

Perspectiva antropológica do turismo de habitação em portugal¹

Luís Silva[†]

Universidade Nova de Lisboa (Portugal)

Resumo: A expressão turismo de habitação designa as modalidades de hospedagem em zonas rurais, orientadas para a exploração dos seus recursos naturais e culturais. Este artigo apresenta dados qualitativos e quantitativos sobre a produção, o consumo e os impactos locais do sector em Portugal. A oferta proporciona dois tipos de alojamento: o que seria típico dos camponeses com algumas posses e o que associamos às elites de província. Existem quatro grupos de proprietários: elites de província, agricultores, indiferenciados e prevaricadores. Os hóspedes são cidadãos de classe média movidos por uma sensibilidade pastoral, à qual se junta a atracção pela História quando frequentam solares e casas apalaçadas. O sector não produz efeitos significativos no tecido social e económico das áreas de implantação, mas tem importantes valências simbólicas.

Palavras-chave: Turismo de habitação; Arquitectura rural; Mercantilização da hospitalidade; Sensibilidade pastoral; Diferenciação social; Desenvolvimento rural; Portugal.

Abstract: The expression dwelling tourism designates the set of lodgings situated in rural areas, orientated for the exploitation of their natural and cultural resources. This article presents qualitative and quantitative data about the production, consumption, and the local impacts of the activity in Portugal. The accommodation provided recreates either the homes considered typical of not too poor peasants or those reminiscent of provincial elites. The owners may be classified in four groups: provincial elites, farmers, undifferentiated, and prevaricators. Hosts are middle-class urbanites motivated by a pastoralist ideational framework, complemented by an attraction for History when accommodation is sought in manor-houses or villas. The sector does not produce significant effects in the social and economical dynamics of the areas where it is implemented, but has important symbolic values.

Keywords: dwelling tourism; rural architecture; commoditization of hospitality; pastoral sensibility; social differentiation; rural development; Portugal

[†] • Pós-doutorando na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa com bolsa da Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Investigador doutorado integrado no Centro em Rede de Investigação em Antropologia. luis.silva98@gmail.com ou luis.silva@fcs.h.unl.pt.

Apresentação

Os meios rurais são na sociedade portuguesa contemporânea caracterizados por duas tendências opostas, uma redução drástica dos efectivos populacionais que neles residem de forma permanente e uma crescente procura das populações urbanas que os frequentam temporariamente com propósitos associados ao consumo, ao lazer e à recreação. O turismo de habitação adquire, neste ponto, um valor ilustrativo. Este sector foi criado para, por um lado, combater a desertificação tendencial das áreas rurais e, por outro, acolher os cidadãos que as frequentam.

Em termos jurídicos, o turismo de habitação corresponde a «estabelecimentos de natureza familiar instalados em imóveis antigos particulares que pelo seu valor arquitectónico, histórico ou artístico sejam representativos de uma determinada época, nomeadamente palácios e solares» (Decreto-Lei n.º 39/2008, Artigo 17º). Neste artigo, porém, a expressão turismo de habitação designa o conjunto das modalidades de hospedagem em zonas rurais, orientadas para a exploração dos seus recursos naturais e culturais.² Este sector inclui serviços de hospedagem em solares e casas apalaçadas, em quintas com actividades agrícolas, em casas rústicas e, ainda, em hotéis rurais. Juridicamente, estes serviços de hospedagem encontram-se repartidos por duas categorias de empreendimentos turísticos, os de Turismo de Habitação e os de Turismo no Espaço Rural, que incluem casas de campo, turismo de aldeia, agroturismo e hotéis rurais (Decreto-Lei n.º 39/2008). Quando a pesquisa foi iniciada, em 2000, os hotéis rurais não faziam parte do então designado Turismo em Espaço Rural, pelo que não foram integrados no objecto de estudo. Quanto às restantes modalidades, de modo simplista, pode observar-se que o turismo de habitação proporciona a estadia numa casa senhorial e o convívio com as elites de província; o agroturismo proporciona o contacto com o quotidiano de uma quinta de lavoura; o turismo de aldeia e as casas de campo proporcionam a estadia numa casa de aldeia considerada típica, residindo a diferença entre estas modalidades no modo

como são geridas as unidades, integrada ou individualmente.

Este artigo mostra que estes serviços de hospedagem podem ser agrupados em duas categorias de turismo de habitação, designadas de acordo com a traça arquitectónica dos edifícios e o respectivo recheio, o erudito e o vernacular – o erudito corresponde àquilo que juridicamente se designa Turismo de Habitação e o vernacular corresponde ao chamado Turismo no Espaço Rural (Decreto-Lei n.º 39/2008). A caracterização da oferta é, no entanto, apenas um dos propósitos deste texto, que apresenta uma visão global e sistémica do turismo de habitação em Portugal inspirada nas sugestões de Mathieson e Wall (1982) relativamente ao estudo do turismo. De acordo com estes autores, «o estudo do turismo envolve o estudo das pessoas fora do seu meio habitual [de residência e trabalho], dos estabelecimentos que dão resposta às necessidades de quem viaja e dos seus impactos no bem-estar económico, físico e social dos hóspedes» (ob. cit.: 1).³ É com base neste posicionamento que abordamos várias facetas do turismo de habitação, como a oferta, os proprietários, a procura e os impactos locais da actividade. Esta abordagem, apesar de ter um cunho fundamentalmente antropológico, procura ter alguma abertura a outras disciplinas, tal como defendem alguns antropólogos que estudam o turismo (Graburn e Jafari, 1991: 5-6; Santana, 1997: 17; Silva, 2004: 7).

Os materiais empíricos apresentados foram recolhidos em dois distintos contextos de análise – o país (território continental) e três aldeias (Estorãos [Ponte de Lima], Sortelha [Sabugal] e Monsaraz [Reguengos de Monsaraz]) –, através de métodos e técnicas de investigação habitualmente utilizados em antropologia e nas ciências sociais, como inquérito postal, trabalho de campo com observação directa, entrevistas abertas e pesquisa bibliográfica e documental. No plano nacional, aplicou-se um inquérito postal às 626 unidades inscritas na extinta Direcção-Geral do Turismo no início de 2001, que teve uma taxa de resposta de 24,4%, designado Inquérito às Unidades de Turismo em Espaço Rural (IUTER).⁴ Paralelamente, efectuaram-se estudos de caso em 30

unidades situadas em diferentes pontos do país, 15 no Minho, 9 na Beira Interior e 6 no Alto Alentejo. No decurso destes estudos de caso, para além de 30 proprietários, entrevistaram-se 47 turistas (cerca de um terço dos quais estrangeiros) e consultaram-se 10 livros de honra e 3 livros de registo de clientes. No plano local, fez-se um trabalho de campo durante cerca de cinco meses em cada uma das aldeias entre 2003 e 2004, que incluiu observação etnográfica, realização de entrevistas junto de proprietários, turistas (50, cerca de um terço deles estrangeiros) e várias entidades ligadas ao sector (três Regiões de Turismo, duas Associações de Proprietários, sete Associações de Desenvolvimento Local e três Autarquias), bem como consulta de oito livros de honra.

Estas aldeias foram seleccionadas porque reuniam as condições ideais para a realização de um estudo antropológico de recorte mais clássico. Nos três casos, estamos perante pequenas povoações rurais com um número considerável de unidades afectas ao sector em estudo – os cinco lugares estudados em Estorãos possuem 181 habitantes e 6 unidades; Sortelha tem 256 habitantes e 10 unidades; Monsaraz tem 120 habitantes e 7 unidades, para além de 7 alojamentos turísticos de outra categoria.

