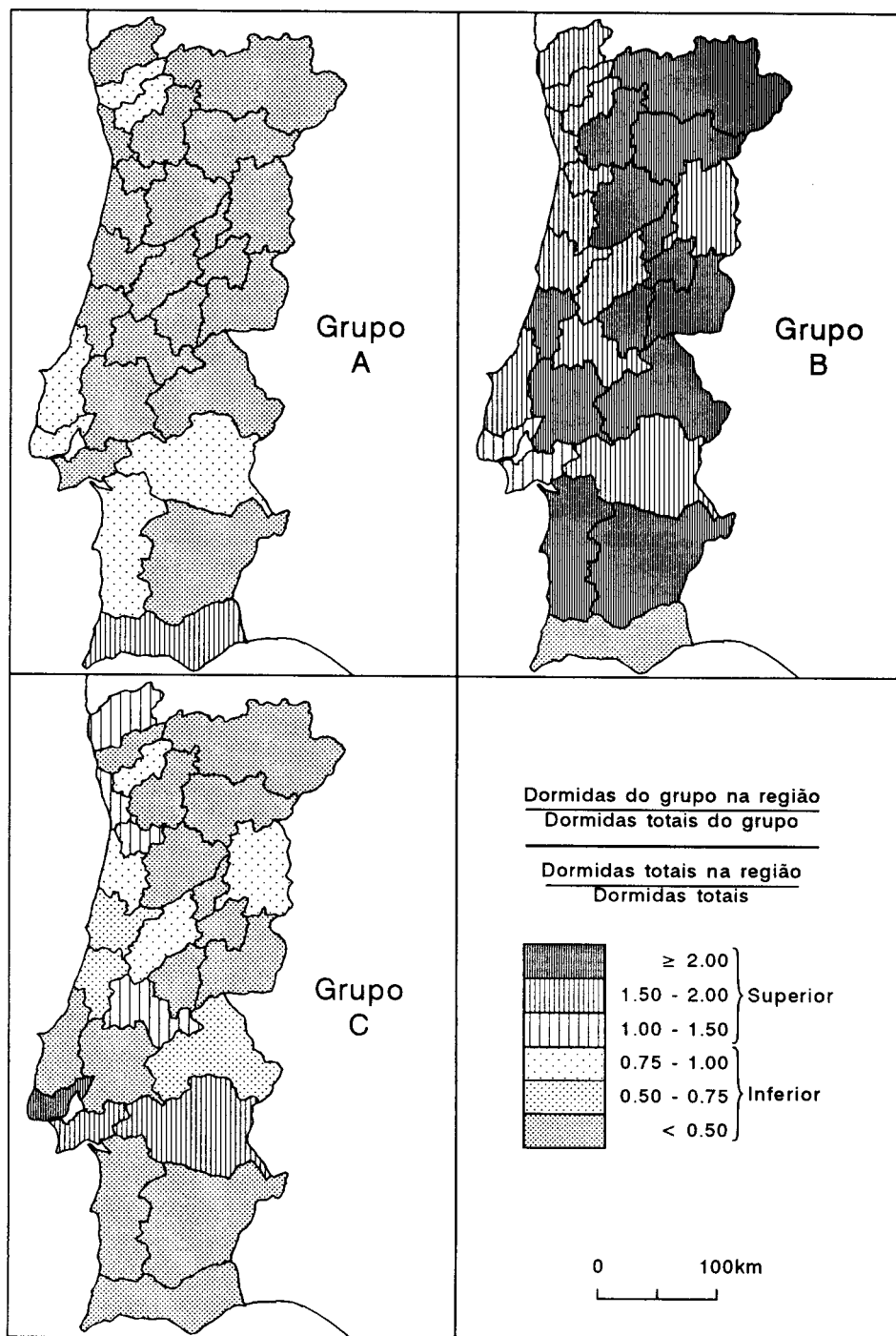


Fig.3.2:  
Incidência regional das  
dormidas dos diferentes  
grupos (fig.2) face à do  
conjunto de todas as  
nacionalidades

certamente subavaliada pois é corrente a utilização de formas de alojamento que, dado serem exteriores à hotelaria (residências secundárias, casas de familiares, casas alugadas, campismo,...), escapam à presente análise. De qualquer modo, compreende-se que o Algarve se revele menos atractivo para um grupo em que predominam os mercados cujas condições geográficas das regiões de origem são favoráveis ao turismo balnear (Espanha, França e Itália, designadamente). A Grande Lisboa, em contrapartida, regista uma ligeira sobre-representação nas preferências geográficas dos turistas do Grupo B. Este facto deve-se em parte à importância deste destino urbano no turismo interno (sobretudo nas viagens de negócio e profissionais em geral); por outro lado, convém notar que a procura turística da Europa Meridional parece manifestar alguma preferência pelos destinos urbanos e pelos produtos turísticos de natureza cultural<sup>7</sup>. Importa todavia referir que a sobre-representação desta região nas dormidas do Grupo B é menos nítida do que a de outras regiões do País; o facto da Grande Lisboa acumular também uma importante função na emissão de turistas nacionais justifica-o em grande parte.

---

*7 No caso da Grécia, LEONTIDOU (1988) observou que os turistas espanhóis e, de forma menos expressiva, os franceses e italianos conheciam incidências regionais relativamente distintas dos da Europa do Norte; aqueles primeiros favoreciam claramente os destinos urbanos e o turismo de natureza cultural. A menor democratização do turismo nos países do Sul da Europa (e, por consequência, a maior participação das elites na composição dos fluxos turísticos emitidos) e a existência de condições geográficas nos locais de origem igualmente favoráveis para o turismo balnear podem justificar esta orientação da procura turística.*

Por fim, a análise da figura 3.2C permite identificar nitidamente duas áreas de incidência privilegiada da procura turística do Grupo C: o Norte Litoral (Grande Porto, com extensões nos sentidos de Entre Douro e Vouga e do Minho) e em especial a Área Metropolitana de Lisboa, com prolongamentos mais difusos em relação ao Alentejo Central e ao Médio Tejo<sup>8</sup>.

Os dois principais aglomerados urbanos do país, e especialmente Lisboa – veja-se que o peso da Grande Lisboa nas dormidas do Grupo C ultrapassa em mais do dobro o valor correspondente para as dormidas totais, já de si elevado: 21.3% (figura 3.1) –, parecem constituir com efeito os fulcros da procura turística proveniente dos mercados mais longínquos. Tratando-se de fluxos turísticos transoceânicos, é natural que a posição relativa destes destinos urbanos se veja favorecida pela existência de aeroportos internacionais. Para além disso, importa notar que as posições destacadas de Lisboa (especialmente) e do Porto na rede urbana nacional tendem a favorecer a projecção exterior destes lugares, ampliando a possibilidade de captarem turistas mais remotos.

Em suma, pode-se concluir que é sobretudo na captação dos mercados turísticos longínquos que Lisboa mais se destaca no contexto nacional; é neste grupo de turistas que a capital reúne as maiores preferências, polarizando fortemente a incidência regional deste mercado relativamente escasso e valioso (os turistas provenientes dos EUA e do Japão contam-se entre os que apresentam maiores capitulações diárias). Contudo convém notar que, de um modo geral, a posição relativa da Grande Lisboa na

---

*8 O Médio Tejo corresponde, em certa medida, a um destino turístico com capacidade de atracção relativamente autónoma (turismo religioso em Fátima).*

estrutura geográfica das dormidas dos diversos grupos não conhece grandes oscilações (nem sub-representações muito acentuadas junto dos turistas da Europa Média e Setentrional, nem sobre-representações muito marcadas no turismo nacional e da Europa Meridional), o que permite colocá-la entre as regiões com melhor *performance* nos diversos segmentos do mercado e, por conseguinte, de procura mais diversificada.

## LISBOA FACE À DOMINÂNCIA DO ALGARVE NO TURISMO PORTUGUÊS (II): NOTA FINAL SOBRE OS DESAFIOS FUTUROS

A notícia da falência de um importante operador turístico do mercado alemão com actuação no Algarve, no Verão passado, conheceu amplo destaque nos órgãos de comunicação social. Os hoteleiros algarvios estavam apreensivos: ficavam em risco cerca de 100 mil reservas de alojamento e comprometiam-se negócios cujo volume global ascendia a mais de 1 milhão de contos (*Expresso*, suplemento "Economia", 17/7/93).

Como este, outros episódios associados às perturbações da economia europeia e à recessão nos principais mercados emissores de turistas vieram evidenciar deficiências estruturais do sector. Atrás destes surgiram outros números que deram a conhecer os contornos de problemas mais discretos e profundos; os números da verdadeira crise eram outros: redução progressiva da capitação turista/dia (2043\$00 em 1980 contra apenas 1525\$00 em 1991, a preços constantes), aumento do peso relativo da fracção dormidas no total das despesas dos turistas (o que corresponde a uma

degradação dos efeitos multiplicadores da actividade), redução também da permanência média no país dos turistas estrangeiros (10.4 dias em 1980 contra 7.6 em 1991, segundo o inquérito de fronteiras da Direcção-Geral do Turismo); em suma, sinais de uma especialização excessiva no turismo de sol e praia e, sobretudo, da perda de vantagens comparativas da oferta portuguesa face à afirmação de destinos concorrentes, mais baratos e exóticos (Turquia, Tunísia, Marrocos,...).

As políticas mais recentes do sector parecem procurar inverter o sentido da evolução, defendendo um modelo de desenvolvimento turístico que rompe com o esquema seguido nos últimos decénios. O Plano de Desenvolvimento Regional para 1994-99, por exemplo, considera que a aposta tem de ser necessariamente na diversificação e melhoria da qualidade: diversificar os produtos, os ritmos sazonais e os mercados do turismo português; qualificar a oferta para qualificar também a procura.

Este novo quadro confere a Lisboa importantes vantagens no contexto do espaço turístico nacional. Dado o tipo de produtos turísticos oferecidos e as especificidades do mercado de procura deste destino, Lisboa encontra-se particularmente bem colocada para protagonizar a mudança que se entende necessária. Contudo, importa fomentar as ligações entre esta cidade e os espaços regionais envolventes mais solidários do ponto de vista da oferta turística (Évora, Santarém, Fátima/Leiria, Tomar,...); contribui-se, desta forma, para a desconcentração geográfica e funcional do turismo português, ao mesmo tempo que se valoriza globalmente o produto oferecido (o conjunto torna-se naturalmente mais atractivo do que cada uma das suas componentes *per se*).

Por fim convém notar que a promoção turística de Lisboa pode ajudar ainda na

reanimação da base económica local. O Plano Estratégico de Lisboa aponta justamente esta medida como uma das vias para a dinamização do tecido económico

urbano e para a internacionalização da cidade, designadamente pela criação de serviços qualificados de nível europeu ligados às actividades turístico-culturais.

---

#### BIBLIOGRAFIA

- BRITTON, S. (1991) – "Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism", *Environment and Planning D: Society and Space*, 9 (4), pp. 451–478
- CAVACO, Carminda (1979) – *O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais*, Lisboa, C.E.G.
- LABASSE, Jean (1984) – "Les congrès, activité tertiaire de villes privilégiées", *Annales de Géographie*, 520, pp. 687–703
- LAW, Christopher (1992) – "Urban tourism and its contribution to economic regeneration", *Urban Studies*, 29 (3/4), pp. 599–618
- LEONTIDOU, Lila (1988) – "Greece: prospects and contradictions of tourism in the 1980s", in A. WILLIAMS e G. SHAW (ed) *Tourism and Economic Development. Western European Experiences*, Londres, Belhaven Press, pp. 80–100
- LEWIS, Jim; WILLIAMS, Allan (1988) – "Portugal: market segmentation and regional specialisation", in A. WILLIAMS e G. SHAW (ed) *Tourism and Economic Development. Western European Experiences*, Londres, Belhaven Press, pp. 101–122
- MANSFELD, Yoel (1990) – "Spatial patterns of international tourist flows: towards a theoretical framework", *Progress in Human Geography*, 14 (3), pp. 372–391
- PEARCE, Douglas; GRIMMEAU, JeanPierre (1985) – "The spatial structure of tourist accommodation and hotel demand in Spain", *Geoforum*, 16 (1), pp. 37–50
- RENUCCI, Janine (1990) – "Tourisme international et tourisme national dans les états de l'Europe Méridionale", *Annales de Géographie*, 551, pp. 21–50
- WILLIAMS, Allan; SHAW, Gareth (1988) – "Western European tourism in perspective", in A. WILLIAMS e G. SHAW (ed) *Tourism and Economic Development. Western European Experiences*, Londres, Belhaven Press, pp. 12–38

# UM OLHAR SOBRE O TURISMO E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

*José Manuel Simões \**

É Indiscutível que o turismo tem potencialidades para constituir um dos eixos do desenvolvimento integrado do País. As experiências colhidas em planos recentes de desenvolvimento e ordenamento territorial de regiões portuguesas como Trás-os-Montes (uma região deprimida do Interior) e o Centro Litoral (uma região com certo dinamismo económico e social) confirmam a importância e a necessidade do contributo da actividade turística para o processo regional de desenvolvimento.

*Tourism, no doubt, holds potentiality to become one of the main axis of integrated development of the country. Experiences collected from recent plans of development and spatial organization in the portuguese regions of Trás-os-Montes (geographically defined inland) and of Centro Litoral (a dynamic coastal region) confirm the importance and the need of tourism's contribution toward a balanced process of regional development.*

\* Centro de Estudos Geográficos  
Universidade de Lisboa

## **T**URISMO: UM DADO CIVILIZACIONAL

O turismo, entendido como deslocações para férias, mais ou menos longas e mais ou menos afastadas dos lugares de residência habitual, tornou-se um dado civilizacional dos nossos dias e um direito dos cidadãos, sobretudo nos países mais desenvolvidos.

