



Geografia do Lazer e do Turismo

JOSÉ MANUEL SIMÕES

programa

Estudos para o Planeamento Regional e Urbano nº 66
Centro de Estudos Geográficos

UNIVERSIDADE DE LISBOA
2005

José Manuel Simões

GEOGRAFIA DO LAZER E DO TURISMO

*(PROGRAMA PARA UMA DISCIPLINA
DE OPÇÃO DA LICENCIATURA EM GEOGRAFIA)*

Estudos para o Planeamento Regional e Urbano nº 66

Centro de Estudos Geográficos

Universidade de Lisboa

2005

FICHA TÉCNICA

Título: *Geografia do Lazer e do Turismo*

Autor: José Manuel Simões

Concepção da capa: Patrícia Gouveia

Figura da capa: Praia da Nazaré, 2005 (Foto de José Manuel Simões)

Unidade de Investigação: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa

Edição e Distribuição: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa

Impressão: David Barreira

Tiragem: 150 exemplares

ISBN: 978-972-636-173-2

Depósito Legal: 253430/07

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 por gente e lugares diferentes, tem induzido um crescendo de fluxos que se entrecruzam, espontânea e livremente, à escala planetária, miscigenando culturas”.

(José Manuel SIMÕES, 1993)

Le Touriste - Les préceptes du MIT

- ✓ *Tu ne considéreras pas le touriste comme un mouton et un groupe de touristes comme un troupeau.*
- ✓ *Tu feras la différence entre un groupe de cars de touristes et un panzer division*
- ✓ *Tu ne vendras pas deux fois la même chambre d'hôtel ou la même place d'avion.*
- ✓ *Tu te contenteras de vendre cette dernière à monsieur Dupont au double du prix de son voisin de voyage.*
- ✓ *Tu logeras au moins une nuit dans l'hôtel que tu recommandes dans ton guide ou que tu inscriis sur ton catalogue de vente, ou que tu as construit.*
- ✓ *Tu goûteras les plats que tu décris dans ton guide.*
- ✓ *Tu ne teinteras pas à l'encre violette un cristal de roche pour en faire de l'améthyste.*
- ✓ *Tu n' essaieras pas de faire passer le flamenco pur une danse majorquine.*
- ✓ *Tu ne diras pas de mal de ceux qui prennent la peine d'apporter ton revenu à domicile.*
- ✓ *Tu n'insulteras pas en tahitien les touristes venus t'admirer danser le tamouré.*
- ✓ *Si un touriste commet un délit, tu n'incrimineras pas la catégorie à laquelle il peut momentanément appartenir, pas plus que tu n'incrimineras sa classe d'age, sa religion, sa nationalité ou sa couleur de peau.*

**(Équipe MIT- Mobilités, Itinéraires, Territoires;
Univ. Paris, 2002)**

ÍNDICE

Nota Prévia	9
Preâmbulo	11
0. JUSTIFICAÇÃO DE UMA DISCIPLINA	15
1. ORGANIZAÇÃO DO ENSINO E DO PROGRAMA	17
1.1. Considerações preliminares	19
1.2. Âmbito e grandes objectivos do programa	23
1.3. Estrutura do programa	26
1.4. Os métodos de ensino e de avaliação	29
1.5. Bibliografia	34
1.6. Cronograma do ensino	39
1.7. Sinopse da estrutura e conteúdo do programa	40
1.8. Síntese esquemática das interligações existentes entre os vários pontos programáticos	42
2. DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA	43
I. Lazer e turismo: objecto, princípios e conceitos	45
1.1. Natureza e fundamentos da geografia do lazer e do turismo	47
1.2. Aproximação conceptual ao lazer e ao turismo	50
II. O Turismo no Mundo: evolução, componentes, processos e padrões	55
2.1. A aventura do turismo	57
2.2. O sistema turístico contemporâneo	64
2.3. Turismo e território	68
III. O Turismo em Portugal: desenvolvimento, estruturação e organização	73
3.1. Desenvolvimento e consolidação da actividade turística	75
3.2. A estruturação regional do turismo português	80
3.3. A política nacional de turismo na viragem do milénio	82
IV. Planeamento turístico: políticas, metodologias, instrumentos e lições de experiência	85
4.1. A política de turismo na actualidade: o desafio da sustentabilidade	87
4.2. Metodologias e instrumentos de planeamento turístico	89
4.3. Lições de experiência do planeamento turístico regional e local	92
ANEXO – Guião Detalhado de apoio ao estudo e à pesquisa	95
I. Lazer e turismo: objecto, princípios e conceitos	97
II. O Turismo no Mundo: evolução, componentes, processos e padrões	113
III. O Turismo em Portugal: desenvolvimento, estruturação e organização	139
IV. Planeamento turístico: políticas, metodologias, instrumentos e lições de experiência	161

NOTA PRÉVIA

A presente edição do programa da disciplina “*Geografia do Lazer e do Turismo*” reproduz quase na íntegra a versão apresentada à Universidade de Lisboa em Julho de 2004 para a obtenção do título de Professor Agregado, em conformidade com o disposto no Decreto-Lei n.º 301/72 de 14 de Agosto.

PREÂMBULO

Quem não gosta de lazer e turismo?!

No século XVI, o inglês Thomas MOORE preconizou, na sua obra *“A Utopia”*, uma sociedade ideal onde homens e mulheres pudessem ter momentos de libertação da dureza do quotidiano do trabalho agrícola. Alguns séculos passados, LAFARGUE, genro e discípulo de Karl MARX, na sua obra *“Le Droit à la Paresse”* (1883) reivindicou a necessidade de redução do horário de trabalho do operariado. Pouco depois, Thorstein VEBLEN publicou *“The Theory of Leisure Class”* (1899) e dava substância a um novo ramo da pesquisa sociológica. Desde então, cronologicamente, outros se seguiriam, como Robert e Helen LYND, Stanislaw STRUMILIN, LUNDBERGH, KOMAROVSKY, McIVERNY, RIESMAN, John Kenneth GALBRAITH, Max KAPLAN, Nels ANDERSON, Georges FRIEDMAN, Joffre DUMAZDIER, ... e tantos outros.

Precisamente, Joffre DUMAZDIER, sociólogo francês, editou no início dos anos sessenta o livro *“Vers une Civilization de Loisir”* (1962). Estava assim dado o mote para futuras análises da temática do lazer e turismo e, sobretudo pronunciava-se que cada vez mais os tempos de lazer teriam uma importância crescente na nossa sociedade. Prenúncio ou não, a realidade no início do terceiro milénio é a de que as actividades de lazer e turismo constituem já um dos principais motores da economia mundial e uma das grandes marcas identitárias da sociedade actual.

Certamente por isso, eu também não podia ficar indiferente ao fenómeno! De resto, foi o gosto por conhecer outros lugares, povos, costumes e patrimónios, que, inicialmente, me trouxe até à Geografia. Alguns anos mais tarde, por via familiar, passaria mesmo a conviver regularmente com um dos mais carismáticos jornalistas portugueses do sector do turismo – Humberto Ferreira. Curiosamente, bem ou mal, foi também este último facto que, quando se me colocou o problema da escolha das temáticas para a dissertação de doutoramento e respectiva prova complementar, me levou a escolher outras temáticas mais distanciadas (a saúde e o desporto). Numa época de crescente valorização da multidisciplinaridade e do trabalho em equipa, a Academia continua a exigir que o doutoramento seja uma provação (diria “privação”) individual e, assim se fez!

Entretanto, aos poucos, fui-me acercando da temática. Passos decisivos foram: o estímulo e convívio com a Professora Carminda Cavaco (pioneira na introdução da temática no seio da Geografia Portuguesa), a responsabilização científica por um

projecto de investigação subordinado ao tema “Turismo, Lazer e Desenvolvimento Local” (entre 1994 e 1997; projecto apoiado pela JNICT) e, nos últimos anos, a coordenação geral de vários planos regionais e locais de turismo (Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo, Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo nas Beiras, Estudo de Desenvolvimento Turístico da Área do Alqueva, Plano Turístico do Município de Idanha-a-Nova, Plano Turístico do Município de Mafra, Plano Turístico do Município de Castelo Branco, ...).

Infelizmente, o momento da leccionação da disciplina “Geografia do Lazer e do Turismo” chegaria por razões menos simpáticas - a cessação em 2000 do vínculo contratual do meu colega e amigo José Rafael Sirgado, reconhecidamente um dos grandes apaixonados pelo tema e que, no ano lectivo de 1990/91, iniciou o ciclo de leccionação da disciplina em questão (designada até 2000 apenas de “Geografia do Turismo”). É justo dizer-se que este programa tem vários paralelismos com os dele.

Ao longo da minha vida profissional, quer como docente quer como planeador, muitas outras temáticas me têm (e continuam) interessado, da Geografia da Saúde à Geografia do Desporto (assuntos que abracei quando das provas de doutoramento, o primeiro para elaboração da dissertação e o segundo elaboração da prova complementar de doutoramento), do Desenvolvimento e Planeamento Regional e Local à Gestão e Ordenamento do Território (domínios estimulantes e recorrentes na minha prática profissional, do ensino à aplicação), do Urbanismo ao Turismo, igualmente assuntos de grande relevância e pertinência para a inserção do geógrafo na sociedade actual). Temáticas que transportam problemáticas, cuja resolução exige convergência multidisciplinar e multisectorial de esforços e de capacidades, num verdadeiro palco de diálogo e de concertação, mas também de polémica, competitividade e afirmação e onde, por isso, a Geografia e o Geógrafo devem procurar estar presentes.

Mas, chegada a opção voluntária da candidatura a provas para obtenção do título de agregado, a temática do “Lazer e Turismo” foi eleita por mim, pese embora algumas hesitações iniciais, com alguma naturalidade e convicção.

O programa de “Geografia de Lazer e do Turismo” que agora se apresenta é corolário de dois anos de experiência e de auto-avaliação da leccionação desta disciplina semestral de opção da Licenciatura em Geografia da FLUL (desde o ano lectivo de 2002/2003). A opção pela elaboração de um programa bastante desenvolvido, justifica-se pelo facto de ele também poder em parte funcionar como uma “pré-

sebenta” para alunos e mesmo como um guião de orientação (de assuntos, de referências bibliográficas e de fontes de informação e documentais) para outros docentes, investigadores e profissionais que se venham a interessar pela temática. Poupano os “tempos de pesquisa”, valorizamos os “tempos de lazer”!

Qualquer programa de estudos reflecte, obviamente, o percurso e interesses científicos, pedagógicos e pessoais do seu autor. Assim, neste programa é também evidente a presença desse cunho pessoal, dos ensinamentos colhidos e dos interesses maturados ao longo de cerca de duas décadas e meia de contacto intenso e permanente com mestres, colegas e alunos.

De entre eles, quero destacar o nome do professor Jorge Gaspar mestre e amigo, que para além da influência decisiva que teve no desenvolvimento e na consolidação do meu interesse pela ciência geográfica e pelos seus novos olhares e temáticas, tornou-se também no meu referencial do perfil de um investigador e de um docente universitário. Igualmente, o renovar do meu agradecimento à professora Carminda Cavaco pelo papel que teve no despertar da Geografia Portuguesa, e do meu próprio despertar, para as questões do Lazer e do Turismo. Mas, de um modo geral, o meu agradecimento é extensível a todos os colegas e amigos do Departamento de Geografia da FLUL e do Centro de Estudos Geográficos da UL, pela cumplicidade e estímulo no caminho que há muitos anos trilhamos juntos (pena que os momentos colectivos e regeneradores de “lazer e turismo” sejam muitas vezes secundarizados!).

Por último, e porque muitas vezes a vertigem do dia-a-dia não nos permite aperceber que os maiores apoiantes e críticos do nosso modo de estar na vida estão bem ao nosso lado, pela enésima vez, uma referência e profundo reconhecimento à Iva, ao Tiago e à Leonor, a quem, no transcurso desta nova “epopeia”, acabei por estragar mais uns (e sempre poucos!), fins-de-semana de “lazer e turismo”!

José Manuel Simões

(Lisboa, 2004, 2005)

0. JUSTIFICAÇÃO DE UMA DISCIPLINA

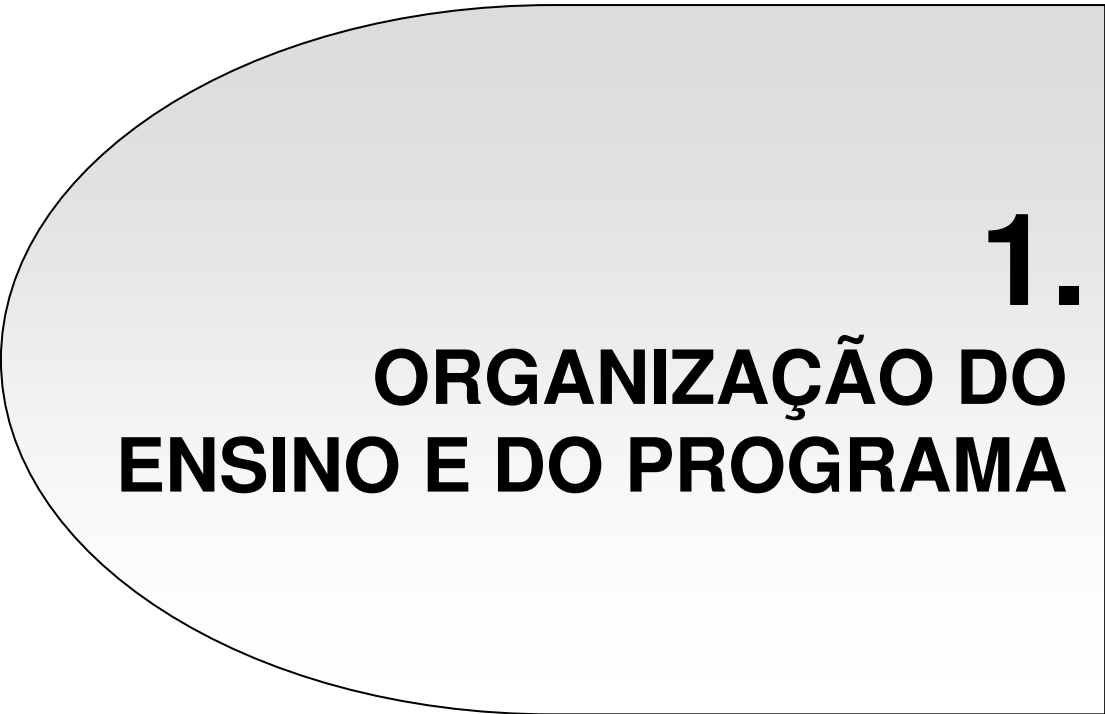
Embora a chamada “Geografia do Lazer e do Turismo” se consolide como área disciplinar apenas nas últimas décadas, o interesse dos geógrafos pela temática remonta pelo menos a meados do século XIX, quando em 1841, o alemão J.G. KOHL publicou um livro em que chama a atenção para a “força transformadora do meio, que tinham as deslocações das pessoas para determinados lugares motivados pelo desejo de manter contactos sociais”. Na realidade, tais viagens estão na origem do desenvolvimento de muitos centros de diversão e veraneio. Alguns anos mais tarde, também Elisée RECLUS, nas suas análises geográficas, viria a enfatizar a importância crescente do fenómeno turístico à escala mundial.

A introdução da temática no ensino superior dos principais países europeus, como a Itália, a Alemanha, a Inglaterra e a França, viria a ocorrer ainda nas primeiras décadas do século XX. Mesmo em Portugal, onde o interesse pela temática despertou mais tardiamente, existe, graças ao pioneirismo de Carminda CAVACO, uma tradição de investigação geográfica que já tem mais de três décadas e meia (o primeiro artigo da autora sobre a temática em questão surgiu em 1969: “Geografia e Turismo no Algarve – Aspectos Contemporâneos”, *Finisterra*, IV-8, Ed. CEG, Lisboa; pp. 216-272). No caso concreto das licenciaturas em Geografia da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, como já se sublinhou, a temática foi introduzida há quase década e meia, em termos de disciplina de opção, primeiro com a designação de “Geografia do Turismo” e, desde o ano lectivo de 2000/2001 com a actual designação: “Geografia do Lazer e do Turismo”.

Por outro lado, há que enfatizar que as actividades de lazer e turismo, além de revelarem uma dimensão espacial inequívoca, sustentando processos de acelerada ocupação e transformação do espaço e de intensa interacção entre lugares, têm uma relevância societal e económica cada vez maior, assumindo-se como um dos pilares motrizes das economias mundial e nacional. Efectivamente, de acordo com a *WTC – World Travel and Tourism Council*, o turismo é já responsável, directa e indirectamente, por cerca de 12% do Produto Mundial e por mais de 8% do emprego mundial.

Neste contexto, estamos em crer que a manutenção da disciplina de “Geografia do Lazer e Turismo” na actual licenciatura em Geografia tem grande pertinência e pode ter bastante utilidade para a formação dos alunos, abrindo-lhes novos interesses e caminhos de aprofundamento de conhecimentos e de valorização de competências específicas, quer enquanto futuros docentes, investigadores ou planeadores.

Note-se também, que existe um largo consenso no Departamento de Geografia da FLUL quanto à importância e pertinência geográfica da temática em questão, na medida em que, além da sua aceitação como disciplina de opção da licenciatura, foi recentemente criado um curso de pós-graduação neste domínio: “Mestrado de Cultura, Lazer e Turismo”.



1. ORGANIZAÇÃO DO ENSINO E DO PROGRAMA

1.1. CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES

Na elaboração do programa de uma disciplina levantam-se sempre preocupações e questões apriorísticas que exigem reflexão e resposta atempada. São exemplo disto: i) a inserção da disciplina na estrutura curricular do curso; ii) a selecção, encadeamento e grau de desenvolvimento dos temas e a precisão dos objectivos que lhes estão associados; e iii) a carga horária e a sua afectação a cada ponto programático.

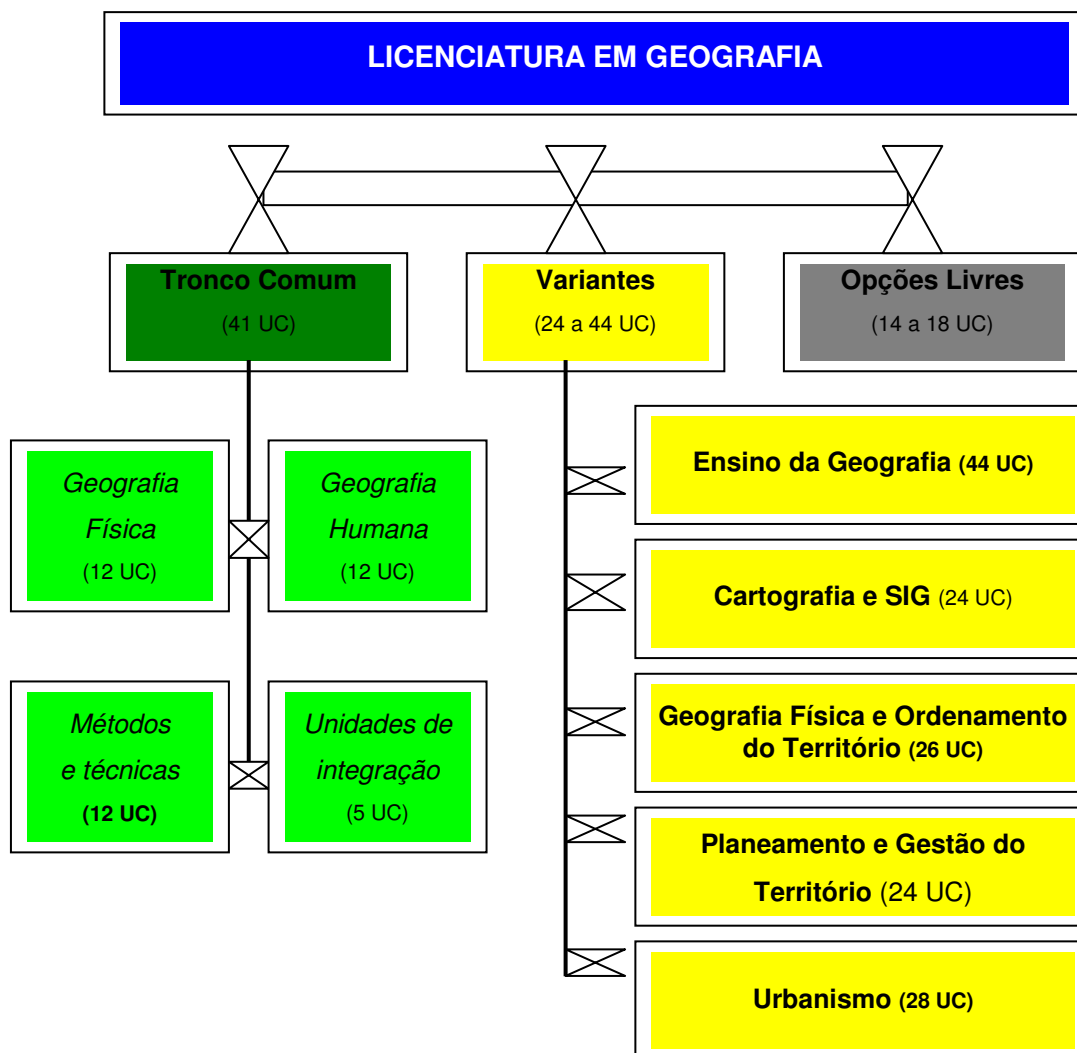
- **Quanto à inserção da disciplina na estrutura curricular** do curso de Geografia da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, como se referiu, a sua introdução como disciplina de opção ocorreu no início da década de noventa, ainda no transcurso da reforma curricular iniciada em 1987 (Portaria nº 852/87; a qual consagrou duas licenciaturas em Geografia; Ensino da Geografia e Geografia e Planeamento Regional e Local, esta com as variantes de Geografia Humana e de Geografia Física).

Actualmente, a disciplina continua a integrar o leque de opções oferecidas pelo Departamento de Geografia, funcionando no quadro da reestruturação curricular implementada a partir do ano de 1998 (deliberações nº 283/98 da Reitoria da UL e nº 4/98 da Comissão Científica do Senado da UL; as quais definiram apenas uma única Licenciatura em Geografia, mas com cinco variantes: Ensino da Geografia, Cartografia e SIG, Geografia Física e Ordenamento do Território, Geografia Humana e Ordenamento do Território e, Urbanismo).

Dada a criação de um Tronco Comum (de disciplinas obrigatórias) a todas as variantes, com uma afectação de 41 Unidades de Crédito (das quais 34 UC concentradas nos três primeiros semestres) e dada a necessidade de garantir para cada Variante um peso considerável de disciplinas obrigatórias específicas (22 a 44 UC, consoante a variante), *ficou sempre claro que no actual figurino só continuariam a estar reunidas condições para a oferta da disciplina de Geografia do Lazer e do Turismo no quadro das opções livres* (estando previstas para estas um total de 14 a 18 UC, consoante a variante).

Ainda assim, torna-se necessário reflectir sobre o conteúdo programático da disciplina, dado ela surgir fundamentalmente no leque de escolhas dos alunos dos 3º e 4º anos, levantando deste modo problemas de aprofundamento de articulações e complementaridades disciplinares e de geração de sinergias de conhecimento, num quadro de minimização de eventuais sobreposições de conteúdos e de busca de ganhos de eficiência do ensino.

Fig. 1 - Estrutura da Licenciatura em Geografia da FLUL



Extraído de: *Relatório de Auto-avaliação de Geografia - Ano lectivo 2001/2002*. Ed. FLUL (Janeiro de 2003).