Enquadramento teórico

Este trabalho insere-se na antropologia do turismo, entendida como «abreviatura e sinónimo de “estudos antropológicos do turismo”» (Santana, 1997: 16). O turismo, «responsável pelo maior movimento de serviços, mercadorias e pessoas em tempo de paz» (Greenwood, 1976: 130), foi durante muitos anos uma actividade negligenciada na antropologia e nas ciências sociais, embora tenham sido produzidos alguns textos avulsos nas décadas de 1920 e 1930 (cf. Ramos, 1996: 88). Foi aproximadamente no último quartel do século XX que o turismo ganhou o estatuto de objecto científico (cf. Crick, 1985). Os debates e as investigações antropológicas e sociológicas que a partir de então começaram a surgir de forma mais profusa acerca da actividade turística têm incidido sobre os seguintes temas: a estrutura e funcionamento do sistema turístico; o turismo como instância propícia ao con-

tacto sociocultural; o turismo como forma de imperialismo e neocolonialismo; os impactos do turismo nas áreas de destino; o turismo como sistema de produção de imagens e experiências rituais; o turista e as áreas geradoras de turismo (Pereiro Pérez, 2009; Santana, 1997: 28; Silva, 2004: 8). Este trabalho aborda alguns destes temas a propósito do turismo de habitação.

O turismo tem sido objecto de várias definições nas ciências sociais (cf. Santana, 1997: 46-52; Silva, 2009: 43-44). Do nosso ponto de vista, porém, a definição que melhor ilustra a complexidade do conceito é da autoria de Mathieson e Wall (1982). Na óptica destes autores, «o turismo engloba o movimento temporário de pessoas para destinos fora do seu local habitual de residência e de trabalho, as actividades desempenhadas durante a sua estadia nestes destinos e os serviços criados para satisfazer as suas necessidades» (ob. cit.: 1). Esta perspectiva afigura-se-nos profícua na delimitação do turismo em termos espaciais e temporais, dando também conta da natureza multidimensional e multifacetada de uma actividade socioeconómica estreitamente associada ao lazer.

Todavia, o turismo de habitação constitui uma forma peculiar de turismo, um turismo cultural que tem lugar em meios rurais (cf. Pereiro Pérez, 2009: 255-258). Em termos genéricos, o turismo cultural constitui uma forma de turismo concatenada com a produção e o consumo de bens e/ou produtos culturais (cf. Mckercher e Du Cros, 2002: 3-8; Pereiro Pérez, 2009: 108, 120). No caso do turismo de habitação, este produto cultural é acima de tudo o alojamento, mais precisamente o alojamento numa *casa no campo*.

Produção e promotores do turismo de habitação

O turismo de habitação foi lançado experimentalmente em Portugal em 1978 em quatro áreas piloto: Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa (Decreto Regulamentar n.º 14/78). Desde então, tem vindo a assumir uma expressão crescente no país. Entre 1984 – ano em que surgiram as primeiras estatísticas oficiais sobre o sector – e 2007, o número de estabelecimentos inscritos no organismo

responsável pelo turismo em Portugal aumentou de 103 para 1 023 unidades, enquanto a respectiva capacidade de alojamento aumentou de 763 para 11 327 camas (DGT, 2000; 2001; 2002; 2004; 2005; 2006; TP, 2007a; TP, 2008), o que representará um terço da oferta nacional de unidades de alojamento turístico e 4% da respectiva capacidade de alojamento (cf. TP, 2007a; 2007b: 40). Estas casas distribuem-se de modo desigual pelo território nacional, concentrando-se essencialmente na região do Norte (43,8%).⁵ A informação apurada através do IUTER (2001) indica que cerca de três quartos das casas estão inseridas numa quinta ou herdade, de variadas dimensões, na maioria das quais se desenvolvem actividades agrícolas. Por outro lado, cerca de um terço dos quartos e camas disponibilizados pelo sector estão localizados em edifícios anexos à casa principal, que antes tinham funções associadas à agricultura, como casas de caseiros, cavalariças, celeiros, alpendres, cortes de gado e lojas de arrumos.

Considerando as estruturas físicas de suporte e o respectivo recheio, verifica-se que o turismo de habitação coloca no mercado dois tipos de alojamento, um erudito ou senhorial, outro vernacular ou camponês. O erudito está mais próximo do modelo de habitação característico das elites de província e tem lugar em solares e casas apalaçadas, normalmente mobiladas e decoradas com objectos de estilo requintado – cristais e pratas, tapeçarias, quadros de Escola, brasões, retratos de família e quartos com camas de ferro com Coroa de Rei e de estilo Dona Maria, Dom Luís, Dom José e Dossel. O vernacular está mais próximo do padrão de habitação característico das pessoas do campo com algumas posses e tem lugar em casas rústicas, normalmente deixadas com a pedra à vista e mobiladas e decoradas com objectos de estilo rústico – objectos tradicionais de uso doméstico (potes de ferro, artesanato, faianças e cerâmicas tradicionais, ferros de engomar, gasómetros...), alfaias agrícolas, quadros com motivos bucólicos, quartos com camas de ferro, armários embutidos na parede e chãos de pedra.⁶ As lareiras e os elementos religiosos marcam presença de uma forma

recorrente nos dois tipos de alojamento, com oratórios, crucifixos e iconografia associada, bem como capelas no caso dos solares e casas apalaçadas.

A par dos elementos históricos e tradicionais, estas casas contêm outros afectos à modernidade, como televisão, telefone, electricidade, água canalizada, saneamento básico, aquecimento central e casas de banho devidamente equipadas. Os elementos modernos encontram-se ainda presentes nos equipamentos e actividades de animação postos à disposição dos hóspedes em 75% das casas, como as piscinas e os campos de ténis. Tal facto empresta validade empírica à indicação de Lanfant (1995: 36), segundo a qual a tradição e a modernidade deixaram de ser vistas enquanto domínios opostos, justamente na esfera turística.

A oferta foi, em larga medida, formatada para ir ao encontro dos desejos e expectativas da procura que analisaremos em seguida, proporcionando a estadia numa casa emblemática da tradição e da ruralidade, seja ela rústica ou senhorial, com as comodidades associadas à vida contemporânea, produzindo uma versão fac-similada e idealizada da arquitectura popular e erudita de matriz rural.

A criação e diversificação da oferta têm sido fundamentalmente impulsionadas pela administração central, que em Portugal tem desempenhado um papel preponderante na conversão dos espaços rurais em espaços turísticos (cf. Cavaco, 1999; Ribeiro, 2003a; Silva, 2007b; 2008), mediante a regulamentação da actividade e a concessão de incentivos financeiros ao seu desenvolvimento, maioritariamente provenientes de fundos comunitários. Entre 1985 e 2006, a entidade responsável pelo turismo em Portugal concedeu cerca de 125 milhões de euros de incentivo financeiro ao turismo de habitação – cerca de 50% do investimento realizado –, que também foi amplamente apoiado por outras entidades e iniciativas nacionais e comunitárias, com destaque para a LEADER (cf. Silva, 2009: 55-63).