As necessidades de, por um lado, interromper a rotina cronometrada do trabalho e da vida quotidiana e de superar os malefícios do "stress" gerado pelos ritmos intensos do dia a dia e, por outro lado, de satisfazer a curiosidade despertada por gente e lugares diferentes, tem induzido um crescendo de fluxos turísticos que se entrecruzam, espontânea e livremente, à escala planetária miscegenando culturas.

Sobretudo nos últimos decénios, têm-se registado condições particularmente favoráveis ao desenvolvimento do turismo e às actividades que a ele se associam. Tais condições decorrem, designadamente, de:

- . ganhos consideráveis dos tempos livres (quer pela redução dos horários de trabalho, quer pela antecipação das reformas);
- . alterações nos padrões de consumo (fruto do incremento dos rendimentos familiares e dos meios de informação);
- . aumento da mobilidade (maiores facilidades de transporte e de organização de viagens);
- . mudanças nas estruturas familiares (sobretudo as relacionadas com a antecipação da independência familiar dos jovens);
- . diversificação dos períodos de férias (a um tempo, em estreita relação com a escolaridade obrigatória e o seu alargamento e, a outro, associada a uma crescente predisposição e aceitação junto das classes de maiores

rendimentos);

. generalização das novas tecnologias de informação (a que se deve associar uma forte pressão do *marketing* e da promoção turística);

. uma grande divulgação e consciencialização de novos valores sociais (relativamente ao contacto com a Natureza, o Ambiente e o Património e face à motricidade e práticas desportivas de ar livre regeneradoras do equilíbrio físico e psíquico);

. internacionalização e mundialização das economias (expandindo trocas, difundindo inovações, incrementando competitividades, estimulando cooperações e intercâmbios).

Como resultado, o turismo diversifica-se em termos de procuras e ofertas.

Diferenciam-se clientelas e comportamentos, alargam-se motivações e destinos. O turista torna-se experimentado e acentua-se o seu espírito crítico de consumidor, exigindo-se maior qualidade e capacidade de resposta da oferta.

## **TURISMO: UM CALEIDOSCÓPIO DE OFERTAS E PROCURAS EM MUDANÇA**

À hegemonia tradicional do turismo balnear, respondem cada vez mais os turismos cultural, rural, natureza, activo e de aventura, de saúde e de negócios e congressos. Algumas vezes assumindo-se como complementaridades, outras vezes como verdadeiras alternativas. Na sequência, declinam velhos destinos e afirmam-se novas paragens. E, neste quadro composto de mudança, o turismo expande-se a caminho de primeira "indústria" mundial na viragem

do milénio.

**As** evoluções quantitativas e qualitativas do turismo dos nossos dias traduzem-se, sobretudo, num mercado crescente de férias curtas, numa progressiva segmentação da oferta e da procura e numa exigência maior de qualidade.

**O** mercado crescente de férias curtas decorre da tendência para a repartição das férias em vários períodos ao longo do ano (alguns com apenas 3/4 dias), atitude que tem ganho particular aceitação na Europa junto dos grupos de mais elevados rendimentos.

Grande parte deste mercado centra-se no turismo urbano e cultural (caso das principais capitais e cidades europeias), sendo a distância da viagem e as facilidades de transporte componentes decisivas na escolha.

**A** progressiva segmentação da oferta e procura fundamenta-se, sobretudo, nas diferenças de idade e de estilos de vida. De um modo simplista podemos afirmar que: os estratos mais jovens tendem a privilegiar os turismos de itinerância, activo e de natureza; os estratos intermédios preferem os turismos cultural, rural, de congressos e de compras; e os estratos mais idosos optam habitualmente pelo turismo de repouso e de saúde. E, como consequência, florescem os mercados de férias activas, de circuitos globais, de rotas temáticas, de destinos exóticos, de incentivos, de férias de automóvel, de férias curtas, etc.

**A** exigência de maior qualidade e diversidade, decorrendo em grande parte de um maior esclarecimento, experimentação e sofisticação dos consumidores, suscita o aparecimento de serviços especializados de alta qualidade levando, por exemplo, à associação de novos e atractivos hotéis a termas tradicionais (revitalizando-as), à qualificação do denominado turismo verde, ao desenvolvimento de viagens mais independentes (muitas vezes ligadas apenas

a uma preferência pelo tipo de alojamento) e à criação de atracções turísticas inovadoras e fortemente concorrenciais.

**Como** reflexo de todo este complexo de evolução e transformação verifica-se que:

- . adensa-se e qualifica-se a oferta de alojamento (por exemplo, aumenta a rede de hotéis de qualidade, cresce a adaptação cuidadosa de edifícios rurais, melhoram-se os parques de campismo e caravanismo, aumenta a oferta de complexos especiais de turismo e recreio, generaliza-se o *time-share*, etc.);
- . diversifica-se e inovam-se as atracções turísticas, alargando o âmbito de:
  - . frentes de mar e praia (criam-se, por exemplo, museus do mar e aquários, sistemas de marinas e centros de desportos náuticos, centros costeiros de congressos e exposições, complexos de restaurantes de peixe e marisco, cruzeiros locais e passeios de aventura, etc.);
  - . meio rural (melhorando o alojamento, organizando a observação e participação em tarefas e festividades agrícolas, criando museus etnográficos especializados, fomentando circuitos a pé, de bicicleta, a cavalo ou em veículos de todo-o-terreno, etc.);
  - . áreas industriais (recuperando para museus e exposições velhos estabelecimentos e complexos industriais);
  - . meio urbano (novas formas de turismo centradas na história local recente e na profusão de festivais e acontecimentos culturais, animando-se edifícios e monumentos, museus e galerias, cafés e locais de compra).

## **TURISMO: UMA COMPONENTE ESTRATÉGICA DO DESENVOLVIMENTO**

Como vários autores têm apontado (por exemplo, KADT, 1979; PEARCE, 1987, 1989; MATHIESON e WALL, 1989), os efeitos multiplicadores da expansão das actividades turísticas são indubitavelmente consideráveis, quer no que respeita ao aumento do emprego e da produção (de todo o género, desde produtos alimentares a materiais de construção civil, equipamentos eléctricos, equipamentos sanitários e de cozinha, têxteis, etc.), quer no que respeita ao fluxo de divisas estrangeiras e de capitais, tão importantes para o aumento dos rendimentos e para a renovação do sector e dos tecidos económicos e sociais regionais e locais.

Mas, os efeitos multiplicadores das actividades turísticas nem sempre se sentem de imediato, podendo até atenuar-se se os países, as regiões ou os locais não revelarem capacidade de responder à procura e de evitar a degradação dos seus valores patrimoniais e da sua identidade e se não souberem aproveitar a oportunidade para a renovação e sustentação dos tecidos económicos, sociais e territoriais. Acresce que a chamada "indústria do turismo" torna-se particularmente frágil em conjunturas adversas.

Importa, por isso, promover estratégias sustentadas na diversificação dos mercados turísticos (o da oferta e o da procura) e, em simultâneo, maximizar a matriz de relações sectoriais dos ramos mais relevantes da actividade turística, favorecendo as actividades de maior potencial endógeno, ao mesmo tempo que se criam limiares que permitam o aparecimento de novas actividades. Limiares que deverão ser vistos numa perspectiva de desenvolvimento a

médio e longo prazo em que os retornos são contabilizados ao longo de toda a matriz inter-sectorial e não apenas no contexto estrito das actividades turísticas.

Em diferentes contextos geográficos e de desenvolvimento socio-económico, o turismo tem-se revelado uma actividade complexa e de controlo delicado, o que tem gerado controvérsias, na medida em que a par de múltiplas histórias de sucesso, ocorreram alguns fracassos.

Todavia, é indiscutível que o turismo tem potencialidades para constituir um dos eixos do desenvolvimento integrado, permitindo, e até favorecendo, a modernização, com acento particular nas inovações tecnológicas e na qualificação da mão-de-obra. O fundamental é saber internalizar o que poderia ser apenas uma importação sectorial. Os exemplos do sul de Espanha e do sul de França, bem como, noutros contextos geográficos e de desenvolvimento, as experiências da Tailândia, de Chipre, de Malta e das Seychelles, evidenciam o papel propulsor que o turismo pode assumir numa estratégia de desenvolvimento.

## **DESENVOLVIMENTO E ORDENAMENTO TURÍSTICO: LIÇÕES DE EXPERIÊNCIAS**

No último decénio, as experiências, os inúmeros estudos e intervenções para o desenvolvimento regional promovidas pelas administrações Central e Regional e apoiadas pelas Comunidades, revelaram, não só as múltiplas potencialidades turísticas que as nossas regiões disfrutam, como também os estrangulamentos que se colocam a um melhor aproveitamento dos recursos existentes. Nas estratégias delineadas, o turismo tornou-se, quase sempre, uma área de actuação prioritária, explicitando-se



medidas e acções visando ora o seu crescimento e desenvolvimento (sobretudo no caso das regiões do Interior), ora o ordenamento da sua expansão (sobretudo no caso das regiões do Litoral).

**As lições de experiências que seleccionámos pretendem ilustrar duas situações diferenciadas. A primeira diz respeito a uma região deprimida do Interior –**

Trás-os-Montes, e fundamenta-se num estudo preparatório do segundo programa de desenvolvimento das regiões fronteiriças (INTERREG II), promovido pela Direcção-Geral do Desenvolvimento Regional e levado a cabo pelo CEDRU – Centro de Estudos e Desenvolvimento Regional e Urbano, Lda., nos anos de 1991 e 1992. A segunda concerne a uma região com certo dinamismo económico e social – o Centro Litoral e assenta num estudo realizado no âmbito do Plano Regional de Ordenamento do Território do Centro Litoral, promovido pela Comissão de Coordenação da Região Centro e levado a cabo pela REGIO consultores – Estudos e Projectos em Geografia, Ambiente e Sociedade, Lda.

**Embora em ambos os exemplos o desafio fundamental que se coloca no sector seja o do desenvolvimento e diversificação das actividades turísticas, desejavelmente numa óptica integrada e sustentada, é preciso sublinhar que o papel do turismo como alavanca do desenvolvimento surge com maior pertinência e acuidade no caso transmontano do que no caso do Centro Litoral, face à escassez de alternativas e meios daquela região.**

## A Experiência de Trás-os-Montes

**A região de Trás-os-Montes (considerada aqui como as NUTE de Alto Trás-os-Montes e Douro) apresenta algum desenvolvimento turístico já antigo**

associado às termas do Alto Tâmega, a par de formas de turismo novas e de motivações diversas, embora espacialmente bastante dispersas e no seu conjunto de significado modesto na economia regional.

**Como é conhecido, os problemas da região são de carácter estrutural e relevam da sua posição periférica e marginal no território e no processo de desenvolvimento nacional, acentuada por uma acessibilidade reduzida, por uma rede urbana débil, pela insuficiência de recursos humanos jovens e qualificados, pela desvitalização social das comunidades locais e pela fraca capacidade reivindicativa face à Administração Central. A estes problemas juntam-se os estrangulamentos específicos do sector do turismo (ver quadro 1).**

**Apesar disso, as potencialidades de Trás-os-Montes são, igualmente, conhecidas (quadro 1 e figura 1), sendo de acreditar que o papel do turismo no desenvolvimento regional e local possa ser bem maior, à medida que se dilata no espaço e se diversifica a procura de produtos turísticos e se valorizam as especificidades da oferta.**

**O processo de desenvolvimento de Trás-os-Montes deve ter como referências fundamentais tanto a do sistema económico regional como a da sua integração nos sistemas económicos nacional e comunitário. Neste sentido, é necessário ter em conta que o novo quadro de acessibilidades e o posicionamento fronteiriço são potenciadores do incremento das relações com outras regiões do país e com os territórios espanhóis vizinhos e, mesmo, com outras regiões das Comunidades. Admite-se hoje que, mais do que tentar competir com outras regiões que gozam de vantagens comparativas na produção de bens e serviços, é mais racional procurar especializações naquilo em que o subdesenvolvimento regional converteu em**

**Quadro 1:**  
Síntese dos  
estrangulamentos e  
potencialidades do  
desenvolvimento do  
turismo em  
Trás-os-Montes

Estrangulamentos	Potencialidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>. carência de uma oferta turística significativa e diversificada;</li> <li>. reduzida capacidade de alojamento turístico e crescente degradação de alguma oferta mais antiga;</li> <li>. escassez de equipamentos complementares e de apoio ao turismo e de animação turística;</li> <li>. subaproveitamento dos recursos endógenos e dos instrumentos de apoio ao desenvolvimento do turismo;</li> <li>. grande dependência face a operadores de viagens e turismo externo à região;</li> <li>. afastamento dos principais centros emissores de turistas e fraca procura turística interna;</li> <li>. escassez de recursos humanos e falta de formação profissional e empresarial ligada ao sector.</li> <li>. insuficiente promoção turística;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. grandes recursos termais (sobretudo na área do Alto Tâmega), cuja procura está a ser retomada;</li> <li>. reservas naturais de grande valor (Gerês, Montesinho, Alvão e Arribas do Douro);</li> <li>. grandiosidade e originalidade paisagística;</li> <li>. riqueza de património histórico, arquitectónico e cultural;</li> <li>. elevado potencial para a prática de desportos aquáticos, pesca e caça;</li> <li>. crescente exploração turística da navegabilidade do Douro;</li> <li>. possibilidade de exploração turística de antigas linhas férreas;</li> <li>. expansão e modernização da oferta de alojamento hoteleiro e de parques de campismo;</li> <li>. participação crescente da população nas iniciativas turísticas;</li> <li>. aumento dos fluxos turísticos inter-regionais de âmbito peninsular;</li> <li>. possibilidade de coordenação e cooperação turística ao nível trans-fronteiriço.</li> </ul>

vantagens comparativas – a produção de bens e serviços de excelência, tornados escassos pelo dito modelo de "desenvolvimento".