Fig. 2 - Estrutura do Tronco Comum da Licenciatura em Geografia da FLUL

1º semestre	
<i>Geografia Humana</i>	2 UC
<i>Geografia Física</i>	2UC
<i>Geologia Geral</i>	2UC
<i>Métodos e Técnicas em Geografia</i>	4UC
2º semestre	
<i>Climatologia Geral</i>	2UC
<i>Geomorfologia Geral</i>	2UC
<i>Geografia das Actividades Económicas</i>	2UC
<i>Geografia Social e Cultural</i>	2UC
<i>Análise de Dados I</i>	2UC
<i>Cartografia I</i>	2UC
3º semestre	
<i>Biogeografia Geral</i>	2UC
<i>Hidrogeografia</i>	2UC
<i>Geografia Urbana</i>	2UC
<i>Geografia Rural</i>	2UC
<i>Análise de Dados II</i>	2UC
<i>Introdução aos SIG</i>	2UC
4º semestre	
<i>Formação do Mundo Moderno e Contemporâneo</i>	2UC
<i>Estágio de Campo Integrado</i>	1UC
5º semestre	
<i>Geografia de Portugal</i>	4UC
6º semestre	

7º semestre	
<i>Seminário I (Desenvolvimento de um projecto no âmbito da especialização)</i>	2UC
8º semestre	
<i>Seminário II (Desenvolvimento de um projecto no âmbito da especialização)</i>	4UC

Extraído de: *Relatório de Auto-avaliação de Geografia - Ano lectivo 2001/2002*. Ed. FLUL (Janeiro de 2003).

- **No que se refere à selecção, encadeamento e grau de desenvolvimento dos temas e à precisão dos objectivos específicos que lhes estão associados,** tendo presentes a essência opcional e semestral da disciplina e o universo dos alunos a que preferencialmente se destina (note-se que, em caso de vagas, a disciplina pode estar aberta a outros cursos da FLUL e a alunos ERAMUS), importa dizer que o elenco e arrumação dos temas procurou ser equilibrada e internamente coerente.

Tendo em pano de fundo que, esta é a única possibilidade na Licenciatura em Geografia da FLUL de contacto específico dos alunos com a matéria em questão, a nossa opção foi no sentido de uma grande abrangência programática da disciplina, procurando-se, numa perspectiva histórico-evolutiva, o abarcamento de um leque significativo de temáticas e preocupações relevantes e recorrentes da actividade turística e da investigação em Geografia do Lazer e do Turismo (teóricas, e metodológicas), com enfoque na situação portuguesa.

Importa chamar a atenção que o presente Programa de Geografia do Lazer e do Turismo confere também uma razoável atenção à componente do planeamento e desenvolvimento turístico, aos níveis comunitário, nacional, regional e local. Tal justifica-se porque a última reforma curricular foi informada por um sentido de maior pragmatismo, denotando-se preocupações de melhor adequação do Curso às necessidades de desenvolvimento e mudança do país e, em certa medida, aos desafios da crescente competitividade inter-cursos e inter-universidades (justificando o alargamento do espectro de formações específicas em Geografia e uma certa reorientação para o planeamento territorial). Acresce que, pessoalmente, tenho desde há muito uma larga experiência em matéria de planeamento regional e local, incluindo no domínio do turismo, da qual o ensino pode beneficiar.

- Por último, quanto às **cargas horárias a afectar a cada ponto programático**, importa ter presente que como disciplina semestral prevêem-se 12 semanas de aulas (num total de 48 horas lectivas), às quais podem acrescer tempos lectivos para realização de exercícios de avaliação final de conhecimentos.

1.2. ÂMBITO E GRANDES OBJECTIVOS DO PROGRAMA

O turismo é, não só um dado civilizacional e um direito social da contemporaneidade, como também, e cada vez mais, uma das actividades impulsionadoras e liderantes das economias mundial e nacional. Simultaneamente, estamos perante **um fenómeno que, inequivocamente, tem uma forte dimensão territorial**, atraindo por isso a atenção da Geografia e dos geógrafos.

Neste contexto, com o ensino da disciplina Geografia do Lazer e do Turismo pretende-se, a um tempo, **sensibilizar os alunos da licenciatura** em Geografia para a relevância mundial e nacional do fenómeno «Turismo» e para a actualidade e pertinência da temática “Lazer e Turismo”, quer enquanto área de investigação da ciência geográfica, quer enquanto domínio de ensino e, a outro tempo, **alargar o leque de capacitações específicas** do geógrafo para o exercício da sua profissão, seja enquanto docente, investigador ou planeador.

Como âmbito, a disciplina procura abarcar o trajecto de afirmação do turismo às escalas mundial e nacional, relevando: marcos evolutivos; factores de desenvolvimento e estruturação territorial; grandezas e padrões de distribuição; teorias e modelos interpretativos; impactes na economia, sociedade e ambiente; políticas, estratégias e instrumentos de planeamento e apoio a um desenvolvimento sustentável; e casos emblemáticos do turismo mundial e nacional.

Sendo o “Lazer e Turismo” uma temática científica que **suscita envolvimentos e colaborações multidisciplinares e multisectoriais**, não se pode perder de vista o facto de estarmos perante uma disciplina de um curso de Geografia e, por isso, procurar-se-á demonstrar permanentemente a necessidade e a importância de uma abordagem geográfica daquele domínio. Neste sentido, **o território será enfatizado como uma dimensão fundamental**, quer enquanto facto e factor de desenvolvimento turístico, quer como sustentáculo de ofertas, procuras, dinâmicas e transformações dos destinos turísticos.

O facto de, naturalmente, o território ser uma dimensão a privilegiar na exposição e discussão dos conteúdos programáticos da disciplina suscita, quer conhecimentos sólidos do foro da Geografia, teóricos e empíricos, gerais e particulares, quer o manuseamento e aplicação de modelos e técnicas desenvolvidas e/ou aprofundadas no seio da ciência geográfica. **A articulação prévia com as restantes disciplinas do curso de Geografia** torna-se uma necessidade imperiosa, de forma a evitar

sobreposições indesejáveis e, em contrapartida, obterem-se ganhos sinérgicos de conhecimento e de preparação específica.

Em detalhe, podemos considerar como **principais metas científicas e pedagógicas da disciplina**, as seguintes:

- ✓ Alargar o leque de conhecimentos e de especializações e opções profissionais dos formados em Geografia pela FLUL, robustecendo a sua competitividade na inserção no mercado de trabalho;
- ✓ Contribuir para um melhor e mais aprofundado entendimento do objecto e do papel da temática da Geografia do Lazer e do Turismo, no quadro dinâmico e evolutivo do pensamento geográfico;
- ✓ Conhecer os princípios e conceitos básicos da análise geográfica da temática lazer e turismo, bem como processos e/ou sistemas básicos tais como a evolução dos tempos de lazer e turismo, os ciclos de vida dos destinos turísticos e o sistema de relações do turismo;
- ✓ Conhecer as principais fontes de informação documental e estatística, internacionais e nacionais, de apoio à investigação em Geografia do Lazer e Turismo;
- ✓ Conhecer e aplicar indicadores de pertinentes à caracterização, diagnóstico e avaliação do desenvolvimento turístico;
- ✓ Apreender o trajecto histórico de desenvolvimento universal do turismo, as principais etapas, factores impulsionadores, grandezas e padrões, assim como diferentes enfoques de abordagem e os modelos interpretativos da cadeia evolutiva do turismo;
- ✓ Conhecer, detalhadamente, o funcionamento do sistema turístico contemporâneo, com ênfase no mercado turístico: a oferta e a procura;
- ✓ Aprofundar o conhecimento das relações entre o turismo e o território, destacando as principais abordagens teóricas, as tipologias básicas de espaços turísticos e os múltiplos impactes resultantes do desenvolvimento da actividade turística;
- ✓ Conhecer o trajecto histórico de desenvolvimento do turismo em Portugal, as suas principais etapas, factores impulsionadores e grandezas;

- ✓ Identificar e avaliar a oferta turística nacional: os principais recursos e produtos turísticos portugueses, o seu potencial de afirmação e de sustentação do desenvolvimento turístico;
- ✓ Identificar e avaliar a procura turística, das práticas e motivações de portugueses e estrangeiros;
- ✓ Conhecer a estruturação territorial do turismo nacional, relevando padrões, dinâmicas e potenciais regionais;
- ✓ Conhecer e discutir as políticas nacionais de turismo recentes, os seus principais instrumentos e a sua inserção no quadro das orientações comunitárias para o sector;
- ✓ Conhecer os planos e os projectos emblemáticos, como ponto de partida para aprender a estruturar, implementar e avaliar, planos regionais e/ou locais, integrados e estratégicos, de turismo.

Procurar-se-á, ainda, proporcionar aos alunos o contacto paralelo com outros especialistas do sector do Lazer e Turismo, privilegiando os oriundos de outras áreas científicas, através de duas formas:

- (i) Organização anualmente de **um pequeno ciclo de três conferências** – “**Lazer e Turismo ao fim da tarde**”, em torno de temáticas como: i) Novas formas de *marketing* e promoção turística; ii) Instrumentos financeiros de apoio ao turismo nacional; iii) O papel das novas tecnologias no turismo; iv) Novas tendências do turismo: inovação e concorrência; v) Novos papéis e desafios da animação turística no desenvolvimento turístico regional e local; vi) *Benchmarking* em turismo;
- (ii) Organização de **uma visita de estudo** a uma instituição referencial do turismo português, como por exemplo: Direcção-Geral do Turismo, ITP – Instituto de Turismo de Portugal, CTP – Confederação do Turismo Português, ANRT – Associação Nacional das Regiões de Turismo, Região de Turismo da Costa Azul, ou o Jornal Publituris.

1.3. ESTRUTURA DO PROGRAMA

1.3.1. As grandes divisões

No seguimento das justificações e considerações anteriores, o Programa foi estruturado em quatro grandes partes:

- (i) Lazer e turismo: objecto, princípios e conceitos;
- (ii) O turismo no mundo: evolução, componentes, processos e padrões;
- (iii) O turismo em Portugal: desenvolvimento, estruturação e organização;
- (iv) Planeamento turístico: políticas, metodologias, instrumentos e lições de experiência.

Na **primeira parte**, claramente de carácter introdutório à temática da Geografia do Lazer e do Turismo, pretende-se, a um tempo, justificar e dar a conhecer a relevância e a evolução dos estudos em Geografia do Turismo nos contextos das geografias mundial e nacional e, a outro, precisar alguns aspectos conceptuais da temática, tendo em vista a implementação de um quadro (ou “linguagem”) consensualizado de referenciação e sustentação dos restantes pontos programáticos.

Na **segunda parte**, centramos a nossa atenção quer sobre a história mundial do fenómeno turístico, as suas etapas, características e factores impulsionadores, quer sobre o sistema turístico nas suas múltiplas e imbricadas componentes, quer ainda sobre a relação entre turismo e território, destacando modos teóricos de abordar o assunto, tipologias de espaços turísticos e a multiplicidade de impactes associáveis ao desenvolvimento da actividade turística.

Quanto à **terceira parte**, privilegiou-se o desenvolvimento do lazer e do turismo em Portugal, relevando a sua evolução, as formas e fundamentos da sua estruturação regional e as políticas e orientações estratégicas que o têm informado, particularmente nos anos mais recentes.

Por último, na **quarta parte**, tendo em atenção que uma das prometedoras saídas para os recém licenciados em Geografia é a do mercado do planeamento regional e local, optou-se por dar uma breve panorâmica dos principais aspectos relacionados com o planeamento turístico, da recomendável e necessária sustentabilidade, às metodologias e instrumentos e às lições de experiência associáveis à elaboração e implementação de alguns planos e projectos turísticos.

1.3.2. Enunciado do Programa

1. LAZER E TURISMO: OBJECTO, PRINCÍPIOS E CONCEITOS

1.1. Natureza e Fundamentos da Geografia do Lazer e do Turismo

- ✓ *Porquê uma Geografia do Lazer e do Turismo?*
- ✓ *O lugar do lazer e do turismo na Geografia: tradição e modernidade.*
- ✓ *A investigação em lazer e turismo: questões, temas e desafios actuais.*

1.2. Aproximação Conceptual ao Lazer e ao Turismo

- ✓ *Ócio, recreação, lazer e turismo: conceitos básicos.*
- ✓ *As noções de «património turístico», «recurso turístico» e «produto turístico».*
- ✓ *Usos do tempo e práticas de Lazer e do Turismo.*
- ✓ *O sistema turístico.*
- ✓ *Características e especificidades do turismo.*
- ✓ *Turistas e formas de turismo.*
- ✓ *Ciclo de vida dos destinos turísticos.*
- ✓ *Informação e fontes para o estudo do Lazer e do Turismo.*
- ✓ *Principais indicadores utilizados em Geografia do Lazer e do Turismo.*

2. O TURISMO NO MUNDO: EVOLUÇÃO, COMPONENTES, PROCESSOS E PADRÕES

2.1. A Aventura do Turismo

- ✓ *A construção do imaginário turístico.*
- ✓ *As principais etapas na evolução mundial do turismo.*
- ✓ *Grandes factores de massificação e globalização do turismo contemporâneo.*
- ✓ *Modelos interpretativos da cadeia evolutiva do turismo.*
- ✓ *Grandezas do turismo mundial: o mapa-múndi dos fluxos e focos turísticos.*
- ✓ *Novas tendências do turismo mundial e cenários de futuro.*

2.2. O Sistema Turístico Contemporâneo

- ✓ *As motivações e as práticas turísticas.*
- ✓ *O sistema de relações do turismo.*
- ✓ *O mercado turístico: a oferta e a procura.*
- ✓ *Componentes transversais no sistema turístico: formação, promoção e marketing e animação.*

2.3. Turismo e Território

- ✓ *A dimensão territorial do turismo.*
- ✓ *Principais teorias sobre a estruturação territorial do turismo.*
- ✓ *Tipologias básicas de espaços turísticos.*
- ✓ *Incidências do turismo no desenvolvimento regional e local: uma síntese.*

3. O TURISMO EM PORTUGAL: DESENVOLVIMENTO, ESTRUTURAÇÃO E ORGANIZAÇÃO

3.1. Desenvolvimento e Consolidação da Actividade Turística

- ✓ Aspectos gerais da evolução do turismo em Portugal: “de Centum Cellas a Vilamoura XXI”.
- ✓ O potencial de sustentação e competitividade do turismo português: o portfólio dos recursos e dos produtos turísticos.
- ✓ Turismo interno e turismo externo: motivações e características.
- ✓ A importância do turismo na economia e na sociedade portuguesas.

3.2. A Estruturação Regional do Turismo Português

- ✓ Padrões espaciais de desenvolvimento da actividade turística: uma visão concelhia.
- ✓ Especializações regionais da oferta de alojamento e de produtos turísticos.
- ✓ Potencial turístico de projecção internacional das regiões portuguesas.

3.3. A Política Nacional de Turismo no Início do Milénio

- ✓ As principais orientações da UE para o desenvolvimento turístico no território comunitário.
- ✓ Grandes orientações estratégicas e prioridades políticas nacionais para o desenvolvimento turístico.

4. PLANEAMENTO TURÍSTICO: POLÍTICAS, METODOLOGIAS, INSTRUMENTOS E LIÇÕES DE EXPERIÊNCIA

4.1. A Política de Turismo na Actualidade: o Desafio da Sustentabilidade

- ✓ Em prol de processos de desenvolvimento regional e local sustentáveis.
- ✓ Orientações para um desenvolvimento turístico sustentável.

4.2. Metodologias e Instrumentos do Planeamento Turístico

- ✓ O turismo no planeamento e o planeamento do turismo: uma análise introdutória.
- ✓ Algumas abordagens e metodologias recorrentes no planeamento turístico actual.

4.3. Lições de Experiência do Planeamento Turístico Regional e Local

- ✓ Planos turísticos regionais.
- ✓ Projectos turísticos emblemáticos: realidade, inovação e utopia.

1.4. OS MÉTODOS DE ENSINO E DE AVALIAÇÃO

1.4.0. Nota prévia

Há que sublinhar de início que estamos conscientes que a disciplina Geografia do Lazer e do Turismo é apenas uma das que os alunos da Licenciatura em Geografia têm em cada semestre lectivo: Assim, os processos de ensino e de avaliação de conhecimentos devem procurar ter um justo equilíbrio no espectro de múltiplas (e por vezes intensas) focalizações e solicitações que são colocadas aos alunos.

Pode dizer-se que, em média, os alunos de qualquer uma das variantes da Licenciatura em Geografia têm semestralmente cinco disciplinas. Neste contexto, deve procurar criar-se um quadro de envolvimento do aluno nos processos de aprendizagem e avaliação da disciplina da ordem dos 20% do seu tempo dedicado ao estudo.

Importa ainda ter presente que, no seguimento da chamada “*Declaração de Bolonha*” (Junho de 1999), que tem em vista uma maior uniformização da arquitectura do ensino superior no quadro da UE (incluindo a facilitação da introdução do *ECTS - European Credit Transfer System*, por forma a incrementar as condições de mobilidade de alunos e docentes), tudo leva a crer que a prazo (o mais tardar até 2010) resultarão implicações várias nas estruturas curriculares das licenciaturas, suscitando reflexões quanto aos conteúdos e aos métodos de ensino e de avaliação.

1.4.1. Do ensino

Perfilhamos a ideia, já em situações semelhantes explicitada por diversos colegas, que o ensino superior, mais que qualquer outro nível de ensino, deve **privilegiar a reflexão e o debate das ideias em detrimento da apresentação magistral e da repetição incessante de conceitos e factos, num processo de aprendizagem e formação que estimule a descoberta, a crítica, a pesquisa e o trabalho comum**, num quadro de diálogo e cumplicidade constante entre professor e alunos. Sem deixar de ser informativo o ensino proposto será assumidamente formativo.

Neste contexto, terá importância decisiva a leitura selectiva, a observação atenta e sistemática da realidade, a ponderação sobre vivências individuais e colectivas, o desenvolvimento e a aplicação criteriosa de teorias e modelos, o aproveitamento de capacidades e iniciativas, a reflexão, o trabalho e a imaginação comuns.

Do professor, a quem competirá alimentar e orientar a reflexão, estruturar e coordenar as actividades e o trabalho dos alunos, estimular e desenvolver interesses e capacidades, espera-se, sobretudo, que seja exigente e dedicado, experiente, organizado, selectivo, comunicativo, responsável mas, também aberto e inovador, compreensível e flexível.

Dos alunos, deseja-se receptividade, crítica, capacidade, criatividade, empenhamento e, igualmente, organização, exigência e responsabilidade.

No presente caso da Geografia do Lazer e do Turismo, o fundamental será que professores e alunos se deixem animar por um espírito de comunalidade de interesses e de convergência de esforços.

O ensino do programa que agora se apresenta, além de dever ser enformado pelas premissas acima expostas, deve considerar o facto de se destinar a alunos que, no mínimo, estão a meio de um percurso escolar e que, por isso, numa fase de consolidação de conhecimentos e de escolha de especializações.

Em conformidade, privilegiar-se-á a **aula do tipo teórico-prático**, em que, dadas as características da disciplina e do programa, a exposição sequencial dos conteúdos programáticos terá um grande peso, mas procurando-se, sistematicamente e por diversas formas, envolver os alunos na abordagem dos vários pontos do Programa. O carácter predominantemente expositivo de muitas sessões não deve ser impeditivo, pelo contrário, deve ser estimulador da participação dos alunos, seja através do confronto de pontos de vista e de vivências, seja através de perguntas e sugestões, por forma a internalizar no colectivo da turma a prática regular da discussão e da reflexão.

Na exposição sequencial dos conteúdos programáticos recorrer-se-á à utilização das habituais “ferramentas” do geógrafo - mapas, gráficos, quadros de dados e resultados, esquemas e fotografias, aproveitando as virtualidades dos equipamentos audio-visuais que podem ser postos à disposição de um docente na FLUL (*video show*, retroprojectores e projectores de diapositivos). Sobretudo, recorreremos com regularidade à utilização do programa “*Power-Point*” como fórmula aliciante e prática de estruturação do tempo lectivo, de integração numa mesma sessão de diversos tipos de materiais didácticos e de captação da atenção dos alunos.

Dado que prevemos a realização de um trabalho de grupo em torno de uma temática do programa (livremente escolhida pelos alunos e com exigência de realização de

trabalho de campo e/ou recolha e tratamento e análise de informação “original”), reservar-se-á na parte final de algumas sessões algum tempo lectivo para lançamento e apoio à elaboração de tais trabalhos (sendo de lembrar que actualmente os docentes do Departamento de Geografia, para além do tempo afecto a cada disciplina, incluem nas suas manchas horárias duas horas semanais para atendimento e apoio aos alunos). Os trabalhos de grupo, além de se constituírem como elementos dos processos de aprendizagem e de avaliação dos alunos, têm uma outra finalidade que é a de permitir a aplicação dos múltiplos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, aferindo-se também assim, indirectamente, a maturidade e capacitações alcançadas. É também nossa opinião que o trabalho em grupo apresenta um alto valor formativo, na medida em que incentiva ao confronto de ideias e à cooperação, preparando adequadamente os alunos para a prática profissional e a cidadania.

Para além da tipologia de aulas descrita, prevê-se em cada ano lectivo, paralelamente, a organização na Faculdade de Letras de um pequeno **ciclo de três conferências** sobre temáticas/preocupações actuais da Geografia do Lazer e do Turismo, convidando-se para o efeito reputados especialistas, mormente de outras áreas do saber científico. Tais conferências, para além de permitirem aos alunos a consolidação de alguns conhecimentos e, sobretudo, o aprofundamento do contacto com outras perspectivas, visam também a melhoria da visibilidade no exterior do curso de Geografia e das instituições que directamente o apoiam - Centro de Estudos Geográficos e Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

Pretende-se ainda, realizar anualmente, uma **visita de estudo** focalizada numa instituição relevante do sector do turismo nacional.

Parece-nos também importante referir que nos últimos anos, a exemplo de outros colegas do Departamento e no seguimento das recomendações do Conselho Pedagógico da FLUL, instituímos **um processo de auto-avaliação da disciplina** (assente num questionário de resposta sob anonimato que é distribuído aos alunos na última sessão lectiva do semestre), tendo em vista um balanço pessoal do seu funcionamento, para se necessário se introduzirem correcções e melhorias.

1.4.2. Da avaliação

Quanto ao processo de avaliação, sustentamos a necessidade de o considerar no seu duplo aspecto de instrumento pedagógico e de instrumento de classificação.

Instrumento pedagógico porque as provas que os alunos prestam perante o professor devem também ser entendidas e configuradas como forma de aprendizagem, de apelo e referenciação de conhecimentos, de reflexões, de troca de pontos de vista.

Instrumento de classificação porque, de acordo com a legislação e regulamentação em vigor (**Regulamento Geral de Avaliação da FLUL**, resultante do Despacho conjunto dos órgãos da FLUL de 16/Jan/2003, e da Deliberação do Conselho Pedagógico da FLUL de 23/Abr/2004, que alterou o artº 7º, nº2) o docente é obrigado a classificar ou ordenar os alunos em função do nível de conhecimentos atingidos, nível este que, obviamente, está indexado a uma escala, que se sabe ser subjectiva mas que se espera que seja justa e imparcial.