Entretanto, como os restantes sectores económicos numa economia de mercado, o turismo de habitação é um sector de vocação privada. Os dados apurados através do IUTER (2001) mostram que a maior parte das unidades pertencem a um só indivíduo (66%), detendo as sociedades

familiares a maioria da percentagem remanescente (33%). Acresce que a maioria das casas são exploradas pelo proprietário (97%), que em 95% dos casos é responsável pelo seu funcionamento e em 50% dos casos é do sexo feminino. A mesma fonte indica que os responsáveis nasceram nas regiões de inserção das unidades, à excepção do Alentejo, onde cerca de 75% das casas estão a cargo de forasteiros, maioritariamente originários da região de Lisboa. A maior parte dos proprietários possuem entre 45 e 60 anos (39%) e detêm uma formação académica superior (56%), obtida em contextos urbanos. Muitas destas pessoas, 51%, para além das funções desempenhadas na casa, exercem outra actividade profissional, com destaque para as profissões intelectuais e científicas (52%) e para a agricultura e criação de animais (21%). Num estudo mais recente sobre o Turismo em Espaço Rural e o Turismo de Natureza – que constitui uma forma de turismo de habitação integrada na rede nacional de áreas protegidas (Decreto-Lei n.º 47/99) –, Neves (2008: 28-30) apresenta resultados similares quanto ao tipo de propriedade, formas de exploração e características dos proprietários.

A entrada dos proprietários na actividade, considerando as entrevistas, foi na maior parte dos casos impulsionada pela recuperação e rentabilização de imóveis obtidos por herança. Mas também há quem tenha adquirido e restaurado imóveis com o intuito de criar um negócio rentável. O estudo de Neves (2008: 36-37) aponta no mesmo sentido. A segmentação dos proprietários elaborada por Ribeiro (2003a: 208-210) afigura-se-nos, neste ponto, particularmente feliz. Existe, por um lado, uma parcela de indivíduos que enveredou pela actividade com um móbil de recuperação de patrimónios arquitectónicos e que tem uma atitude reactiva face ao mercado em razão do seu fraco espírito empresarial, contrariamente aos que procederam à recuperação do património com o intuito de criar um negócio rentável e que apresentam uma atitude pró-activa face à procura. Estas duas estratégias de ingresso na actividade e de atitude face ao mercado, de alguma maneira, dão conta dos distintos agentes envolvidos na promoção do sector. Os materiais compilados nesta investigação permi-

tem identificar quatro grupos de actores:

- Os proprietários ligados às elites de província, que ingressaram na actividade fundamentalmente para recuperar e manter na família o património herdado dos seus ascendentes, com destaque para os solares e casas apalaçadas.
- Os agricultores e criadores de animais que procuram rentabilizar antigas instalações agrícolas, como celeiros, casas de caseiros e arrumos.
- Os indiferenciados, indivíduos que recuperam e adaptam antigas habitações, situadas em aldeias ou nouro tipo de povoações, a fim de retirar dividendos da sua exploração turística.
- Os prevaricadores, indivíduos que ingressaram na actividade para usufruir de incentivos financeiros à recuperação e melhoramento de casas, que funcionam como residência secundária e não como unidades de alojamento turístico.

As características da oferta e dos promotores que acabámos de passar em revista permitem integrar o turismo de habitação no «turismo alternativo» (Smith e Eadington, 1992). Diferentemente do turismo convencional ou de massas, o turismo de habitação tende a ser um turismo localmente controlado, de carácter familiar, de pequena escala e em harmonia com o ambiente físico, social e cultural das comunidades de acolhimento, no qual o cliente é acomodado na casa do anfitrião. O sector reúne, portanto, os quesitos daquilo que Nash (1992: 216) define como «formas alternativas de turismo» (cf. Sharpley, 1999: 240; Dernois, 1981, citado em Pearce, 1992: 17; Lanfant e Graburn, 1992: 92).

Consumo e consumidores do turismo de habitação

As estatísticas sobre o número estimado de dormidas mostram que a procura deste tipo de alojamento aumentou de 31 900 dormidas em 1984 para 664 500 em 2007 (DGT, 2000; 2001; 2002; 2004; 2005; 2006; TP, 2007a; TP, 2008), o que corresponderá a cerca de 1% do número estimado de dormidas em unidades hoteleiras em Portugal (cf. TP, 2007a; 2007b: 40). Neste período, o número de estrangeiros foi quase sempre superior ao de portugueses, revelando uma realidade diferente da que se verifica em

França, onde o mercado doméstico representa mais de 70% da procura deste tipo de unidades (Moinet, 2000) e em Itália, onde este número ascende a 88% (D'Amore, 1988: 8). Para além da preferência pelo ambiente de praia (TP, 2007c: 36), isto estará associado às raízes rurais de grande parte das populações citadinas em Portugal, que quando se deslocam ao campo é no intuito de «ir à terra» visitar familiares e amigos, em casa de quem permanecem alojados, em lugar de frequentar unidades de alojamento turístico. Entretanto, em 2007 o mercado interno protagonizou mais de 55% do número estimado de dormidas no sector, sendo a Alemanha (25%), a Holanda (15%), a Espanha (13%), o Reino Unido (12%) e a França (8%) os principais mercados emissores de dormidas dos residentes no estrangeiro (TP, 2008: 9).

Considerando os livros de registo de clientes e as entrevistas – que enformam uma amostra de cerca de 300 indivíduos –, a procura do turismo de habitação em Portugal é fundamentalmente composta por indivíduos provenientes dos grandes centros urbanos do país e do estrangeiro, como Lisboa, Porto, Amesterdão, Berlim, Londres, Paris e Washington. A maioria dos hóspedes deslocam-se em viatura própria ou alugada, têm entre 31 e 45 anos (41%) e habilitações superiores, exercendo profissões intelectuais e científicas (56%) e de direcção (12%), o que de algum modo é reiterado num estudo mais recente (Neves, 2008: 25-26, 43).

Segundo o IUTER (2001), o tempo médio de estadia é, geralmente, reduzido: 52% dos turistas ficam até duas noites, 33% entre duas e quatro noites e apenas 16% ultrapassam as quatro noites, sendo que os estrangeiros tendem a realizar estadias mais prolongadas. Os dados mais recentemente apurados por Neves (2008: 24-26) apontam num sentido similar.

Este tempo é passado de múltiplas e variadas maneiras, consoante as condições climatéricas, as actividades de animação existentes na unidade ou nas proximidades, as atracções e a disposição dos turistas: a passear, a conhecer as atracções marcadas e não marcadas, a ler, a dormir, a conviver à lareira, a namorar e a degustar pratos e produtos locais. Os turistas consomem o meio rural não só através do olhar (Urry,

2002), mas também do paladar, da audição e do olfacto.

Os consumos destes turistas não se limitam, entretanto, àqueles que é possível efectuar nas zonas rurais, pois existem indivíduos que durante a sua estadia em unidades de turismo de habitação visitam atracções situadas em meios urbanos mais ou menos próximos. A título ilustrativo, refira-se que contactámos com indivíduos que estavam hospedados em casas situadas na região do Minho e que durante a estadia visitaram atracções situadas em Viana do Castelo, Braga e Guimarães. Esta é, no entanto, uma prática mais usual entre os estrangeiros, por razões que se prendem com a intenção de alargarem o leque de conhecimentos sobre o país e com o facto de as suas estadias serem mais prolongadas.

