

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

William Cleber Domingues Silva
(Organizador)

2



Atena
Editora

Ano 2021

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Turismo, cidades, colecionismo e museus 2

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Bruno Oliveira
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: William Cleber Domingues Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T938 Turismo, cidades, colecionismo e museus 2 / Organizador William Cleber Domingues Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-470-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.709212309>

1. Turismo. I. Silva, William Cleber Domingues (Organizador). II. Título.

CDD 338.4791

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

A coleção “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II é uma obra que tem como foco principal a discussão científica por intermédio de trabalhos diversos que compõem seus capítulos. O volume aborda 12 capítulos que permitirão aos leitores terem acesso a investigações de pesquisadores da área de turismo atuantes no Brasil e no exterior.

Sendo assim, o objetivo central desse livro foi o de debater, refletir e apresentar aos interessados diferentes temáticas e abordagens científicas que podem contribuir com o desenvolvimento do setor de turismo em diversas cidades e regiões.

Paralelamente a isso é importante destacar que a obra “Turismo, cidades, colecionismo e museus” volume II complementa o primeiro volume podendo servir de fonte de consulta tanto para acadêmicos da área de turismo quanto para gestores públicos interessados no desenvolvimento local.

Diante disso e a partir da apresentação de resultados práticos convidamos todos a fazerem conosco uma grande viagem através da leitura dos 12 capítulos que compõem essa obra no campo das ciências sociais aplicadas.

No que se refere à divulgação e disseminação de conhecimentos nas mais diferentes áreas, destacamos o papel da Atena Editora que através de sua equipe e plataforma consegue congrega investigadores, metodologias e resultados de pesquisas que podem servir de base para novas investigações ou intervenções na realidade de muitos.

Uma boa viagem a todos!

William Cleber Domingues Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

MUSEUS E CRIANÇAS DO CAJUEIRO: AÇÕES DA 14ª SEMANA NACIONAL DE MUSEUS

Carollina Rodrigues Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123091>

CAPÍTULO 2..... 8

MARKETING TURÍSTICO ATRAVÉS DAS REDES SOCIAIS DE QUITO E SANTIAGO DE COMPOSTELA, CIDADES PATRIMÔNIO MUNDIAL

Pamela Belén Tipán Fraga

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123092>

CAPÍTULO 3..... 17

ÍNDICES FINANCEIROS DO SETOR DE TURISMO

Marina Elizabeth Salazar Herrera

Susana Sánchez Solís

Dora Emilia Aguirre Bautista

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123093>

CAPÍTULO 4..... 25

TURISMO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO (UC): ECOTURISMO E AS PRÁTICAS DE LAZER COMO FORMA DE SUSTENTAÇÃO DA RELAÇÃO DO HOMEM E A NATUREZA