Naturalmente, estamos imbuídos do espírito de avaliação contínua, que há vários anos se instalou na Faculdade de Letras. Mas, também estamos conscientes das dificuldades de o levar à prática no quadro da penalizante e frustrante realidade actual que todos conhecemos, mormente no que concerne à excessiva dimensão das turmas, em grande medida reflexo de uma política de ensino e de financiamento das universidades públicas que se sustenta em noções de *ratio* discriminatórias e desajustadas das evidências factuais. Neste contexto, a avaliação contínua, não sendo a miragem, é apenas a decepção do desejo. Em conformidade, e no estrito respeito pelo Regulamento Geral de Avaliação da FLUL, propomo-nos considerar como elementos de avaliação os seguintes:

- ✓ **Teste individual** (correspondente à prova escrita presencial do Regulamento), a realizar após conclusão da parte lectiva, no período expressamente indicado para tal pelos conselhos Científico e Pedagógico do Departamento de Geografia, e com prévia marcação da data (com duração de 2 horas);
- ✓ **Trabalho de grupo** (correspondente à prova escrita não presencial do Regulamento), sendo o grupo formado por um máximo de quatro alunos, a desenvolver ao longo do semestre e a entregar após conclusão da parte lectiva (num máximo de 60 páginas ou 150000 caracteres);
- ✓ **Recensão escrita** (correspondente a uma prova individual não presencial) constando da análise de um texto, em estreita articulação com o conteúdo programático e a bibliografia da disciplina (num máximo de 5 páginas ou 12500 caracteres).

A proporção na classificação final dos elementos de avaliação será acordada com os alunos no primeiro dia de aulas, logo a seguir à apresentação do Programa da Disciplina. Mas, chama-se à atenção, que fazemos questão de também considerar e ponderar na classificação final de cada aluno a avaliação pessoal relativamente à participação e empenhamento nas aulas, na globalidade do semestre lectivo.

1.5. BIBLIOGRAFIA

A consulta bibliográfica representa, naturalmente, um meio de aprendizagem e de aprofundamento de conhecimentos indispensável aos alunos, acrescido do facto de os tempos lectivos serem manifestamente insuficientes para assimilar e sedimentar a meta dos conhecimentos que o programa pretende alcançar.

Por outro lado, a leitura, para além da vertente de ensino/aprendizagem, tem externalidades de enriquecimento científico e cultural e de preparação dos indivíduos para os múltiplos desafios da vida, sendo dever da Universidade estimulá-la.

A bibliografia da disciplina será apresentada a dois níveis: o geral e o específico. Na ausência de livros que contemplem todo o conteúdo do programa apresentado, a **bibliografia geral** referencia sobretudo obras com razoável abrangência das problemáticas da Geografia do Lazer e do Turismo tratadas, privilegiando-se, aquelas que têm raiz na Geografia e que, por isso, relevam a dimensão territorial e veiculam os diferentes olhares do geógrafo. Em suma, tratam-se de obras que se tornam referenciais fundamentais para o geógrafo investigador, professor e planeador. Quanto à **bibliografia específica**, esta apresenta-se arrumada segundo cada um dos diferentes pontos programáticos, e visa complementar as insuficiências da geral e possibilitar o aprofundamento das matérias em questão.

A escolha da bibliografia foi norteada por critérios de selecção e adequação aos objectivos e conteúdos do programa e, portanto, não se pretende que seja exaustiva. Em todo o caso, é bastante desenvolvida (sobretudo a específica), de forma a alargar o leque de oportunidades de acesso e de aprofundamento por parte dos alunos e mesmo de investigadores e profissionais que venham a consultar o presente programa.

Estamos, no entanto, conscientes, que a biblioteca da FLUL, local de eleição para as consultas bibliográficas dos alunos do curso de Geografia, não está ainda suficientemente apetrechada neste domínio do saber científico. Será pois necessário fazer algum esforço para se colmatarem, pelo menos, as lacunas em termos da bibliografia que consideramos como fundamental.

Como alternativa, aconselharemos aos alunos a utilização de algumas bibliotecas da Região de Lisboa que são possuidoras de um bom acervo neste domínio do saber, tais como: Direcção-Geral de Turismo, Fundo de Turismo, ICEP (estes dois

recentemente fundidos no ITP – Instituto de Turismo de Portugal), Biblioteca Nacional, Universidade Nova de Lisboa, ISCTE, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, onde os alunos mais interessados e organizados poderão satisfazer e aprofundar as suas necessidades de leitura e formação. Mais distantes da FLUL, mas porventura úteis para alunos residentes nessas regiões, há também as hipóteses recomendáveis das bibliotecas das universidades com tradição na temática em questão: Algarve, Aveiro, Coimbra, Porto e Braga. Outra alternativa que se deve encarar cada vez mais é a da utilização da *Internet* para pesquisa de títulos em bibliotecas, editoras e produtores de informação, ou mesmo para descarregar ficheiros de dados, documentos, livros e revistas.

Acrescente-se também que, por forma a facilitar o trabalho de consulta/leitura dos alunos, é nossa intenção elaborar **um caderno de textos de apoio**, o qual, obviamente, não poderá constituir-se como factor dissuador da pesquisa bibliográfica, pessoal e directa, mas tão só como meio de facilitar o acesso a textos relevantes e não disponíveis na biblioteca da FLUL e em bibliotecas próximas.

Sempre que se considerar oportuno e justificável, durante as aulas poderão ser indicadas outras referências bibliográficas, para além das constantes nas presentes listas. Será também nas aulas que se indicarão e analisarão as principais fontes de informação de carácter estatístico.

1.5.1. Bibliografia geral

A - LIVROS

A1 - Livros com carácter de compêndio geral e/ou introdutório

- ✓ BENI, Mario C. (1997) - *Análise Estrutural do Turismo*. Ed. SENAC, São Paulo. (516 p.).
- ✓ CALLIZO SONEIRO, Javier (1991) – *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Ed. Síntesis, col. Espacios y Sociedades. Madrid. (215 p.).
- ✓ COOPER, Chris *et al* (1993) – *Tourism: Principles & Practice*. Ed. Longman, Edimburgo. (290 p.).
- ✓ CUNHA, Licínio (2001) – *Introdução ao Turismo*. Ed. Verbo, Lisboa. (447).
- ✓ CUNHA, Licínio (2003) – *Perspectivas e Tendências do Turismo*. Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa. (262 p.).
- ✓ DOUGLAS, Norman *et. al.* (2001) – *Special Interest Tourism*. Ed. John Wiley & Sons, Melbourne. (475 p.).
- ✓ HENRIQUES, Cláudia (2003) – *Turismo, Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável* (dissert. doutoramento) . Ed. Sílabo, Lisboa. (307 p.).
- ✓ GIOTART, Jean-Pierre (1993) – *Géographie do Tourisme*. Ed. Masson Géographie, Paris. (312 p.).
- ✓ MATHIESON, A. e WAIL, G. (1989) – *Tourism: Economic, Physical and Social Aspects*. Ed. Longman, Harlow.
- ✓ MILL, R. C. e MORRISON, A. (1992) – *The Tourism System: an Introductory*. Ed. Prentice-Hall International Editions, New Jersey (506 p.).

- ✓ OMT (1998) - *Introduction to Tourism*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (392 p.).
- ✓ OMT (1999) – *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Ed. OMT/International Thomson Business Press, Londres (249 p.).
- ✓ PAGE, Stephen (1995) – *Urban Tourism*. Ed. Routledge, Londres. (269 p.).
- ✓ PEARCE, Douglas (1995) – *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Ed. Longman, Edimburgo (202 p.).
- ✓ PEARCE, Douglas e BUTLER, R. (1993) – *Tourism Research: Critiques and Challenges*. Ed. Routledge, Londres.
- ✓ SEATON, A. V. *et al* (eds.) (1994) – *Tourism: The State of the Art*. Ed. John Wiley & Sons, West Sussex.
- ✓ SHAW, Gareth e WILLIAMS, Allan (2002) – *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective*. Ed. Blackwell Publishers, Oxford. (371 p.).
- ✓ SMITH, Stephen L. J. (1995) – *Tourism Analysis: A Handbook*. Ed: Longman, Edimburgo (326 p.).
- ✓ VERA, Fernando *et al* (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212 p.).

A2 - Livros relativos à evolução do pensamento e à pesquisa sobre Lazer e Turismo

- ✓ CAZES, G. (1992) – *Fondements pour une Géographie du Tourisme et des Loisirs*. Ed. Bréal, Paris (189 p.).
- ✓ LUIS GÓMEZ, A. (1988) – *Aproximación Histórica al Estudio de la Geografía del Ocio: Guía Introductoria*. Ed. Anthropos – Editorial del Hombre, Barcelona (384 p.).
- ✓ OMT (2002) – *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Ed. Organización Mundial de Turismo, Madrid. (341 p.).
- ✓ SEATON, A. V. *et al* (eds.) (1994) – *Tourism: The State of the Art*. Ed. John Wiley & Sons, West Sussex.
- ✓ SHAW, Gareth e WILLIAMS, Allan (2002) – *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective*. Ed. Blackwell Publishers, Oxford. (371 p.).

A3 - Livros ou artigos relativos à evolução mundial e às dinâmicas territoriais do turismo

- ✓ BOYER, Marc (1996) – *L’Invention du Tourisme*. Ed. Découvertes Gallimard, col. Art de Vivre. Paris.
- ✓ CAVACO, Carminda (1996) – “Turismos de ontem e de hoje”, *em Turismos e Lazeres*. EPRU, nº 45, Ed. Centro de Estudos Geográficos da UL, Lisboa (pp. 1-13).
- ✓ CAVACO, Carminda (1998) – “Turismo(s) de ontem e de amanhã”, *em Economia & Prospectiva (Turismo: Uma Actividade Estratégica)*, vol I, nº , Jan/Mar. Ed. Ministério da Economia, Lisboa (pp. 61-78).
- ✓ COSTA, Jorge *et al*. (2000) – *Tendências Internacionais em Turismo*. Ed. Lidel, Lisboa. (145 p.).
- ✓ FERNANDÉZ FÚSTER, Luis (1991) – *Historia general del turismo de massas*. Ed. Alianza Universidade Textos, Madrid (1076 p.).
- ✓ MESPLIER, Alain e BLOC-DURAFFOUR, Pierre (2000) – *Geografía del Turismo en el Mundo*. Ed. Síntesis (382 p.).
- ✓ MONTANARI, Armando e WILLIAMS, Allan (1995) (coord.) – *European Tourism: regions, spaces and restructuring*. Ed. John Wiley and Sons, Nova Iorque. (284 p.).
- ✓ OMT (1997) – *Internacional tourism: A Global Perspective*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (406 p.).
- ✓ WILLIAMS, Allan e Gareth SHAW (1991) – *Tourism & Economic Development: Western European Experiences*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque. (291 p.).

A4 - Livros e artigos relativos ao desenvolvimento do Lazer e Turismo em Portugal

- ✓ CAVACO, Carminda (1980) – “O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais”, *estudos Italianos em Portugal*, nº 40-41-42. Lisboa. (pp. 190-280).
- ✓ CAVACO, Carminda (1983) – *A Costa do Estoril: Esboço Geográfico*. Col. Ciência e Técnica nº 6, Editorial Progresso e Social-democracia, Lisboa.
- ✓ CRAVIDÃO, Fernanda D. E CUNHA, Lúcio (1994) – “Ambiente e Práticas Turísticas em Portugal”, *Inforgo*, nº6. Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa (pp. 85-91).
- ✓ DGT (2002) – *Turismo em Portugal: Política: Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (159 p.).
- ✓ PINA, Paulo (1988) – *Portugal: O Turismo no Século XX*. Ed. Lucidus, Lisboa. (255 p.).
- ✓ SILVA, João Albino (1991) – *O turismo em Portugal: uma análise de integração micro-económica* (dissert. de doutoramento). Ed. Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa (polic.).
- ✓ SIRGADO, José Rafael (1993) – “Turismos nas Regiões Portuguesas: Contributo para a modelação de um cenário de desenvolvimento e inovação para o final do século”, em *Geografia do Turismo - Inforgo* nº 6, Dez. 93. Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa (pp. 21-36).
- ✓ VIEIRA, João Martins (1997) – *A economia do Turismo em Portugal*. Ed. D. Quixote – Biblioteca de Economia & Empresa.

A5 - Livros relativos a questões de política e planeamento turístico

- ✓ BAUD-BOVY, M. (1985) – *Bilan et Avenir de la Planification Touristique*. Ed. Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence
- ✓ CCE (1995) – O Papel da União em Matéria de Turismo – Livro Verde da Comissão, COM (95), 97 final, Ed. CCE, Bruxelas.
- ✓ COCCOSIS, H: e NIJKAMP, P. (1995) – *Sustainable Tourism Development*. Ed. Avebury-Gower, Londres
- ✓ DÍAZ, Edgar A. H. (1987) – *Planificación Turística: Un Enfoque Metodológico*. Ed. Trillas, Cidade do México.
- ✓ GUNN, Clark A. (1994b) – *Tourism Planning*. Ed. Longman, Londres.
- ✓ INSKEEP, E. (1991) – *Tourism Planning: An integrated and sustainable approach*. Ed. Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.
- ✓ INSKEEP, E. (1994) – *National and Regional Tourism Planning*. Ed. Routledge, Londres.
- ✓ LENO CERRO, Francisco (1993) – *Técnicas de Evaluation del Potencial Turístico*. Ed. Ministerio de Industria Comercio y Turismo – Centro de Publicaciones, Madrid.
- ✓ OMT (1998) – *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices*. Ed. organização Mundial de Turismo, Madrid. (194 p.).
- ✓ OMT (1999) – *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Ed. OMT/International Thomson Business Press, Londres (249 p.).
- ✓ OMT (2000) – *The Measurement of the Economic Impact on Tourism* (CD-Rom). Edição Organização Mundial de Turismo, Madrid.
- ✓ SILVA, João Albino *et al* (1994) – *O impacte Socioeconómico e Ambiental das Actividades Turísticas: Contributos para uma Avaliação Integrada*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa.

B - REVISTAS E/OU RELATÓRIOS DE SÉRIE

(números com particular interesse para a Geografia do Lazer e Turismo)

- ✓ *Correio do Turismo* (1999) – *Fórum Nacional: Turismo – Século XXI*. Ed. Instituto Nacional de Formação Turística, Junho. Lisboa (88 p.).
- ✓ *Economia & Prospectiva* (Vol I, nº 4, Jan/Mar, 1998) – *Turismo: Uma Actividade Estratégica* (vários artigos). Ed. Ministério da Economia, Lisboa (138 p.).
- ✓ *Economia & Prospectiva* (Nº 15/16, Jan/Jun, 2001) – *O Benchmarking* (vários artigos). Ed. Ministério da Economia, Lisboa (237 p.).
- ✓ Estudos de Geografia e Planeamento Regional da UNL (série de estudos nº 3, 2000) - (2000) – *Sustainable Tourism*, UMBELINO, Jorge (coord.). Ed. Centro de; Estudos de Geografia e Planeamento Regional da UNL Lisboa. (304 p.).

- ✓ Estudos para o Planeamento Regional e Urbano (Nº45, 1996) – *Turismos e Lazer: Colectânea de Artigos*. Ed. Centro de Estudos Geográficos da UL (108 p.).
- ✓ InforGEO (Nº 6, Dez,1993) – *Geografia do Turismo* (vários artigos). Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa (117 p.).
- ✓ Revista Crítica de Ciências Sociais (Nº 43, Out., 1995) – *Turismo, Cultura e Lazer* (vários artigos). Ed. Centro de Estudos Sociais, Coimbra (195).
- ✓ RT&D – Revista Turismo & Desenvolvimento (Vol. 1, nº1, 2004) – vários artigos. Ed. Editorial Notícias (104 p.).
- ✓ Sociedade e Território (Nº28, Agosto, 1998) – *Territórios do Lazer e do Turismo*. (vários artigos). Ed. Afrontamento, Porto. (109 p.).

C - “SÍTIOS” NA INTERNET

(“Sítios” com interesse para pesquisa de informação e bibliografia relacionada com o Lazer e Turismo).

C1 - Recursos Estatísticos

- ✓ Organização Mundial do Turismo: <http://www.world-tourism.org/>
- ✓ EUROSTAT: <http://europa.eu.int/comm/eurostat/>
- ✓ Direcção Geral do Turismo: <http://www.dgturismo.pt/>
- ✓ Observatório do Turismo: <http://www.observatorio-turismo.gov.pt/Site/index.php>
- ✓ IPK International (*resp. European Travel Monitor*): <http://www.ipkinternational.com/>

C2 - Recursos Bibliográficos

- ✓ Organização Mundial do Turismo: <http://www.world-tourism.org/>
- ✓ EUROSTAT: <http://europa.eu.int/comm/eurostat/>
- ✓ Direcção Geral do Turismo: <http://www.dgturismo.pt/>
- ✓ Instituto de Turismo de Portugal: <http://www.ifturismo.min-economia.pt>
- ✓ ICEP – Portugal: <http://www.icep.pt/>
- ✓ Biblioteca Nacional: <http://www.bn.pt/>
- ✓ Bibliotecas da Universidade do Algarve: <http://www.bib.uaalg.pt/bibliotecas/>
- ✓ Biblioteca da Universidade de Aveiro: <http://www.doc.ua.pt/>
- ✓ Biblioteca da Fac. de Letras da Universidade de Coimbra: <http://www.fl.uc.pt/>
- ✓ Bibliotecas da Universidade de Lisboa: <http://194.117.17.200:4505/ALEPH>
- ✓ Biblioteca da Universidade do Porto: <http://www.up.pt/bibliotecas/>
- ✓ Biblioteca da Universidade Nova de Lisboa: www.fcsh.unl.pt/biblioteca/
- ✓ Biblioteca da Universidade Lusófona de Hum. Tecnologias: <http://biblioteca.lusofona.pt/>
- ✓ Biblioteca do ISCTE: <http://biblioteca.iscte.pt/>
- ✓ Biblioteca da ESHTe: www.eshte.pt

1.6. CRONOGRAMA DO ENSINO

PONTOS PROGRAMÁTICOS	SEMANAS DE AULAS																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	sessões lectivas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
I. LAZER E TURISMO: objecto, princípios e conceitos																								
1.1. Natureza e fundamentos da geografia do lazer e do turismo																								
1.2. Aproximação conceptual ao lazer e ao turismo																								
II. O TURISMO NO MUNDO: evolução, componentes, processos e padrões																								
2.1. A aventura do turismo																								
2.2. O sistema turístico contemporâneo																								
2.3. Turismo e território																								
III. O TURISMO EM PORTUGAL: desenvolvimento, estruturação e organização																								
3.1 Desenvolvimento e consolidação da actividade turística																								
3.2. A estruturação regional do turismo português																								
3.3 A política nacional de turismo na viragem do milénio																								
IV. PLANEAMENTO TURÍSTICO: políticas, metodologias, instrumentos e lições de experiência																								
4.1. A política de turismo na actualidade: o desafio da sustentabilidade																								
4.2. Metodologias e instrumentos de planeamento turístico																								
4.3. Lições de experiência do planeamento turístico regional e local																								

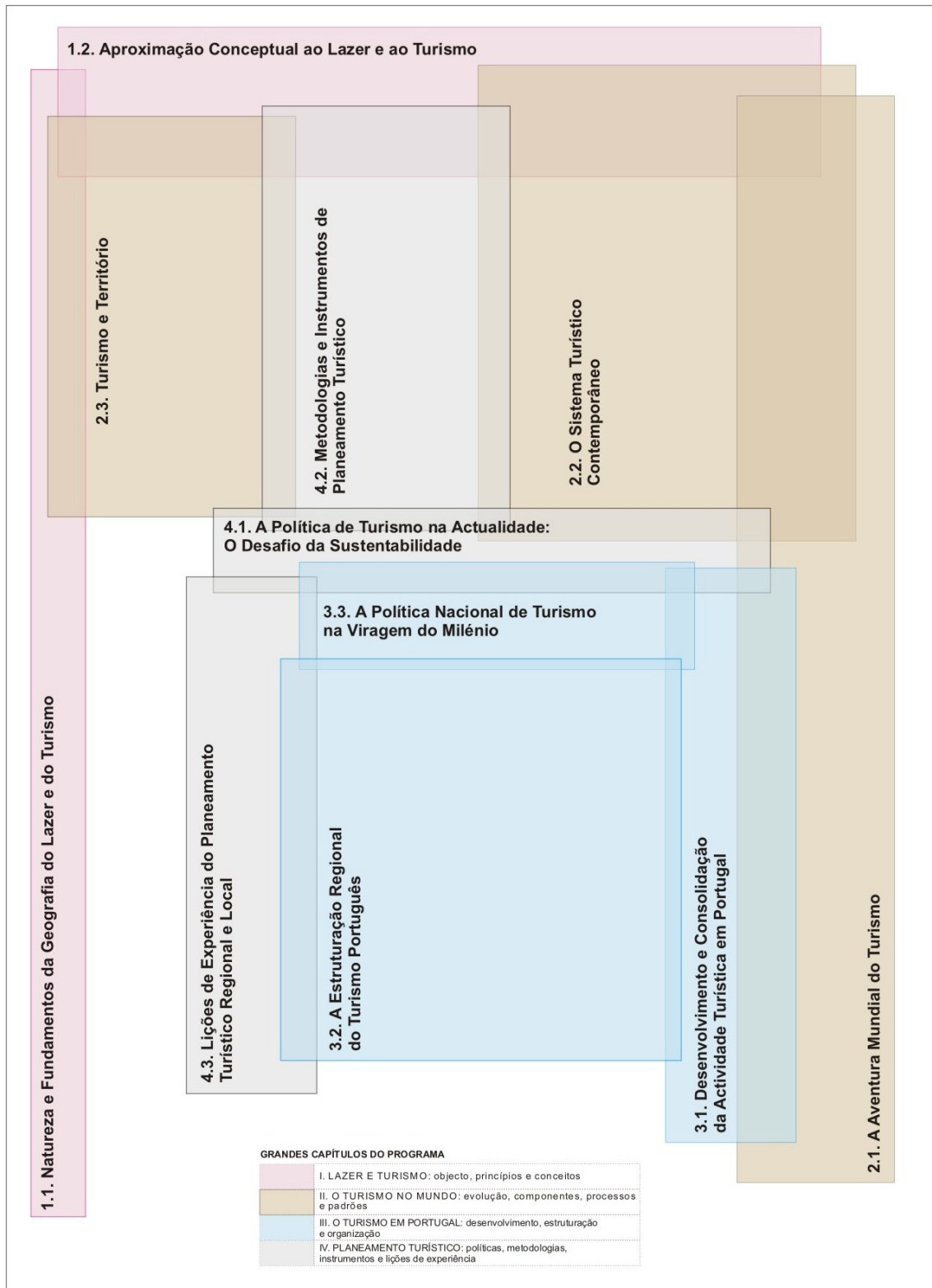
NOTA: Cada semana de aulas corresponde a duas sessões lectivas e, cada sessão lectiva a duas horas de aula.