Os portugueses, diferentemente dos estrangeiros, não tendem a frequentar este tipo de casas quando se deslocam a outros países, onde optam pelas formas convencionais de alojamento (hotéis e pensões), por razões que se prendem com os destinos (cidades e estações balneares) e as respectivas motivações. Os dados disponíveis em relação a França validam esta indicação, pois apenas 4% dos estrangeiros que frequentam o campo são originários do Sul da Europa (Moinet, 2000: 89), o mesmo acontecendo com os que se reportam à Galiza, onde os estrangeiros só representam cerca de 10% da procura do turismo de habitação (Sparrer, 2007, citado por Pereiro Pérez, 2009: 278).

O que leva estes indivíduos a viajar e a frequentar as unidades adscritas ao sector? A resposta a esta questão implica considerações teóricas e empíricas relacionadas com as motivações, os comportamentos e as escolhas de destinos. A motivação turística define «uma disposição mental significativa que dispõe adequadamente um actor ou grupo de actores para viajar» (Dann, 1981, citado em Sharpley, 1999: 137), sendo um elemento crucial da procura. Os estudos sobre a motivação turística, geralmente, alertam para a necessidade de considerar os push factors, que despertam no indivíduo o impulso de viajar, e os pull factors, que têm a ver com os atributos dos destinos (cf. Mansfeld, 1992; Pearce, 1995: 18-23; Sharpley, 1999: 131-163). Entretanto, a posição teórica que maior ressonância

empírica apresenta no contexto do turismo de habitação em Portugal é a que advoga que as motivações turísticas derivam de factores de ordem social e psicológica, associados à necessidade real ou imaginária de um indivíduo «quebrar a rotina» ou «escapar da vida quotidiana» em busca de algo que não existe onde habitualmente vive e trabalha, como experiências, conhecimento e paisagens. A motivação envolve, portanto, um elemento de escape e um elemento de busca (cf. Iso-Ahola, 1982, citado em Pearce, 1995: 19), pelo que é necessário atender aos motivos pelos quais os indivíduos resolvem fazer turismo e aos motivos pelos quais escolhem um dado destino.

Como já observámos noutro lugar (Silva, 2007c), a leitura dos depoimentos escritos pelos hóspedes nos livros de honra das casas e as entrevistas e conversas informais realizadas com turistas e anfitriões permitem constatar que a procura destas casas é movida por um conjunto de factores.

Antes de mais, destaca-se o desejo de as pessoas se distanciarem temporariamente das pressões quotidianas do ambiente citadino onde habitualmente vivem e trabalham, em busca de descanso, tranquilidade e contacto com a natureza num ambiente rural, não raramente para, metaforicamente falando, «recarregar baterias». Ao sair da cidade em busca de uma experiência revigorante no campo, estes turistas estão a materializar a vertente popular e sentimental do ideário pastoral de que fala Marx (1967: 5). Produzida por cidadãos, a sensibilidade pastoral implica o afastamento de um mundo artificial e complexo que se encontra na cidade em direcção a um mundo mais simples e natural que se encontra no campo (ob. cit.: 9-10). No caso em estudo, esta saída da cidade em direcção ao campo não tem tanto a ver com os alojamentos, mas mais com as características dos meios rurais onde estão inseridos e com as representações sobre o campo e a cidade.

O campo que atrai e fascina estes cidadãos corresponde à «paisagem intermédia» ou «parcialmente humanizada» de que fala Tuan (1974), uma paisagem que não é selvagem, desprovida de marcas de acção humana, nem tampouco inteiramente humanizada. É uma paisagem que integra superfícies agrícolas cultivadas, manchas

florestais, cursos de água e casas, tanto as que representam a arquitectura popular de matriz rural, as casas rústicas, como as que representam a arquitectura erudita, as casas solarengas e apalaçadas. É, além de mais, uma espécie de «paraíso na Terra», com virtudes que se crêem ausentes na cidade, como a tranquilidade, a natureza, a tradição e a autenticidade.⁷ Trata-se de uma idílica e idealizada do mundo rural, que deixa problemas como a pobreza, a falta de emprego e de serviços, a falência da agricultura e o ressurgimento dos incultos.

Para os hóspedes, o turismo de habitação é o meio preferencial para a desejada imersão no idílio rural, por razões de espaços e de relações. Em termos de espaços, os turistas valorizam o facto de o sector funcionar em casas representativas da ruralidade, sejam estas rústicas ou de feição senhorial, normalmente inseridas numa propriedade rural que tem equipamentos e actividades de animação complementares, com destaque para as piscinas. Em termos de relações sociais, os turistas valoram positivamente a interacção que desenvolvem com os hospedeiros, incluindo os proprietários e os funcionários das unidades. Esta interacção é mais acentuada nos casos em que existe coabitação entre os turistas e os proprietários do que nos casos em que os turistas ficam alojados numa casa independente. Muitas vezes, tal relacionamento vai de encontro ao desejo dos hóspedes de conhecerem gente local e com um conhecimento profundo sobre a região no tocante a atracções, modos de vida, gastronomia, tradições e costumes locais. Estas relações sociais, que por vezes estão na origem da criação de laços de amizade mais ou menos fortes entre hóspedes e hospedeiros, ocorrem no âmbito de um processo de mercantilização da hospitalidade, no sentido em que «a troca social entre hóspedes e hospedeiros, baseada nos princípios da hospitalidade da oferta, foi em larga medida substituída pela troca económica e pela intenção de lucro, muitas vezes encapotada por uma falsa amizade ou até servidão» (Dann e Cohen, 1991: 162). Cohen (1988: 381) refere, a propósito, que o turismo propicia «a mercantilização de um leque alargado de produtos e activi-

dades que antes estavam fora do mercado». Em termos relacionais, muitos turistas opinam ainda que estas casas lhes proporcionam a possibilidade de conviver com familiares e amigos numa relação de proximidade que a vida quotidiana inviabiliza. Refira-se, a propósito, que 75% da procura é constituída por famílias, 38% das quais «com filhos», cabendo aos «grupos de amigos» grande parte da percentagem remanescente (17%) (IUTER, 2001). Tal significa que o turismo de habitação também é um lugar de actualização de relações de amizade e parentesco, à semelhança das residências secundárias (Dubost, 1998), com as quais partilha ainda um outro aspecto relacionado com o desenvolvimento de ligações afectivas aos lugares, pois não é raro existirem hóspedes que frequentam repetidamente a mesma unidade ou diferentes unidades na mesma zona.

A procura do turismo de habitação erudito é não só movida pela sensibilidade pastoral subjacente à frequência do turismo de habitação vernacular, como também por outros factores. Um destes factores prende-se com o desejo de ficar alojado numa casa magnificente, similar às Pousadas de Portugal. Estas casas são, entretanto, mais apreciadas devido à história dos edifícios de suporte, que muitas vezes é multissecular. Para além disto, os turistas tendem a valorizar o facto de estas casas, por vezes, estarem na posse da mesma família desde a sua construção inicial. As famílias proprietárias destas casas são também objecto de fascínio por serem representantes das elites de província, possuindo um elevado estatuto social. O estatuto social destes proprietários, alguns deles detentores de títulos nobiliárquicos, como conde e visconde, é um símbolo que igualmente nos remete para a componente histórica, a história de Portugal e a estratificação social característica da monarquia. Em síntese, para além da atracção exercida pelo campo, a procura do turismo de habitação erudito é movida pelo desejo de estar numa casa requintada e carregada de história e pelo desejo de experimentar os estilos de vida das elites de província. A imersão nos campos é, nestes casos, feita por uma via mais elitista, diferentemente do sucedido com as

casas afectas ao turismo de habitação vernacular, nas quais esta imersão ocorre por uma via mais popular.