Paula Cristina Pereira Rodrigues Chaves

Joise Simas de Souza Maurício

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123094>

CAPÍTULO 5..... 32

TURISMO PEDAGÓGICO EM COMUNIDADE URBANA E SUAS POSSIBILIDADES, ARACAJU-SE

Flaviano Oliveira Fonsêca

Jorgenaldo Calazans dos Santos

Jéssika Amanda de Oliveira Bispo

Adinagruber da Conceição Lima

Érica dos Santos Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123095>

CAPÍTULO 6..... 40

DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA: DESAFIOS, OPORTUNIDADES, SUSTENTABILIDADE

Filipa Canavarró de Morais

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123096>

CAPÍTULO 7	54
TURISMO COMO UMA INDÚSTRIA CULTURAL: AS OFERTAS DE LAZER NA CIDADE DE ARAXÁ – MG	
Luana Ludmila Alves Boaventura	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123097	
CAPÍTULO 8	69
MODERNIDADE E UTOPIA: INFLUÊNCIAS NA REGIÃO DA RUA 25 DE MARÇO E NO COMÉRCIO DA CIDADE DE SÃO PAULO	
Lineu Francisco Oliveira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123098	
CAPÍTULO 9	80
TURISMO NO ESPAÇO RURAL EM PORTUGAL – UMA ANÁLISE QUANTITATIVA DA OFERTA E DA PROCURA	
Maria Lúcia Pato	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.7092123099	
CAPÍTULO 10	88
A PERCEPÇÃO DOS <i>STAKEHOLDERS</i> E REPRESENTAÇÕES (VOZES) NO MODELO BARÔMETRO DE SUSTENTABILIDADE DE TURISMO (BST), NO LITORAL NORTE DE SERGIPE	
Mary Nadja Lima Santos	
José Carlos Santos Cunha	
Tiago Guimaraes de Oliveira	
Autran Ávila Pimentel	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230910	
CAPÍTULO 11	98
CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E CORRETIVA NA CRIAÇÃO DE UMA EXPOSIÇÃO: VISÕES DA LUZ / MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS	
Antonio Carlos Martins	
Beatriz Beltrão Rodriguez	
Ivo Antonio Almico	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230911	
CAPÍTULO 12	114
CONDICIONANTES GEOGRÁFICOS DO MUNICÍPIO DE BARRA DOS COQUEIROS E PERSPECTIVAS PARA DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO LOCAL	
José Carlos Santos Cunha	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.70921230912	
SOBRE O ORGANIZADOR	127
ÍNDICE REMISSIVO	128

TURISMO NO ESPAÇO RURAL EM PORTUGAL – UMA ANÁLISE QUANTITATIVA DA OFERTA E DA PROCURA

Data de aceite: 02/09/2021

Data de submissão: 01/08/2021

Maria Lúcia Pato

Instituto Politécnico de Viseu, Escola Superior
Agrária, Viseu, Unidade de Investigação
CERNAS e GOVCOOP
<https://orcid.org/0000-0002-2286-4155>

RESUMO: Nascido na década de oitenta em Portugal, o turismo no espaço rural (TER) tem vindo gradualmente a afirmar-se no país, quer pelo lado da oferta quer pelo lado da procura. O produto turístico pode constituir-se como complemento ou alternativa a outros produtos turísticos, particularmente o produto de Sol e Mar. Encontra-se disseminado por todo o país, mas é nas regiões Norte, Centro e/ou Alentejo, que o seu desenvolvimento tem adquirido maior destaque, contribuindo assim para atenuar as assimetrias em termos de desenvolvimento turístico. Apesar de alguns efeitos sentidos, as repercussões que têm induzido nos territórios rurais são ainda muito ténues, o que indicia a necessidade de uma política mais adequada às necessidades e características dos diferentes territórios rurais.

PALAVRAS - CHAVE: Turismo no Espaço Rural, Portugal, Oferta, Procura, Desenvolvimento Turístico.

RURAL TOURISM IN PORTUGAL – A QUANTITATIVE ANALYSIS OF SUPPLY AND DEMAND

ABSTRACT: Born in the eighties in Portugal, rural tourism (TER) has been gradually asserting itself in the country, both on the supply side and on the demand side. The tourist product can be a complement or alternative to other tourist products, particularly the Sun and Sea product. It is spread throughout the country, but it is in the North, Center and/or Alentejo regions that its development has greater prominence, thus contributing to alleviate asymmetries in terms of tourist development. Despite some effects felt, the repercussions that have had on rural territories are still very slight, which indicates the need for a policy more suited to the needs and characteristics of different rural territories.

KEYWORDS: Rural Tourism, Portugal, Supply, Demand, Touristic Development

1 | INTRODUÇÃO

Desde a década de oitenta, têm sido apontados novos instrumentos e formas de desenvolvimento das áreas rurais. Entre essas novas formas de desenvolvimento sublinham-se as atividades de turismo e lazer, por vezes como complemento à atividade agrícola ou às atividades económicas dos meios rurais.

Por outro lado, o turismo rural tem sido impulsionado pela nova procura turística, sobretudo urbana, que tende a procurar experiências novas, singulares e autênticas.

Esta nova procura associa frequentemente o rural a espaço de consumo e não de produção (Figueiredo, 2011), aliás como também muitas vezes transmitido pela comunicação social e pelas redes sociais.