1.7. SINOPSE DA ESTRUTURA E CONTEÚDO DO PROGRAMA

PONTOS PROGRAMÁTICOS	CARGA HORÁRIA	OBJECTIVOS A ATINGIR	TÓPICOS A APROFUNDAR
1. LAZER E TURISMO: OBJECTO, PRINCÍPIOS E CONCEITOS			
1.1. NATUREZA E FUNDAMENTOS DA GEOGRAFIA DO LAZER E DO TURISMO	1	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Justificar a pertinência de uma disciplina de Geografia do Lazer e do Turismo na licenciatura em Geografia; ✓ Entender a importância da dimensão espacial na compreensão dos fenómenos do Lazer e Turismo; ✓ Conhecer o objecto da Geografia do Lazer e do Turismo e o seu posicionamento no contexto da Geografia e áreas científicas afins; ✓ Conhecer e enquadrar a evolução das várias perspectivas da Geografia do Lazer e do Turismo na história do pensamento geográfico; ✓ Conhecer o "Estado da Arte" da investigação em Lazer e Turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Porquê uma Geografia do Lazer e do Turismo?; ✓ O lugar do Lazer e do Turismo na Geografia: tradição e modernidade; ✓ A investigação geográfica em Lazer e Turismo: questões, temas e desafios actuais.
1.2. APROXIMAÇÃO CONCEPTUAL AO LAZER E AO TURISMO	3	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Clarificar conceitos e noções básicas; ✓ Entender o funcionamento sistémico do turismo; ✓ Conhecer as essências do turismo e dos territórios turísticos; ✓ Conhecer as principais fontes de informação e os indicadores pertinentes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ócio, Lazer, Recreação e Turismo: conceitos básicos; ✓ As noções de «património turístico», «recurso turístico» e «produto turístico»; ✓ Usos do tempo e práticas de Lazer e de Turismo; ✓ O sistema de relações do turismo; ✓ Características e especificidades do turismo; ✓ Turistas e formas de turismo; ✓ Ciclo de vida dos destinos turísticos; ✓ Informação e fontes para o estudo do Lazer e do Turismo; ✓ Principais indicadores utilizados na Geografia do Lazer e do Turismo.
2. O TURISMO NO MUNDO: EVOLUÇÃO, COMPONENTES, PROCESSOS E PADRÕES			
2.1 A AVENTURA DO TURISMO	4	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conhecer a evolução do turismo mundial, os seus factores e contextos; ✓ Interpretar sintética e graficamente a cadeia evolutiva do turismo; ✓ Identificar as grandezas e padrões de distribuição territorial do turismo mundial; ✓ Perspectivar a evolução futura do turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A construção do imaginário turístico; ✓ As principais etapas na evolução do turismo mundial; ✓ Grandes factores de massificação e globalização do turismo contemporâneo; ✓ Modelos interpretativos da cadeia evolutiva do turismo; ✓ Grandezas do turismo mundial. O mapa-múndi dos fluxos e dos focos turísticos; ✓ Novas tendências do turismo mundial e cenários de futuro.
2.2. O SISTEMA TURÍSTICO CONTEMPORÂNEO	8	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entender a diversidade de motivações dos turistas e os contextos que as informam explicam; ✓ Perceber de um ponto de vista sistémico como funciona a orgânica global do turismo; ✓ Conhecer as principais componentes do mercado turístico e a sua interacção; ✓ Identificar a importância para o sistema turístico de algumas componentes complementares. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ As motivações e as práticas turísticas; ✓ O sistema de relações do turismo. ✓ O mercado turístico: a oferta e a procura; ✓ Componentes transversais ao sistema turístico: formação, promoção e marketing, animação e investimento
2.3. TURISMO E TERRITÓRIO	8	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entender a importância da espacialidade, a várias escalas, no desenvolvimento e análise do fenómeno turístico; ✓ Conhecer as diferentes abordagens teóricas dos geógrafos às questões da espacialização do fenómeno turístico; 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A dimensão territorial e ambiental do turismo; ✓ Principais teorias sobre a estruturação territorial do turismo; ✓ Tipologias básicas de espaços turísticos; ✓ Incidências do turismo no desenvolvimento regional e local;

PONTOS PROGRAMÁTICOS	CARGA HORÁRIA	OBJECTIVOS A ATINGIR	TÓPICOS A APROFUNDAR
2.3. TURISMO E TERRITÓRIO		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar as diferenças e comunalidades na forma e na evolução territorial dos vários espaços turísticos e conhecer e discutir os critérios para a elaboração de uma classificação taxonómica dos mesmos; ✓ Entender a diversidade de impactes que o desenvolvimento do turismo comporta, dos positivos aos negativos, e algumas metodologias e técnicas básicas para a sua avaliação. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incidências do turismo no desenvolvimento regional e local.
3. O TURISMO EM PORTUGAL: DESENVOLVIMENTO, ESTRUTURAÇÃO E ORGANIZAÇÃO			
3.1. DESENVOLVIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA	5	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entender o processo evolutivo do turismo português, identificando as principais etapas e os factores de impulsionamento; ✓ Conhecer o peso económico e societal do turismo português, bem como o seu papel como alavanca e mudança do desenvolvimento nacional e regional; ✓ Identificar o espectro de recursos e produtos turísticos que o país pode oferecer e aproveitar para o desenvolvimento turístico e a sua afirmação como destino turístico internacional; ✓ Identificar as principais motivações e práticas dos turistas portugueses e estrangeiros. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aspectos gerais da evolução do turismo em Portugal; ✓ O potencial de sustentação e competitividade do turismo português: o portfólio dos recursos e dos produtos turísticos; ✓ As práticas de lazer e turismo dos portugueses e as motivações dos turistas estrangeiros; ✓ A importância do turismo na economia e na sociedade portuguesas.
3.2. A ESTRUTURAÇÃO REGIONAL DO TURISMO PORTUGUÊS	7	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conhecer a distribuição territorial do turismo português, identificando padrões e assimetrias; ✓ Identificar o mosaico regional de especialização da oferta turística; ✓ Identificar os potenciais de captação e fidelização de procuras turísticas internacionais. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Padrões e assimetrias espaciais de desenvolvimento da actividade turística: uma visão concelhia; ✓ Especializações regionais da oferta de alojamento e de produtos turísticos; ✓ Potencial turístico de projecção internacional das regiões portuguesas.
3.3. A POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO NA VIRAGEM DO MILÉNIO	4	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conhecer a visão da UE em matéria de turismo; ✓ Conhecer os principais instrumentos orientadores da presente política nacional e turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ As principais orientações da UE para o desenvolvimento turístico no território comunitário; ✓ Grandes orientações estratégicas e prioridades políticas nacionais para o desenvolvimento turístico: do Plano de Consolidação do Turismo de 2002 ao Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo de 2003.
4. PLANEAMENTO TURÍSTICO: POLÍTICAS, METODOLOGIAS, INSTRUMENTOS E LIÇÕES DE EXPERIÊNCIA			
4.1. A POLÍTICA DE TURISMO NA ACTUALIDADE: O DESAFIO DA SUSTENTABILIDADE	1	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educar para a cidadania, a participação e responsabilização nos processos de desenvolvimento; ✓ Conhecer o percurso da consciencialização societal da importância da sustentabilidade nos processos de desenvolvimento turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Em prol de processos de desenvolvimento regional e local sustentáveis; ✓ Orientações para um desenvolvimento turístico sustentável.
4.2. METODOLOGIAS E INSTRUMENTOS DE PLANEAMENTO TURÍSTICO	3	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entender o papel do turismo no planeamento económico-social e territorial; ✓ Conhecer sumariamente o processo de planeamento turístico; ✓ Conhecer algumas perspectivas e metodologias habitualmente utilizadas em planeamento turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ O turismo no planeamento e o planeamento do turismo: uma abordagem introdutória; ✓ Algumas abordagens e metodologias recorrentes no planeamento turístico actual.
4.3. LIÇÕES DE EXPERIÊNCIA DO PLANEAMENTO TURÍSTICO REGIONAL	4	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conhecer alguns casos de estudo ao nível de planos regionais de desenvolvimento turístico e ao nível de grandes projectos locais estruturantes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planos turísticos regionais; ✓ Projectos turísticos locais emblemáticos: realidade, inovação e utopia.

1.8. SÍNTESE ESQUEMÁTICA DAS INTERLIGAÇÕES EXISTENTES ENTRE OS VÁRIOS PONTOS PROGRAMÁTICOS





2.

DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA

1.

LAZER E TURISMO:
objecto, princípios e conceitos

1.1. NATUREZA E FUNDAMENTOS DA GEOGRAFIA DO LAZER E DO TURISMO

“Depuis la fin de la Deuxième Guerre Mondiale l’expansion du tourisme si elle intéresse le sociologue n’en retient moins l’attention du géographe à cause de ses retombées spatiales: des rares touristes qui circulent en Patagonie ou à travers les grands réserves d’animaux de l’Afrique australe aux véritables hordes de touristes qui semblent prendre d’assaut les rivages méditerranéens, le tourisme s’inscrit plus ou moins fortement dans le paysage. Tantôt discret, tantôt tyrannique, le tourisme débouche sur de multiples aspects géographiques; a lui seul, il suffit parfois à caractériser un foyer ou une région touristique. La Côte d’Azur, la Costa del Sol, les chutes du Niagara ou Paris, ont des images de marque touristiques qui en font renommée ou point d’attirer la clientèle de tous les coins du globe.”

(LOZATO-GIOTART, J.P.; 1993, p. xii)

Carga horária: 1 hora

Objectivos a atingir:

- Justificar a pertinência da disciplina de Geografia do Lazer e do Turismo na licenciatura em Geografia;
- Entender a importância da dimensão espacial na compreensão dos fenómenos de Lazer e do Turismo;
- Conhecer o objecto da Geografia do Lazer e do Turismo e o seu posicionamento no contexto da Geografia e áreas científicas afins;
- Conhecer e enquadrar a evolução das várias perspectivas da Geografia do Lazer e do Turismo na história do pensamento geográfico;
- Conhecer o “Estado da Arte” da investigação em Lazer e Turismo.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *Porquê uma Geografia do Lazer e do Turismo?;*
- ✓ *O lugar do Lazer e do Turismo na Geografia: tradição e modernidade;*
- ✓ *A investigação geográfica em Lazer e Turismo: questões, temas e desafios actuais.*

1.1.1. Porquê uma Geografia do Lazer e do Turismo?

⇒ Do interesse dos geógrafos pela temática do Lazer e do Turismo

- Da tímida aproximação dos geógrafos ao tema em meados do século XIX à consolidação da chamada “Geografia do Lazer e do Turismo” como área disciplinar nas últimas décadas.

⇒ Da dimensão espacial das actividades de Lazer e Turismo

- A crescente relevância dos fluxos turísticos e do processo de “*turistificação*” do território no mundo actual. O papel essencial da análise dos fluxos, dos padrões de distribuição, e da interacção de focos turísticos emissores e receptores na compreensão da evolução e da repartição do fenómeno turístico mundial.

⇒ Da incorporação da temática Lazer e Turismo no quadro do ensino superior

- O pioneirismo das universidades, alemãs, inglesas e francesas. Os grandes pólos mundiais da investigação e ensino superior da Geografia do Lazer e Turismo.
- O papel de Carminda CAVACO no desenvolvimento e consolidação da investigação e ensino da Geografia do Turismo na universidade portuguesa. Da recente e rápida expansão dos cursos superiores de turismo em Portugal: os grandes pólos do ensino superior do turismo em Portugal.

⇒ Da força institucional do sector do Lazer e Turismo: alguns marcos internacionais.

- Dos grandes organismos de formação, investigação e difusão da actividade turística, aos organismos de apoio à difusão da investigação e ensino em Geografia do Lazer e Turismo.

1.1.2. O lugar do Lazer e do Turismo na Geografia: tradição e modernidade

⇒ Da descrição à explicação e à busca de uma teoria do espaço turístico

- A passagem progressiva do estudo espacial das actividades turísticas de um tratamento descritivo para um outro explicativo: da Geografia Clássica à Nova Geografia.

⇒ Dos enfoques actualmente mais recorrentes da Geografia do Lazer e do Turismo

- Análises baseadas em modelos espaciais e comportamentais.
- Análises centradas na economia política do turismo.
- Análises norteadas por interpretações culturais.

1.1.3. A investigação geográfica em Lazer e Turismo: questões, temas, e desafios actuais

⇒ Da importância e a necessidade de uma análise interdisciplinar

- O posicionamento da Geografia do Lazer e do Turismo no espectro interdisciplinar.
- A diversidade de questões e enfoques suscitados pela investigação dos fenómenos de Lazer e Turismo.
- A matriz conceptual de análise do Lazer e Turismo de MITCHELL (1991).

⇒ Das grandes temáticas da Geografia do Lazer e Turismo

- Da proposta de Douglas PEARCE (1987) à de Georges CAZES (1992).
- A “Agenda” da *International Travel and Tourism Research Association*.

⇒ Dos principais problemas para os investigadores em Geografia do Lazer e Turismo

- i) As limitações dos indicadores para descrever a magnitude e impactes do lazer e turismo; ii) A grande diversidade das actividades de lazer e turismo; iii) As complexidades espaciais e regionais do fenómeno “Lazer e Turismo”; iv) O elevado grau de fragmentação dos agentes turísticos.

⇒ Dos novos desafios da investigação em Geografia do Lazer e Turismo

- A visão de Fernando VERA *et al* (1997).

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ LUIS GÓMEZ, A. (1988) – *Aproximación Histórica al Estudio de la Geografía del Ocio: Guía Introductoria*. Ed. Anthropos – Editorial del Hombre, Barcelona (384 p.).
- ✓ VERA, Fernando *et al* (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).

Com carácter facultativo

- ✓ CAZES, G. (1992) – *Fondements pour une Géographie du Tourisme et des Loisirs*. Ed. Bréal, Paris (189 p.).
- ✓ DENCKER, A. de Freitas (1998) – *Métodos e Técnicas da Pesquisa em Turismo*. Futura, São Paulo.
- ✓ PEARCE, Douglas e BUTLER, R. (1993) – *Tourism Research: Critiques and Challenges*. Ed. Routledge, Londres.
- ✓ SANTOS, Figueiredo (2002) – *Turismo – Mosaico de Sonhos: Incursões Sociológicas pela Cultura Turística*. Ed. Colibri, Lisboa (377 p.).
- ✓ SEATON, A. V. *et al* (eds.) (1994) – *Tourism: The State of the Art*. Ed. John Wiley & Sons, West Sussex.
- ✓ SHAW, Gareth e WILLIAMS, Allan (2002) – *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective*. Ed. Blackwell Publishers, Oxford. (371 p.).

1.2. APROXIMAÇÃO CONCEPTUAL AO LAZER E AO TURISMO

“Le loisir est un ensemble d’occupations auxquelles l’individu peut s’adonner de plein gré, soit pour se délasser, soit pour se divertir, soit pour développer sa participation sociale volontaire, son information ou sa formation désintéressée, après s’être libéré de toutes ses obligations professionnels, familiales ou sociales”

(Joffre DUMAZDIER, 1970)

Carga horária: 3 horas

Objectivos a atingir:

- Clarificar conceitos e noções básicas;
- Entender o funcionamento sistémico do turismo;
- Conhecer as essências do turismo e dos territórios turísticos;
- Conhecer as principais fontes de informação e os indicadores pertinentes.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *Ócio, lazer, recreação e turismo: conceitos básicos;*
- ✓ *As noções de «património turístico», «recurso turístico» e «produto turístico»;*
- ✓ *Usos do tempo e práticas de lazer e de turismo;*
- ✓ *O sistema de relações do turismo;*
- ✓ *Características e especificidades do turismo;*
- ✓ *Turistas e formas de turismo;*
- ✓ *Ciclo de vida dos destinos turísticos;*
- ✓ *Informação e fontes para o estudo do Lazer e do Turismo;*
- ✓ *Principais indicadores utilizados na Geografia do Lazer e do Turismo.*

1.2.1. Ócio, Lazer, Recreação e Turismo: conceitos básicos

⇒ Etimologia e significados das palavras

⇒ Do aperfeiçoamento de uma definição

- Da primeira referenciação escrita dos vocábulos «*tourist*» e «*tourism*» aos contributos de vários autores para o aperfeiçoamento das duas definições.
- A definição institucional: da definição inicial da Comissão Estatística da Liga das Nações (1937); à actual definição estabelecida pela OMT – Organização Mundial de Turismo: o turismo como uma resultante do entrecruzamento de vários vectores analíticos.

⇒ Do posicionamento do lazer e do turismo no contexto das necessidades humanas

- A visão de DREWNOWSK das problemáticas da “Satisfação das Necessidades Humanas”, “Bem-estar”; e “Nível de Vida”.
- As visões de R. BURTON e Pierre BORDIEU do papel das actividades de Lazer e Turismo na satisfação das necessidades psico-somáticas e sociais.

1.2.2. As noções de «Património turístico», «Recurso turístico» e «Produto turístico»

- Os conceitos de «Património turístico» e de «Recurso turístico», segundo a OMT.
- O conceito complexo e compósito de «Produto turístico», segundo HAWKINS, Donald E. e LAMOUREUX, Kristin (The George Washington University).

1.2.3. Usos do tempo e práticas de Lazer e Turismo

⇒ Do tempo livre ao tempo libertado e ao tempo de lazer. Perspectivas, autores e obras referenciais

- Os idealismos dos séculos XVI e XVII aos percussores da Sociologia do Lazer do século XIX.
- As abordagens renovadoras do Pós 2ª Guerra Mundial. O papel de Joffre DUMAZEDIER na consolidação da Sociologia do Lazer como disciplina: a sua tipologia das atitudes perante o lazer.
- As obras e visões mais recentes.

⇒ O posicionamento do turismo no espectro de usos do tempo. Matrizes e esquemas de síntese

- Os principais esquemas-síntese de distribuição dos usos do tempo e de categorias de actividades de lazer e turismo.

1.2.4. O sistema de relações do turismo

⇒ A importância de uma abordagem sistémica

- Os principais vértices de uma possível articulação sistémica.

⇒ Os elementos do sistema turístico do ponto de vista da Geografia do Lazer e Turismo

- Lazer e Turismo: “um espaço de geometria variável”: do esquema-síntese de JAFARI e RITCHIE (1981) ao de Fernando VERA *et al.* (1997).

1.2.5. Características e especificidades do turismo

⇒ Tipificação das características e especificidades do serviço turismo

- A tipologia de Morrison (1996) relativa às características e especificidades do serviço turismo.

1.2.6. Turistas e formas de turismo

⇒ Os conceitos de viajante, visitante, turista e excursionista

- Dos conceitos da OMT/ONU às classificações de COHEN (1972), V. L. SMITH (1977) e CHADWICK (1987). A matriz-síntese de Gareth SHAW e Allan WILLIAMS (2002).

⇒ Classificações de Turismo

- A classificação do turismo segundo a origem dos turistas a outras classificações.
- Turismo de “massas” *versus* turismo de “minorias/elites”.
- As principais modalidades de turismo.

1.2.7. Ciclo de vida dos destinos turísticos

⇒ Esquemas interpretativos do ciclo de vida dos destinos turísticos

- O modelo sistémico de evolução do espaço turístico de CHADEFAUD; ii) o modelo de ciclo de vida dos espaços turísticos de BUTLER; iii) o modelo de ciclo de vida dos espaços turísticos de MEYER-ARENDT; iv) o modelo de ciclos alternativos de GAYWOOD; v) o modelo do ciclo de vida para cidades histórico-turísticas de BORG e GOTTI.

⇒ **Implicações dos ciclos de vida para o desenvolvimento turístico local**

- A matriz de implicações de COOPER; ao o modelo hipotético-dedutivo de síntese do desenvolvimento do espaço turístico de MIOSSEC.

1.2.8. Informação e fontes para o estudo do Lazer e do Turismo

⇒ **O espectro da informação necessária às fontes de recolha de informação. Principais estatísticas e/ou bases de dados nacionais e internacionais**

- Os elementos mais relevantes da informação estatística sobre a actividade turística: da procura e da oferta.
- A informação disponibilizada regularmente ao nível nacional. A estrutura do IRT – Inventário dos Recursos Turísticos da DGT.
- A informação disponibilizada regularmente ao nível internacional.
- As principais revistas de apoio específico ao estudo da Geografia do Lazer e Turismo: estrangeiras e nacionais.

1.2.9. Principais indicadores utilizados em Geografia do Lazer e do Turismo

⇒ **Principais índices e taxas**

- Medidas de potenciais de fluxos.
- Medidas de atractividade turística local.
- Medidas de capacidade e desempenho da oferta hoteleira.
- Medidas de distribuição anual da actividade turística.
- Medidas de avaliação de cargas turísticas.
- Medidas de definição de “territórios activos de turismo.

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ OMT (2002) – *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Ed. Organización Mundial de Turismo, Madrid. (341 p.).
- ✓ SMITH, Stephen L. J. (1995) – *Tourism Analysis: A Handbook*. Ed: Longman, Edimburgo (326 p.).
- ✓ VERA, Fernando *et al* (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).

Com carácter facultativo

- ✓ COOPER, Chris *et al* (1993) – *Tourism: Principles & Practice*. Ed. Longman, Edimburgo. (290 p.).
- ✓ OMT (1995) – *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics (Technical Manual nº1)*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (126 p.).
- ✓ OMT (1998) - *Introduction to Tourism*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (392 p.).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212 p.).
- ✓ DUMAZDIER, Joffre (1979) – *Sociologia Empírica do Lazer*. Ed. Perspectiva, São Paulo.

2.

O TURISMO NO MUNDO:
evolução, componentes,
processos e padrões

2.1. A AVENTURA DO TURISMO

"De nos jours, le tourisme est devenu un élément aussi important que d'autres activités humaines comme l'industrie ou le commerce. Toutefois, l'évocation touristique comporte une connotation liée au loisir, au voyage ou à la détente, et pour majorité de nos contemporains «faire du tourisme» est synonyme de vacances. Bien que le déplacement et le séjour hors de chez soi remontent jusqu'aux plus lointaines périodes de l'histoire, le tourisme n'est devenu un phénomène de masse qu'au cours du XX^e siècle. Les récits de voyage de Strabon (Antiquité), de Marco Polo (XIII^e), d'Arthur Young (XVIII^e) ou, plus près de nous, d'Henri de Monfreid, ont jalonné la découverte d'espaces et de civilisations diversifiés, mais ce sont les dizaines de milliers de brochures, de cartes, de spots publicitaires et les concentrations estivales sur les plages qui symbolisent l'ampleur du tourisme en tant que fait de société".

(LOZATO-GIOTART, J.P.; 1993, p. xi)

Carga horária: 4 horas

Objectivos a atingir:

- Conhecer a evolução do turismo mundial, os seus factores e contextos;
- Interpretar sintética e graficamente a cadeia evolutiva do turismo;
- Identificar as grandezas e padrões de distribuição territorial do turismo mundial;
- Perspectivar a evolução futura do turismo.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *A construção do imaginário turístico;*
- ✓ *As principais etapas na evolução do turismo mundial;*
- ✓ *Grandes factores de massificação e globalização do turismo contemporâneo;*
- ✓ *Modelos interpretativos da cadeia evolutiva do turismo.*
- ✓ *Grandezas do turismo mundial. O mapa-múndi dos fluxos e dos focos turísticos;*
- ✓ *Novas tendências do turismo mundial e cenários de futuro.*

2.1.1. A construção do imaginário turístico

⇒ Os precursores: da Antiguidade à Idade Média

- O papel dos grandes santuários da Antiguidade e da cultura do ócio na sociedade romana.
- O papel das grandes peregrinações religiosas da Alta Idade Média.

⇒ O papel das Descobertas e do Humanismo Renascentista

- As grandes viagens marítimas: do alargamento do conhecimento e curiosidade pelo mundo ao despertar do gosto pela viagem e pela aventura.
- O Renascimento e o crescente interesse pela cultura da Antiguidade.

2.1.2. As principais etapas na evolução do turismo mundial

⇒ Séculos XV a XVI: o despertar do turismo formal

- O papel da nobreza no arranque do turismo: a importância das viagens de lazer e turismo a Itália e aos Alpes.
- A importância da impressão do primeiro guia de caminhos para apoio ao viajante (século XVI) e o papel dos avanços dos transportes nos séculos XVI e XVII.
- O desenvolvimento das redes de alojamento para apoio ao viajante: o papel das *auberges* (estalagens) em França.
- O crescente gosto da aristocracia europeia pelo retiro no campo, pelo passeio na praia e na falésia: as motivações do repouso e da contemplação da Natureza.
- A crescente valorização dos complexos reais (palácio real/jardim) e “o adormecimento da viagem turística”.