O elemento humano é essencial ao processo de desenvolvimento e, por isso, é necessário criar as condições imprescindíveis à sua fixação. E, garantidas as bases do bem-estar social, é necessário buscar o progresso global por meio de um crescimento equilibrado e integrado, procurando conjugar adequadamente esforços de desenvolvimento endógeno com iniciativas exógenas.

No sector específico do turismo, e por forma a remover os estrangulamentos ao seu desenvolvimento e a aprofundar o

aproveitamento das potencialidades existentes devem ser consideradas as seguintes medidas prioritárias:

- . incremento das infra-estruturas de apoio ao desenvolvimento turístico (reforço do alojamento, da restauração e da animação turística, incentivar o aproveitamento turístico da navegabilidade do Douro e a revitalização das linhas férreas dos vales do Corgo e do Tua, etc.);
- . reanimação do termalismo (exploração integrada das termas do Alto Tâmega, melhoria do aproveitamento e prospecção de novas fontes termais e procurando diversificar a clientela

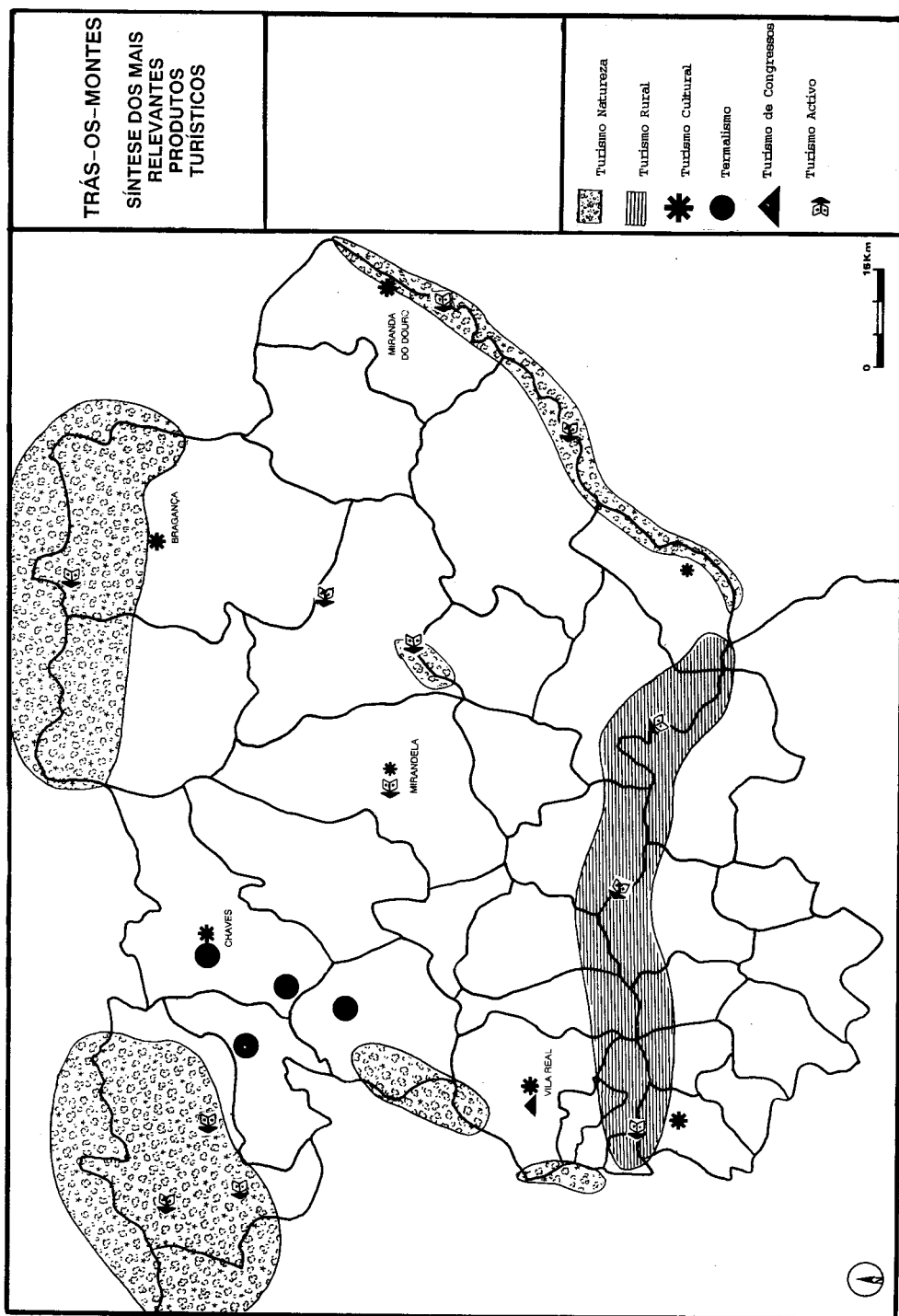


Fig.1

Baseado no "Estudo da Região Fronteira de Trás-os-Montes", CEDRU - DGDR, Lisboa, 1992.

aquista e não aquista);  
.desenvolvimento do turismo paisagem/natureza (incentivar a exploração turística controlada das zonas montanhosas e das albufeiras e rios, recuperação e construção de miradouros, estabelecimento e divulgação de percursos panorâmicos, etc.);  
.desenvolvimento do turismo cultural (implementação e divulgação de rotas temáticas, reabilitação e valorização do património arqueológico, monumental e museológico, incentivo e apoio às tradições e festividades locais, etc.);  
.valorização do turismo em espaço rural (construção de novos equipamentos e infra-estruturas, apoio à recuperação de edifícios para turismo rural, desenvolvimento da animação turística, valorização dos recursos cinegéticos e piscícolas, implementação e divulgação de circuitos, etc.);  
.reforço da informação e promoção turísticas (criação de postos de turismo, melhoramento da sinalização turística, inventariação do património natural, construído e cultural de interesse turístico e sua divulgação através de roteiros gerais e temáticos e de folhetos, etc.);  
.reforço da cooperação transfronteiriça (mormente, gestão comum de reservas naturais, organização comum de circuitos e de acções de promoção turística).

## A experiência do Centro Litoral

**É** indiscutível que o Centro Litoral é uma região com certo desenvolvimento das actividades turísticas, ocupando um lugar significativo no contexto do país e uma posição destacada no conjunto da Região

Centro.

**O** turismo surge ali com potencialidades para constituir um dos eixos de desenvolvimento integrado da região, com capacidade para favorecer a modernização e diversificação da economia. O fundamental é saber remover os problemas e estrangulamentos existentes (quadro 2) e, simultaneamente, promover os recursos turísticos e potencialidades da região (quadro 2 e figura 2).

**S**umariado o diagnóstico, importa configurar as linhas gerais de orientação que podem dar corpo a uma estratégia de desenvolvimento e ordenamento do turismo no Centro Litoral. A principal questão coloca-se em termos de compatibilização do desejável crescimento das actividades turísticas na região com as necessidades de ordenamento do espaço ou espaços turísticos.

**N**o sentido da desejada expansão das actividades turísticas será necessário, designadamente:

- .melhorar o aproveitamento e a valorização dos recursos e produtos turísticos da região;
- .dinamizar a expansão, qualificação e diversificação da oferta e da procura turísticas;
- .incentivar a repartição temporal da oferta e da procura turísticas, no sentido de minimizar os custos da sazonalidade;
- .modernizar e expandir equipamentos e serviços de recepção turística e as infra-estruturas e equipamentos complementares e de apoio;
- .estimular a animação turística e cultural, como meio de aumentar a competitividade e também de reduzir a sazonalidade;
- .mobilizar os recursos humanos para as actividades turísticas e dinamizar a sua qualificação profissional;

.melhorar as articulações intra e inter-  
-sectoriais da actividade turística.

No sentido das necessidades de ordenamento turístico é importante ter presente que as actividades turísticas têm, naturalmente, reflexos importantes na organização e ordenamento geral do espaço, desencadeando mudanças funcionais das unidades territoriais, transformações na estruturação e crescimento das aglomerações, alterações nas redes de infra-estruturas e nas malhas de equipamentos e nos padrões de localização das várias actividades produtivas.

As actividades turísticas, por vezes, intervêm de forma negativa, acelerando a degradação do ambiente e dos valores patrimoniais e sociais, outras vezes contribuem de modo positivo para a preservação e valorização das paisagens e dos ecossistemas e de outros valores e para a integração territorial e articulação das complementaridades espaciais.

O vector ordenamento turístico torna-se, por isso, extremamente relevante para uma correcta estruturação do território, para a coesão dos tecidos económicos e sociais e para a sustentação do processo de desenvolvimento regional e local.

O ordenamento turístico do Centro Litoral pressupõe, desde logo, operações urgentes de verdadeira cirurgia na estreita faixa do Litoral, onde as atracções do sol e do mar, têm vindo a exercer grandes pressões, a ponto de fazer perigar os equilíbrios ambientais e paisagísticos. Mas, pressupõe, também, a gestão integrada dos recursos endógenos, o melhor aproveitamento e utilização dos valores patrimoniais, a salvaguarda das identidades regionais e locais, a fiscalização de agentes poluidores e da degradação ambiental, o controle da adulteração das paisagens, a valorização estratégica de determinados pólos e núcleos turísticos e a procura de complementaridades e de

articulações entre os vários modelos turísticos. Neste sentido, é necessário nomeadamente:

- .minorar as pressões sobre a faixa estreita do Litoral, designadamente através de um melhor aproveitamento, valorização e divulgação de outros recursos e produtos alternativos;
- .promover o aproveitamento racional dos recursos naturais sem fazer perigar o equilíbrio dos ecossistemas;
- .clarificar a hierarquia dos espaços e núcleos turísticos, valorizando estrategicamente alguns pólos;
- .clarificar a matriz regional das áreas e núcleos de maiores impactes turísticos, no sentido de desenvolver mecanismos de controlo;
- .promover uma melhor fruição e integração da natureza e do mundo rural nos espaços e circuitos de recreio, lazer e turismo, salvaguardando os valores patrimoniais dos locais e sociedades de acolhimento;
- .promover uma gestão integrada dos espaços turísticos, evitando a sua excessiva especialização e buscando complementaridades e a integração dos diferentes modelos de desenvolvimento turístico que coexistem na região;
- .incentivar o aparecimento de complexos activos locais de turismo;
- .melhorar a informação e sinalização turística;
- .incentivar a melhoria das condições de articulação e inserção territorial.

Em síntese, o turismo, em diferentes modalidades, surge muitas vezes como um dos sectores com maior pertinência e vantagens comparativas para o desenvolvimento regional. Para isso, é necessário reforçar as infra-estruturas e os equipamentos e actividades de apoio ao

turismo e saber aproveitar e promover os valores patrimoniais como as cidades, os campos e as serras, os rios e albufeiras, os parques naturais, a caça e a pesca, o património histórico e arquitectónico, as tradições e festividades populares e religiosas, os produtos de excelência oriundos da agricultura, da pecuária, das agro-indústrias, da gastronomia e do artesanato.

**M**as, não se criem ilusões, o desenvolvimento do turismo só é possível num quadro de melhoria das acessibilidades, de aproveitamento integrado e valorização dos recursos endógenos, de dinamização e modernização da base económica, de incremento da formação profissional e das actividades de I&D, de melhoria das

condições de fixação e de bem-estar da população e, naturalmente, de fortalecimento das relações inter-regionais. O desenvolvimento do turismo só faz sentido num quadro de atenuação das assimetrias espaciais da oferta e da procura, de clarificação da hierarquia e da articulação de espaços e núcleos turísticos, de salvaguarda e valorização de equilíbrios ambientais e paisagísticos e de identidades regionais e locais, de gestão integrada e de busca de complementaridades e, forçosamente, num cenário que permita enquadrar e concertar a articulação das estratégias territoriais consignadas noutros âmbitos e noutros instrumentos de planeamento e ordenamento territorial.

---

#### BIBLIOGRAFIA

- CEDRU/DGDR (1992) – *Estudo sobre a Região Transfronteiriça de Trás-os-Montes/Zamora*. Lisboa.
- DIETVORST, A.; JANSEN-VERBEKE, M. (1987) – "Leisure, recreation, tourism. A geographic view in integration", *Annals of Tourism Research*, 14, pp. 361-375.
- KADT, Emanuel de (1979) – *Turismo: Pasaporte al Desarrollo?*, Madrid, Ed. Endymion.
- MATHIESON, A. e WALL, G. (1989) – *Tourism: economic, phisical and social impacts*. Londres, Ed. Longman Scientific & Tecnhical.
- PEARCE, Douglas (1987) – *Tourism Today. A geographical analysis*. Essex, Ed. Longman Scientific & Tecnhical.
- PEARCE, Douglas (1989) – *Touristic Development*. Londres, Ed. Longman Scientific & Tecnhical.
- REGIO Consultores/CCRC (1993) – *Estudo do Turismo – PROT do Centro Litoral*. Lisboa.
- SIRGADO, José R. (1991) – *Turismo e Desenvolvimento Regional e Local. O caso do concelho de Lagos na região do Algarve e no país*. Lisboa, CEG.
- WILLIAMS, A.; SHAW, G. (ed.) (1988) – *Tourism and Economic development*, Londres, Ed. Belhaven Press.