À luz desta nova procura e numa tentativa de diversificação do turismo nacional, que assenta muito no Turismo de Sol e Mar, o governo português decidiu criar na década de oitenta, especificamente em 1986, o Turismo no Espaço Rural (TER). Efetivamente o produto turístico foi definido como *“a atividade de interesse para o turismo, com natureza familiar, que consiste na prestação de hospedagem em casas que sirvam simultaneamente de residência aos seus donos”* ou representantes (DL n.º. 256/86, de 27 agosto), podendo integrar a forma de Turismo de Habitação (TH), Turismo Rural (TR) ou Agroturismo (AG).

Com apenas estas três modalidades e pouco mais de uma centena e meia de casas aquando da criação do produto turístico (Pato, 2012), o TER tem vindo gradualmente a afirmar-se no país, pelo menos por via do número de empreendimentos turísticos, contabilizando-se em 2011 um milhar de empreendimentos (Pato, 2012) e em 2017 cerca de 1400 empreendimentos de TER e TH (INE, 2018). A acompanhar a oferta em termos de empreendimentos, a procura tem também aumentado, sendo que o número de dormidas nos empreendimentos de TER e TH passou de pouco mais de 50000 dormidas aquando da criação do produto turístico (Pato, 2012), a cerca de 1,7 milhões em 2017 (INE, 2018).

Com base nos dados fornecidos pelo Turismo de Portugal (TP) e através de análises descritivas, o objetivo deste trabalho são o de analisar as tendências de desenvolvimento quantitativo do TER e TH em Portugal do lado da oferta e da procura e refletir sobre as ténues repercussões da atividade turística.

2 | METODOLOGIA

Numa primeira fase procedemos à análise da literatura sobre o produto turístico em apreço e as suas repercussões nos territórios rurais. Posteriormente, numa segunda fase, com base nas estatísticas fornecidas pelo Turismo de Portugal acerca do produto turístico, recorreu-se a análises descritivas simples com o intuito de explorar regiões e modalidades de mais e menos oferta/procura turística do produto turístico.

No entanto é de referir que uma vez que a partir de 2012 os dados passaram a ser recolhidos pelo Instituto Nacional de estatística (INE), não nos foi possível fazer comparação com dados anteriores a esse ano, sendo este o motivo pelo qual o último ano em análise é 2011.

3 | RESULTADOS

3.1 A evolução quantitativa da oferta TER e do TH em Portugal

Os primeiros dados estatísticos acerca do TER remontam a 1984 (quando surgiram as primeiras estatísticas da Direção Geral de Turismo). Nesse ano foram contabilizadas 103 casas de TH e passados dois anos quando se dá o enquadramento legal da atividade esse número ascendia já a 154 unidades ou empreendimentos (Figura 1). A partir desse ano, o número de empreendimentos de TER e TH tem aumentado, contabilizando-se em 2011 cerca de um milhar. Conforme a Figura 1 os maiores aumentos deram-se entre 1991 e 1992 e 2001 e 2002, com um aumento positivo de 181 empreendimentos em cada um dos períodos considerados.

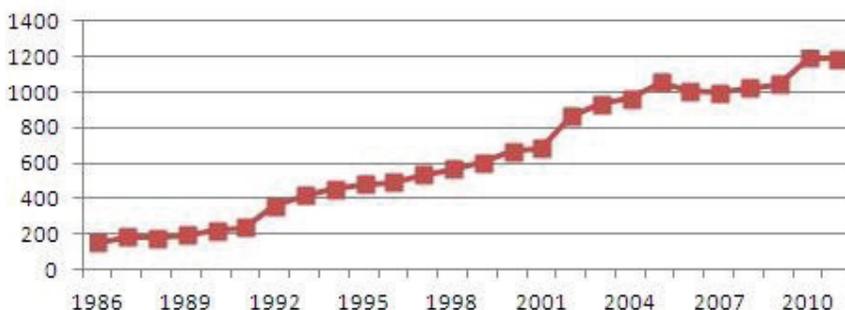


Figura 1 – Evolução da oferta do TER e TH (1986-2011)

Fonte: Pato, 2012 & TP, 2013

Entre 2004 e 2011 o crescimento da oferta do número de empreendimentos de TER e TH é aliás superior à Hotelaria Tradicional (HT) em 18%. Embora ainda com um peso minoritário no país, este tipo de oferta adapta-se bem a algumas regiões, das quais se salientam as mais rurais, mas também mais ricas em recursos baseados nas próprias comunidades rurais e no respetivo património histórico, cultural e patrimonial.