⇒ Século XVIII: os anos do arranque decisivo

- A liderança inglesa: da renovação da literatura de viagem à invenção do “*Grand Tour*” – ou da grande viagem educativa dos jovens aristocratas.
- A importância da institucionalização da diligência regular entre as grandes cidades e da diversificação das viaturas particulares.
- O nascimento da triologia “Horeca”: hotel, restaurante e café.
- A emergência da Visão Naturalista e a nova estruturação do imaginário turístico ocidental.

- O início do ciclo de dominação das procuras turísticas das “praias frias” do Mar do Norte. Os ingleses e a invenção da estância balnear marítima: as pioneiras e modelares Brighthon, Hastings e Yarmouth.
- A redescoberta das qualidades das águas termais à invenção da estância termal.
- A emergência do Climatismo de Inverno: os crescentes fluxos turísticos para o Mediterrâneo.
- A emergência do Montanhismo e o deslumbramento com as paisagens da Suíça.
- A renovação do amor pelo campo: o desenvolvimento das “casas de campo” e a afirmação de lugares de vilegiatura.

⇒ **Século XIX: os anos da mudança e do nascimento do turismo contemporâneo**

- A importância de uma literatura de viagens renovada e diversificada. O aparecimento das grandes coleções de Guias Turísticos.
- O desenvolvimento das indústrias de bicicletas e de automóveis e o lançamento de guias turísticos específicos para ciclistas e automobilistas – o início da democratização do turismo.
- O papel do desenvolvimento do caminho-de-ferro e da navegação: a criação das primeiras grandes companhias de transporte turístico ferroviário e marítimo.
- O papel do forte discurso higienista e das elites. Da dinamização do termalismo e embelezamento das estâncias termais e da emergência de novas estâncias turísticas de litoral.
- O desenvolvimento capitalista e a criação das primeiras estâncias turísticas integralmente planeadas.
- O acelerado desenvolvimento do montanhismo nos Alpes e nos Pirinéus. Os ares da montanha, os médicos, a tuberculose e a cura de doentes – o incremento dos sanatórios e o desenvolvimento de novas formas de turismo de Verão.

⇒ **A primeira metade do Século XX: os anos da consolidação do fenómeno turístico**

- O turismo de praia, ainda que fundamentalmente associado à estação de Inverno, e a sua liderança no desenvolvimento turístico. A afirmação turística do “Midi”.
- O papel do caminho-de-ferro e do automóvel e dos casinos. A multiplicação e diversificação das estâncias balneares nos países da: Europa do Sul. A afirmação das praias da fachada mediterrânica do Norte de África: A afirmação das estâncias balneares de Inverno na costa da Florida.

- A assunção do turismo de montanha como complemento e principal alternativa ao turismo de praia. Do desenvolvimento do turismo de montanha de Inverno ao de Verão: os papéis respectivos dos desportos de neve e do flagelo da tuberculose.
- A alternativa do termalismo.
- O regresso do “*Grand Tour*” e a multiplicação das viagens formativas e culturais pelo mundo.
- O papel da trilogia: hotel-palácio/comboio transnacional/paquete de luxo.

⇒ **A segunda metade do Século XX: os anos da massificação e da globalização do fenómeno turístico**

- Da revolução estival dos 3 S - “*Sea, Sand and Sun*” à massificação das praias da Bacia Mediterrânica, à busca de ambientes tropicais e exóticos, passando pelas praias americanas da Califórnia e da Florida. O papel das elites (a «*jet society*»), do capitalismo, do automóvel, do avião, das telecomunicações e das agências de viagem na expansão e alargamento do turismo à escala mundial.
- O alargamento do espectro de produtos turísticos. O papel dos grandes operadores turísticos de transporte e das grandes cadeias hoteleiras.
- A socialização do turismo: “*Turismo para todos!*”

2.1.3. Grandes factores de massificação e globalização do turismo contemporâneo

⇒ **Factores de carácter político, económico e social**

- Os ganhos sucessivos e consideráveis de tempos livres.
- O progressivo incremento do poder de compra de todos os estratos sociais.
- A crescente internacionalização, mundialização e globalização das economias.
- As alterações nos padrões de consumo.
- As mudanças nas estruturas familiares.
- A diversificação dos períodos de férias.
- A crescente consciencialização de novos valores societais.
- O crescente reconhecimento dos decisores políticos e técnicos da importância do turismo como alavanca para o desenvolvimento.

⇒ **Factores de carácter tecnológico**

- Do aumento da mobilidade à generalização das novas tecnologias da informação.

⇒ **Factores de carácter territorial**

- A multiplicidade de recursos patrimoniais.
- Da crescente e constrangedora urbanização ao desejo de evasão.

⇒ **Factores intrínsecos ao próprio sector turístico**

- O desenvolvimento crescentemente apelativo da oferta turística.
- O desenvolvimento de fórmulas novas e competitivas de produção e comercialização de empreendimentos e serviços turísticos.
- O reforço da promoção e *marketing* turísticos: sob as mais diversas e imaginativas formas.
- O desenvolvimento de centrais de reserva: das generalistas às específicas. O papel da *Internet*.
- A importância da multiplicação de grandes eventos.

2.1.4. Modelos interpretativos da cadeia evolutiva do turismo

⇒ **Modelos de fluxos turísticos**

- Dos modelos de trajectos e itinerários aos modelos de volume de fluxos.

⇒ **Modelos de origem-destino dos fluxos turísticos**

- O modelo de THUROT (1980) relativo ao comportamento da oferta e da procura turística.
- O modelo de LUNDGREN (1982) de hierarquização espacial dos fluxos turísticos.
- O modelo de PEARCE (1981) de representação dos fluxos turísticos com proveniência ou destino de grandes áreas urbanas.

⇒ **Modelos estruturais descritivos dos impactes do turismo**

- O modelo de BRITTON (1980) relativo aos enclaves turísticos em economias periféricas.

⇒ **Modelos evolutivos**

- O modelo de PLOG (1973) relativo ao posicionamento psicográfico de alguns destinos turísticos. Os conceitos de «psicocentrismo» e de «alocentrismo».
- O modelo de GORMSEN (1981) relativo à evolução espaço-temporal do turismo internacional em áreas costeiras europeias.

- O modelo de MIOSSEC (1976) relativo à evolução estrutural, no tempo e no espaço, das regiões turísticas.

2.1.5. Grandezas do turismo mundial. O mapa-múndi dos fluxos e focos turísticos

⇒ O peso do turismo na economia mundial

- Turismo: uma actividade que tende a liderar a economia mundial quer em termos do VAB quer do emprego.

⇒ Grandes números em termos de fluxos turísticos

- Da hegemonia dos países desenvolvidos à emergência dos países em vias de desenvolvimento: i) o crescimento exponencial dos fluxos turísticos desde o Pós-Guerra; ii) a grande concentração dos fluxos turísticos na óptica dos locais receptores e na óptica dos locais emissores.

⇒ Grandes números em termos de receitas e gastos turísticos

- A óptica dos locais receptores: os grandes números das receitas turísticas.
- A óptica dos locais emissores: os grandes números dos gastos turísticos.

⇒ A influência das condições bioclimáticas na estruturação do mapa-múndi dos fluxos e focos turísticos

- A “Carta Bioclimática do Ócio” de BONIFACE e COOPER (1987).

⇒ O posicionamento competitivo de Portugal no contexto do turismo mundial

- Em termos de fluxos turísticos e em termos de receitas turísticas.

2.1.6. Novas tendências do turismo mundial e cenários de futuro

⇒ O incremento do conceito de “*resort turístico*”

- O lançamento, um pouco por toda a parte, de projectos estruturantes do tipo “*resort turístico*”, englobando imbricações de tipologias de alojamento e serviços turísticos, recreativos e complementares, proporcionando uma razoável auto-suficiência aos utentes.

⇒ O papel impulsionador dos grandes equipamentos e/ou eventos recreativos, desportivos e culturais

- Dos grandes parques temáticos; aos grandes eventos desportivos; aos grandes eventos culturais; e aos grandes eventos económicos.

⇒ **O papel impulsionador do Património Cultural da Humanidade**

- O “chamamento do Património”: a força atractiva dos múltiplos locais classificados pela UNESCO como “Património Cultural da Humanidade”.

⇒ **Turismo virtual e “e Turismo”**

- O “viajar sentado no sofá”: do crescente consumo de revistas, livros, programas de televisão e “sítios” da *Internet*, directa ou indirectamente, relacionados com o lazer e turismo.
- A crescente utilização das TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação na operacionalização, distribuição e estruturação da actividade turística.

⇒ **As novas e arrojadas formas de turismo alternativo**

- “A busca da excitação” em locais e ambientes insólitos.

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ BOYER, Marc (1996) – *L’Invention du Tourisme*. Ed. Gallimard, collection Découvertes, Paris. (160 p.).
- ✓ LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre (1993) – *Géographie du Tourisme*. Ed. Masson Géographie, Paris. (312 p.).
- ✓ MESPLIER, Alain e BLOC-DURAFFOUR, Pierre (2000) – *Le Tourisme dans le Monde*. Ed. Bréal, Paris. (380 p.).
- ✓ PEARCE, Douglas (1995) – *Tourism Today: a geographical analysis*. Ed. Longman, Edimburgo. (202 p.).

Com carácter facultativo

- ✓ BUHALIS, Dimitrios (2004) – “eTourism: strategic and tactical impacts of information communication technologies for tourism”, *RT&D- Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol 1, nº 1. Ed. Notícias Editorial, Lisboa (pp.57-66).
- ✓ CAVACO, Carminda (1996) – “Turismos de ontem e de hoje”, em *Turismos e Lazeres*. EPRU, nº 45, Ed. Centro de Estudos Geográficos da UL, Lisboa (pp. 1-13).
- ✓ CAVACO, Carminda (1998) – “Turismo(s) de ontem e de amanhã”, em *Economia & Prospectiva (Turismo: Uma Actividade Estratégica)*, vol I, nº, Jan/Mar. Ed. Ministério da Economia, Lisboa (pp. 61-78).
- ✓ FERNANDÉZ FÚSTER, Luís (1991) – *Historia general del turismo de massas*. Ed. Alianza Universidade Textos, Madrid (1076 p.).
- ✓ HENRIQUES, Cláudia (2003) – *Turismo, Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável* (dissert. doutoramento) . Ed. Sílabo, Lisboa. (307 p.).
- ✓ MONTANARI, Armando e WILLIAMS, Allan (1995) (coord.) – *European Tourism: regions, spaces and restructuring*. Ed. John Wiley and Sons, Nova Iorque. (284 p.).
- ✓ OMT (1997) – *Internacional tourism: A Global Perspective*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (406 p.).
- ✓ PAGE, Stephen (1995) – *Urban Tourism*. Ed. Routledge, Londres. (269 p.).
- ✓ WILLIAMS, Allan e Gareth SHAW (1991) – *Tourism & Economic Development: Western European Experiences*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque. (291 p.).

2.2. O SISTEMA TURÍSTICO CONTEMPORÂNEO

“On reste médusé devant le paradoxe de ces millions de touristes qui fuient leur ville parce qu’elle est superpeuplée, embouteillée, bruyante, pollué et qui viennent chercher dans telle ou telle station leurs deux semaines parfois au moins aussi superpeuplées, embouteillées, bruyantes et pollués, la seule différence étant qu’il faut payer – et généralement fortement cher – pour se privilèger. On va sur la côte pour «changer d’air» et on y reconstitue la ville avec ses immeubles, ses autoroutes, ses foules, ses stress. Il faut vivre avec son temps, disent les promoteurs”

(J. J. BAVOUX, *Les Littoraux Français*, 1997, p.160)

Carga horária: 8 horas

Objectivos a atingir:

- Entender a diversidade de motivações dos turistas e os contextos que as explicam;
- Perceber de um ponto de vista sistémico como funciona a orgânica global do turismo;
- Conhecer as principais componentes do mercado turístico e a sua interacção;
- Identificar a importância para o sistema turístico de algumas componentes complementares.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *As motivações e as práticas turísticas;*
- ✓ *O sistema de relações do turismo;*
- ✓ *O mercado turístico: a oferta e a procura;*
- ✓ *Componentes transversais ao sistema turístico: formação, promoção e marketing, animação e investimento.*

2.2.1. As motivações e as práticas turísticas

⇒ O «paradoxo do ócio»

- A evolução divergente das curvas do tempo disponível e do rendimento disponível em função da idade dos potenciais turistas. O modelo de COOPER *et al* (1996).

⇒ Das necessidades turísticas

- As classificações de necessidades turísticas de Alain LAURENT (1973) e de KRIPPENDORF (1987).

⇒ Modelos de comportamento do consumidor visitante e/ou turista

- O modelo de PLOG (1973): «psicocentrismo» e «alocentrismo».
- Os modelos explicativos de SCHMOLL (1977); MATHIESON e WALL (1982), e MOSCARDO *et al.* (1996).

⇒ O espectro das motivações e práticas turísticas e suas condicionantes

- Da diversidade de motivações pessoais de viajar à diversidade de práticas turísticas. As múltiplas condicionantes pessoais à prática turística.

2.2.2. O sistema de relações do turismo

⇒ O sistema global e funcional do turismo

- A representação esquemática do SISTUR- Sistema Turismo na visão de BENI (2001): os três grandes conjuntos: i) o conjunto das relações contextuais; ii) o conjunto da organização institucional; iii) o conjunto das ações operacionais.

2.2.3. O mercado turístico: a oferta e a procura

⇒ Elementos básicos do mercado turístico

- Os esquemas-síntese do mercado turístico. A visão de VERTTI (1977) do subsistema produção. A visão de KRIPPENDORF (1971) do subsistema distribuição. A visão de BENI (2001) do subsistema consumo.
- Os grandes operadores turísticos. As operações realizadas pelas agências de viagens.

⇒ A componente da oferta: dos recursos patrimoniais às estruturas de recepção turística locais

- Do conceito de «oferta turística».
- As envolventes interna e externa da oferta turística.

- A classificação de recursos patrimoniais turísticos de Pierre DEFERT: i) Hidromo); ii) Fitomo; iii) Litomo; iv) Antropomo; e v) Mnemomo.
- As principais tipologias de estruturas de recepção turística locais.

⇒ **A componente da procura**

- Dos conceitos de «procura turística», turista, visitante e excursionista. Os esquemas-síntese da OMT de classificação de visitantes e turistas internacionais e internos.
- Os factores determinantes da procura turística global: factores estruturais e factores conjunturais. A «curva da procura turística».
- O conceito de «utilidade turística» de BULL (1995). O conceito e as funções da «elasticidade da procura turística». O conceito e as funções do «consumo turístico».

⇒ **Factores de desequilíbrio do mercado turístico**

- Dos factores estruturais aos factores conjunturais.

2.2.4. Componentes transversais ao sistema turístico:

⇒ **A formação turística**

- Da necessidade de preparação específica e qualificação dos recursos humanos para servir uma clientela por norma experimentada e exigente. Do espectro de profissionais directamente ligados à actividade turística.

⇒ **A animação turística**

- A crescente importância da animação turística, como factor de desenvolvimento, sustentação, inovação e competitividade, dos destinos e produtos turísticos. A importância dos públicos-alvo nos processos de tomada de decisão.

⇒ **O marketing turístico**

- Das raízes históricas do *marketing* turístico à “missão” de um plano de *marketing* turístico.
- Os conceitos de «*promoção turística*» e de «*marketing turístico*». A abordagem Produto-Segmento-Mercado. O conceito de Proposta de Valor. O conceito de “*umbrella*” e a importância da “marca”.
- Do papel da Agência Regional de *Marketing* Turístico às *DMC -Destination Management Companies*.

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ BENI, Mario C. (1997) - *Análise Estrutural do Turismo*. Ed. SENAC, São Paulo. (516 p.).
- ✓ CUNHA, Licínio (2001) – *Introdução ao Turismo*. Ed. Verbo, Lisboa. (447).
- ✓ MILL, R. C. e MORRISON, A. (1992) – *The Tourism System: an Introductory*. Ed. Prentice-Hall Internacional Editions, New Jersey (506 p.).

Com carácter facultativo

- ✓ COSTA, Jorge *et al* (2000) – *Tendências Internacionais em Turismo*. Ed. Lidel, Lisboa. (145 p.).
- ✓ HORNER, S. E SWARBROOKE, J. (1999) – *Consumer Behaviour in Tourism*. Ed. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- ✓ KOTLER, P. (1994) – *Marketing Management: analysis, planning, implementation and control*, Ed. Prentice-Hall, New Jersey.
- ✓ MONTANER MONTEJANO, J. (1991) – *Estructura del Mercado Turístico*. Editorial Síntesis, Madrid (350 p.).

2.3. TURISMO E TERRITÓRIO

“Le touriste, premier élément du système touristique ne peut exister sans le second: les lieux touristiques. (...) Identifier un lieu comme étant touristique signifie donc faire abstractions d'autres sens qu'on peut lui conférer. Parfois il s'agit d'un caractère prédominant, comme dans le cas des stations touristiques; parfois d'un caractère parmi les autres, comme dans les villes touristiques, et, en particulier, dans les métropoles qui ont pratiquement toutes une dimension touristique, au sens restreite du terme. On peut donc non seulement identifier des lieux touristiques, mais aussi les qualités d'un lieu "être touristique". Cela permet d'engager une réflexion sur la manière la plus adéquate de distinguer les lieux touristiques, qui sont d'une très grande variété, et d'identifier leurs évolutions passées et présentes.”

(Équipe MIT, *Tourismes 1: Lieux Communs*; 2002, p. 9)

Carga horária: 8 horas

Objectivos a atingir:

- Entender a importância da espacialidade, a várias escalas, no desenvolvimento e análise do fenómeno turístico;
- Conhecer as diferentes abordagens teóricas dos geógrafos às questões da espacialização do fenómeno turístico;
- Identificar as diferenças e comunalidades na forma e na evolução territorial dos vários espaços turísticos e conhecer e discutir os critérios para a elaboração de uma classificação taxonómica dos mesmos;
- Entender a diversidade de impactes que o desenvolvimento do turismo comporta, dos positivos aos negativos, e algumas metodologias e técnicas básicas para a sua avaliação.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *A dimensão territorial e ambiental do turismo;*
- ✓ *Principais teorias sobre a estruturação territorial do turismo;*
- ✓ *Tipologias básicas de espaços turísticos;*
- ✓ *Incidências do turismo no desenvolvimento regional e local.*

2.3.1. A dimensão territorial do turismo

⇒ A espacialidade da actividade turística

- As cadeias de produção do território turístico e de desenvolvimento do produto turístico de Fernando VERA *et al.* (1997).

⇒ As três características básicas da estruturação espacial da actividade turística à escala mundial

- A maior intensidade dos fluxos turísticos nacionais.
- O carácter regional da estruturação espacial dos espaços turísticos, quer receptores quer emissores e, principalmente dos fluxos turísticos.
- As assimetrias e inequidades espaciais do mapa do turismo mundial.

2.3.2. Principais teorias sobre a estruturação territorial do turismo

⇒ O neopositivismo e a estruturação do espaço turístico

- Das pioneiras visões “*christallerianas*”.
- Da aplicação dos modelos gravíticos para predição da procura turística à aplicação da teoria dos grafos para avaliar graus de acessibilidade turística dos lugares em função dos volumes dos fluxos turísticos.
- Da incorporação da percepção e do comportamento na abordagem neopositivista.

⇒ O espaço turístico como produto social

- A visão de CHADEFAUD (1987): da interacção sistémica entre a procura e a oferta e o espaço enquanto projecção da sociedade global.

2.3.3. Tipologias básicas de espaços turísticos

⇒ Critérios de classificação de espaços turísticos

- Das abordagens embrionárias de Luis FERNÁNDEZ FUSTER (1967) e de Douglas PEARCE (1989) à visão multicritério de LOZATO-GIOTART (1993).

⇒ A tipologia multicritério de LOZATO-GIOTART (1993)

- A - Os espaços turísticos polivalentes e abertos: i) - Os tipos balneares e lacustres; ii) Os tipos urbanos não balneares; iii) Os tipos “verdes” e rurbanos.

- B - Os espaços turísticos especializados e mais ou menos abertos: i) Os tipos abertos; ii) Os tipos *enclavados*.
- C - Os espaços turísticos regionais: i) Os espaços turísticos regionais fortemente polarizados; ii) Os espaços turísticos regionais pouco ou não polarizados; iii) Os espaços de periferias turísticas.

2.3.4. Incidências do turismo no desenvolvimento regional e local

⇒ **Finalidades essenciais do turismo nos processos de desenvolvimento regional e local**

- Finalidade económica; finalidade social; finalidade territorial; finalidade patrimonial; e finalidade cultural.

⇒ **Impactes do turismo**

- As perspectivas da prevenção e da adaptação.
- Dos impactes positivos e negativos do turismo. A lista de impactes da OMT do turismo internacional (1981).
- Dos impactes económicos do turismo: Impactes económicos directos, indirectos e induzidos. A classificação da OMT de efeitos económicos gerados pelo turismo: globais, parciais e externos. A integração do turismo nas contabilidades nacionais: a importância e o alcance da «Conta Satélite do Turismo». A avaliação do impacto económico das despesas turísticas: a utilização do «quadro de relações intersectoriais» (a análise «input-output») e os «multiplicadores turísticos».
- Dos impactes ambientais do turismo: A avaliação dos impactes ambientais: a utilização da técnica do “*Painel DELPHI*” e a lista de *itens* de GREEN (1990).
- Dos impactes sócio-culturais do turismo: A matriz-síntese da OMT (2003) de potenciais impactes sócio-culturais positivos e negativos associáveis ao desenvolvimento turístico. A avaliação dos impactes socio-culturais: a utilização da técnica “*Focus Group*”.

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre (1993) – *Géographie do Tourisme*. Ed. Masson Géographie, Paris. (312 p.).
- ✓ VERA, Fernando *et al* (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).
- ✓ MATHIESON, A. e WAIL, G. (1989) – *Tourism: Economic, Physical and Social Aspects*. Ed. Longman, Harlow.

Com carácter facultativo

- ✓ BRITO, Sérgio Palma (2002) – “A implantação espacial do turismo”, *Sociedade e Território*, nº 33. Ed. Afrontamento, Porto (pp. 95-107).
- ✓ GREEN, H. et al (1990) – “Application of the Delphi Technique in Tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 17 (pp. 270-279).
- ✓ KOTTKE, M. (1988) – “Estimating tourism impacts” em *Annals of Tourism Research*, 15 (1), (pp. 122-133).
- ✓ OMT (2000) – *The Measurement of the Economic Impact on Tourism* (CD-Rom). Edição Organização Mundial de Turismo, Madrid.
- ✓ PEARCE, Douglas (1995) – *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Ed. Longman, Edimburgo (202 p.).
- ✓ SILVA, João Albino . (1994) – *O impacte Socioeconómico e Ambiental das Actividades Turísticas: Contributos para uma Avaliação Integrada*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa.
- ✓ SMITH, Stephen L. J. (1995) – *Tourism Analysis: A Handbook*. Ed: Longman, Edimburgo (326 p.).

3.

O TURISMO EM PORTUGAL: desenvolvimento, estruturação e organização

3.1. DESENVOLVIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA

“A própria situação geográfica de Portugal que, na testa atlântica da Europa, fora subtraído do convívio adiantador com os principais centros além-Pirinéus, era agora um dos trunfos que jogava em seu favor, impondo-o como escala estratégica das grandes rotas de trânsito marítimo intercontinental, precisamente na época em que o navio era soberano.