# AMBIENTE E PRÁTICAS TURÍSTICAS EM PORTUGAL

*Fernanda Delgado Cravidão \**

*Lúcio Cunha \**

*The aim of this paper is to briefly study some important aspects of the tourism in Portugal, namely its evolution and dynamics in recent years and to point out the spatial changes they caused: new territories, new behaviours and the impact on the environment.*

\* Instituto de Estudos Geográficos, Universidade de Coimbra.

## **T**URISMO: UM FENÓMENO DA MODERNIDADE

**N**a sociedade contemporânea o aumento e a importância progressiva dos tempos livres são um forte contributo ao significado que fazer férias ou fazer turismo assumem nos novos padrões de comportamento. As práticas turísticas são cada vez mais consideradas como padrões de cultura, padrões de bem-estar económico e social. Neste sentido, o turismo pode ser, considerado como "uma criação da modernidade" (FORTUNA, 1992), embora, como de resto mostram numerosos estudos, todas as civilizações tenham tido as suas formas de organizar o tempo livre. Quase todos os autores que abordam temas neste domínio, referem-se a formas mais ou menos desenvolvidas de práticas que se podem designar como turísticas, nas diversas sociedades. Das manifestações culturais da antiga Grécia, passando pelas peregrinações da Idade Média, até ao Grand Tour, que a partir do final do século XVIII, se organiza para completar a educação da aristocracia e burguesia inglesas, a viagem deve ter, ainda que com objectivos diversos constituído, desde sempre, uma forma de conhecer novos espaços e novas culturas. Porém, o que sucede é que é só com as sociedades industrializadas e pós - industrializadas que o fenómeno turístico se organiza, sistematiza e massifica embora nem sempre se democratize.

**O** desenvolvimento de uma economia de informação, que cada vez mais caracteriza a sociedade contemporânea, é geradora de um conjunto de circunstâncias que levam os potenciais consumidores dos espaços turísticos a encurtarem, de modo cada vez mais significativo, a distância entre o "sonho" e a "realidade". Importa no entanto chamar a atenção para mecanismos

individuais que justificam esta opção e não aquela. Isto é, domínios e consumidores onde os mass média dificilmente conseguem ter êxito. No entanto, deve ressaltar-se, que o fenómeno turístico, ocupa um lugar cada vez mais importante nas diferentes escalas económicas. Para diversos países, onde Portugal também é exemplo, as receitas provenientes da actividade turística constituem uma das principais fontes para o equilíbrio da balança de pagamentos. Do mundial ao local, o turismo assume-se como importante gerador de riqueza, como fenómeno capaz de contribuir para o desenvolvimento de economias deprimidas, nomeadamente através do aproveitamento de recursos endógenos.

**A**s informações publicadas pela Organização Mundial de Turismo, em 1991, mostram que 450 milhões de turistas gastaram cerca de 250 mil milhões de dólares o que significa um valor próximo de 10% do PNB mundial.

**S**egundo LOZATO-GIOTART (1993), mais de 22 milhões de camas, na hotelaria, foram autorizadas e mais de 30 milhões de empregos "sublinham o impacto socio-económico do turismo moderno". Em Portugal, a evolução da população activa ligada ao turismo não tem sofrido oscilações significativas: 3.2% em 1986 e 3.8% em 1990 do total do emprego no Continente. Neste contexto de crescimento cabe aos geógrafos e outros investigadores, numa atitude integradora, alertar para a relação entre turismo, ambiente e organização do território. Aqui, as estratégias ligadas ao desenvolvimento são fundamentais para que os impactes não coloquem em risco o património natural e o património construído, já que se trata, quase sempre, de recursos não renováveis.

**N**um recente estudo, Jean Pierre LOZATO-GIOTART (1993) faz algumas reflexões a propósito das estratégias



territoriais que o fenómeno turístico tem obrigado a desenvolver. Porém, deve notar-se que se trata de medidas relativamente recentes, pois recentes são também as características que têm comandado os fluxos relacionados com os tempos livres.

Como exemplo refira-se que as primeiras medidas de conservação do património natural e do património histórico foram desenvolvidas no início do século XIX na Grã-Bretanha (National Trust), na Grécia e em França. Em Portugal só a partir da década de setenta as questões relacionadas com o ambiente, de um modo geral, e dos impactes negativos relacionados com as práticas turísticas de modo particular, começam quer, a preocupar os responsáveis pelas políticas de ordenamento de território, quer a opinião pública em geral.

No contexto mundial em que se tem desenvolvido esta actividade a fachada mediterrânea continua a constituir um mito em relação à procura turística. A imagem que se foi construindo emerge do fascínio pela imensa frente de água, aliada ao elevado número de horas de sol praticamente durante todo o ano, ou pelos percursos no tempo possíveis através de testemunhos diversos das míticas civilizações clássicas.

Portugal, após os anos 50, começa a assumir uma função cada vez mais importante nesta "fachada de lazer" da Europa. O turismo ligado ao sol e ao mar atrai cada vez mais turistas a Portugal, acelerando, deste modo, um acréscimo nem sempre equilibrado em estruturas de acolhimento.

Embora novas ou renovadas formas de práticas turísticas comecem a ter importância no país, e de que são exemplos, entre outros, o turismo de habitação, o turismo rural, o termalismo ou o turismo cinegético, continua a ser o turismo de sol e mar que mais nacionais faz deslocar dentro do país e maior número de estrangeiros traz a Portugal.

## O TURISMO EM PORTUGAL: UMA ACTIVIDADE EM MUDANÇA?

Não sendo uma actividade recente, o turismo em Portugal só começa a organizar-se como actividade económica a partir dos anos 70. Tal como afirma C. CAVACO (1969, 1974, 1980), o termalismo foi, durante quase metade do século XX, a principal motivação turística para os que, no país, tinham possibilidades de passar algum tempo nas termas.

Posteriormente e à semelhança de outros países, é o sol e o mar que atraem cada vez mais turistas ao litoral, quer se trate de nacionais quer de estrangeiros.

A fachada atlântica ocidental e particularmente a fachada sul, transformam-se, rapidamente, no local de chegada e permanência, nomeadamente no verão, de cargas demográficas que não têm parado de aumentar. Por outro lado, como esta procura apresenta fortes disparidades regionais as elevadas concentrações começaram, já, a apresentar sintomas de saturação gerando, por isso, novas procuras.

As regiões turísticas mais procuradas em 1991, foram o Algarve, Costa de Lisboa e Madeira que no conjunto absorveram 80% do total nacional. Deve, no entanto, ressaltar-se que os ritmos de crescimento apresentam variações diversas quer no espaço quer no tempo e que têm explicações várias: conjuntura económica internacional e nacional, oferta de novos percursos turísticos frequentemente a custos baixos, maiores exigências na qualidade da oferta que não são satisfeitas, o que leva os turistas a procurar outros espaços, alguma preocupação com a exposição solar e a "descoberta do espaço rural" como território onde muito do imaginário da população urbana se reconhece: a natureza,

particularmente o mito do verde, o repouso, e como afirma R. BETEILLE (1992), "o insólito". Para este autor o mundo rural representa ainda "uma reserva de espectáculos e coisas de um passado longínquo" tal como são algumas manifestações populares – festas e romarias – ou a gastronomia local.

Em Portugal parecem definir-se, também, novos cenários. Por um lado, a saturação da principal região turística nacional – o Algarve – leva a que esta comece a ser preterida em relação a espaços de lazer que tiveram outrora grande importância nas férias dos portugueses e que hoje se relançam no panorama turístico nacional – Costa Azul e Costa de Prata – ou de outras em que o fenómeno, embora recente, ganhou já uma importância considerável – Costa Alentejana. Porém, também aqui, já se fazem sentir impactes que decorrem da "nova" pressão turística. Por outro lado, o espaço rural tem uma procura cada vez maior, ainda que em termos económicos o seu significado raramente ultrapasse a dimensão local.

Comparando os resultados publicados pelo INE, nos anos de 1988 e 1991 verificam-se variações significativas que, numa primeira explicação, decorrem de uma maior procura pelo turismo em espaço rural.

A capacidade de alojamento aumentou, no país, 39.4%. Por regiões turísticas importa ressaltar o pouco significado desta prática turística no Algarve – apenas 2,8% do total – a importância da Costa Verde (35,9%) e a boa posição ocupada pela região das Montanhas (16.3%). Em termos evolutivos, é de salientar o acréscimo, na capacidade alojamento, verificado entre 1988 e 1991 em algumas áreas: Costa de Prata (mais 66.7%), Montanhas (48.3%) e Costa Verde (38.7%). Importa notar que o Algarve registou uma evolução negativa durante o mesmo período (-6.6%). Quanto às dormidas, o total do país situou-se, em 1991, em 71 700 contra as

57 000 verificadas em 1988. Os aumentos mais significativos localizaram-se na Costa Verde, Planícies e Costa de Prata, respectivamente 37.1%, 33.3% e 27.55%, áreas onde o espaço rural tem tido, por parte da actividade turística, maior procura.

## A PRÁTICA TURÍSTICA E AS CONDIÇÕES AMBIENTAIS

Hoje é aceite por todos os investigadores da área do turismo que as relações entre a prática de actividades turísticas e a qualidade do ambiente se revestem de uma enorme complexidade e mesmo de um certo carácter de contradição entre a busca da maior rentabilidade económica e a necessidade da preservação de um ambiente de boa qualidade, condição da própria prática turística (SALGADO, 1988; CRAVIDÃO e CUNHA, 1991).

Esta contradição começa por reflectir-se nas próprias populações directamente implicadas, já que coloca em campos opostos aqueles que directa ou indirectamente vivem desta actividade (desde os operadores turísticos aos empregados da indústria hoteleira) e a população autóctone que se dedica a actividades tradicionais, uma grande parte dos próprios turistas ou os grupos de pressão tidos como mais esclarecidos do ponto de vista cultural ou ambiental. Manifesta-se também, e aí estão talvez as principais dificuldades a superar, na oposição entre o carácter essencialmente privado e de curto prazo dos lucros contabilizados pela actividade turística e o interesse público e de médio prazo das degradações ambientais eventualmente verificadas, as quais, apesar da difícil contabilização, são, por vezes, irreversíveis e mesmo irreparáveis. Estas considerações, válidas para o quadro hoje já

tradicional da actividade turística balnear portuguesa, caracterizada por uma forte sazonalidade e concentração espacial, são—no, talvez ainda mais, para os novos ou renovados quadros que se desenham na actividade turística nacional, com destaque para os chamados turismos de habitação, rural, termal, ecológico e cinegético.

Se as condições mesológicas, e nomeadamente as climáticas (BESANCENOT, 1990), ainda que em íntima simbiose com o enorme valor do património histórico—cultural, são o motor do turismo balnear das regiões mediterrâneas e do litoral português, o facto é que a sua prática maciça, desenquadrada e desordenada, tem constituído um importante factor de degradação das condições ambientais do nosso litoral, que vão desde "simples" situações de poluição pontual da água, dos espaços verdes ou do ar, até ao desencadear de outros mecanismos mais gerais, mais lentos e insidiosos, logo menos perceptíveis e controláveis, e que vão desde as modificações da linha de costa (CARVALHO, 1989 e 1991; CARVALHO e GRANJA, 1991; GRANJA e CARVALHO, 1991; MOREIRA, 1991, entre outros), a salinização dos aquíferos costeiros e mesmo de terrenos agrícolas, as reduções das Reservas Ecológica e Agrícola Nacionais, até à degradação geral da paisagem rural e urbana e ao aparecimento de situações de grave conflito social e cultural entre as populações autóctones e os turistas.

Com os novos cenários que começam a desenhar-se no panorama turístico nacional e, sobretudo, com a crescente procura dos espaços rurais tradicionais ou mesmo de espaços de grande valor em termos de património natural (por vezes, mesmo, protegidos legalmente, como é o caso dos parques e reservas naturais e das áreas de paisagem protegida), o estudo destas relações turismo—ambiente ganham um

renovado interesse.

Com efeito, no que respeita ao chamado "turismo ecológico" sabe-se que cada vez é maior a procura e a pressão turística sobre as áreas protegidas, não só as do Litoral, portanto aquelas que mais se aproximam dos espaços percorridos e vividos pelo "turista tradicional", mas mesmo as do Interior, como acontece com o Gerês, a Serra da Estrela ou o maciço Calcário Estremenho, para referir apenas os casos mais significativos. As características ambientais e sobretudo, as características mesológicas, mais do que condições determinantes, são a própria razão de ser desta procura turística.

No entanto, tratando-se de áreas de grande interesse e de grande fragilidade em termos ambientais, os cuidados a ter com a sua preservação terão de ser redobrados, procurando evitar a massificação destes novos fluxos e manter o número de visitantes perfeitamente controlado e adequado às condições de cada espaço, quer se trate de áreas legalmente protegidas, quer não.

Mercê das suas características naturais, alguns espaços do Litoral e, sobretudo, extensas áreas do Interior do país, têm vindo também a ser procuradas se não para actividades turísticas convencionais, para outras actividades de lazer ligadas a vários e novos tipos de actividades desportivas, motorizadas ou não, em que se busca a satisfação do espírito de aventura, o contacto com a Natureza, a fruição dos grandes espaços, ou, tão simplesmente, a recordação do quotidiano infantil de muitos dos quadros dos meios urbanos.