3.1.1 Distribuição da oferta do TER e do TH (2007-2011) por regiões

Centrando a análise na distribuição de empreendimentos por regiões ou NUTS (Nomenclatura de Unidades Territoriais), o Norte seguido do Centro são as duas regiões com maior número de empreendimentos (Figura 2). A maior distribuição de empreendimentos no Norte de Portugal não será certamente alheia ao facto da associação de turismo rural mais antiga e com mais notoriedade do país (TURIHAB) estar sediada nesta região. Por outro lado, ambas as regiões possuem potencialidades únicas para a promoção deste tipo de turismo, o que pode também ter estimulado muitos promotores a aderirem à atividade.

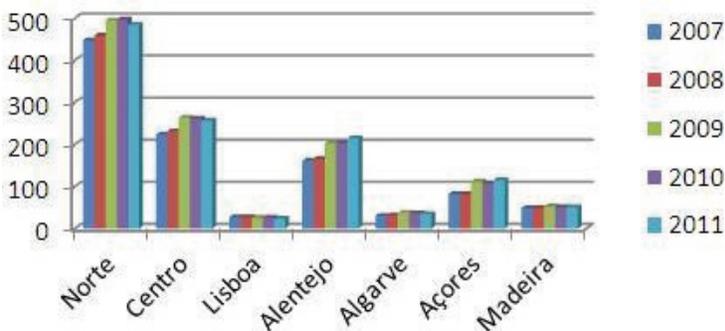


Figura 2 – Oferta no TER e TH por região (2007-2011)

Fonte: TP, 2013

Na região Norte destaca-se desde logo a presença do rio Douro, a paisagem do Alto Douro Vinhateiro, o parque nacional Peneda Gerês, o património arqueológico de Foz Côa, a riqueza da região em termos gastronómicos e vinhos (exemplo do vinho do Porto). Na região Centro, destaca-se igualmente a paisagem, o Parque Natural da Serra da Estrela e a riqueza em termos de gastronomia e vinho (por exemplo o vinho do Dão).

Em ordem inversa em termos do número de empreendimentos, afigura-se Lisboa e o Algarve, regiões onde a hotelaria tradicional aliada ao produto *city breaks* (em Lisboa) e “turismo de sol e mar” (no Algarve) tem um peso manifestamente preponderante (TP, 2007).

3.1.2 Distribuição da oferta do TER e do TH (2007-2011) por modalidades

No que diz respeito à distribuição por tipo de empreendimentos no quinquénio em análise, observa-se que a modalidade Casa de Campo (CC) é a mais popular em termos do número de empreendimentos, seguida do TH (Figura 3).

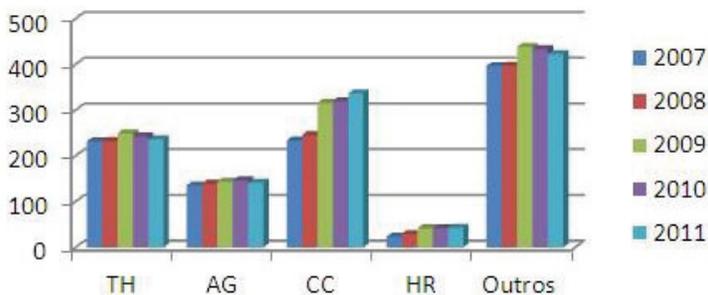


Figura 3 – Oferta no TER e TH por modalidade (2007-2011)

Nota: “Outros” inclui as modalidades TR e turismo de aldeia (TA) que à data não se reconverteram nouro tipo de empreendimentos.