Não foi por acaso que o primeiro cartaz genuinamente turístico produzido por Portugal, em 1907, o proclamava aos quatro ventos como “«the shortest way between America and Europe», ao, mesmo tempo que consagrava Lisboa e o seu porto como pólo de irradiação do turismo nacional”.

(Paulo PINA, *Portugal: O Turismo no Século XX*, 1988, p. 11)

Carga horária: 4 horas

Objectivos a atingir:

- Entender o processo evolutivo do turismo português, identificando as principais etapas e os factores de impulsionamento;
- Conhecer o peso económico e societal do turismo português, bem como o seu papel como alavanca e mudança do desenvolvimento nacional e regional;
- Identificar o espectro de recursos e produtos turísticos que o país pode oferecer e aproveitar para o desenvolvimento turístico e a sua afirmação como destino internacional;
- Identificar as principais motivações e práticas dos turistas portugueses e estrangeiros.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *Aspectos gerais da evolução do turismo em Portugal;*
- ✓ *O potencial de sustentação e competitividade do turismo português: o portfólio dos recursos e dos produtos turísticos;*
- ✓ *Turismo interno e externo: motivações e características;*
- ✓ *A importância do turismo na economia e na sociedade portuguesas.*

3.1.1. Aspectos gerais da evolução do turismo em Portugal

⇒ De *Centum Cellas* ao *Hotel Lawrence*: os primórdios do turismo português

- Dos primórdios do desenvolvimento turístico sob domínio romano: das «mansio» e «mutatio» junto às «villa» de repouso e lazer. As tradições romanas de recreio e lazer em Portugal: as termas, os jogos e o teatro.
- Da obrigação medieval de aboletamento de viajantes ao desenvolvimento da hospedaria paga.
- Dos impactes do florescimento económico com as Descobertas no desenvolvimento turístico do país.
- A influência do «*Grand Tour*» e do romantismo no desenvolvimento e modernização do turismo em Portugal nos séculos XVIII e XIX: i) Do alvará de D. Pedro II de 1701; ii) Da construção do primeiro hotel convencional – o *Hotel Lawrence*, em Sintra (1780); iii) Do efeito da Mala-posta no desenvolvimento do turismo nos inícios do século XIX; iv) Do papel dos “*africanistas*” e dos “*brasileiros*” no desenvolvimento da procura turística do país e no incremento das viagens com o exterior; v) Do “ressuscitar” da velha tradição romana das termas a partir de meados do século XIX; vi) Do papel da Corte na consolidação da vilegiatura balnear e termal na segunda metade do século XIX.

⇒ A primeira metade do século XX: os anos da institucionalização do turismo português

- Do embrião civil da organização turística às primeiras formas de institucionalização do turismo português. O papel impulsionador do jornalista Leonildo Mendonça.
- A institucionalização de uma rede local de apoio ao desenvolvimento turístico: Das Delegações da Sociedade de Propaganda (ou Sindicatos de Iniciativa) às Comissões de Iniciativa (1920).
- Da relevância das primeiras formas de propaganda do turismo português. Do primeiro cartaz específico do turismo português e do primeiro folheto genuinamente turístico (1907) aos filmes de divulgação turística do país encomendados a produtoras parisienses (1917/18).
- Do “Centro de Turismo Português” em Paris às “Casas de Portugal” no estrangeiro.
- O papel dos transportes no desenvolvimento do turismo português: i) O papel do automobilismo e seus agentes de apoio no desenvolvimento interno do turismo; ii) O papel do caminho-de-ferro, da navegação e da aviação comercial no desenvolvimento dos fluxos turísticos vindos do exterior.
- A importância de Estoril, Fátima, Lisboa e Madeira na projecção internacional de Portugal como destino turístico. O papel do empresário visionário Fausto de Figueiredo no desenvolvimento da primeira estância turística portuguesa projectada ao nível internacional - o Estoril.

- A importância da criação de zonas de jogo no desenvolvimento turístico local: a regulamentação do jogo em 1927 e a criação das primeiras zonas de jogo.
- O papel dos grandes hotéis no desenvolvimento dos fluxos turísticos vindos do exterior.
- O papel do Clube Nacional de Campismo (1942) e da Federação Portuguesa de Campismo (1945) e da FNAT – Federação Nacional para a Alegria no Trabalho (1935) para uma maior socialização do turismo interno.
- A relevância do consulado de António Ferro para a mudança e desenvolvimento do turismo português da primeira metade do século XX.

⇒ **A segunda metade do século XX: os anos da expansão do turismo português e da consolidação de Portugal como um dos principais destinos do turismo internacional**

- As principais reformas e iniciativas do sector entre o Pós-Guerra e o “25 de Abril”: i) Das propostas do Estatuto do Turismo de 1954; ii) Da criação do Fundo de Turismo (1956) e da elaboração do Plano de Equipamento Hoteleiro (1959), ambos sob a égide do SNI; iii) Da elevação da Repartição de Turismo ao nível de Direcção de Serviços de Turismo, e posteriormente a Comissariado de Turismo (1965) e a Direcção-Geral de Turismo (1968); iv) Da criação do Centro Nacional de Formação Turística e Hoteleira; vi) Da criação das Regiões de Turismo (1956) e do seu crescente protagonismo no contexto das organizações locais de turismo.
- As principais reformas e iniciativas do sector entre o “Pós 25 de Abril” e a adesão às Comunidades. Das novas instituições públicas do sector: i) Da Direcção-Geral do Turismo (1974) à Secretaria de Estado do Turismo (1975); ii) Da constituição da ENATUR – Empresa Nacional de Turismo (1976); iii) Do embrionário Secretariado de Coordenação Promocional à criação do Instituto de Promoção Turística (...). iv) Da definição de novas competências para as Regiões de Turismo (1982) e para o Fundo de Turismo. Das novas e grandes instituições privadas do sector.
- As reformas e dinâmicas do sector turístico nos oitenta e noventa. Os novos instrumentos orientadores da actividade turística (do primeiro “Plano Nacional de Turismo:1986/89” ao “Livro Branco do Turismo:1991). As principais instituições públicas de coordenação, apoio e acompanhamento do desenvolvimento turístico (a DGT, o Fundo de Turismo, o INFT e o ICEP). O papel das Regiões de Turismo. A missão do Observatório do Turismo (2000).
- Os grandes números de evolução do sector: os dados de 1980; 1990 e 1999.
- Os grandes pólos de turismo e lazer emergidos na segunda metade do século XX.
- Os grandes eventos mobilizadores da atractividade turística internacional: Dos grandes certames profissionais de turismo aos grandes eventos desportivos e aos grandes eventos culturais.

3.1.2. O potencial de sustentação e competitividade do turismo português: o portfólio dos recursos e dos produtos turísticos

⇒ O potencial de aproveitamento e de valorização dos recursos turísticos portugueses

- O *portfólio* dos recursos patrimoniais portugueses.
- O *portfólio* dos equipamentos e serviços turísticos portugueses (alojamento e restauração e similares).

⇒ O potencial de afirmação e desenvolvimento sustentável dos produtos turísticos portugueses

- O *portfólio* dos produtos portugueses: produtos estruturantes, complementares e secundários.

3.1.3. Turismo interno e turismo externo: motivações e características

⇒ As práticas de lazer e turismo dos portugueses: os resultados do inquérito às férias dos portugueses

- Grandezas globais da prática turística dos portugueses.
- Da hegemonia da opção pelo turismo interno. Os motivos de gozo de férias dos portugueses e a sua grande concentração sazonal. A distribuição espacial dos locais de gozo de férias dos portugueses.

⇒ A procura turística por parte dos estrangeiros

- As grandezas globais do turismo externo. As principais motivações dos turistas estrangeiros. A forte concentração da procura externa num núcleo reduzido de mercados. A forte atracção do Algarve, da Região de Lisboa e da Madeira:

3.1.4. A importância do turismo na economia e na sociedade portuguesas

⇒ Um sector com grande peso na formação do PIB, na balança comercial e no emprego

- Portugal um dos países da OCDE onde o VAB turístico tem maior peso na economia nacional (mais de 11%, segundo um estudo recente encomendado pela CTP– Confederação do Turismo Português à Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve).
- A relevância das receitas cambiais do sector para a atenuação dos crónicos défices da balança comercial.

- A importância em termos de emprego: um sector intensivo em mão-de-obra, absorvendo cerca de 6% da população activa nacional.

⇒ **Um sector com significativos efeitos multiplicadores**

- O turismo e o efeito de motivação e arrastamento de muitos outros sectores da economia portuguesa, designadamente a construção civil, os transportes, a agricultura, as indústrias têxteis e de mobiliário, e os serviços em geral.

⇒ **Estrutura e dinamismo empresarial do turismo nacional**

- Uma visão da robustez empresarial do turismo nacional a partir da trilogia HORECA (alojamento turístico, restauração e agências de viagens).

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ DGT (2002) – *Turismo em Portugal: Política: Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (159 p.).
- ✓ PINA, Paulo (1988) – *Portugal: O Turismo no Século XX*. Ed. Lucidus, Lisboa. (255 p.).
- ✓ VIEIRA, João Martins (1997) – *A Economia do Turismo em Portugal*. E. Publicações D. Quixote – Biblioteca de Economia & Empresa, Lisboa. (199 p.).

Com carácter facultativo

- ✓ CAVACO, Carminda (1980) – “O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais”, *estudos Italianos em Portugal, nº 40-41-42*. Lisboa. (pp. 190-280).
- ✓ CAVACO, Carminda (1995) – “Rural Tourism: The Creation of New Touristic Spaces” em MONTANARI, Armando e WILLIAMS, Allan (coord.) – *European Tourism: regions, spaces and restructuring*. Ed. John Wiley and Sons, Nova Iorque. (284 p.).
- ✓ IFAT (2000) – *Quatro décadas de Turismo: Contributo de uma instituição*. Ed. Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, Lisboa (119 p.).
- ✓ MCT (1992) – *Turismo: Estratégia de Desenvolvimento e Quadro de Apoio Financeiro*. Ed. Ministério do comércio e Turismo, Lisboa. (70 p.).
- ✓ SET (1991) – *Livro Branco do Turismo*. Ed. Secretaria de Estado do Turismo – Ministério do Comércio e Turismo, Lisboa. (178 p.).
- ✓ SILVA, João Albino (1991) – *O turismo em Portugal: uma análise de integração micro-económica* (dissert. de doutoramento). Ed. Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa (polic.).
- ✓ WILLIAMS, Allan e Gareth SHAW (1991) – *Tourism & Economic Development: Western European Experiences*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque. (291 p.).

3.2. A ESTRUTURAÇÃO REGIONAL DO TURISMO PORTUGUÊS

“Fazem ideia do que é o grande café do Cartaxo? Não fazem. Se não viajam, se não vêem mundo estas gentes de Lisboa! E passam a sua vida entre o Chiado, a Rua do Ouro e o teatro de S. Carlos, como hão-de alargar a esfera dos seus conhecimentos, desenvolver o espírito crítico, chegar à altura do século?”

(Almeida GARRETT, *Viagens na Minha Terra*, 1846)

Carga horária: 8 horas

Objectivos a atingir:

- Conhecer a distribuição territorial do turismo português, identificando padrões e assimetrias;
- Identificar o mosaico regional de especialização da oferta turística;
- Identificar os potenciais de captação e fidelização de procuras turísticas internacionais.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *Padrões e assimetrias espaciais de desenvolvimento da actividade turística: uma visão concelhia;*
- ✓ *Especializações regionais da oferta de alojamento e de produtos turísticos;*
- ✓ *Potencial turístico de projecção internacional das regiões portuguesas.*

3.2.1. Padrões espaciais de desenvolvimento da actividade turística: uma visão concelhia

⇒ Distribuição e dinâmica espacial da oferta turística concelhia

- O mapa dos recursos turísticos: recursos patrimoniais e equipamentos e serviços turísticos.
- Evolução concelhia da capacidade de alojamento turístico e da taxa de função turística na última década.

⇒ Distribuição e dinâmica espacial da procura turística concelhia

- Evolução concelhia da taxa de captação turística na última década.

3.2.2. Especializações regionais da oferta de alojamento e de produtos turísticos

⇒ As matrizes regionais de especialização da oferta de alojamento turístico e de especialização da oferta de produtos turísticos

3.2.3. Potencial turístico de projecção internacional das regiões portuguesas

⇒ A proposta de valor turístico das regiões portuguesas

- As visões do ICEP/Roland Berger & Partner (1997) e da DGT (2002).

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ SIRGADO, José Rafael (1993) – “Turismos nas Regiões Portuguesas: Contributo para a modelação de um cenário de desenvolvimento e inovação para o final do século”, em *Geografia do Turismo - Inforgeo* nº 6, Dez. 93. Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa (pp. 21-36).
- ✓ DGT (2002) – *Turismo em Portugal: Política: Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (159 p.).

Com carácter facultativo

- ✓ COSTA, Guilherme e BERNARDO, António (1998) – “Estratégia de Marketing para o Turismo”, em *Turismo: uma Actividade Estratégica - Economia & Prospectiva*, Vol I, nº 4, Janeiro/Março. Ed. Ministério da Economia, Lisboa. (pp. 17-31).

3.3. A POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO NA VIRAGEM DO MILÉNIO

“Mais do que um sector fundamental de progresso e de desenvolvimento do país, o Turismo assume-se, hoje, como um verdadeiro desígnio nacional. Por isso, atravessa toda a sociedade portuguesa e deve ser um factor de mobilização e opção fundamental no país que queremos ser”.

(Programa do XVI Governo Constitucional, Julho de 2004)

Carga horária: 4 horas

Objectivos a atingir:

- Conhecer a visão da UE em matéria de turismo;
- Conhecer os principais instrumentos orientadores da presente política nacional de turismo.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *As principais orientações da UE para o desenvolvimento turístico no território comunitário;*
- ✓ *Grandes orientações estratégicas e prioridades políticas nacionais para o desenvolvimento turístico: do Plano de Consolidação do Turismo de 2002 ao Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo de 2003.*

3.3.1. As principais orientações da UE para o desenvolvimento turístico no território comunitário

⇒ As iniciativas da UE em termos de abordagem da política do turismo comunitária

- Das primeiras preocupações explicitadas pela Comunidade para o sector do turismo às iniciativas comunitárias posteriores.
- As linhas de força para o desenvolvimento turístico na UE: as recomendações do Livro Verde da Comissão(1995) e do Fórum Europeu de Turismo (Dezembro de 1995).
- As conclusões da reunião de responsáveis Governamentais de Turismo da UE (em Vilamoura, Maio de 2000).

3.3.2. Grandes orientações estratégicas e prioridades políticas nacionais para o desenvolvimento turístico: do Plano de Consolidação do Turismo de 2002 ao Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo de 2003

⇒ O Plano de Consolidação do Turismo

- O Plano de Consolidação do Turismo (criado em Janeiro de 2002) integra três instrumentos para o sector: o POE/Turismo (2000/2006); o Programa Nacional de Formação “Melhor Turismo” (2000/2006) e o Programa de Intervenções para a Qualificação do Turismo (PIQTUR). Principais objectivos e medidas de cada um dos três programas.

⇒ O Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo

- O Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo (surgido em Agosto de 2003) enquadra-se o PPCE - Programa para a Produtividade e o Crescimento da Economia (o qual, no seguimento da mudança governativa de Março de 2002, veio substituir o POE). Os grandes objectivos e medidas do PDST.

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ DGT (2002) – *Turismo em Portugal: Política: Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (159 p.).
- ✓ CCE (1995) – *O Papel da União em Matéria de Turismo – Livro Verde da Comissão*, COM (95), 97 final, Ed. CCE, Bruxelas.

Com carácter facultativo

- ✓ ME (1998) – “Turismo: Uma Actividade Estratégica” (vários autores), *Economia & Prospectiva*, Vol I, nº 4 Jan/Mar.

4.

PLANEAMENTO TURÍSTICO:

políticas, metodologias,
instrumentos, e lições de
experiência

4.1. A POLITICA DE TURISMO NA ACTUALIDADE: O DESAFIO DA SUSTENTABILIDADE

“Historic resources, whether the conserved built environment of historic architecture and urban morphology, associations with historical events and personalities and the accumulations of past cultural artefacts, artistic achievements and individuals, taken together comprise the single most important primary attraction for tourists and thus heritage tourism sites and cities are the world’s most important tourism resorts”.

(G, ASHWORTH e J. TUNBRIDGE, *The Touristic-Historic City*, 1990)

Carga horária: 1 hora

Objectivos a atingir:

- Educar para a cidadania, a participação e responsabilização nos processos de desenvolvimento;
- Conhecer o percurso da consciencialização societal da importância da sustentabilidade nos processos de desenvolvimento turístico.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *Em prol de processos de desenvolvimento regional e local sustentáveis;*
- ✓ *Orientações para um desenvolvimento turístico sustentável.*

4.1.1. Em prol de processos de desenvolvimento regional e local sustentáveis

- Da Cimeira da Terra ou CNUAD - Conferência das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento (realizada no Rio de Janeiro em 1992) ao compromisso «Agenda 21».

4.1.2. Orientações para um desenvolvimento turístico sustentável

- O conceito-chave da OMT de turismo sustentável (1990).
- As ideias-chave do *Brundtland Report* (1987; editado em Portugal sob o título “*O Nosso Futuro Comum*”, CMAD, 1991) sobre o planeamento turístico sustentável.
- Os grandes objectivos da “*Carta para o Turismo Sustentável*” (OMT/PNUAD/UNESCO, Lanzarote, 1995).

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ COCCOSIS, H: e NIJKAMP, P. (1995) – *Sustainable Tourism Development*. Ed. Avebury-Gower, Londres.
- ✓ INSKEEP, E. (1991) – *Tourism Planning: An integrated and sustainable approach*. Ed. Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.

Com carácter facultativo

- ✓ CAVACO, Carminda (1996) - “Turismo e Ambiente; Reflexões Gerais”, em *Turismos e Lazeres*. EPRU, 45. Ed. Centro de Estudos Geográficos da UL, Lisboa. (pp. 81- 85).
- ✓ HENRIQUES, Cláudia (2003) – *Turismo, Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável* (dissert. doutoramento) . Ed. Sílabo, Lisboa. (307 p.).
- ✓ ME/MT (1992) – *Tourisme et Environnement: colloque organisé au Palais des Congrès de la Rochelle – 13 et 14 Mai, 1991*. Ed. Ministère de l’Environnement/ Ministère du Tourisme ; La Documentation Française, Paris. (271 p.).
- ✓ OMT (1998) – *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (194 p.).
- ✓ UMBELINO, Jorge (coord.) (2000) – *Sustainable Tourism*. Ed. Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional da UNL, série de estudos nº 3; Lisboa. (304 p.).

4.2. METODOLOGIAS E INSTRUMENTOS DE PLANEAMENTO TURÍSTICO

“Implicit in many perspectives upon sustainable tourism – and indeed, on tourism development in general – is the view that planning has a key role to play in resolving many of the conflicts that such development may generate. Planning, in its different forms, can be a mechanism for:

- *integrated tourism along other economic sectors;*
- *shaping and controlling physical patterns of development; conserving scarce or important resources;*
- *providing frameworks for active promotion and marketing of destinations.*

In the absence of planning there are evident risks of that tourism development will become unregulated, formless or haphazard, inefficient and likely to lead directly to a range of negative economic, social and environmental impacts”.

(Stephen WILLIAMS, *Tourism Geography*, 1998, p.125)

Carga horária: 3 horas

Objectivos a atingir:

- Entender o papel do turismo no planeamento económico-social e territorial;
- Conhecer sumariamente o processo de planeamento turístico;
- Conhecer algumas perspectivas e metodologias habitualmente utilizadas em planeamento turístico.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ *O turismo no planeamento e o planeamento do turismo: uma abordagem introdutória;*
- ✓ *Algumas abordagens e metodologias recorrentes no planeamento turístico actual.*

4.2.1. O turismo no planeamento e o planeamento do turismo: uma análise introdutória

⇒ O papel do turismo no planeamento económico-social e territorial

- A integração do turismo no contexto dos processos de desenvolvimento e ordenamento regional e local: o caso português. A articulação do turismo com o PNDES – Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social: 2000/2006; o PDR – Plano de Desenvolvimento Regional: 2000-2006; a ENDS – Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável; e o PNPT – Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território.

⇒ O processo de planeamento turístico

- Do processo de planeamento estratégico e integrado em turismo: A visão de HALL e McArthur (1998).
- Das etapas e do ciclo de planeamento à tipologia de planos turísticos: Planos nacionais, regionais, intermunicipais e municipais. Projectos turísticos locais estruturantes: o conceito de “Plano - Projecto” (“*Master Plan*”).
- Das principais rotinas processuais do planeamento e licenciamento turístico em Portugal.

4.2.2. Algumas abordagens e metodologias recorrentes no planeamento turístico actual

- Abordagens orientadas para o desenvolvimento integrado de produtos turísticos: A análise de fileira ou de cadeia de produto.
- Metodologias orientadas para a avaliação da atractividade dos destinos turísticos: i) Avaliação a partir da procura (a utilização do inquérito a turistas e visitantes); ii) Avaliação partir da oferta (a matriz de valoração relativa dos níveis de atractividade dos recursos turísticos).
- Metodologias orientadas para o (re)posicionamento do destino ou do produto turísticos: a utilização do “*Benchmarking*”.
- Metodologias orientadas para um planeamento sustentável do turismo: i) A lista de temas-chave de sustentabilidade turística de SHAW e WILLIAMS (2002). ii) O cálculo de capacidade de cargas ambientais de locais turísticos: a proposta metodológica de COOPER (1998).

BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ DÍAZ, Edgar A. H. (1987) – *Planificación Turística: Un Enfoque Metodológico*. Ed. Trillas, Cidade do México.
- ✓ GUNN, Clark A. (1994b) – *Tourism Planning*. Ed. Longman, Londres.

- ✓ OMT (1999) – *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Ed. OMT/International Thomson Business Press, Londres (249 p.).

Com carácter facultativo

- ✓ BAUD-BOVY, M. (1985) – *Bilan et Avenir de la Planification Touristique*. Ed. Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.
- ✓ BREDÁ, Zélia (2004) – “Avaliação do potencial de desenvolvimento turístico ao nível local: uma proposta de metodologia aplicada ao concelho de Ílhavo”, *RT&D – Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol. 1, nº 1. Editorial Notícias, Lisboa. (pp. 35-42).
- ✓ COCCOSIS, H: e NIJKAMP, P. (1995) – *Sustainable Tourism Development*. Ed. Avebury-Gower, Londres.
- ✓ DGT (1999) – *Simbologia Turística: Manual de Identidade*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (28p.); (disponível também em CD).
- ✓ DGT (2001) - *Turismo: Manual de Procedimentos Administrativos*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (77 p.).
- ✓ HALL, C. M. e McArthur, S. (1998) – *Integrated Heritage Management*. Ed. Stationery Office, Londres.
- ✓ INSKEEP, E. (1994) – *National and Regional Tourism Planning*. Ed. Routledge, Londres.
- ✓ LENO CERRO, Francisco (1993) – *Técnicas de Evaluation del Potencial Turístico*. Ed. Ministerio de Industria Comércio y Turismo – Centro de Publicaciones, Madrid.
- ✓ LOCKWOOD, A. e COOPER, C. P: (eds.) (1994) -- *Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management*, Ed. John Wiley & Sons, Chichester.
- ✓ ME (2001) – “O Benchmarking” (vários autores), *Economia e Prospectiva*, nº 15/16, Jan/Jun. Ed. Ministério da Economia, Lisboa (237 p.).
- ✓ MENDES, J. L. Ferreira (1994) – *Manual de Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Ed. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- ✓ SILVA, João Albino (1995) – *Lição-Síntese: sustentabilidade e capacidade de carga turística – uma proposta de avaliação integrada* (polic.). Ed. Universidade do Algarve, Faro. (29 p.).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212 p.).