Também neste caso há que acautelar a preservação das condições ambientais para que o desenvolvimento deste fenómeno não conduza a situações de degradação, que acarretem a própria morte destas actividades antes destas atingirem o seu desenvolvimento pleno.

Com estes exemplos ou muitos outros que

se poderiam apontar não queremos, de modo algum, pôr em causa a utilização turística do espaço rural ou mesmo de áreas protegidas pelo seu interesse ambiental.

Há que ter sempre presente que, como refere SONEIRO (1991, p. 132), se o turismo é, em menor ou maior grau, um insaciável e voraz consumidor do espaço rural, ele é também, em certos casos, a sua única garantia de sobrevivência. Por outro lado, e no que diz respeito ao património natural, a actividade turística não é, neste caso particular, mais ameaçadora ou perigosa que outras actividades económicas ou que outras formas de utilização do espaço.

De facto, o turismo, uma forma privilegiada de rentabilização de espaços rurais deprimidos e de resposta aos anseios e expectativas de desenvolvimento das suas populações, deverá ser devidamente enquadrado em planos de ordenamento do território que tenham em conta não só os interesses das várias áreas de desenvolvimento económico, mas também as necessidades da preservação da boa qualidade das condições ambientais, ou seja, que permitam a recuperação e desenvolvimento económicos de espaços, por vezes inóspitos e quase sempre repulsivos, mas sem que sejam transpostos os limiares de tolerância das condições físico-naturais que ponham em causa a própria sobrevivência do turismo.

## SÍNTESE

Um pouco por todo o Mundo, as mudanças que se têm operado nos padrões tradicionais da ocupação dos tempos livres têm gerado novas procuras, novas práticas e novos ritmos de utilização, onde o espaço é, cada vez mais, um bem de consumo. Em Portugal, ainda que com algum atraso em relação a outros países, verificam-se, também alterações significativas. A procura cada vez mais acentuada pelos "espaços naturais" do Interior do país pode levar, também aqui e à semelhança do que ocorreu já em grande parte do Litoral, à massificação dos fluxos e mesmo à banalização da fruição do espaço, o que além de pôr em risco o equilíbrio ecológico que ainda persiste em algumas áreas do Interior do país, pode comprometer fortemente a própria procura turística. Propõe-se, assim, e em consonância com a declaração final do Colóquio "Turismo e Ambiente" realizado em Budapeste, no ano de 1991 (CASTROVIEJO e HARRERO, 1991), que em vez de um "turismo de massas" seja encorajado um "turismo duradouro", em que se enquadrará a promoção do turismo em espaço rural, capaz de desenvolver economicamente espaços periféricos, de dotar de significado as práticas rurais tradicionais e, também, de contribuir decisivamente para o equilíbrio social e cultural entre cidadãos e rurais.

---

## BIBLIOGRAFIA

- BESANCENOT, J. P. (1990) – *Climat et tourisme*, Paris, Masson.
- CARVALHO, G. Soares (1989) – "Dinâmica actual e o ambiente da zona costeira – a evolução da zona costeira indicador da Transformação Global", *Actas da II Reunião do Quaternário Ibérico*, Madrid (no prelo).
- CARVALHO, G. Soares (1991) – "Cooperação interdisciplinar, uma necessidade para o futuro da zona costeira e dos seus recursos naturais", *Actas do Seminário: A zona costeira e os problemas ambientais*, Aveiro, pp. 18–28.
- CARVALHO e GRANJA, M. H. (1991) – "Uma síntese das investigações geomorfológicas na zona costeira do noroeste de Portugal", *Conferência sobre as potencialidades e problemas do litoral português*, Lisboa, A.P.G., pp. 89–95.

- 
- CASTROVIEJO, Miguel; HERRERO, Julio (1992) – *Ecoturismo. Criterios de desarrollo y casos de manejo*, Madrid, ICONA.
- CAVACO, Carminda (1969) – "Geografia e turismo no Algarve: aspectos contemporâneos", *Finisterra*, IV (8).
- \_\_\_\_\_ (1979) – *O turismo em Portugal: aspectos evolutivos e espaciais*, Lisboa, C.E.G.
- \_\_\_\_\_ (1974) – "Monte Gordo: aglomerado piscatório e de veraneio", *Finisterra*, IX (18).
- \_\_\_\_\_ (1982) – "A costa do Estoril como emissora de turismo". Sep. de Economia, VII (3).
- \_\_\_\_\_ (1984) – "Comércio, Serviços e Turismo em Portugal Continental: desenvolvimento, investigação geográfica e questões metodológicas", *Actas do III Coloquio Ibérico de Geografia*, Barcelona, pp. 455–475.
- CAVACO, Carminda; MONTEIRO, A. (1990) – *Turismo no Espaço Rural, Antologia*, vol. I, II e III, Direcção Geral do Planeamento e Agricultura, M.A.P.A., Lisboa.
- CRAVIDÃO, F. Delgado (1989) – "Turismo e desenvolvimento – o distrito de Coimbra", *Arunce*, nº1, pp. 37–63.
- \_\_\_\_\_ (1991) – "Residência secundária e Revalorização do espaço Rural", *V Colóquio Ibérico de Geografia*, Léon, pp. 359–365.
- CRAVIDÃO, F. Delgado; CUNHA, Lúcio (1991) – "Turismo, Investimento e Impacto ambiental", *Cadernos de Geografia*, nº 10, pp. 199–22.
- CUNHA, Licínio (1991) – "Impacte do turismo sobre o litoral: alternativas de desenvolvimento", *Conferência sobre as potencialidades e problemas do litoral português*, Lisboa, A.P.G., pp. 41–45.
- D.G.T. (1992) – *Perspectivas de Desenvolvimento turístico em Portugal*, Lisboa, D.G.T.
- \_\_\_\_\_ (1991) – *Turismo em Espaço Rural. Guia Oficial*, Lisboa, D.G.T..
- FERNANDES, José Manuel (1982) – "Turismo do Litoral – as mafeitorias da galinha dos ovos de ouro", *Cadernos Municipais*, nº 19, Lisboa, pp. 10–14.
- FORTUNA, Carlos (1992) – "Turismo como Imagem: A Gestão da Incerteza", *II Forum de Turismo*, Coimbra.
- GRANJA, M. H.; CARVALHO (1991) – "The impact of protection structures on Ofir–Apúlia coastal zone (NW Portugal)", Londres, *INQUA Pergamon Press*.
- LOZATO–GIOTART, Jean Pierre (1990) – *Géographie du tourisme*, Paris, Ed. Masson.
- \_\_\_\_\_ (1993) – "Tourisme et loisirs: quelles problématiques géographiques?", *L'information Géographique*, nº 57, pp. 48–58.
- MADEIRA, L. Filipe (1989) – "Breve análise da situação do turismo em Portugal", *Algahrb – Estudos Regionais*, pp. 31–39.
- MIOSSEC, Jean Marie (1977) – "L'image touristique comme introduction à la Géographie du Tourisme". *Annales de Géographie*, nº 473, pp. 55–69.
- MOREIRA, Fernando João (1990) – *Turismo em Espaço Rural*, Dissert. de Mestrado, C.E.G., Lisboa.
- MOREIRA, Maria Eugénia (1991) – "Impactes da elevação recente do nível do mar no ordenamento do litoral", *Conferência sobre as potencialidades e problemas do litoral português*, Lisboa, A.P.G., pp. 83–87.
- \_\_\_\_\_ (1992) – "Diversidade ecológica de um milhar de quilómetros de costa", *Inforgeo*, 4, pp. 37–49
- PEARCE, Douglas (1989) – *Tourism Today: a geographical analysis*. Essex, Ed. Longman Scietific and Technical.
- S.E.T. (1984) – *Plano Nacional de Turismo, 1985/88*, Lisboa, S.E.T.
- SALGADO, Manuel (1988) – "Turismo e ambiente — uma contradição insanável", *1ª Conferência Nacional sobre a Qualidade do Ambiente*, Aveiro, pp. 937–948.
- SIRGADO, J. Rafael (1991) – *Turismo e Desenvolvimento Local e Regional. O Caso do Concelho de Lagos na Região do Algarve e no País*, Dissert. de Mestrado, Lisboa, C.E.G..
- SONEIRO, J. Calizo (1991) – *Aproximation a la Geografia del Turismo*, Madrid, Sintesis.

# O INVENTÁRIO DOS RECURSOS TURÍSTICOS DE PORTUGAL CONTINENTAL (1993)

*Jorge Umbelino \**

*Luís Boavida-Portugal \*\**

*Maria Júlia Ferreira \**

*João Figueira de Sousa \**

*The Portuguese Tourism Board has recently launched a call for tenders for an Inventory of the Tourist Resources in Mainland Portugal. The authors of this article made up the main technical team of the partnership to which the work for the area of the Lisbon Coast was assigned. The aim of this text is to make known the processual terms and the significant work it involves. The inventory is a basic task that has long been sought after by the tourist sector. The volume of data gathered is impressive; a decision has to be made regarding the way of making use of the data base, as well as the timing and access to the data. The announced possibility of public access to computerized data is regarded as very promising. It could be tested in Lisbon in 1994.*

\* Dep. Geografia e Planeamento Regional, F.C.S.H., Universidade Nova de Lisboa.

\*\* Arquitecto. Consultor em regime de profissão liberal/ÍNSULA.

**N**o final de 1992, a CETEL (Centro de Estudos Técnico-Económicos, Lda.) ganhou, em concurso público promovido pela Direcção-Geral do Turismo, a adjudicação do Inventário dos Recursos Turísticos (IRT) da Região Turístico-promocional da Costa de Lisboa, inserido no âmbito mais vasto do IRT de Portugal Continental. O conjunto de autores deste artigo, acedendo ao convite da empresa vencedora, constituiu-se como equipa técnica principal para aquele fim.

Conforme se verá, três dos membros desta equipa são geógrafos. Mais ainda, cerca de vinte dos monitores/inquiridores envolvidos são também recém-licenciados ou finalistas de geografia. Atendendo à significativa contribuição da nossa disciplina neste importante trabalho de planeamento territorial pareceu-nos oportuna a sua divulgação, tanto mais que o IRT é ainda muito mal conhecido.

Mas, afinal, o que é o IRT? Na sua ideia base, nada mais nada menos do que o levantamento sistemático de todos os recursos que interessam ou possam vir a interessar à estruturação da oferta turística portuguesa. Atendendo ao carácter muito abrangente do sector turístico, esta tarefa não se prefigurava fácil; acentuou-se, assim, a necessidade da definição de balizas e o esclarecimento de regras de conduta, tanto mais que a contribuição simultânea de três empresas implicava dificuldades acrescidas de concertação.

O IRT é, obviamente, um trabalho que surgiu atrasado. Sendo uma tarefa de base, que deveria sistematicamente informar a definição dos objectivos, estratégias e programas operacionais da oferta turística portuguesa, é fácil perceber que a sua ausência era já muito notada por todos os agentes ligados a este sector, conforme é bem visível no Plano Nacional de Turismo 1985-1988. Vejamos as duas razões de

fundo que justificam este atraso do IRT.

A primeira razão deriva do inegável sucesso financeiro do sector turístico em Portugal, apesar da «navegação à vista» (ou improvisado?) em que tem vivido. Como o número de entradas de estrangeiros nas nossas fronteiras crescia todos os anos (na última década quase triplicou), e com ele as correspondentes divisas, nunca se sentiu uma premente necessidade de reflectir e fazer as coisas ordenadamente. Agora, que os tempos são de crise e de reivindicações ambientalistas, tornou-se mais clara a urgência de manter viva e produtiva aquela que é talvez a melhor «galinha dos ovos-de-ouro» do tecido económico português.

A segunda razão advém da própria magnitude da tarefa. O conceito de recurso turístico é lato, mas, seja qual for a sua leitura, Portugal não escapa, felizmente, a um número muito significativo de «entradas». Diga-se, contudo, que no início dos anos setenta a então Comissão de Planeamento da Região Norte iniciou esforços para a elaboração de uma Carta de Inventário dos Recursos Turísticos da sua área de jurisdição, que poderia ter sido o princípio da extensão deste trabalho a todo o território nacional. Não foi esse o caso: o ensaio metodológico então definido por alguns dos mais conceituados técnicos ligados ao sector não chegou a bom termo, e foram precisos cerca de vinte anos para o ver retomado.

Para divulgarmos o IRT dividimos este nosso texto em quatro partes: a primeira destina-se à apresentação do próprio concurso, matéria que nos pareceu útil porque enquadra os objectivos e resultados atingidos; a segunda parte dá conta dos aspectos genéricos de conteúdo, atendendo aos processos de recolha e tratamento da informação; a terceira aposta na antevisão das formas projectadas de consulta da base

de dados constituída; por último, concluímos com uma pequena nota crítica ao conteúdo do IRT e sua utilidade futura.

## OS TERMOS DO CONCURSO PÚBLICO

Tomada a decisão e definidos os objectivos a alcançar com o IRT, concluiu a DGT não dispor dos meios materiais e humanos necessários à recolha e primeiro tratamento da informação envolvida. Como resultado dessa conclusão, foi lançado em Agosto de 1992 um concurso público, de âmbito nacional, dirigido a empresas de consultoria ou equipas constituídas para o efeito.