A frequência do campo e do sector encontra-se ainda associada ao desejo de conhecer o território nacional mais em pormenor, aquilo que normalmente se designa *Portugal profundo*. Este conhecimento abrange paisagens, costumes, tradições e patrimónios. É por causa desta vontade de conhecimento do país que grande parte dos turistas entrevistados faz *zapping* no território nacional, frequentando unidades situadas em diferentes pontos do país, procurando passar da experiência em si à colecção de experiências.

Finalmente, a frequência do turismo de habitação também decorre da intenção de alguns turistas se afastarem dos destinos turísticos mais procurados e congestionados, como é o caso do Algarve. Significa que os hóspedes do sector se enquadram na versão «romântica» do «olhar turístico» e não na «colectiva», na qual a presença de outros turistas é essencial (Urry, 2002: 150). Contudo, estes hóspedes não se limitam a apresentar uma atitude de distanciamento físico face aos turistas, fazendo-o também em termos conceptuais, dado que estamos perante turistas que não querem ser turistas, que não se revêem nesta condição. Este posicionamento pode ser visto como uma ilustração no campo do turismo dos mecanismos de diferenciação social estudados por Bourdieu (1979). Na óptica deste autor, as classes sociais empreendem estratégias de diferenciação com base na educação, ocupação, residência e bens, incluindo objectos e experiências, tais como férias. Em conjunto, tais elementos fazem parte de distintos *habitus*, que providenciam a base para a reprodução e diferenciação de classes. A legitimidade da adaptação desta análise ao fenómeno turístico encontra-se no facto de o respectivo consumo conferir *status* e distinção social àqueles que o praticam. Os frequentadores do turismo de habitação são disto exemplo, pois crêem e afirmam estar assim a ter uma experiência turística mais valiosa, significativa e autêntica do que aqueles que praticam turismo de massas. Juntamente com a circunstância de não se

considerarem turistas, este facto legitima a inserção dos hóspedes do turismo de habitação na categoria de «anti-turista» proposta por Jacobsen (2000: 286-287).⁸

A vontade de conhecimento da região, a tipologia do alojamento (erudito ou vernacular) e a localização em meio rural são os factores que mais pesam na escolha das casas da maioria dos hóspedes, que por vezes também tem em conta os equipamentos e actividades complementares nelas existentes e os laços de amizade entretanto criados com os seus proprietários. O conhecimento das casas é, normalmente, obtido através da Internet, de familiares e amigos e de experiências anteriores. Tais factos levam Neves (2008: 26-27, 43) a concluir que os hóspedes do Turismo em Espaço Rural e do Turismo de Natureza têm uma autonomia própria, reflectida no modo como tomam a iniciativa de organizar a viagem, escolhem a unidade de alojamento e fazem a respectiva reserva.

Entretanto, existe um grupo mais ou menos restrito de indivíduos que pernoitam no turismo de habitação por razões complementares e distintas daquelas que acabámos de passar em revista e que incluem muitos «entusiastas rurais calmos» e «entusiastas rurais activos» (Kastenholz, 2003: 212-214). São indivíduos que frequentam o campo a fim de visitar familiares e amigos, visitar atracções turísticas e participar em eventos desportivos (caça, pesca e desportos radicais), bem como em certames de outra natureza (feiras de artesanato, festivais de gastronomia e folclore). Estes indivíduos pernoitam nestas casas ou porque são a única forma de alojamento disponível em determinados locais ou por outras razões de natureza casuística. O alojamento de grupos de amigos em casas situadas no Minho para assistir ao festival de música de Paredes de Coura adquire, neste ponto, um valor exemplificativo, o mesmo acontecendo com o alojamento de caçadores em unidades situadas no Alentejo.

Impactos do turismo de habitação

O turismo de habitação surge no quadro de uma política nacional e comunitária de desenvolvimento local em meio rural que favorece o desenvolvimento do turismo, concebido como uma instância susceptível

de combater os efeitos nefastos da desruralização do país iniciada em meados do século XX (cf. Silva, 2008). Globalmente, pretende-se fixar a população rural, dinamizar o tecido socioeconómico das áreas rurais e promover os seus patrimónios (cf. Jordão, 2002: 321). Mas será que o sector contribui para o almejado desenvolvimento rural?

Como referimos noutro lugar (Silva, 2005/2006), considerando o inquérito postal e as entrevistas, os proprietários do turismo de habitação são de opinião que o sector contribui para o desenvolvimento das áreas em que é implantado de diversas formas. Em termos económicos, refere-se que o turismo cria postos de trabalho directos e indirectos e dinamiza o comércio e a restauração. No plano cultural, declara-se que o turismo promove o intercâmbio entre pessoas de diferentes origens geográficas e culturais, fomenta a recuperação de casas e outros patrimónios edificados e assegura a manutenção e criação de algumas tradições. Os hóspedes e outras figuras ligadas ao turismo de habitação têm uma visão similar, especialmente no que respeita aos benefícios económicos que o sector comporta para as populações locais. Mas será que estas percepções traduzem o que realmente se passa no terreno? Ou será que constituem uma expressão da chamada «ideologia do turismo», no âmbito da qual o sector é visto como um meio eficaz e prioritário para o desenvolvimento das áreas mais desfavorecidas (Ribeiro, 2003b: 54)? Os dados seguidamente apresentados são, neste ponto, elucidativos.

À escala do território nacional, tendo em conta os dados apurados através do inquérito postal, verifica-se que o número de postos de trabalho directamente criados pelo sector é diminuto. A maioria das unidades tem apenas um ou dois trabalhadores permanentes (40% e 29%, respectivamente), havendo inclusivamente algumas que não possuem qualquer trabalhador nestas condições (4%). Esta situação também se verifica quanto aos trabalhadores sazonais e aos trabalhadores em tempo parcial. Acresce que muito destes empregados são polivalentes, pertencem à família do titular e em cerca de dois terços dos casos são do sexo feminino. Acontece que muitas casas estão inseridas em dinâmicas

familiares, sendo exploradas pelo proprietário e por parentes não remunerados. Os dados mais recentemente apurados por Neves (2008: 30-33) reiteram estas indicações, evidenciando também os baixos níveis de escolaridade e formação do pessoal ao serviço nas casas de Turismo em Espaço Rural e Turismo de Natureza.

À escala das localidades que foram objecto de estudo de caso, as coisas passam-se de maneira similar. Descartando os proprietários e alguns dos seus familiares, as seis unidades existentes em Estorãos empregam três mulheres da freguesia, uma das quais a tempo inteiro, as dez unidades existentes em Sortelha empregam duas funcionárias a tempo inteiro e as sete unidades existentes em Monsaraz empregam vinte e sete pessoas, vinte das quais vinculadas a um mesmo empreendimento, um hotel rural.