Fonte: TP, 2013

Uma vez que as CC são menos exigentes em termos da qualidade dos edifícios e do seu recheio (Ribeiro, 2003), a maior representatividade da modalidade poderá indiciar o acesso à atividade por parte das famílias rurais portuguesas menos abastadas economicamente. Por outro lado, o peso que o TH continua ainda a possuir enquanto modalidade de alojamento originalmente integrada no TER, indicia que (devido às exigências em termos da qualidade dos edifícios e do seu recheio), muitos dos seus promotores continuam certamente a pertencer a famílias com recursos patrimoniais. Na análise efetuada vale a pena ainda observar que o AG, embora ainda que de forma modesta, tem vindo a perder popularidade. Sendo esta modalidade aquela que mais de perto se relaciona com a atividade agrícola, aprez-nos perguntar qual tem vindo a ser o papel da agricultura e das respetivas atividades agrícolas no desenvolvimento do produto turístico?

3.2 A evolução quantitativa da procura do TER e do TH em Portugal

A procura pelo TER e TH ao longo deste quarto de século teve uma evolução igualmente considerável.

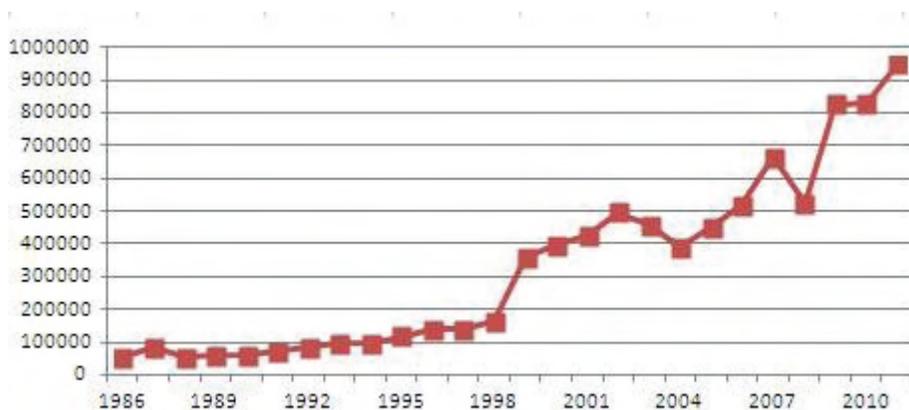


Figura 4 – Evolução das dormidas no TER e TH (1986-2011)

Fonte: Pato, 2012 & TP, 2013

Em 1986 quando se deu o enquadramento legal da atividade o número de dormidas ascendia já a 53126, sendo que a partir daí o número de dormidas neste tipo de empreendimentos não parou de crescer. Em 2011 contabilizaram-se cerca de 948700 dormidas nestes empreendimentos (Figura 4).

Não obstante a quebra verificada em alguns anos, particularmente em 2004 e 2008, Sublinhe-se que o grande aumento de dormidas nestes empreendimentos verifica-se a partir de 1998 e particularmente nos últimos três anos em análise. Esta grande procura deve-se provavelmente à consciência cada vez maior dos benefícios deste tipo de atividade

em relação a outros tipos de turismo. Por outro lado, os recentes atentados terroristas que tem deixado um rasto de morte um pouco por todo o mundo e que podem afastar as pessoas de locais habitualmente mais procurados, poderão ajudar a explicar este interesse crescente pelo TER e TH.

3.2.1 Distribuição da procura do TER e do TH (2007-2011) por região

Centrando agora a análise de dormidas por região, verifica-se que o Norte e o Alentejo são as duas regiões com maior número de dormidas no TER e TH (Figura 5). Este dado não será certamente alheio ao facto de ambas as regiões possuírem enormes potencialidades para o *touring* cultural e paisagístico e para a gastronomia e vinhos (TP, 2007).