○ objecto deste concurso era apresentado como o levantamento dos recursos turísticos existentes em cada região turístico-promocional, conforme definição e listagem anexa ao respectivo caderno de encargos e nos moldes da metodologia concebida pela DGT. A apresentação seria estruturada ao nível do concelho.

○ levantamento era tido, em princípio, como exaustivo, facto que terá causado especiais reservas às equipas aquando da elaboração das propostas. Posteriormente, já no decurso do trabalho, seriam acordados com a DGT critérios que, ao esclarecerem melhor o conceito de recurso turístico, restringiriam consideravelmente o número de ocorrências.

○ concurso, embora único, colocava uma escolha múltipla, visto a sua base territorial ser a "região turístico-promocional" e os inventários independentes para cada uma delas. Era, assim, possível às equipas apresentar propostas para a totalidade das regiões, ou apenas para algumas delas, podendo a DGT adjudicar globalmente ou região a região. Viria a ser uma solução intermédia a adoptada, escolhendo-se três empresas para as seis regiões em concurso.

Os critérios de selecção expressos pela DGT no processo de concurso para avaliar as propostas eram fundamentalmente de ordem técnica, de prazos e de preços. Visto ser a metodologia do inventário definida pela DGT, esperava-se das equipas concorrentes sobretudo a capacidade técnica e logística para a implementar dentro do prazo que aquela Direcção-Geral colocava como referência – seis meses.

Verificados estes critérios, o preço apresentado pelos concorrentes assumia importância determinante na selecção.

Analizados os resultados, este seria confirmado como o principal critério tido em conta pela DGT. No entanto, convém assinalar a capacidade de diálogo técnico por parte das equipas, algumas vezes insuficientemente ponderada pelas entidades contratantes. A interacção entre consultor e cliente revela-se, e revelou-se neste processo, de extrema importância, mesmo em situações em que os aspectos centrais da metodologia estavam definidos à partida. A proposta atempada de soluções e alterações durante o decurso do trabalho e à medida que surgem problemas imprevistos é determinante para o sucesso final das iniciativas.

○ empenho directo da DGT na elaboração deste trabalho ficou bem claro no acompanhamento de todo o processo, prestado por uma comissão técnica nomeada para o efeito; assentou em reuniões regulares com todas as equipas contratadas, onde eram debatidos os problemas surgidos e produzidas as orientações adequadas.

As reuniões assumiram um carácter interactivo, e incidiram principalmente em vários aspectos não totalmente afinados da metodologia. Destaquem-se, entre outras, as questões relativas aos critérios a aplicar no levantamento de cada recurso, sua codificação e registo cartográfico, e aos recursos adicionais introduzidos pela DGT



durante o decurso do trabalho.

**Refira-se** que, antes do lançamento deste concurso, tinha sido efectuado um ensaio à metodologia desenvolvida pela DGT, com o apoio de um consultor externo, ensaio esse aplicado nas regiões de turismo do Oeste e dos Templários.

## A RECOLHA E O TRATAMENTO DOS RECURSOS INVENTARIADOS

**As** estatísticas oficiais têm-se interessado sobretudo pelos equipamentos hoteleiros e pelos turistas/excursionistas; desconhecem um campo tão vasto como é o dos recursos, facto a que não são alheias as características qualitativas ou de contingência associadas a muitos deles.

**Alguns** conceitos e indicadores estão por construir; os recursos são praticamente infinitos e de classificação muito difícil; as bases espaciais de referência são muito diversas, assim como as áreas de atracção; há recursos muito selectivos do ponto de vista da clientela, apesar de se ter caminhado no sentido da massificação (por exemplo, um campo de golfe continua a atrair população muito diversa da de um festival de folclore).

**A** inventariação dos recursos turísticos tem de começar pela definição dos contornos precisos do conceito de "recurso", a fim de orientar o levantamento e a enumeração tão exaustiva quanto possível de todos eles. A preparação do concurso, e o seu posterior acompanhamento, levaram à identificação de 102 tipos diferentes; foi organizada uma ficha com as questões consideradas pertinentes para cada tipo (alguns recursos eram compostos, agrupando os mais semelhantes).

**A** lista inicial foi dada uma sequência numérica sem qualquer lógica classificativa.

Numa primeira fase do trabalho associamos os recursos em quatro grandes grupos, obedecendo aos interesses dos quatro elementos responsáveis pela tarefa:

- património edificado, monumental e natural/ambiental;
- equipamentos e actividades socioculturais, religiosas e de diversão ou recreio;
- equipamentos e actividades desportivas aéreas ou aquáticas e recursos ligados à água;
- equipamentos e actividades desportivas terrestres e infra-estruturas de suporte à actividade turística (hotelaria, agências de viagens, artesanato, etc.).

**Esta** classificação temática mostrou-se eficaz para a primeira fase do levantamento, que consistiu na recolha de elementos junto de organismos da Administração Central ou centralizados.

**Aquela** fase seguiu-se uma outra, de carácter local. Para economia de meios humanos, a base então considerada foi espacial: cada elemento da equipa principal, auxiliado por um grupo de monitores/inquiridores, respondia por todos os recursos num conjunto de concelhos.

**O** suporte informático da base de dados era um pressuposto inicial. Utilizou-se a codificação em árvore a partir de um critério de classificação mais complexo, em que os recursos eram hierarquizados em primários (de integrados a independentes) e secundários ou complementares. A estrutura básica continha 5 pares de dígitos, cabendo ao último a identificação do recurso. Os 4 primeiros níveis eram os constantes na Tabela A (passa-se do 3º ao 5º sempre que o 4º não está indicado). Assim, e por exemplo, o código de uma gruta seria 01010100 (08), e o de uma igreja 01010201 (03).

**A** codificação dos lugares assentou na do

INE, atribuindo-se 2 dígitos ao Distrito, ao Concelho e à Freguesia e 4 ao Lugar, e iniciando-a com outros 2 que identificavam a Região Promocional Turística.

Para a referenciação espacial específica utilizaram-se os valores da Quadrícula Militar Portuguesa do lugar em que se situa o recurso, quando este é independente (ex. museu), da sua sede ou maior extensão quando são integrados (ex. parque natural), do local onde se exerce a actividade (ex. festival de folclore) ou da referência mais significativa (ex. Volta a Portugal em Bicicleta). Como se optou por uma referenciação pontual, as implantações lineares e zonais exigiram a adopção de critérios de indexação, em alguns casos de resolução difícil.

Esta forma de referenciação já antevia a possibilidade de desenvolvimento futuro de cartografia automática, conforme veremos no ponto seguinte. Nesta primeira fase, a cartografia foi ainda manual, à escala de 1:50000, e relevando apenas os recursos mais importantes e/ou os que se encontram fortemente ligados ao território.

## O SUPORTE INFORMÁTICO E AS FUTURAS CONSULTAS

Uma vez terminado o trabalho de recolha da informação e do carregamento da base de dados, o projecto encontra-se numa fase intermédia; aposta-se, agora, na validação da informação pelos serviços da D.G.T e no desenvolvimento de *software* para as futuras aplicações.

A curto prazo, o uso da base de dados, e os tratamentos a efectuar, terão apenas em conta as tarefas de gestão a cargo dos diferentes serviços da DGT, nomeadamente:

- elaboração de estudos e planos sectoriais e/ou regionais, tendo em

conta a riqueza e diversidade da informação que integra a base de dados;

- apoio à decisão, no que se refere à elaboração de pareceres e aprovação de projectos turísticos ou com implicações no sector;
- elaboração e divulgação de documentação diversa.

Num futuro próximo, prevê-se o desenvolvimento de um sistema que integre a informação turística geo-referenciada numa cartografia base digitalizada à escala 1/25000. Este sistema permitirá aos utilizadores visualizar cada recurso, ou conjunto de recursos, em mapas temáticos que sobreponham na base a informação turística pertinente.

Durante o segundo semestre de 1994 terá início uma outra fase de evolução do projecto, através do lançamento de uma componente de perfis inteligentes. Esta componente aproximará a linguagem real (sintáctica e semântica) da linguagem máquina, possibilitando ao utente uma consulta mais fácil. Será também estabelecida a ligação entre a informação alfanumérica que constitui a base de dados da DGT e a informação gráfica, ou seja, a simbologia adoptada para a representação da informação de interesse turístico.

Em continuidade, está previsto o desenvolvimento de *software* específico tendo em vista o acesso do público à informação constante do IRT. Esta componente assentará em aplicações multi-média, nomeadamente através da associação de sons e imagens aos diferentes recursos. A disponibilização da informação aos turistas, e ao público em geral, será feita através de terminais próprios a serem instalados em quiosques ou postos de atendimento.

Nesta fase experimental e de

desenvolvimento das aplicações informáticas, o equipamento utilizado pela DGT compõe-se de um *server* dedicado, dois servidores *Unix* e *PCs* ligados através de uma rede *Ethernet*; estão também a ser instalados *scanners* e outros periféricos.

No que se refere ao equipamento para utilização do público, ele basear-se-á em *PCs* compatíveis *IBM*, com características que permitam um elevado desempenho tendo em conta as funcionalidades multi-média pretendidas. Estão já a ser desenvolvidas as interfaces homem-máquina.

## REMATE

Dada a natureza do IRT não é fácil apresentá-lo de uma forma crítica em tão curto espaço. Por outro lado, a opção que fizemos pela divulgação do processo de concurso e metodologias associadas, que nos pareceu potencialmente útil para uma parte significativa do público-alvo deste artigo, veio limitar ainda mais a disponibilidade para outros conteúdos.

A utilidade futura do IRT começa por depender, obviamente, da informação nele contida. A lista de recursos a que se chegou não merece grandes reparos; talvez, em alguns casos, se tenha pecado por exaustão, mas este facto, para além de tornar o Inventário mais pesado, não traz outros prejuízos. Em contrapartida, e pesem embora os melhoramentos introduzidos através dos contactos entre a DGT e as empresas intervenientes, o formulário de algumas «fichas de recolha» não nos parece ser ainda o mais conveniente, quer atendendo ao conjunto das perguntas quer à sua coerência interna e inter-«fichas».

O IRT deve ser entendido como um

processo em construção. Uma quebra neste processo significaria, nas actuais condições, uma importante perda de oportunidade e um claro desperdício do investimento entretanto realizado. Para além de quase todos os recursos carecerem de actualizações periódicas (com prazos mais ou menos apertados, conforme as suas características), só a continuidade dos trabalhos permitirá o aprofundamento da reflexão e até o alargamento das fontes de recolha.

Os suportes de armazenamento utilizados proporcionam modos de consulta prometedora e simples e flexíveis; contudo, estão ainda a ser subaproveitados no que respeita às possibilidades da cartografia automática, facto reconhecido e que se espera ver ultrapassado a curto prazo.

Os mapas já disponíveis, à escala 1:50000, têm uma função pouco mais que ilustrativa e, ainda assim, sujeitos a uma severa peneira de selecção. A alternativa de uma escala que permitisse a representação cartográfica exaustiva, sob processos manuais e em suporte físico permanente, prefigura-se claramente irrealista. Só a maleabilidade do meio informático poderá permitir a desejada cartografia de rigor, adequando os *outputs* a cada momento e necessidade.

Quando e como se poderá consultar o IRT? Quem o poderá fazer? São perguntas que cabe à DGT responder. No actual quadro de valorização e reserva da informação, nada faz crer que o acesso integral venha a ser muito facilitado; em alguns casos, como por exemplo nos recursos ligados ao património natural, talvez isso nem sequer fosse muito desejável. Contudo, o valor da informação recolhida justifica que se requeiram formas expeditas de consulta, reguladas e hierarquizadas atendendo às necessidades e características dos potenciais utilizadores.

01 Primários		
01 Património		
	01 natural	
	02 cultural	
		01 monumental
		02 artístico
		03 complementar
02 Actividades		
	01 culturais	
		01 religião
		02 folclore
		03 artes
		04 ciências
		05 activ. popul. e tradicionais
	02 desportivas	
	03 recreativas	
		01 grupos amadores
		02 grupos e festivais
	04 de negócios	
03 Equipamentos		
	01 culturais	
	02 desportivos	
	03 recreativos	
	04 de negócios	
02 Secundários		
01 Actividades		
	00	
		01 gastronomia e vinhos
		02 circuitos turísticos
		03 compras
		04 romagem (vultos)
02 Equipamentos		
	00	
		00 restaurante e similares
		01 agências de viagens
		02 centros e pontos de comércio
		03 locais presença vultos
	01 turismo	
	02 transportes	
		01 terrestres
		02 marítimos e fluviais
		03 aéreos
	03 infra-estruturas sociais	
		01 estradas
		02 portos
		03 estaleiros
		04 comunicações

Tabela A:  
IRT/codificação dos  
recursos

PROVAS ACADÉMICAS  
1993

F. C. S. H., UNIVERSIDADE  
NOVA DE LISBOA

Doutoramentos

**Firmino, Ana**

*A modernização da agricultura portuguesa: um novo desafio para os agricultores de Coruche*, tese de doutoramento em Geografia Humana.

**Salvador, Regina**

*Vantagens comparativas reveladas: o caso da indústria algarvia*, tese de doutoramento em Economia e Sociedades.

FACULDADE DE LETRAS,  
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Mestrados

**Bandeira, Miguel Sopas de Melo**

*O espaço urbano de Braga em meados do século XVII – Ensaio em Geografia Urbana Histórica*, dissertação de mestrado em Geografia.

**Carvalho, Helena Maria da Silva Pires de**  
*Tipologia e padrões de localização da indústria transformadora em Portugal Continental. Análise shift-share, 1971–1988*, dissertação de mestrado em Geografia.