Há, neste ponto, dois aspectos que cumpre salientar. Primeiro, o argumento dos agentes ligados ao sector, segundo o qual o mesmo dinamiza o tecido económico das áreas de implantação pela via da criação de postos de trabalho é discutível. Segundo, o investimento realizado na criação e melhoramento do turismo de habitação em Portugal é desproporcionado face ao número de empregos gerado pelo sector e correlato poder de fixação das populações rurais. Na verdade, o número de postos de trabalho criado através dos cerca de 250 milhões de euros investidos no sector entre 1985 e 2006 é muito residual. É de admitir que o sector envolva a promoção de emprego de forma indirecta, através do desenvolvimento do comércio e serviços. O mais provável, contudo, é que este número, por diversos motivos, não seja avultado. Em primeiro lugar, porque o turismo de habitação é um turismo de pequena escala, que envolve um número restrito de pessoas e que apresenta taxas de ocupação relativamente baixas.⁹ Em segundo lugar, o sector não se encontra devidamente articulado com outros produtos e serviços turísticos, como é o caso da restauração, pois há casos em que os hóspedes têm de deslocar uma dezena de quilómetros para fazer uma refeição.¹⁰ As localidades estudadas de modo mais aturado nesta investigação são, neste ponto, elucidativas. Em Estorãos, o sector não contribui para a criação de empregos indirectos,

pois os três cafés e mercearias da freguesia servem fundamentalmente a população local. Em Sortelha e Monsaraz as coisas não se passam de maneira diferente, pois os espaços comerciais e os serviços turísticos das povoações são fundamentalmente alimentados por outros visitantes que não os hóspedes do turismo de habitação.

O sector permite, entretanto, a manutenção de laços com a propriedade e com a terra por parte de um conjunto de pessoas que, de outra forma, dificilmente residiriam nas áreas rurais. Entre estes indivíduos, destacam-se as elites de província, que regressaram ou se mantêm na província por causa da possibilidade de recuperarem e explorarem turisticamente os seus solares e casas apalaçadas. Apesar de esta situação se verificar um pouco por todo o país, é na região do Norte e particularmente no Minho que ela se torna mais evidente. O turismo de habitação tem precisamente a virtude de permitir recuperar imóveis, o que mantém a habitabilidade dos campos e preserva um valor histórico, sobretudo se tivermos em conta que parte destes imóveis têm séculos de existência. Ao mesmo tempo, o turismo de habitação permite a quem o explora o desenvolvimento de um regime de pluriactividade, auferindo de diferentes fontes de rendimento. É o caso dos agricultores que retiram rendimentos suplementares à actividade agrícola mediante a prestação de serviços de alojamento turístico e a venda de produtos agro-alimentares a forasteiros. Finalmente, o turismo de habitação contribui para a preservação da gastronomia tradicional, dado que as unidades que prestam serviço de restauração têm como imperativo legal a existência de pratos típicos da cozinha nacional e regional, como as papas e arroz de sarrabulho no Minho, a chanfana na Beira Alta e as açordas e o ensopado de borrego no Alentejo.

Ao corroborar os efeitos modestos do turismo de habitação em termos de desenvolvimento rural apontados por outros autores (Cavaco, 1999; Joaquim, 1999; Moreira, 1994; Ribeiro, 2003a), esta pesquisa suscita uma questão: como isto não constitui uma novidade para os mentores das políticas de desenvolvimento rural, porque é que se continua a apostar e investir avultadas

quantias de dinheiro numa estratégia de alcance limitado, sobretudo no combate à desertificação? Por outras palavras, qual é a estrutura de justificação ideológica de uma política inócua, do ponto de vista puramente economicista? Do nosso ponto de vista, tal procedimento estará associado ao valor simbólico que os campos têm vindo a adquirir de modo simultâneo à sua perda de importância social e económica. O processo de urbanização e desruralização de Portugal faz com que se atribua cada vez mais importância simbólica aos campos do país. Para muitos cidadãos, os campos são vistos como repositório das virtudes que se crêem ausentes das cidades, como a tranquilidade, a natureza, a tradição e a autenticidade. Em concomitância, as paisagens rurais são cada vez mais vistas como marcos identitários nacionais nas sociedades contemporâneas em geral (Lowenthal, 1996) e na portuguesa em particular (cf. Sobral, 2004).

Conclusão

O turismo de habitação é, simultaneamente, uma forma alternativa de turismo e uma forma de turismo cultural em meio rural com pouca expressão no universo hoteleiro em Portugal, correspondendo a cerca de 33% do número de estabelecimentos, 4% da capacidade de alojamento e 1% do número estimado de dormidas.

As cerca de 1 000 casas afectas ao sector distribuem-se de forma irregular pelo país, concentrando-se fundamentalmente na região do Norte, com particular incidência no Minho. Ilustrando a existência de correlação positiva entre a desagrarização e a turistificação das áreas rurais de Portugal, 72% destas casas estão inseridas em quintas ou herdades e 75% dos quartos e camas por elas disponibilizados para turistas encontram-se localizados em anexos à casa principal que anteriormente tinham funções associadas à agricultura.

Tendo em conta a traça arquitectónica e o recheio dos edifícios, o sector proporciona dois tipos de alojamento, ambos idealizados. Existe, por um lado, um turismo de habitação erudito que tem lugar em casas de feição senhorial e que recria o modelo de habitação característico das elites de província, juridicamente designado Turis-

mo de Habitação, e, por outro lado, um turismo de habitação vernacular que tem lugar em casas rústicas e que recria o modelo de habitação das pessoas do campo com algumas posses, juridicamente chamado Turismo no Espaço Rural.

Estas casas tendem a pertencer a um só indivíduo, que normalmente as explora de modo directo, sendo também responsável pelo seu funcionamento. Apesar de terem características comuns, como um considerável estatuto social e económico, os proprietários do não formam um grupo homogéneo, em função das razões pelas quais entraram na actividade e do modo como a desenvolvem, sendo possível identificar quatro grupos de actores: 1) elites de província, 2) agricultores e criadores de animais, 3) indiferenciados e 4) prevaricadores.

Embora também não constitua um grupo homogéneo, a procura é fundamentalmente composta por cidadãos de classe média relativamente jovens que se deslocam temporariamente ao campo para romper com o quotidiano e obter uma experiência revigorante.

O campo que atrai e encanta estes turistas é uma espécie de «paraíso na Terra», que tem virtudes que se crêem ausentes na cidade, como a tranquilidade, a natureza, a tradição e a autenticidade. Trata-se de uma imagem do campo idílica e idealizada, que deixa de fora problemas que afectam o mundo rural, como a pobreza, a falta de emprego e de serviços, a falência da agricultura e o ressurgimento dos incultos.

O turismo de habitação é para estes cidadãos o meio preferencial para a desejada imersão no idílio rural, por questões de localização, de espaços e de relações sociais. A par das características intrínsecas do campo e das virtudes inclusas na sua representação social, os factores que caracterizam a procura da acomodação turística em quintas na Nova Zelândia e no País de Gales (Pearce, 1990: 344-345), bem como na Itália, na Alemanha e no Reino Unido (Sharpley, 1996: 85; Sharpley e Sharpley, 1997: 61) são, no essencial, idênticos àqueles que estão por detrás da frequência do turismo de habitação em Portugal. Em França, as coisas passam-se de maneira similar, quer no tocante ao agroturismo, quer noutras

modalidades de turismo rural, incluindo os *gîtes* (Moinet, 2000: 72-93). Significa que o processo de difusão entre as classes médias urbanas de um ideário pastoral de tipo sentimental e popular (Marx, 1967) registado em Portugal faz parte de um fenómeno mais lato, extensível a outros países.