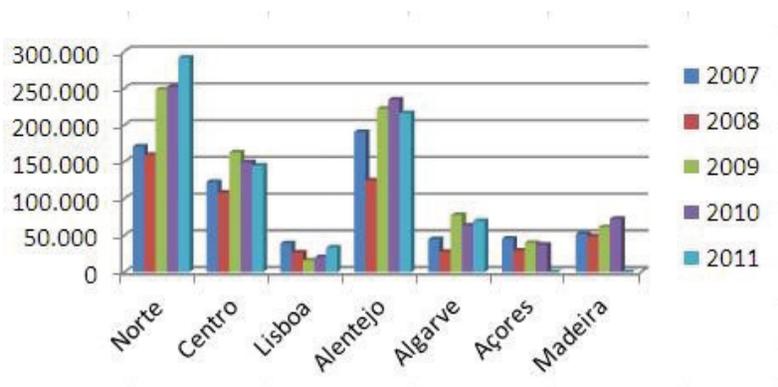


Figura 5 – Evolução das dormidas no TER e TH por região (2007-2011)

Fonte: TP, 2013

Ao mesmo tempo, o facto de ambas as regiões possuírem estruturas profissionais (especificamente, a TURIHAB E A CENTER que estão localizadas no Norte, e a associação Casas Brancas sediada no Alentejo) de apoio à dinamização da oferta turística e bem assim de apoio à promoção e comercialização dessa oferta, poderá explicar a maior procura pelo turismo rural.

3.2.2 Distribuição da procura do TER e do TH (2007-2011) por modalidade

Em termos da procura no quinquénio 2007-2011, verifica-se que as dormidas nas CC prevalecem, logo seguidas das dormidas nos Hotéis Rurais (HR). Observa-se também que a modalidade de AG, no global, é a menos procurada pelos turistas (Figura 6).

Este facto poderá ser explicado pela maior autonomia e independência que quer as CC, quer os HR proporciona aos turistas.

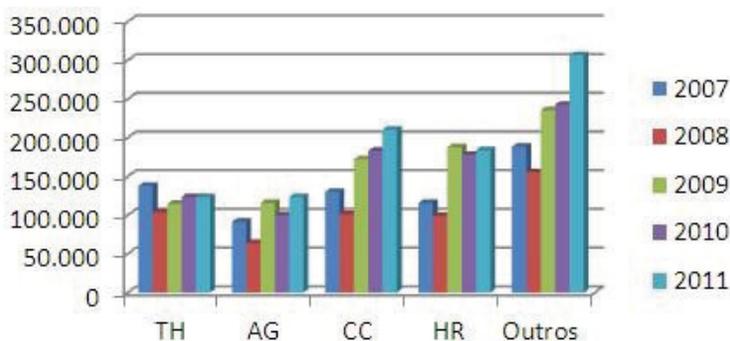


Figura 6 – Evolução das dormidas no TER e TH por modalidade (2007-2011)

Nota: “Outros” inclui as modalidades TR e turismo de aldeia (TA) que ainda não se reconverteram

Fonte: TP, 2013

Apesar disto, as taxas de ocupação-cama continuam ainda a ser relativamente baixas no TER e no TH, situando-se em 2011 apenas nos 17,1% (TP, 2013).

4 | CONCLUSÃO

A análise quantitativa dos dados evidencia o crescimento quer da oferta quer da procura do TER e TH. Pelas suas potencialidades, existem determinadas regiões onde essa oferta e conseqüentemente a procura é mais evidente. O Norte e o Centro em termos de oferta de empreendimentos e o Norte e o Alentejo em termos da procura. Se o produto turístico se revela como extremamente importante para determinadas regiões, sobretudo as mais rurais e mais interiores, sob o nosso ponto de vista poderia ser mais enfatizado nas estratégias de desenvolvimento nacional de Turismo. Com efeito o produto turístico só de forma muito ténue foi referido no Plano Estratégico Nacional de Turismo (2007), que enfatiza outros produtos turísticos. Por outro lado, as repercussões que a oferta e a procura têm gerado nos próprios territórios são ainda muito ténues (Pato, 2012), o que mais uma vez indicia a necessidade de políticas mais adequadas às necessidades e características dos diferentes territórios.