4.3. LIÇÕES DE EXPERIÊNCIA DO PLANEAMENTO TURÍSTICO REGIONAL

“Planning tourism at all levels is essential for achieving successful tourism development and management. The experience of many tourism areas in the world has demonstrated that, on a long-term basis, the planned approach to developing tourism can bring benefits without significant problems, and maintain satisfied tourist markets. Places that have allowed tourism to develop without the benefit of planning are often suffering from environmental and social problems. These are detrimental to residents and unpleasant for many tourists, resulting in marketing difficulties and decreasing economic benefits. These uncontrolled tourism areas cannot effectively compete with planned tourist destinations elsewhere. They usually can be redeveloped, based on a planned approach, but that requires much time and financial investment.”

(OMT, *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*; 1999)

Carga horária: 4 horas

Objectivos a atingir:

- Conhecer alguns casos de estudo de planos regionais de desenvolvimento turístico e de grandes projectos locais estruturantes.

Tópicos a aprofundar:

- ✓ Planos turísticos regionais;
- ✓ Projectos turísticos locais emblemáticos: realidade, inovação e utopia.

4.3.1. Planos turísticos regionais

⇒ Casos de estudo estrangeiros

- **PLAN DIA - Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía (1993):**
i) Justificação e contexto de elaboração; ii) Metodologia de elaboração; iii) Síntese do diagnóstico; iv) Síntese da visão estratégica; v) Portfólio de produtos turísticos estratégicos para a Andaluzia; vi) Mosaico territorial do desenvolvimento turístico: Síntese do programa de intervenção; vii) Grandes domínios estratégicos de intervenção e programas:

⇒ Casos de estudo portugueses

- **PRTA - Plano Regional de Turismo do Algarve (1995 e 2001):**
 - ✓ Antecedentes do planeamento urbano-turístico do Algarve.
 - ✓ A versão original do PRTA de 1995: i) Justificação e contexto de elaboração; ii) Metodologia de elaboração; iii) Síntese do diagnóstico; iii) Síntese da visão estratégica; iv) Síntese da intervenção: Os domínios estratégicos de intervenção.
 - ✓ A revisão do PRTA de 2001: Das alterações contextuais e das principais dinâmicas turísticas regionais ocorridas na década de noventa. Síntese da avaliação física e financeira da implementação do PRTA de 1995. Das principais alterações introduzidas no programa de intervenção do PRTA de 1995.
- **PDTA - Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo (2001):** i) Justificação e contexto de elaboração; ii) Metodologia de elaboração; iii) Síntese do diagnóstico; iv) Síntese da visão estratégica; v) Portfólio de produtos turísticos estratégicos para o Alentejo; vi) Mosaico territorial do desenvolvimento turístico; vii) Estratégia de promoção e concertação turísticas; viii) Cenarização estratégica do desenvolvimento turístico; ix) Síntese do programa de intervenção.

4.3.2. Projectos turísticos locais emblemáticos: realidade, inovação e utopia

⇒ O “Master Plan” de Tróia (Costa alentejana)

⇒ O “Master Plan” de “Vilamoura XXI” (Costa algarvia)

⇒ O “Master Plan” de “Dubai Palm Islands” (Emiratos Árabes)

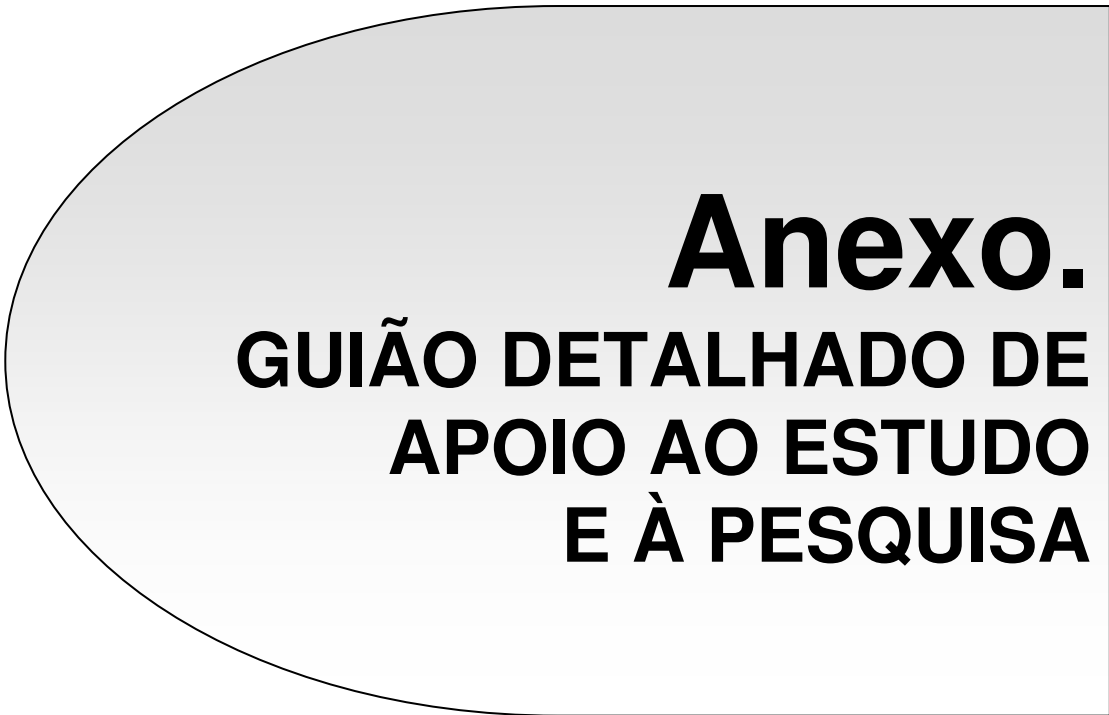
BIBLIOGRAFIA FUNDAMENTAL

Com carácter obrigatório

- ✓ Turismo de Andalucía (1993) – *Plan de desarrollo Integral del Turismo en Andalucía – PLAN DIA*, Ed. Junta de Andalucía y Autores, Sevilha. (320 pp.).
- ✓ RTAlgarve (1995) – *PRTA – Plano Regional de Turismo do Algarve*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (229 p.).
- ✓ RTAlgarve (2001) – *PRTA – Plano regional de Turismo do Algarve: Anos 2000*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (157 p.).
- ✓ RTÉVORA/CEDRU (2001) – *PDTA - Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo* (8 vols.). Ed. Associação das Regiões de Turismo do Alentejo, Grândola (disponível em CD).

Com carácter facultativo

- ✓ SILVA, João Albino (1998) – “O Planeamento Turístico do Algarve: um breve balanço”, *Sociedade e Território*, nº 28, Agosto. Ed. edições Afrontamento, Porto. (pp. 54).
- ✓ SILVA, João Albino . (2003) – “Algarve uma Economia Turística no Século XXI: Problemas e desafios”, *Sociedade e Território*, nº 36, Dezembro. Ed. edições Afrontamento, Porto. (pp. 89-101).
- ✓ WTTC (2003) – *Algarve: O impacte das Viagens e Turismo no Emprego e na Economia*. Ed. World Travel & Tourism Council, Londres.



Anexo.
GUIÃO DETALHADO DE
APOIO AO ESTUDO
E À PESQUISA

1. LAZER E TURISMO: objecto, princípios e conceitos

1.1. NATUREZA E FUNDAMENTOS DA GEOGRAFIA DO LAZER E DO TURISMO

1.1.1. Porquê uma Geografia do Lazer e do Turismo?

⇒ Do interesse dos geógrafos pela temática do Lazer e Turismo

- O interesse dos geógrafos pela temática do Lazer e do Turismo remonta pelo menos a meados do século XIX, quando, em 1841, o alemão KOHL, J.G. publica um livro em que chama a atenção para a “força transformadora do meio, que tinham as deslocações de pessoas para determinados lugares motivadas pelo desejo de manter contactos sociais”. Tais viagens estão na origem do desenvolvimento de muitos centros de diversão e de veraneio. Alguns anos mais tarde, também RECLUS, Elisée chama atenção para a importância crescente do fenómeno turístico à escala mundial.
- Apesar disso, a chamada Geografia do Lazer e do Turismo consolida-se como área disciplinar apenas nas últimas décadas, em correlação com a afirmação do lazer e do turismo como um dos fenómenos económicos e sociais, culturais e territoriais mais relevantes no mundo.

⇒ Da dimensão espacial das actividades de Lazer e Turismo

- Os fluxos e os padrões de distribuição de focos turísticos desempenham um papel essencial na compreensão da evolução e da repartição do fenómeno turístico mundial. A interacção entre pólos turísticos emissores e receptores e os factores de cariz geográfico que a geram e sustentam são, por isso, vertentes analíticas e explicativas fundamentais, em todas as escalas de análise da actividade turística. Alguns locais turísticos têm, pelo seu sítio e pela sua posição, uma inegável força atractiva e impulsionadora do desenvolvimento turístico local, ou como designa LOZATO-GIOTART (1993) um “geo-potencial turístico”.

⇒ Da incorporação da temática Lazer e Turismo no quadro do ensino superior

- O pioneirismo das universidades italianas (anos vinte) e das alemãs, inglesas e francesas (anos trinta). As preocupações das universidades americanas e canadianas com os aspectos da gestão empresarial turística e do *marketing* turístico (pós 2ª Grande Guerra). Os grandes pólos mundiais da investigação e ensino superior da Geografia do Lazer e do Turismo.
- O papel de Carminda CAVACO no desenvolvimento e consolidação da investigação e ensino da Geografia do Turismo na universidade portuguesa. Da recente e rápida expansão dos cursos superiores de turismo em Portugal: os grandes pólos do ensino superior do turismo em Portugal.

⇒ **Da força institucional do sector do Lazer e Turismo: alguns marcos internacionais.**

- Os grandes organismos de formação, investigação e difusão da actividade turística: 1925 – criação da UIOIT - União Internacional de Organismos Internacionais de Turismo, à qual sucedeu em 1975 a OMT - Organização Mundial de Turismo; 1951 - criação da AIEST – *Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme*, 1969 – criação da AMFORT – Associação Mundial para a Formação Profissional Turística; anos sessenta – criação do *Centre des Hautes Études Touristiques* de Aix-en-provence (França) e do *Centre Mondiale de Recherche et Education en Tourisme* da Universidade de Calgary (Canadá).
- Os organismos de apoio à difusão da investigação e ensino em Geografia do Lazer e do Turismo: 1972 – criação do Grupo de Trabalho de Geografia do Turismo, Lazer e Recreação no quadro da UGI – União Geográfica Internacional; convertido em Comissão, em 1980.

1.1.2. O lugar do Lazer e do Turismo na Geografia: tradição e modernidade

⇒ **Da descrição à explicação e à busca de uma teoria do espaço turístico**

- Como refere COPPOCK, J.T. (1985, p.369), “Como em outros ramos da Geografia, o estudo espacial das actividades turísticas passou progressivamente de um tratamento descritivo para um outro explicativo; de uma fase meramente ideográfica a outra que coloca ênfase na busca de leis gerais com vista a estabelecer uma teoria do espaço turístico”.
- No quadro da Geografia Clássica, seja sob o enfoque do determinismo ambientalista ou o do possibilismo historicista francês ou a tradição corológica alemã, o objecto de estudo do turismo centrou-se nas influências que os factores físicos e antropogeográficos tinham sobre o aparecimento e desenvolvimento do fenómeno turístico.
 - ✓ Muito cedo, autores de língua alemã, como HETTNER, A. (1902) e HASSERT, K. (1907), (citados por LUIS GÓMEZ, A. (1988), destacaram o importante papel desempenhado pelo turismo (*Fremdenverkehr*) como criador de novas funções diferenciadoras dos assentamentos humanos, dando aos sítios uma peculiar fisionomia paisagística.
 - ✓ Outros centraram a sua atenção no papel do turismo como factor ampliador da “paisagem cultural”. De entre eles destaque-se o austríaco SPUTZ, K. (1919), com um trabalho pioneiro e referencial sobre a região do Tirol, onde destaca a importância antropológica e aculturadora dos contactos provocados pelo turismo nas áreas receptoras, bem como a relevância económica do fenómeno turístico (revalorização dos preços do solo, equilíbrio das balanças de pagamentos, desaceleração dos processos migratórios, desenvolvimento das comunicações,...).
 - ✓ Outros ainda, desta feita na Suíça, dedicaram-se ao estudo da relação entre fenómenos naturais e humanos. É o caso de MILLIET, R.W. (1923), que se ocupou do estudo da paisagem como fundamento da “indústria turística suíça”; de GRUENTHAL, A. (1929), que igualmente estudando o fenómeno turístico na

Suíça, abordou as suas causas geográficas, a difusão e o “impacte concreto e sensorialmente perceptível “ sobre o território suíço. Este mesmo GRUENTHAL conferiria uma grande importância à cartografia como instrumento auxiliar para tipificação de estâncias turísticas.

- ✓ De volta à Alemanha, cite-se POSER, H. (1939) que, ainda sob uma visão fisionómica do turismo, introduz novos aprofundamentos metodológicos, que durante mais de trinta anos influenciariam as análises geográficas do lazer e do turismo realizadas em diversos países.
- ✓ Em França, BLANCHARD (citado por CLARY, D. 1984) que elabora a primeira abordagem geográfica francesa sobre o tema, com casos de estudo em Nice e Córsega, apresenta o tema como um dos últimos factores explicativos do “*Tableau Regional*”, no quadro da noção vidaliana de circulação de pessoas. Mais tarde, CRIBIER, F. (1969), analisando as migrações estivais dos franceses daria continuidade e aprofundamento a tal abordagem.
- ✓ De novo na Alemanha, mas ainda sob as influências de uma geografia social que explicava a paisagem cultural como produto das interrelações homem/meio, RUPPERT, K. e MAYER, J. (1969) reconhecem o descanso e o recreio como funções tão básicas quanto o trabalho, a habitação ou a educação, centrando a sua análise sobre “as formas de organização e os processos com transcendência espacial desencadeados pelos grupos humanos quando satisfazem a função vital «recreação»” (LUIS GOMÉZ, 1987, p.20).
- No quadro da Nova Geografia, as regularidades espaciais dos fenómenos do lazer e do turismo foram de imediato utilizadas como comprovação da bondade da visão neopositivista.
 - ✓ O próprio Walter CHRISTALLER, entre 1955 e 1963, interessou-se pelo tema, propondo como objecto da Geografia do Turismo (*Fremdenverkehrsgeographie*) a análise das regularidades dos assentamentos turísticos. Para CHRISTALLER a Geografia do Turismo, pela sua amplitude, era uma disciplina equivalente à Geografia das Actividades Agrárias ou Industriais e não apenas uma temática da Geografia da Circulação e Transportes conforme se considerava na abordagem vidaliana.
 - ✓ Como refere CALLIZO SONEIRO, J. (1991), a modelização *christalleriana* foi posteriormente complementada por diversos autores, de entre os quais se devem destacar: PERLOFF H. S. e WINGO, L. (1962); WOLFE, R. I. (1969); THOMPSON, E. P. (1967); PATTMORE, J. A. (1977); COPPOCK, J. T. (1982); SMITH, S. J. L. (1983); GROOTE, P. (1983); PEARCE, D. (1987) e BIAGINI, E. (1986). Foram então importados para a análise conceptual e territorial do turismo diversos modelos da análise geográfica, desde a aplicação dos princípios dos modelos de VON THUNEN e WEBER à hierarquização funcional de DAVIES.
- Mas, como vários autores referem, a Geografia do Lazer e do Turismo está ainda longe de ter resolvido satisfatoriamente os problemas de sistematização e consensualização teórica da disciplina. Como refere CALLIZO SONEIRO, J. (1991), “coexistem vários enfoques e propostas metodológicas bastante distintas: desde os continuadores da tradição clássica, aos militantes de um neopositivismo já muito mais apurado”, mas também emergem as reacções já conhecidas que vão desde um behaviorismo todavia neopositivista (como os modelos de

MIOSSEC, J.M. (1976 e 1977) até radicalismos não isentos de aderências comportamentais (como os presentes em CHADEFAUD, M. (1987).

- ✓ Enquanto, MIOSSEC incorpora a influência da percepção, histórica, social e culturalmente condicionada, nos comportamentos espaciais dos grupos sociais com oportunidade de práticas de tempo livre, CHADEFAUD incorpora noções apreendidas das sistematizações behavioristas para explicar mecanismos de dominação e alienação através da produção de mitos espaciais.

⇒ **Os enfoques actualmente mais recorrentes da Geografia do Lazer e do Turismo**

- Análises baseadas em modelos espaciais e comportamentais: muita da pesquisa positivista tem sido indutiva, procurando a generalização da utilização de modelos interpretativos das estruturas espaciais e dos fluxos turísticos no quadro de análises quantitativas. De entre as aplicações mais frequentes destaquem-se: i) os modelos sobre a origem-destino dos fluxos turísticos; ii) os modelos relacionados com a estruturação espacial dos locais de destino turístico; iii) os modelos de evolução espacial e temporal do turismo; iv) os modelos de interpretação da tomada de decisão e comportamento dos turistas.
- Análises centradas na economia política do turismo. Grande parte informada pelas visões estruturalistas, e orientada para questões como: i) a mercantilização da cultura e do espaço; ii) as particularidades da produção e consumo turísticos sob sistemas capitalistas; iii) a dependência e fragilidades do desenvolvimento turístico em países em vias de desenvolvimento; iv) o papel do turismo nos processos de regeneração urbana e rural dos países desenvolvidos.
- Análises norteadas por interpretações culturais. Privilegiando sobretudo temáticas como: i) a noção do lugar turístico e o modo como o turismo, simultaneamente, é conformado e conforma os lugares; ii) a construção do “olhar do turista” em função dos “signos” das “paisagens turísticas”; iii) os processos de aculturação e de interação entre pessoas e entre pessoas e lugares.

1.1.3. A investigação geográfica em Lazer e Turismo: questões, temas, e desafios actuais

⇒ **A importância e a necessidade de uma análise interdisciplinar**

- O posicionamento da Geografia do Lazer e do Turismo no espectro interdisciplinar: “The Tree of Recreation Geography” de Stephen SMITH (1995). A “rosácea” da interdisciplinaridade dos estudos de turismo de McINTOSH e GOELDNER.
- A diversidade de questões e enfoques suscitados pela investigação dos fenómenos de Lazer e Turismo. A visão de Stephen SMITH (1995): i) Lazer e Turismo como experiência humana; ii) Lazer e Turismo como comportamento social; iii) Lazer e Turismo como recurso; iv) Lazer e Turismo como negócio; v) Lazer e Turismo como indústria; vi) Lazer e Turismo como debate intelectual.
- A matriz conceptual de análise do Lazer e do Turismo de MITCHELL (1991).

⇒ **Das grandes temáticas da Geografia do Lazer e do Turismo**

- A proposta de Douglas PEARCE (1987): i) os padrões de distribuição espacial da oferta, ii) os padrões de distribuição espacial da procura; iii) as estâncias turísticas; iv) os movimentos e os fluxos turísticos; v) os impactes do turismo; vi) os modelos de desenvolvimento do espaço turístico.
- A proposta de George CAZES (1992): i) a distribuição (dos fluxos à localização da actividade turística); ii) a produção espacial do turismo; iii) a articulação espacial do «sistema turismo» com o «sistema local».
- A «Agenda» da *International Travel and Tourism Research Association*.

⇒ **Dos principais problemas para os investigadores em Geografia do Lazer e do Turismo**

- As limitações dos indicadores para descrever a magnitude e impactes do lazer e turismo; ii) a grande diversidade das actividades de lazer e turismo (da «single industrie» à «group of related industries» de LEIPER); iii) as complexidades espaciais e regionais do fenómeno “Lazer e Turismo”; iv) o elevado grau de fragmentação dos agentes turísticos .

⇒ **Dos novos desafios da investigação em Geografia do Lazer e do Turismo**

- A visão de Fernando VERA *et al.* (1997): i) a necessidade de impregnar as investigações de relevância e utilidade social; ii) a necessidade de objectivar o possível alcance e influência que, na formulação e metodologia científica dos estudos, provoca ou podem provocar as solicitações do mercado; iii) a necessidade de aprofundamento das abordagens interdisciplinares.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 1.1.

- ✓ BURNS, Peter M. e HOLDEN, Andrew (1995) – *Tourism: a New Perspective*. Ed. Prentice Hall, Londres. (239 p.).
- ✓ CALLIZO SONEIRO, J. (1991) – *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Ed Síntesis – col. Espacios y Sociedades, Madrid (215 p.).
- ✓ CAVACO, Carminda (1984) – “Comércio, Serviços e Turismo em Portugal Continental: desenvolvimento, investigação geográfica e questões metodológicas”, *Actas do III Colóquio Ibérico de Geografia*, Barcelona (pp. 445-475).
- ✓ CAZES, G. (1992) – *Fondements pour une Géographie du Tourisme et des Loisirs*. Ed. Bréal, Paris (189 p.).
- ✓ CENTENO, Rogelio R. (1992) – *Metodología de la Investigación aplicada al Turismo: casos prácticos*. Ed. Trillas, Cidade do México (88 p.).
- ✓ COPPOCK, J. T. (1982) – “Geographical contributions to the Study of leisure”, in *Leisure Studies*, 1, nº 1 (pp. 1-27).
- ✓ CROUCH, David (ed.) (1999) – *Leisure/Tourism Geographies: practices and geographical knowledge*. Ed. Routledge, Londres (299 p.).
- ✓ DENCKER, A. de Freitas (1998) – *Métodos e Técnicas da Pesquisa em Turismo*. e. Futura, São Paulo.
- ✓ DEWAILLY, J-M. e FLAMENT, E. (1993) – *Géographie du Tourisme et des Loisirs*. Ed. Sedes, Paris.
- ✓ DÍAZ ALVAREZ, J. R. (1991) – *Geografía del Turismo*. Ed. Síntesis, Madrid (p. 152).
- ✓ EQUIPE MIT (2002) – *Tourismes 1: Lieux communs*. Ed. Belin, Paris. (320 p.).
- ✓ FINN, Mick (2000) – *Tourism & Leisure Research Methods: Data collection, analysis and interpretation*. Ed. Pearson Education, Edimburgo (285 p.).
- ✓ GOELDNER, C. R. (1999) – “Directions and Trends in Tourism Research: Past, Present and Future”, em HEUNG, V.C. *et al* (eds.) – *Proceedings of Asia Pacific Tourism Association Fifth Annual Conference*, Hong Kong. (pp.33-43).
- ✓ GUNN, C. L: (1994) – “Perspective on the purpose and nature of tourism research methods”, em *Travel, Tourism and Hospitality Research*, RITCHIE, J. Bent e GOELDNER, C. R: (eds.).
- ✓ HALL, C. e PAGE, S.J. (1999) – *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. Ed. Routledge, Londres.
- ✓ LOZAT-GIOTART, Jean-Pierre (1993) – “Tourisme et Loisirs: quelques problématiques géographiques?”, *L'Information Géographique*, nº 57 (pp. 48-58).
- ✓ LUIS GÓMEZ, A. (1988) – *Aproximación Histórica al Estudio de la Geografía del Ocio: Guía Introductoria*. Ed. Anthropos – Editorial del Hombre, Barcelona (384 p.).
- ✓ LUIS GOMEZ, Alberto (1987) – “La Evolución Internacional de la Geografía del Ocio”, *Geocrítica*, nº 69 (pp. 7-51).
- ✓ MIOSSEC, Jean-Marie (1977) – “L'Image touristique comme introduction à la Géographie du Tourisme”, *Annales de Géographie*, nº 473, (pp. 55-69).
- ✓ MITCHELL, L. S. (1991) – “A conceptual matrix for the study of tourism”, in *Cahiers CHET*, nº 146 (43 p.).
- ✓ PEARCE, Douglas (1987) – *Tourism Today: a Geographical Analysis*. Ed. Longman, Edimburgo (351 p.).
- ✓ PEARCE, Douglas e BUTLER, R. (1993) – *Tourism Research: Critiques and Challenges*. Ed. Routledge, Londres.
- ✓ PONTERIO VITAL, S. (1991) – *Metodología en el Turismo*. Ed. Trillas, Cidade do México (105 p.).
- ✓ RODRIGUES, Adyr (1997) – *Turismo e Espaço: Rumo a um conhecimento transdisciplinar*. Ed. Hucitec, São Paulo. (158 p.).
- ✓ RODRIGUES, Adyr B. (1996) (organizadora) – *Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais*. Ed. Hucitec, São Paulo. (274 p.).