O facto de a oferta ter sido de algum modo formatada para ir ao encontro dos desejos e expectativas destes turistas que não querem ser turistas remete-nos para a perspectiva dos «modos de consumo» considerada por Featherstone (1990) relativamente à cultura de consumo nas sociedades contemporâneas. Nesta perspectiva, a produção é condicionada pelo consumo e este serve de mecanismo de diferenciação social por parte dos consumidores.

As entidades consultadas, os proprietários e os hóspedes do turismo de habitação têm uma visão positiva do sector enquanto agente dinamizador da economia e do emprego ao nível local que, no entanto, se encontra desfasada da realidade. Na verdade, o turismo de habitação gera poucos empregos e tem um papel residual no combate ao abandono das zonas rurais e na dinamização dos seus tecidos sociais e económicos. Os seus aspectos positivos não se encontram, portanto, na esfera económica, mas sim na esfera simbólica. Acontece que o turismo de habitação contribui para manter a habitabilidade dos campos que fascinam as classes médias urbanas do país e do estrangeiro e que, simultaneamente, constituem um alicerce para a identidade nacional.

Finalmente, o turismo de habitação pode ainda ser visto como um indicador dos processos de recomposição social, económica e funcional das zonas rurais de Portugal, resultante, por um lado, de mudanças estruturais ocorridas nas sociedades ocidentais a partir de meados do século XX e, por outro, da mais recente aplicação de políticas nacionais e comunitárias de desenvolvimento rural que promovem e financiam a sua multifuncionalidade, tornando-as em lugares de conservação da natureza e em espaços de produção e consumo de produtos agrícolas, artesanais,

patrimoniais, turísticos e culturais.

Referências bibliográficas

- Bourdieu, Pierre
1979 *La Distinction*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Cavaco, Carminda
1999 “O mundo rural português: desafios e futuros”. Em Carminda Cavaco (org.), *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, pp. 135-148.
- Cohen, Eric
1988 “Authenticity and commoditization in tourism”. *Annals of Tourism Research*, 15: 371-386.
- Crick, Malcolm
1985 “Tracing the anthropological self: quizzical reflections on fieldwork, tourism and the ludic”. *Social Analysis*, 17: 71-92.
- D’Amore, Lúcio
1988 “Le Tourisme dans l’Espace Rural en Italie”. *I Congresso Internacional do Turismo no Espaço Rural*. Viana do Castelo, pp.1-10.
- Dann, Graham, e Eric Cohen
1991 “Sociology and tourism”. *Annals of Tourism Research*, 18: 155-169.
- DGT (Direcção-Geral do Turismo)
2000 *Turismo no Espaço Rural de 1984 a 1999*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.
- 2001 *Turismo no Espaço Rural 2000*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.
- 2002 *Turismo no Espaço Rural 2001*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estratégia e Coordenação Turística.
- 2004 *Turismo no Espaço Rural 2003*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos, disponível em <http://www.turismodeportugal.pt> (acesso em 18-03-2008).
- 2005 *Turismo no Espaço Rural em 2004*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos, disponível em <http://www.turismodeportugal.pt> (acesso em 18-03-2008).
- 2006 *Turismo no Espaço Rural 2005*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos, disponível em

- <http://www.turismodeportugal.pt> (acesso em 18-03-2008).
- Dubost, Françoise (org.)
1998 *L'Autre Maison: La "Résidence Secondaire", Refuge de Générations*. Paris: Autrement.
- Featherstone, Mike
1990 "Perspectives on consumer culture". *Sociology*, 24 (1): 5-22.
- Giménez Guerrero, Maria del Mar
1996 "La red social como elemento clave del desarrollo local. El caso de los Programas Leader de Castilla y Leon". *III Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais*. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, vol. II, pp.408-419.
- Graburn, Nelson, e Jafar Jafari
1991 "Introduction – tourism social science". *Annals of Tourism Research*, 18: 1-11.
- Greenwood, Davydd
1978 "Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization". Em Valène Smith (org.), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, pp.129-138.
- Jacobsen, Jens
2000 "Anti-tourist attitudes: Mediterranean charter tourism". *Annals of Tourism Research*, 27 (2): 284-300.
- Joaquim, Graça
1999 "Turismo e mundo rural: que sustentabilidade?". Em Cavaco, Carminda (org.), *Desenvolvimento Rural – Desafio e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, pp.305-312.
- Jordão, Nuno
2002 "O desenvolvimento rural em Portugal". Em Edelmira Perez Correa, e José Maria Sumpsi (org.), *Políticas, Instrumentos y Experiencias de Desarrollo Rural en América Latina y Europa*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, pp.321-326.
- Kastenholz, Elisabeth
2003 "A gestão da procura turística como instrumento estratégico no desenvolvimento de destinos rurais". Em Orlando Simões, e Artur Cristóvão (org.), *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, pp.203-216.
- Lanfant, Marie-Françoise
1995 "International tourism, internationalization and the challenge to identity". Em Marie-Françoise Lanfant, John Allcock, e Edward Bruner (org.), *International Tourism. Identity and Change*. Londres: Sage, pp.24-43.
- Lanfant, Marie-Françoise, e Nelson Graburn
1992 "International tourism reconsidered: the principle of the alternative". Em Valène Smith, e William Eadington (org.), *Tourism Alternatives*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, pp.88-112.
- Lowenthal, David
1996 "Paysages et identités nationales". Em Marcel Jollivet, e Nicole Eizner (org.), *L'Europe et ces Campagnes*. Paris: Presses de la Fondation Nationale de Sciences Politiques, pp.245-274.
- Mansfeld, Y.
1992 "From motivations to travel". *Annals of Tourism Research*, 19 (3): 399-419.
- Marx, Leo
1967 [1964] *The Machine in the Garden: Technology and the Pastoral Ideal in the America*. Oxford: Oxford University Press.
- Mathieson, Alister, e Geoffrey Wall
1982 *Tourism – Economic, Physical and Social Impacts*. Nova Iorque: Longman Group Limited.
- Mckercher, Bob, e Hilary Du Cros
2002 *Cultural Tourism. The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Nova Iorque: The Hawthorn Hospitality Press.
- Moinet, François
2000 *Le Tourisme Rural: Comment Créer et Gérer*. Paris: France Agricole.
- Moreira, Fernando
1994 *O Turismo em Espaço Rural: Enquadramento e Expressão Geográfica no Território Português*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Nash, Denison
1992 "Epilogue: a research agenda on the variability of tourism". Em Valène Smith, e William Eadington (org.), *Tour-*