**Fernandes, Mário Gonçalves**

*Viana do Castelo: obras públicas e evolução do espaço urbano (1855–1926)*, dissertação de mestrado em Geografia.

**Ferreira, António Carlos Vieira Cardoso**

*O porto de Leixões e a sua área de influência*, dissertação de mestrado em Geografia.

**Jesus, Maria da Conceição de**

*Terciarização em espaços rurais – Análise de duas freguesias do concelho de Cantanhede: Febres e Tocha*, dissertação de mestrado em Geografia.

**Queirós, Margarida Vilar de**

*Contributos para o planeamento do destino final dos Resíduos Sólidos Urbanos*, dissertação de mestrado em Geografia.

**Santos, Maria da Graça**

*A residência secundária no âmbito da Geografia dos Tempos Livres – Análise comparativa dos casos de S. Pedro de Moel e Praia da Vieira*, dissertação de mestrado em Geografia.

**Provas de Agregação**

Decorreram nos dias 22 e 23 de Junho de 1993 as provas para obtenção do título de Agregada da Doutora **Lucília de Jesus Caetano**.

**FACULDADE DE LETRAS,  
UNIVERSIDADE DE LISBOA**

**Mestrados**

**Costa, Eduarda Marques da**  
*Reestruturação económica e desenvolvimento local – o caso de Castelo Branco*, dissertação de mestrado em Geografia Humana e Planeamento Regional e Local.

**Costa, Nuno Marques da**  
*As opções modais do transporte de passageiros na Área Metropolitana de Lisboa*, dissertação de mestrado em Geografia Humana e Planeamento Regional e Local.

**Malheiros, Jorge Macaísta**  
*Comunidades indianas na Área Metropolitana de Lisboa. Geografia de um reencontro*, dissertação de mestrado em Geografia Humana e Planeamento Regional e Local.

**Moreno, Luis Manuel Costa**  
*Informação na agricultura algarvia. Os anos 80*, dissertação de mestrado em Geografia Humana e Planeamento Regional e Local.

**Santos, Maria Luísa Leite**

*A franquia na distribuição em Portugal Continental. Uma abordagem geográfica*, dissertação de mestrado em Geografia Humana e Planeamento Regional e Local.

**Doutoramentos**

**Cunha, Sandra Baptista**

*Impactos das obras de engenharia sobre o ambiente biofísico da bacia do rio São João – Rio de Janeiro*, dissertação de doutoramento em Geografia Física.

**Provas de Agregação**

Decorreram nos dias 30 de Março e 1 de Abril de 1993, as provas para obtenção do título de Agregada da Doutora **Teresa Barata Salgueiro**.

**FACULDADE DE LETRAS,  
UNIVERSIDADE DO PORTO**

**Mestrados**

**Pacheco, Elsa Teixeira**

*Os transportes colectivos rodoviários do Porto*.

**Soares, Laura Maria Pinheiro de Machado**

*As serras de Campelos e Maragotos – contributo para um estudo de morfologia granítica*.

**Doutoramentos**

**Devy-Vareta, Nicole Françoise**

*A floresta no espaço e no tempo em Portugal – a arborização da serra da Cabreira (1919–1975).*

**Fernandes, José Alberto Vieira Rio**

*O comércio na cidade do Porto (uma abordagem geográfica).*

**Martins, Luís Paulo Saldanha**

*Lazer, férias e turismo na organização do espaço no Noroeste de Portugal.*

**Pedrosa, António de Sousa**

*Serra do Marão – estudo de geomorfologia.*

**Sousa, Ana Maria Rodrigues Monteiro de**

*O Clima Urbano do Porto – contribuição para a definição de estratégias de planeamento e ordenamento do território.*

**CONGRESSOS. COLÓQUIOS. SEMINÁRIOS**

**1994**

**Janeiro (21 e 22)**

*Feira dos Museus Escolares.* Lisboa. Museu Nacional de História Natural. R. da Escola Politécnica, 58. 1294 LISBOA CODEX. tel. 3961521/3; fax. 605850.

**Janeiro (26 a 30)**

*Lisboa em Discussão.* Lisboa. Grupo "Amigos de Lisboa". Palácio da Mitra. R. do Açúcar. 1900 LISBOA. tel. 8585711.

**Fevereiro (3)**

*Turismo e Desenvolvimento Regional e Local.* Lisboa. Sociedade de Geografia. R. das Portas de Santo Antão. Colóquio organizado pela Associação Portuguesa de Geógrafos. Lançamento do número 6 da

Revista "Inforgeo".

**Fevereiro (7 a 9)**

*O Homem e a sua Integração no Meio Ambiente.* Lisboa. Secção de Urbanização e Sistemas. Instituto Superior Técnico. Pavilhão de Engenharia Civil. Av. Rovisco Pais. 1096 LISBOA CODEX. tel. 8470913 / 8418301 / 807455; fax. 809884.

**Fevereiro (21 a 23)**

*2º Encontro Pedagógico sobre Risco de Incêndio Florestal.* Coimbra. Instituto de Estudos Geográficos. Faculdade de Letras de Coimbra. 3049 COIMBRA CODEX. tel. 039/25551/2; fax. 039/36733

**Fevereiro (24 a 26)**

*Ambiente e Desenvolvimento, VIII Encontro Nacional de Professores de Geografia.* Aveiro. Associação de Professores de Geografia. Apartado 40103. 1500 LISBOA.

**Março**

*Minerais, Minas e Mineiros.* Lisboa. Museu

Nacional de História Natural. R. da Escola Politécnica, 58. 1294 LISBOA CODEX. tel. 3961521/3; fax. 605850.

**Abril (12 a 14)**

*2º Congresso da Água. O Presente e o Futuro da Água em Portugal.* Lisboa (FIL). Associação Portuguesa dos Recursos Hídricos. A/c LNEC, Av. do Brasil, 101. 1799 LISBOA CODEX. tel. 8482131 – ext. 2428; fax. 8474726.

**Abril (17 a 23)**

*4º Seminário Anual sobre Avaliação do Impacte Ambiental.* Lagos. CEPGA – Centro de Estudos de Planeamento e Gestão do Ambiente. R. dos Contrabandistas, 19. 1300 LISBOA. tel. 3957358 / 3974072; fax. 3975483.

**Abril (25 a 27)**

*1ª Conferência Lusófona sobre Avaliação do Impacte Ambiental.* Lagos. CEPGA – Centro de Estudos de Planeamento e Gestão do Ambiente. R. dos Contrabandistas, 19. 1300 LISBOA. tel. 3957358 / 3974072; fax. 3975483.

**Junho (9)**

*3º Encontro Pedagógico sobre Risco de Incêndio Florestal.* Coimbra. Instituto de Estudos Geográficos. Faculdade de Letras de Coimbra. 3049 COIMBRA CODEX. tel. 039/25551/2; fax. 039/36733.

**Junho (14 a 18)**

*2nd European Conference on Advances in Water Resources Technology and Management.* Lisboa. Secretariado do ECAWART'94, c/o LNEC. Av. do Brasil, 101. 1799 LISBOA CODEX. tel. 8482131(ext. 2607); fax. 8473845.

**Agosto (22 a 26)**

*Environment and Quality of Life in Central*

*Europe: problems of transition, IGU Regional Conference – 1994.* Praga, República Checa. IGU RC 1994, Albertov 6, 128 43 PRAHA 2, Czech Republic. tel. 42/2/203608; fax. 42/2/205878.

**Setembro (5 a 9)**

*7th Congress of the International Association of Engineering Geology.* Lisboa. Comissão Organizadora do 7º Congresso da IAEG, c/o LNEC. Av. do Brasil, 101. 1799 LISBOA CODEX. tel. 8473822; fax. 8473822; telex. 16760 LNEC P.

**Setembro (14 a 16)**

*7e Colloque International de Climatologie de l'A.I.C. (Association International de Climatologie).* Toulouse. Société Météorologique de France, a/c M. Jean Galzi, 1, quai Branly, 75340 PARIS CEDEX 07.

**Setembro (26 a 29)**

*LITORAL 94, 2nd International Symposium of EUROCOAST.* Lisboa. Associação EUROCOAST Portugal a/c Instituto de Hidráulica e Recursos Hídricos. Faculdade de Engenharia. Universidade do Porto. R. dos Bragas. 4099 PORTO CODEX. fax. 01/310870, 01/318787, 01/319280.

**Outubro (6 a 8)**

*II Congresso da Geografia Portuguesa.* Coimbra. Comissão Organizadora do II Congresso da Geografia Portuguesa. Instituto de Estudos Geográficos. Faculdade de Letras de Coimbra. 3049 COIMBRA CODEX. tel. 25551/2; fax. 36733.

**Novembro (7 a 12)**

*Urban Growth and the Environment.* Hong-Kong. John M. Calabrini, Chairman, Steering Committee, of Urban Growth and the



Environment World Congress, 10 Tonsley Place, London SW18 IBP, United Kingdom. tel. 081/8711209; fax. 081/8750686.

1995

### Março (22 a 24)

*Crues, Versants et Lits Fluviaux, Processus naturels et impacts des activités humaines.*  
Paris. Laboratoire de Géographie Physique.  
1, place A. Briand. F 92195 Meudon Cedex.  
França.

### Outubro (3 a 7)

*II Simpósio sobre a Raia.* Lisboa.  
Universidade de Lisboa. Departamento de Geologia. Centro de Estudos Geográficos.  
a/c Nuno Pimentel, Edifício C2, 5º piso –  
Faculdade de Ciências, Campo Grande, 1700 LISBOA, tel. (351) (1) 7573141 (ext. 1568), fax. (351) (1) 7597716

## II CONGRESSO DA GEOGRAFIA PORTUGUESA

**A** Associação Portuguesa de Geógrafos vai realizar na primeira semana de Outubro de 1994, em Coimbra, o seu II Congresso subordinado ao tema *A Geografia Portuguesa: debater as mudanças, preparar o futuro.*

Estão previstos 4 temas para as comunicações orais e painéis:

**A Geografia, os Geógrafos e a Prática Profissional** – A formação de geógrafos e a prática da Geografia; o Ensino da Geografia; Técnicas e métodos em Geografia;  
**Geografia e Estudos Ambientais** – Geografia: natureza e sociedade; da

análise da paisagem à avaliação de impactes ambientais; recursos, riscos e catástrofes naturais;

**Processos de Desenvolvimento e Dinâmicas Territoriais** – O mundo rural e o desenvolvimento; Cidades, processos de urbanização e estruturação do território; do regional ao local: as políticas e os protagonistas da mudança;

**Velhos temas, novos rumos para a Geografia** – Portugal e o Mundo (das Descobertas à Integração Europeia); espaços e identidades num Mundo em rápida mutação: lugares, práticas, consumo e lazer.

Prevêm-se, também, quatro visitas de campo:

**Maciço Calcário Estremenho** – morfologia cársica e problemas ambientais;

**Cordilheira Central** – aspectos morfológicos, problemática florestal, despovoamento e perspectivas de desenvolvimento;

**O Litoral entre Aveiro e S. Martinho do Porto** – evolução recente e problemas ambientais;.

**Coimbra** – os velhos e os novos espaços numa cidade milenar.

**A** Comissão Organizadora do II Congresso enviará, em breve, informação detalhada a todos os associados da APG, relativamente ao programa definitivo, preços e prazos a respeitar.

Contamos com a participação maciça dos associados.

## PROGRAMA FOCO

**Universidade de Coimbra.**

Está a decorrer um módulo de formação contínua subordinado ao tema "Geografia e

Ambiente". Estão a efectuar-se contactos para repetir o módulo na próxima Primavera. Contactar o Departamento de Geografia da Faculdade de Letras de Coimbra. Universidade de Coimbra. 3049 COIMBRA CODEX.

#### **Universidade de Lisboa.**

Realizaram-se três módulos de formação contínua de professores de Geografia, com os temas: População e Ambiente; Geografia Urbana; Geografia Económica e Planeamento. Os módulos serão repetidos no início do próximo ano. Contacto: Secretariado do Programa FOCO. Faculdade de Letras. Cidade Universitária. 1699 LISBOA CODEX.

### **ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL DE CLIMATOLOGIA**

**A** Associação Internacional de Climatologia tem como principais objectivos, a promoção de: trocas de informação de estudos de Climatologia, actividades científicas comuns aos associados, reuniões e colóquios e a publicação de trabalhos científicos.

Tem publicado as actas dos colóquios anuais que realiza (5 volumes) com temas bastante interessantes.

**Do volume 1 (1988) consta:** topoclimatologia, climatologia extratropical, climatologia tropical e relações clima/vegetação. No volume 2 (1989), topoclimatologia, climatologia tropical, climatologia mediterrânica, climatologia extratropical, bioclimatologia e poluição. No volume 3 (1990) abordam-se os temas: climatologia e teledeteccção, climatologia tropical, climatologia geral e extratropical, climatologia da zona extratropical e climatologia da bacia mediterrânea. O volume 4 (1991) trata de 4 temas: climatologia urbana e qualidade do ar, climatologia das zonas extratropicais, climatologia das zonas intertropicais, topoclimatologia. Por fim, o volume 5 (1992) analisa a climatologia tropical, climatologia da bacia mediterrânea, climatologia das latitudes médias, metodologias, riscos climáticos e outros temas.

**Qualquer informação suplementar deve ser solicitada à secretária da A.I.C.:**  
Annick DOUGUEDROIT,  
Institut de Géographie, Univ. d'Aix  
Marseille I, 29 Av. Robert Schuman, 13621  
Aix en Provence, França.