Este trabalho tem limitações, particularmente as que se prendem com o facto de apenas podermos ter feito comparações em termos de evolução dos números até 2011, uma vez que a partir de 2012 os dados passaram a ser recolhidos pelo INE. Todavia dada a relevância do produto turístico no presente, sobretudo pelas questões da pandemia COVID 19, uma pista para pesquisa futura seria a de atualizar estes dados.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto Ref^a UIDB/00681/2020. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação CERNAS e ao Instituto Politécnico de Viseu pelo apoio concedido.

REFERÊNCIAS

Figueiredo, E. (2011). **Um rural cheio de futuros?** In E. Figueiredo (Ed.), *Rural Plural* (pp. 13-19). Castro Verde: 100Luz.

Instituto Nacional do Turismo, 2018. **Estatísticas Nacionais do Turismo, 2017**. Lisboa: INE.

Pato, L. (2012). *Dinâmicas do turismo rural - impactos em termos de desenvolvimento rural*. PhD thesis, Universidade de Aveiro, Aveiro.

Ribeiro (2003). **Espaços rurais como espaços turísticos**. In J. Portela & J.C. Caldas, *Portugal Chão* (199-215). Oeiras: Celta Editora.

TP. (2007). **Plano Estratégico Nacional para o Turismo**. Lisboa: TP.

TP. (2013). **Anuário das Estatísticas de Turismo 2012**. Lisboa: TP.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Análises 33, 58, 65, 81, 98

Aspectos Turísticos 114

B

Barra dos coqueiros 114, 116, 125, 126

C

Conservação Preventiva 98, 99, 100, 101, 102, 103, 107, 110, 111

D

Desenvolvimento Turístico 40, 42, 43, 47, 48, 51, 61, 66, 80, 88, 114, 115, 122, 123

Diversificação e inovação 40, 49

E

Educação 1, 2, 4, 5, 6, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 44, 89, 95, 98, 114, 120

Educação Patrimonial 1, 4, 5, 6, 39, 98

Exposição 3, 5, 98, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 111, 112

F

Ferramenta Pedagógica 32

I

Identidade 1, 2, 4, 5, 6, 33, 37, 42, 43, 49, 92, 100

Impactos 26, 27, 28, 29, 30, 40, 41, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 55, 64, 65, 87, 94, 95, 119, 122

Índices Financeiros 17

Indústria Cultural 54, 55, 56, 57, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 67, 68

Inovação 31, 40, 41, 47, 49, 98

Intervenção Curativa 98, 99, 100, 103, 106, 108, 110, 111

L

Lazer 6, 25, 26, 28, 29, 30, 36, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 65, 66, 67, 68, 80, 92, 125

Litoral Norte. Sergipe 88

M

Mercantilização do lazer 54, 58

Método Delphi 88

Modernidade 69, 73, 74, 79

Museologia 98

Museus 2, 9, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

O

Oferta Turística 11, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 85, 88, 92, 93

P

Patrimônio Cultural 1, 6, 98, 99, 100

Percepção de Stakeholders 88

Planejamento 3, 29, 31, 36, 39, 65, 67, 69, 90, 93, 110, 120, 122, 123

Portugal 1, 31, 40, 80, 81, 82, 84, 87

Procura 28, 40, 43, 46, 47, 48, 50, 51, 53, 80, 81, 84, 85, 86, 89

Promoção Turística 65

Q

Quito 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

R

Redes Sociais 8

S

Sacoleiro 69

Santiago de Compostela 8, 9, 10, 12, 13, 14

Sustentabilidade 5, 6, 26, 27, 29, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 88, 89, 91, 95, 96

T

Território 1, 2, 3, 4, 5, 6, 35, 71, 76, 96, 119, 124

Turismo 2, 9, 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 118, 121, 122, 125, 126, 127

Turismo Pedagógico 32, 33, 34, 36, 37, 39

Turismo Rural 81

Turismo Sustentável 26, 27, 52, 88, 89, 90, 95, 96, 97, 126

U

UNESCO 8, 9, 11, 111

Unidades de Conservação 25

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021

Turismo, Cidades, Colecionismo e Museus

-  www.arenaeditora.com.br
-  contato@arenaeditora.com.br
-  [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)
-  www.facebook.com/arenaeditora.com.br

2



 **Atena**
Editora

Ano 2021