- ism Alternatives*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, pp.216-226.
- Neves, A. Oliveira das (coord.)
2008, *Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal*. Lisboa: Direcção Geral de Agricultura e Desenvolvimento rural. Versão disponível em [http://portal.min-agricultura.pt/portal/page/portal/MADRP/PT/servicos/mediateca/publicacoes/publicacoes/ficheiros/Caracteriz_TER.pdf](http://portal.min-agricultura.pt/portal/page/portal/MADRP/PT/servicos/mediateca/publicacoes/publicacoes/ Ficheiros/Caracteriz_TER.pdf) (acesso em 11-08-09).
- Pearce, P. L.
1990 "Farm tourism in New Zealand: a social situation analysis". *Annals of Tourism Research*, XVII: 337-352.
- Pearce, Douglas
1992 "Alternative tourism: concepts, classifications, and questions". Em Valène Smith, e William Eadington (org.), *Tourism Alternatives*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, pp.15-30.
- 1995 [1987] *Tourism Today, a Geographical Analysis*. Essex: Longman.
- Pereiro Pérez, Xerardo
2008 *Turismo Cultural. Uma Visão Antropológica*. La Laguna: Pasos, disponível em <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita2.pdf> (acesso em 15-08-2009).
- Ramos, Francisco
1996 "Para uma antropologia do turismo". Em *Textos Antropológicos*. Monsaraz: Associação de Defesa dos Interesses de Monsaraz, pp.83-106.
- Ribeiro, Manuela
2003a "Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural em Portugal". Em José Portela, e João Caldas (org.), *Portugal Chão*. Oeiras: Celta, pp.199-216.
- 2003b "Pelo turismo é que vamos/poderemos ir (?). Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento local". Em Orlando Simões, e Artur Cristóvão (org.), *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, pp.41-56.
- Santana, Agustín
1997 *Antropologia y Turismo. ¿Nuevas Hordas, Viejas Culturas?*. Barcelona: Ariel.
- Sharpley, Richard
1996 *Tourism & Leisure in the Countryside*. Huntingdon: Elm Publications.
- 1999 *Tourism, Tourists, and Society*. Huntingdon: Elm Publications.
- Sharpley, Richard, e Julia Sharpley
1997 *Rural Tourism: An Introduction*. Oxford: International Thomson Business Press.
- Silva, Luís
2005/2006 "Os impactos do turismo em espaço rural". *Antropologia Portuguesa*, vol. 22/23: 295-317, disponível em http://www.uc.pt/en/cia/publica/AP_artigos/AP22.23.13_Silva.pdf (acesso em 21-09-2009).
- 2007a *Processos de Mudança nos Campos: O Turismo em Espaço Rural*. Tese de Doutoramento em Antropologia. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, policopiado.
- 2007b "Sortelha e Monsaraz: estudo de caso de dois lugares turísticos no interior de Portugal". *Análise Social*, vol. XLII, nº184: 853-874, disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1218644767X7xIE8fa6Ss61NW7.pdf> (acesso em 21-09-2009).
- 2007c "A procura do turismo em espaço rural". *Etnográfica*, vol. XI (1): 141-163, disponível em <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/etn/v11n1/v11n1a08.pdf> (acesso em 21-09-2009).
- 2008 "Contributo para o estudo da pós-ruralidade em Portugal". *Arquivos da Memória*, nº4: 6-25, disponível em http://ceep.fcsh.unl.pt/ArtPDF/02_Luis_Silva.pdf (acesso em 21-09-2009).
- 2009 *Casas no Campo. Etnografia do Turismo Rural em Portugal*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais. Coleção Breve.
- Silva, Maria Cardeira da
2004 "Introdução. Por uma antropologia dos lugares turísticos". Em Maria Cardeira da Silva (org.), *Outros Trópicos*. Lisboa: Livros Horizonte, pp.7-18.
- Smith, Valène, e William Eadington (org.)

- 1992 *Tourism Alternatives*. Filadélfia: University of Pennsylvania Press.
- Sobral, José
- 1999 “Da casa à nação: passado, memória, identidade”. *Etnográfica*, III (1): 71-86.
- 2004 “O genuíno, o espúrio e a identidade local: um estudo de caso das políticas de património em meio rural”. *Etnográfica*, VIII (2): 243-271.
- TP (Turismo de Portugal)
- 2007a *Turismo no Espaço Rural 2006*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos, disponível em <http://www.turismodeportugal.pt> (acesso em 18-03-2008).
- 2007b *Turismo em 2006. Portugal, continente e regiões autónomas*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos, disponível em <http://www.turismodeportugal.pt> (acesso em 18-03-2008).
- 2007c *Férias dos Portugueses 2006*. Lisboa: Direcção de Serviços de Estudos e Estratégia Turísticos, disponível em <http://www.turismodeportugal.pt> (acesso em 18-03-2008).
- 2008 *O Turismo no Espaço Rural 2007*. Lisboa: Turismo de Portugal, <http://www.turismodeportugal.pt/Portugues/conhecimento/estudoseestatisticas/Pages/Turismo%20em.aspx> (acesso em 29-10-2008).
- Tuan, Yi-Fu
- 1974 *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. Nova Jersey: Prentice-Hall.
- Urry, John
- 2002 [1990] *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres: Sage.
- Wang, Ning
- 1999 “Rethinking authenticity in tourism experience”. *Annals of Tourism Research*, 26 (2): 349-370.
-
- ² Só num número residual de casos é que as casas afectas ao turismo de habitação estão localizadas em meios urbanos de grande ou média dimensão, como ocorre com alguns solares e casas apalaçadas.
- ³ Todas as citações de textos em línguas estrangeiras foram traduzidas pelo autor.
- ⁴ As funções da Direcção-Geral do Turismo passaram, em 2007, a ser desempenhadas pelo Turismo de Portugal, I.P. (Decreto-Lei n.º 141/2007).
- ⁵ A região Centro tem 21,9% das casas afectas ao turismo de habitação, a região Lisboa 3%, a região Alentejo 15,8%, a região Algarve 3,0%, a região Autónoma da Madeira 4,8% e a região Autónoma dos Açores 8,0% (TP, 2008a).
- ⁶ Estas casas recriam o modelo de habitação dos camponeses com algumas posses, pois os mais humildes, quando possuíam casa, mantinham-na com um recheio «escasso e pobre: alguma cama, mesa ou cadeira, roupas» (Sobral, 1999: 77). Nos casos em que não existe coabitação entre hóspedes e hospedeiros, este tipo de mobiliário e decoração regista-se um pouco por todo o edifício, ao passo que naqueles em que existe coabitação reflecte-se essencialmente nos espaços de uso comum, como as salas de estar ou lazer e de refeições e os espaços complementares: cozinhas, adegas e jardins.
- ⁷ *A tradição é habitualmente associada à arquitectura popular, à gastronomia, aos produtos locais, ao artesanato e às festas tradicionais. Por seu turno, a autenticidade que se procura é não só a que se atribui aos objectos e ao “outro”, mas também a do próprio ou «existencial»* (Wang, 1999).
- ⁸ Um número significativo destes turistas afirma ter e já ter tido experiências turísticas em contextos caracterizados por um turismo de massas, como é o caso do Algarve e do Sul de Espanha, que ajudam a construir uma imagem negativa do turista convencional.
- ⁹ O organismo tutelar do turismo em Portugal indica que entre 1986 – ano em que foi feita a primeira estimativa desta variável – e 2007 as unidades afectas ao sector registaram uma taxa de ocupação/cama que oscilou entre os 9% em 1992 e os 19% em 1999 (DGT, 2000; 2001; 2002; 2004; 2005; 2006; TP, 2007a; TP, 2008a).

NOTAS

¹ Este artigo vem na sequência de uma dissertação de doutoramento em Antropologia, orientada pelo Prof. Doutor João Leal e financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, recentemente publicada em livro (Silva, 2007a; 2009).

¹⁰ Os serviços e actividades de animação ao dispor dos hóspedes têm maioritariamente lugar fora das propriedades de inserção das unidades, em regime de cooperação informal, pelo que o sistema de funcionamento em rede, condição de desenvolvimento local e regional (Giménez Guerrero, 1996), é praticamente inexistente. Isto é válido para as redes formais, pois as informais apresentam um desenvolvimento significativo.

Recibido: 24/07/2009
Reenviado: 21/09/2009
Aceptado: 01/11/2009
Sometido a evaluación por pares anónimos