### **PUBLICAÇÕES**

#### **CENTRO DE ESTUDOS DE GEOGRAFIA E PLANEAMENTO REGIONAL, U.N.L.**

*geográfico*, Lisboa, Estampa.

**Costa, Gonçalo; Portugal, Inês (1993) – O Domínio Público Marítimo – O concelho de Peniche como exemplo ilustrativo**, Lisboa, C.E.G.P.R.

**C.E.G.P.R. (1993) – Portugal, perfil**

**Salvador, Regina (1993) – Diferenciações**

*regionais na evolução da indústria em Portugal (1976-87)*, Lisboa, C.E.G.P.R.

**CENTRO DE ESTUDOS  
GEOGRAFICOS,  
UNIVERSIDADE DE LISBOA**

**Alcoforado, Maria João** (1992) – *O clima da região de Lisboa*, col. Memórias do C.E.G., nº 15, Lisboa, C.E.G.

**Alcoforado, Maria João** (1993) – *Programa de Climatologia*, Lisboa, C.E.G.

**Dias, Maria Helena** (1991) – *Leitura e comparação de mapas temáticos em Geografia*, col. Memórias do C.E.G., nº 13, Lisboa, C.E.G.

**Dias, Maria Helena** (1993) – *Expressão Gráfica*, Lisboa, C.E.G.

**Ferreira, António de Brum et al.** (1993) – *A erosão do solo e a intervenção do Homem no Portugal Mediterrâneo*, Lisboa, C.E.G.

**Ferreira, António de Brum et al.** (1993) – *Estudos de Geografia Física e Ambiente*, Lisboa, C.E.G.

**Fonseca, Maria Lucinda** (1990) – *População e território. Do País à Área Metropolitana*, col. Memórias do C.E.G., nº 14, Lisboa, C.E.G.

**Fonseca, Maria Lucinda** (1993) – *Programa de Geografia Económica*, Lisboa, C.E.G.

**Pereira, Ana Ramos** (1992) – *A Geomorfologia da Margem Continental Portuguesa e a interdependência das Plataformas Continental e Litoral. Evolução do conhecimento e linhas de investigação*, Lisboa, C.E.G.

**Salgueiro, Teresa Barata** (1993) – *Programa de Geografia Urbana*, Lisboa, C.E.G.

**OUTRAS EDIÇÕES**

**Associação Portuguesa para o Estudo do Quaternário** (1993) – *O Quaternário em Portugal. Balanço e perspectivas*, Lisboa, Ed. Colibri.

**Cavaco, Carminda** (1993) – *Portugal Rural: da tradição ao moderno*, Lisboa, D.G.P.A.

**Gaspar, Jorge** (1993) – *As Regiões Portuguesas*, Lisboa, MPAT/DGDR.

**I.N.E.** (1993) – *Portugal Agrícola*, Lisboa, INE, (com a colaboração do C.E.G.).

**Ribeiro, Orlando** (1993) – *Portugal, Mediterrâneo e Atlântico*, Lisboa, João Sá da Costa Ed. (edição com fotografias de Jorge Barros e comentários de Suzanne Daveau).

REVISTAS

**FINISTERRA, XXVI, 51 (1991)**

**Artigos:**

**Rodrigues, Maria Luísa** – "Depósitos e evolução quaternária das vertentes nas depressões de Minde e Alvados (Maciço Calcário Estremenho, Portugal)".

**Zêzere, José Luís** – "As costeiras a Norte de Lisboa: evolução quaternária e dinâmica actual das vertentes".

**Notas e resenhas:**

**Amaral, Ilídio do** – "Notas a propósito da realização do próximo Congresso Internacional de Geografia: Washington (E.U.A.), 1992".

**Ferreira, António de Brum** – "Os ambientes periglaciares e o significado das manifestações periglaciares herdadas".

**Alcoforado, Maria João** – "Influência do tempo no desencadeamento de crises de dispneia em doentes respiratórios".

**Ferreira, Denise de Brum** – "L'effet de serre en débat".

**Moreira, Maria Eugénia** – "A elevação do nível do oceano no litoral das Ilhas Selvagens".

**Pereira, Ana Ramos** – "A margem continental portuguesa. Breve síntese do conhecimento actual".

**Cunha, Sandra Baptista da** – "Rectificação do Rio S. João – Efeitos na morfologia do canal e na ecologia".

**Martínez-Conde, Rodríguez** – "Los espacios urbanos de Galicia y sus formas de periurbanización demográfica".

**Daveau, Suzanne** – "Três teses de doutoramento sobre a geomorfologia do

litoral português".

**Feio, Mariano; Roxo, Maria José** – "As cartas agrícolas dos finais do século XIX"

**Leite, Paula Nogueira** – "Crescimento demográfico e urbanização em períodos pós-coloniais em países do Terceiro Mundo".

**Documentos para o Ensino:**

**Costa, Vanda Gama e** – "O papel da Geografia no Ensino Básico e Secundário – Reflexão metodológica".

**FINISTERRA, XXVI, 52 (1991)**

**Artigos:**

**Illeris, Sven** – "Urban and regional development in Western Europe – A scenario and an inductive theory".

**Cappelin, Riccardo** – "Patterns and policies of regional economic development and the cohesion among the regions of the European Community".

**Ciechocinska, Maria** – "Development and the private sector in Poland, 1989–90".

**Vale, Mário** – "Pequenas empresas e desenvolvimento territorial: estruturas produtivas, medidas de apoio à indústria e intervenção dos municípios".

**Notas e Resenhas:**

**Medeiros, Isabel Marques de** – "Acerca da democracia em África".

**Dias, Maria Helena** – "Carto-Grafias ou a reflexão sobre o impacto dos computadores na concepção cartográfica".

**Carranca, M. Adelaide; Feio, P. Areosa; Henriques, E. Brito** – "O turismo nas

políticas recentes de desenvolvimento regional: o caso português".

**Documentos para o Ensino:**

**Cachinho, Herculano; Reis, João** – "Geografia Escolar: (Re)Pensar e (Re)Agir".

<p><b>CADERNOS DE GEOGRAFIA,</b> <b>11 (1992)</b></p>
---

**Caetano, Lucília** – "Automatização do sector vidreiro: impacte sócio-económico no domínio laboral".

**Lücker, Reinhold** – "Modernization process in the Brazilian Mid-West Region. The regional development in geographical perspective".

**Cravidão, Fernanda Delgado** – "Ficção, espaço e sociedade. Notas para uma leitura geográfica e social da obra de Alves Redol – Avieiros".

**Almeida, António Campar de** – "Os depósitos superiores da Serra da Boa Viagem e seu significado".

**Ganho, Nuno** – "Insolação e temperatura em Coimbra. Regimes médios e prováveis na estação meteorológica do IGU".

**Ganho, Nuno; Lourenço, Luciano; Rebelo, Fernando** – "Importância da climatologia e da geomorfologia no planeamento urbano. Análise de um caso concreto na parte oriental da cidade de Coimbra".

**Oliveira, J. M. Pereira de** – "Património ao serviço do Turismo".

**Santana, Paula** – "Sistemas de saúde na Europa. Estudo comparativo em oito países da Comunidade Europeia".

**Cravidão, Fernanda Delgado** – "3ª Reunião da Comissão de Changing Rural Systems da União Geográfica Internacional (U.G.I.)".

**Santos, Norberto Pinto dos** – "VI Colóquio Ibérico de Geografia".

LEGISLAÇÃO 1993  
(Janeiro - Novembro)

Compilação de:  
Carlos Nunes Silva \*

ENSINO

*Portaria nº 8/93, de 5 de Janeiro* – aprova o elenco das provas específicas para acesso ao ensino superior em 1993 (rectificado pela Portaria nº 704/93, de 29 de Julho).

*Portaria nº 243/93, de 27 de Fevereiro* – fixa a matéria e o programa das provas de aferição a prestar pelos candidatos ao ensino superior no ano de 1993.

*Portaria nº 266-A/93, de 10 de Março* – aprova o Regulamento da Prova de Aferição a prestar pelos candidatos ao ingresso no ensino superior no ano de 1993.

*Decreto-Lei nº 109/93, de 7 de Abril* – estabelece o enquadramento parcial no regime geral da segurança social dos docentes do ensino superior, particular ou cooperativo, abrangidos pela Caixa Nacional de Previdência.

*Decreto-Lei nº 129/93, de 22 de Abril* – estabelece os princípios de acção social no ensino superior.

*Decreto-Regulamentar nº 14/93, de 5 de Maio* define as remunerações dos alunos estagiários do ramo de formação educacional das licenciaturas de ciências e do estágio

pedagógico das licenciaturas em ensino.

*Portaria nº 524/93, de 15 de Maio* – regulamenta as condições em que a incapacidade para o exercício de funções docentes dá lugar a dispensa da componente lectiva.

*Decreto-Lei nº 206/93, de 14 de Junho* – reformula e reestrutura os quadros docentes das escolas dos actuais ensinos preparatório e secundário e estabelece os mecanismos legais necessários a uma maior estabilidade profissional dos professores.

*Portaria nº 627-A/93, de 30 de Junho* – aprova o Regulamento dos regimes especiais de acesso ao ensino superior.

*Portaria nº 655-A/93, de 10 de Julho* – fixa e divulga as vagas para o concurso nacional de acesso para a matrícula e inscrição, em 1993, nos estabelecimentos de ensino superior público.

*Despacho nº 123/ME/93, de 20 de Julho* – estabelece o calendário escolar para o ano de 1993/94.

*Portaria nº 698/93, de 28 de Julho* – fixa os valores com base nos quais se determinam os regimes de isenção e de redução do pagamento de propinas pelos alunos.

*Lei nº 60/93, de 20 de Agosto* – alteração do regime jurídico da formação contínua de professores da educação pré-escolar e dos ensino básico e secundário.

PLANEAMENTO  
E GESTÃO  
DO TERRITÓRIO

*Decreto-Lei nº 19/93, de 23 de Janeiro* – estabelece normas relativas à Rede Nacional de Áreas Protegidas.

*Decreto-Lei nº 61/93, de 3 de Março* – altera o R.G.E.U.

*Portaria nº 295/93, de 13 de Março* – criação e funcionamento dos clubes de emprego.

*Decreto-Lei nº 87/98, de 23 de Março* – aprova a localização da Expo-98 e toma medidas preventivas para a área.

*Decreto-Lei nº 88/93, de 23 de Março* – constitui a sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos (Parque Expo 98, S.A.).

*Decreto-Lei nº 163/93, de 7 de Maio* – estabelece o programa especial de realojamento nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto.

*Decreto-Lei nº 164/93, de 7 de Maio* – estabelece o programa de construção de habitação económica.

*Decreto nº 16/93, de 13 de Maio* – declara

área crítica de reconversão e renovação urbanística a zona da Expo-98.

*Decreto-Lei nº 187/93, de 24 de Maio* – define a orgânica do Ministério do Ambiente e dos Recursos Naturais.

*Resolução do Conselho de Ministros nº 49/93, de 7 de Junho* – promove a elaboração do PROT do Alto Minho.

*Portaria nº 591/93, de 15 de Junho* – reclassifica as praias.

*Portaria nº 606-A/93, de 28 de Junho* – cria o sistema de incentivos a jovens empresários.

*Portaria nº 674/93, de 19 de Julho* – determina a dimensão mínima dos parques de estacionamento situados na periferia dos grandes centros urbanos.

*Decreto-Lei nº 272/93, de 4 de Agosto* – estabelece medidas relativas aos programas de realojamento e de construção de habitação económica.

*Decreto-Lei nº 275/93, de 5 de Agosto* – aprova o regime jurídico da habitação periódica.

*Decreto-Lei nº 278/93, de 10 de Agosto* – altera o regime do arrendamento urbano.

*Decreto-Lei nº 289/93, de 21 de Agosto* – estabelece normas relativas ao património cultural arqueológico subaquático.

*Decreto-Regulamentar nº 26/93, de 27 de Agosto* – aprova o PROT do Litoral Alentejano.

*Portaria nº 760/93, de 27 de Agosto* – fixa as regras de delimitação e ocupação dos

núcleos de desenvolvimento turístico no litoral alentejano.

*Portaria nº 761/93, de 27 de Agosto* – fixa as regras de delimitação e ocupação das áreas de desenvolvimento turístico no litoral alentejano.

*Decreto-Lei nº 309/93, de 2 de Setembro* – regulamenta a elaboração e a aprovação dos Planos de Ordenamento da Orla Costeira.

*Lei nº 68/93, de 4 de Setembro* – Lei dos baldios.

*Decreto Legislativo Regional nº 16/93/M, de 13 de Setembro* – aprova medidas de protecção e valorização da paisagem relativas ao acabamento exterior dos edifícios.

*Lei nº 69/93, de 24 de Setembro* – Opções estratégicas para o desenvolvimento do país no período de 1994 a 1999.

*Decreto nº 31/93, de 4 de Outubro* – medidas preventivas para a faixa litoral abrangida pelo Prot-Centro Litoral.

*Decreto-Lei nº 351/93, de 7 de Outubro* – estabelece o regime de caducidade dos pedidos e dos actos de licenciamento de obras, loteamentos e empreendimentos turísticos.

*Decreto-Lei nº 354/93, de 9 de Outubro* – aprova o regime de ordenamento urbano para a zona de intervenção da Expo-98.

\* – Centro de Estudos Geográficos,  
Universidade de Lisboa.