- ✓ SANTOS, Figueiredo (2002) – *Turismo – Mosaico de Sonhos: Incursões Sociológicas pela Cultura Turística*. Ed. Colibri, Lisboa (377 p.).
- ✓ SEATON, A. V. Et al. (eds.) (1994) – *Tourism: The State of the Art*. Ed. John Wiley & Sons, West Sussex.
- ✓ SHAW, Gareth e WILLIAMS, Allan (2002) – *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective*. Ed. Blackwell Publishers, Oxford. (371 p.).
- ✓ SHAW, Gareth e WILLIAMS, Allan (2002) – *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective*. Ed. Blackwell Publishers, Oxford (371 p.).
- ✓ SILVA, João Albino (2004) – “A Investigação Científica e o Turismo”, RT&D – Revista Turismo & Desenvolvimento, vol. 1, nº1. Editorial Notícias, Lisboa. (pp. 9-14).
- ✓ SMITH, Stephen (1995) – *Tourism Analysis: a handbook*. Ed. Longman, Edimburgo (326 p.).
- ✓ VEAL, A. J. (1994) – *Research Methods for Leisure and Tourism: a practical guide*. Ed. Longman, Oxford.
- ✓ VEBLEN, T. (1971) – *Teoría de la Clase Ociosa*. Ed. Fondo de Cultura Económica, Cidade do México.
- ✓ VERA, Fernando et al. (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212p.).

1.2. APROXIMAÇÃO CONCEPTUAL AO LAZER E AO TURISMO

1.2.1. Ócio, Lazer, Recreação e Turismo: conceitos básicos

⇒ Etimologia e significados das palavras

- ✓ Ócio = *Ótium* – que não trabalha, inactivo; indolência, preguiça ...; a antítese de negócio (*nec ótium*).
- ✓ Lazer = *Licere* – ser permitido; liberdade.
- ✓ Recreação = *Recréare* – restabelecer, restaurar, recuperar, renovar; divertimento, distração, diversão, entretenimento, folgado,
- ✓ Turismo = *The Tour* – viagem de recreio.
- ✓ Comunalidades e diferenças de apreensão destes vocábulos em diferentes países: os casos espanhol, inglês, francês e alemão.

⇒ Turismo: o aperfeiçoamento de uma definição

- O primeiro aparecimento dos vocábulos «*tourist*» e «*tourism*» num dicionário: o *Shorter English Dictionary* apresenta na edição de 1800 o vocábulo «*tourist*» (referindo-se a toda e qualquer pessoa que realize viagens de carácter recreativo) e na edição de 1811 o vocábulo «*tourism*» (referindo-se à actividade realizada pelos turistas).
- Os contributos de SCHULLERN, Herman von (1910), BORMAN, Arthur (1930); GLOCKSMANN (1935); HUNZIKER E KRAPF (1942), WAHAB, Salah-Eloin (1976); e MICHAUD, Jean-Luc (1983).
- A definição institucional: da definição da Comissão Estatística da Liga das Nações 1937; à definição estabelecida pelas Nações Unidas em 1963 na Conferência de Roma sobre Viagens Internacionais e Turismo, a qual viria a ser adoptada em 1968 pela então denominada Organização Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (antecessora da actual OMT – Organização Mundial de Turismo).
- A actual visão da OMT - o turismo como resultante do entrecruzamento de vários vectores analíticos.

⇒ Lazer, turismo e “bem-estar”

- A visão de DREWNOWSKI: a Curva de Satisfação das «Necessidades Humanas»; o Esquema de Origem do «Bem-estar»; a Composição do Índice de «Nível de Vida».
- A visão de R. BURTON do papel das actividades de Lazer e Turismo na satisfação das «Necessidades Psico-somáticas».
- A visão de Pierre BORDIEU: o Esquema da Relação Práticas de Lazer/Classes Sociais.

1.2.2. As noções de «Património turístico», «Recurso turístico» e «Produto turístico»

- ✓ Património turístico é, segundo a OMT: "o conjunto potencial de bens materiais ou imateriais à disposição do Homem, e que podem utilizar-se, mediante um processo de transformação, para satisfazer necessidades turísticas".
- ✓ Recurso turístico é, segundo a OMT: "todo o bem ou serviço que, por intermédio da actividade humana, tornam possível a actividade turística e satisfazem as necessidades da procura".
- ✓ Produto turístico é, segundo HAWKINS, Donald E. e LAMOUREUX, Kristin (Department of Tourism and Hospitality Management da School of Business and Public Management –The George Washington University): "um conjunto integrado (numa óptica de fileira) de componentes tangíveis ou intangíveis que incluem: recursos e atracções turísticas; infra-estruturas, equipamentos e serviços turísticos; imagens e valores simbólicos; oferecendo benefícios que podem ser atractivos para grupos específicos de consumidores tendo em vista a satisfação das motivações e expectativas relacionadas com os seus tempos de lazer".

1.2.3 Usos do tempo e práticas do Lazer e do Turismo

⇒ **Do tempo livre ao tempo libertado e ao tempo de lazer. Perspectivas, autores e obras referenciais**

- O idealismo de Thomas MORE (*The Utopia*, 1516) e de Tommaso CAMPANELLA (*La Città del Sol*, 1602).
- Os percursores da Sociologia do Lazer: os contributos e as visões de Paul LAFARGUE (*Le Droit à la Paresse*, 1883), de Thorstein VEBLEN (*Theory of Leisure Class*, 1899), de Robert LYND e Helen LYND (*Middletown, a study in Modern American Culture*, 1929) e de George LUNDBERGH et al. (*Leisure, a suburban study*, 1934; o primeiro exemplo de um estudo empírico dedicado especificamente ao lazer).
- As abordagens renovadoras do Pós 2ª Guerra Mundial: os contributos de David RIESMAN (*The Lonely Crowd*, 1950), Georges FRIEDMAN (*Où va le travail humain?*, 1950; e *Le Travail en Miettes*, 1956), Jonh Kenneth GALBRAITH (*The Affluent Society*, 1953; e *The New Industrial State*, 1967), Max KAPLAN (*Leisure in America*, 1960), Nels ANDERSON (*Work and Leisure*, 1961), Edgar MORIN (*L'Esprit du Temps*, 1962), Henri LEFEBRE (*La Vie Quotidienne dans le Monde Moderne*, 1968), Alain TOURAINE (*La Societé post-industriel*, 1969), Kenneths ROBERTS (*Leisure*, 1970), Jean BAUDRILLARD (*La Societé de Consommation*, 1970) e Stanley PARKER (*The Future of Work and Leisure*, 1971).
- A consolidação da Sociologia do Lazer como disciplina: o papel de Joffre DUMAZEDIER e da sua obra "*Vers une Civilization du Loisir?*" (1962).
- As obras mais recentes: os trabalhos de Chris ROJEK (*Capitalism and Leisure Theory*, 1985), Josef PUIG ROVIRA e Jaume TRILLA (*La Pedagogia del Ocio*, 1987), Anthony VEAL (*Leisure and the Future*, 1987), Jeremy SEABROCK (*The*

Leisure Society, 1989), Peter BRAMHAN (*Leisure and Urban Processes*, 1989), e B. L. DRIVER et al. (*Benefits of Leisure*, 1991).

- Uma síntese: A tipologia de atitudes perante o lazer proposta por Joffre DUMAZEDIER: i) o lazer como o não trabalho; ii) o lazer como o tempo para além do trabalho; iii) o lazer como um tempo de liberdade; iv) o lazer como um estado psicológico. A classificação alternativa de Nicole SAMUEL.
- ⇒ **O posicionamento do turismo no espectro de usos do tempo. Matrizes e esquemas de síntese**
- Os esquemas-síntese de distribuição dos usos do tempo de CASTILLA e DIAZ (1987).
 - Esquema de usos do tempo e categorias de actividades de lazer e turismo de George CAZES (1992).
 - A classificação espaço-temporal das actividades de lazer de António GAMA (1988).
 - Os esquemas relacionais tempo livre/lazer/recreação/turismo de MIECZKOWSKI e de MURPHY.

1.2.4. O sistema de relações do turismo

⇒ **A importância de uma abordagem sistémica**

- Os quatro vértices de uma possível articulação sistémica: i) o turista como objecto final do sistema e como consumidor; ii) os agentes que desenham e gerem os produtos turísticos; iii) os espaços turísticos; iv) os fluxos turísticos (a viagem) como articulação entre espaços emissores e receptores.

⇒ **Os elementos do sistema turístico do ponto de vista da Geografia do Lazer e do Turismo**

- Os esquemas - síntese de JAFARI e RITCHIE (1981), de LIU (1994) e de Fernando VERA *et al.* (1997). Lazer e Turismo: um espaço de “geometria variável”.

1.2.5. Características e especificidades do turismo

⇒ **Tipificação das características e especificidades do serviço turismo**

- A tipologia de Morrison (1996) das características e especificidades do serviço turismo:
 - ✓ Das características comuns a outros serviços: i) *intangibilidade* (a essência do produto turístico é intangível dado que não pode ser testado antes do acto de consumo); ii) *inseparabilidade* ou produção coincidente com o local de consumo (o local de produção coincide, quer temporal quer espacialmente, com o local de consumo havendo portanto forte interacção entre produtor e

cliente/consumidor); iii) *percebibilidade* ou não-armazenamento (as vendas estão limitadas pela produção instalada e a capacidade de produção não utilizada em «época baixa» não pode ser aproveitada em «época alta».

- ✓ Das características específicas do serviço turismo: i) local de consumo distante (sobretudo nas viagens internacionais, obrigando muitas vezes o turista a confiar nas fontes de informação disponíveis); ii) exposição aos serviços reduzida e intensa (as viagens têm um horizonte temporal curto e circunstanciado, com uma intensidade de exposição/sujeição à avaliação muito elevada); iii) elevado grau de emoção e de irracionalidade no acto de compra (grande importância das características psicográficas do consumidor no acto de compra); iv) grande dependência dos canais de distribuição (dado que muitas vezes a compra ocorre a grande distância do local de consumo); v) grande dependência de serviços complementares (a satisfação no consumo turístico envolve um espectro enorme de entidades produtoras de serviços complementares).

1.2.6. Turistas e formas de turismo

⇒ Viajantes, visitantes, turistas e excursionistas

- Dos conceitos da OMT/ONU às classificações de COHEN (1972), V. L. SMITH (1977) e CHADWICK (1987). A matriz-síntese de Gareth SHAW e Allan WILLIAMS (2002).

⇒ Classificações de Turismo

- Classificação do turismo segundo a origem dos turistas. Turismo doméstico, interno, nacional e internacional: dos conceitos da OMT/ONU ao “prisma conceptual” de Stephen SMITH (1995).
- Outras classificações do turismo: i) segundo a duração da permanência; ii) segundo a natureza dos meios utilizados; iii) segundo a forma de organização da viagem; iv) segundo as repercussões na balança de pagamentos.
- Turismo de “massas” e turismo de “minorias/elites”.
- Modalidades de turismo: turismo sol, mar e praia; turismo urbano-cultural; turismo rural; “*touring*”, turismo de saúde; turismo cinegético; enoturismo; turismo activo; turismo de negócios;

1.2.7. Ciclo de vida dos destinos turísticos

⇒ Os esquemas interpretativos do ciclo de vida dos destinos turísticos

- O modelo sistémico de evolução do espaço turístico de CHADEFAUD; ii) o modelo de ciclo de vida dos espaços turísticos de BUTLER; iii) o modelo de ciclo de vida dos espaços turísticos de MEYER-ARENDT; iv) o modelo de ciclos alternativos de GAYWOOD; v) o modelo do ciclo de vida para cidades histórico-turísticas de BORG e GOTTI.

⇒ **As implicações dos ciclos de vida para o desenvolvimento turístico local**

- A matriz de implicações de COOPER; ii) o modelo hipotético-dedutivo de síntese do desenvolvimento do espaço turístico de MIOSSEC.

1.2.8. Informação e fontes para o estudo do Lazer e do Turismo

⇒ **Do espectro da informação necessária às fontes de recolha de informação. Principais estatísticas e/ou bases de dados nacionais e internacionais**

- Os elementos mais relevantes da informação estatística sobre a actividade turística: da procura e da oferta.
- A informação disponibilizada regularmente ao nível nacional: i) INE (*Estatísticas de Turismo*; inquérito anual *Estatísticas das Empresas – Hotéis, Restaurantes e Agências de Viagens e Turismo*; inquérito semestral *Gastos dos Estrangeiros não Residentes em Portugal*; e *Anuários Estatísticos nacionais e regionais*); ii) DGT (*IRT - Inventário dos Recursos Turísticos/Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos*; súmulas mensais de *Dados Estatísticos do Turismo*; *Boletim de Análise e Conjuntura Turística*; publicação anual “*Turismo/Tourism*”; inquérito anual “*Férias dos Portugueses/Holidays of the Portuguese*”; inquérito anual “*O Turismo Estrangeiro em Portugal*”; *Guia oficial do Alojamento Turístico, Guia Oficial do Turismo no Espaço Rural*, estudos temáticos, ...); ICEP (*Estudos Turísticos, Turismo – Mercados Emissores,...*); e publicações e/ou bases de dados de outros organismos nacionais e regionais do sector do turismo (como as Regiões de Turismo, o Observatório Nacional do Turismo, a AHP – Associação dos Hotéis de Portugal; a AHETA – Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve; a AIHSA – Associação dos Industriais de Hotelaria e similares do Algarve; o INATEL – Instituto Nacional para o Aproveitamento dos Tempos Livres, associações regionais de desenvolvimento turístico, ...).

✓ A estrutura do IRT – Inventário dos Recursos Turísticos:

A - Recursos Primários: i) Património: Natural e Cultural (Monumental, Artístico, Complementar); ii) Actividades: Culturais (religião, Folclore, Artes, Ciências, Actividades populares e tradicionais); Desportivas; Recreativas (Grupos Amadores, Grupos e Festivais), de Negócios; iii) Equipamentos (Culturais, Desportivos, Recreativos e de Negócios);

B – Recursos Secundários: i) Actividades (Gastronomia e Vinhos, Circuitos turísticos, Compras, Romagem –vultos); ii) Equipamentos (Restaurantes e similares, Agências de viagens, Centros e pontos de comércio, Locais de presença de vultos; Turismo; Transportes; Infra-estruturas sociais).

- A informação disponibilizada regularmente ao nível internacional: i) OMT- Organização Mundial de Turismo (*Yearbook of Tourism Statistics*; a publicação anual “*Barómetro das Viagens e Turismo*”; e os múltiplos estudos/documentos que edita); ii) ONU (sobretudo *o Statistical Year Book*); iii) UE (por um lado, através do EUROSTAT que edita designadamente, o *Anuário Estatístico do Turismo*, o “*Turismo na Europa – Números Chave*, e os resultados do inquérito “*As Férias dos Europeus*”; e, por outro lado, através da Comissão Europeia de Turismo que

elabora estudos vários e publica diversa informação sobre o turismo nos países membros); iv) OCDE (publicação anual “A Política do Turismo e o Turismo Internacional”); v) WT & WT – World Travel and Tourism Council (que edita análises de conjuntura e as bases de dados *European Travel Monitor* e *World Travel Monitor*).

- Os resultados de trabalhos de investigação: teses de doutoramento e de mestrado, relatórios de projectos de investigação.
- As principais revistas de apoio específico ao estudo da Geografia do Lazer e do Turismo:

✓ A - Estrangeiras:

- *Annals of Tourism Research* (Dir. Jafar JAFARI; Department of Hospitality and Tourism - Univ. Wisconsin-South, EUA).
- *Current Issues in Tourism* (Dir. Michael HALL; Centre of Tourism, Department of Geography – Univ. Otago, Nova Zelândia).
- *Estudios Turísticos* (Ed. Instituto de Estudios Turísticos, Madrid).
- *International Journal of Tourism Research* (Dir. J. FLETCHER; International Centre for Tourism and Hospitality Research, Univ. Bournemouth, Reino Unido).
- *Journal of Sustainable Tourism* (Dir. Bill BRAMWELL; Sheffield Hallam Univ., Reino Unido).
- *Journal of Tourism Studies* (Dir. Philip PEARCE; Dep. of Tourism, James Cook Univ., Townsville; Austrália).
- *Les Cahiers du Tourisme* (Ed. Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence).
- *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* (ed. Belhaven Press, Londres, Reino Unido).
- *Tourism and Hospitality Research* (Dir. Richard BUTLER e Andrew LOCKWOOD; University of Surrey, Reino Unido).
- *The Touristic Review* (Dir. Peter KELLER; St. Gallen, Suíça).
- *Tourism Analysis* (Dir. Musaffer UYSAL e Geoffrey CROUCH; Dep. of Hospitality & Tourism Management; Melbourne, Austrália).
- *Tourism Economics* (Dir. Stephen WANHILL; School of Service Industries, Bournemouth Univ., Reino Unido).
- *Tourism Geographies* (Dir. Alan A. LEW; Dep. of Geography and Public Planning, Northern Arizona Univ., EUA).
- *Tourism Management* (Dir. Chris RYAN; CIMS – Waikato Management School, Hamilton Nova Zelândia).

✓ B - Nacionais:

- *Revista Turismo & Desenvolvimento – RT&D* (Dir. Carlos COSTA, Ed. Universidade de Aveiro/Notícias Editorial; iniciada em Janeiro de 2004).
- Outras publicações com interesse: *Publituris – O Jornal da Indústria do Turismo*; *Revista Viajar*; e *Turisver*.

1.2.9. Principais indicadores utilizados em Geografia do Lazer e do Turismo

⇒ Principais índices e taxas:

- (i) Medidas de potenciais de fluxos: índice de propensão à viagem (ou taxa líquida de movimento de viajantes); índice regional de emissão turística potencial.

- (ii) Medidas de atractividade turística local: índice espacial de frequência turística; taxa de função (ou intensidade) turística; índice de preferência turística; índice de saturação turística; taxa de permanência ou estada média; taxa de função residencial.
- (iii) Medidas de capacidade e desempenho da oferta hoteleira: taxa de ocupação hoteleira; taxa de ocupação-quarto; taxa de ocupação-rendimento.
- (iv) Medidas de distribuição anual da actividade turística: taxa de sazonalidade turística; índice de amplitude sazonal do turismo.
- (v) Medidas de avaliação de cargas turísticas: índice de carga turística global.
- (vi) Medidas de definição de “territórios activos de turismo”: índice de delimitação de áreas de atracção turística.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 1.2.

- ✓ ALVAREZ SOUSA, A. (1994) – *El Ocio Turístico en las Sociedades Industriales Avanzadas*. Ed. Bosch Casa Editorial, Barcelona (357 p.).
- ✓ BOULLÓN, R. et al. (1991) – *Un Nuevo Tiempo Libre: tres enfoques teorico-prácticos*. Ed. Trillas, Cidade do México (80 p.).
- ✓ BURNS, Peter M. e HOLDEN, Andrew (1995) – *Tourism: a New Perspective*. Ed. Prentice Hall, Londres. (239 p.).
- ✓ BUTLER, R. W. (1990) – “The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for managements of resources”, *Canadian Geographer*, vol. 24 (pp. 5-12).
- ✓ CALLIZO SONEIRO, J. (1991) – *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Ed. Síntesis – col. Espacios y Sociedades, Madrid (215 p.).
- ✓ CASTILLA, A e DIAZ, J.A. (1987) – *El Ocio en la Sociedad Post-industrial*. Ed. Telos, Madrid.
- ✓ CAVACO, Carminda (1970) – “Geografia e Turismo: Exemplos, Problemas e reflexões”, *Finisterra*, vol V, Ed. Centro de Estudos Geográficos, Lisboa. (pp. 247-282).
- ✓ CAZES, G. (1992) – *Fondements pour une Géographie du Tourisme et des Loisirs*. Ed. Bréal, Paris (189 p.).
- ✓ CHADWICK, R. A. (1987) – “Concepts, definitions and measures used in travel and tourism research” em RITCHIE e GOELDNER (editors) *Travel, Tourism and Hospitality Research: a Handbook for Managers and Researchers*. Ed. John Wiley, Nova Iorque.
- ✓ COHEN, E. (1972) – “Toward a sociology of international tourism”, *Social Research*, 39 (pp. 164-82).
- ✓ COHEN, E. (1979) – “Rethinking the sociology of tourism”, *Annals of Tourism Research*, 6. (pp.18-35).
- ✓ COOPER, Chris et al. (1993) – *Tourism: Principles & Practice*. Ed. Longman, Edimburgo. (290 p.).
- ✓ CUNHA, Licínio (2000) – *Economia e política do turismo*. Ed. Mc Graw-Hill, Lisboa. (350).
- ✓ CUNHA, Licínio (2001) – *Introdução ao Turismo*. Ed. Verbo, Lisboa. (447).
- ✓ DIETVORST, A.G. e PATER, B. (1988) – “A Leisure Society?” *Nederlandes Geografische Studies*, nº 64 (pp. 175-186).
- ✓ DUMAZDIER, Joffre (1972) – *Vers une Civilisation de Loisir*. Ed. Seuil, Paris. (309 p.).
- ✓ DUMAZDIER, Joffre (1979) – *Sociologia Empírica do Lazer*. Ed. Perspectiva, São Paulo.
- ✓ FERNANDEZ FÚSTER (1978) – *Teoría y técnica del Turismo*. Ed. Nacional, Madrid. (Tomo I e Tomo II).FINN, Mick et al (2000) – *Tourism & Leisure Research Methods: Data collection, analysis and interpretation*. Ed. Pearson Education, Edimburgo (285 p.).
- ✓ GAMA, António (1988) – “Notas para uma geografia do tempo-livre”, *Cadernos de Geografia*, nº 7, Coimbra (pp. 203-217).
- ✓ HORNER, S. E SWARBROOKE, J. (1999) – *Consumer Behaviour in Tourism*. Ed. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- ✓ HOURDIN, Georges (1963) - *Une Civilisation des Loisirs*. Ed. Calmann-Lévy, Paris.
- ✓ HUÉSCAR, Augusto (1993) – “Nuevo marco conceptual del turismo”, *Estudios Turísticos* (117). Ed. Instituto de Estudios Turísticos, Madrid. (pp.23-48).
- ✓ HUIZINGA, J. (1972) – *Homo Ludens*. Ed. Alianza Editorial, Madrid.
- ✓ KRIPPENDORF, Jost (1985) – *Le Tourisme dans le Système de la Société Industrielle*. Ed. Agnesotti, Roma. (pp. 167-184).

- ✓ KRIPPENDORF, Jost (1987) – *Les vacances et après?: Pour une nouvelle compréhension des loisirs et des voyages*. Ed. L'Harmattan – Collections Logiques Sociales, Paris. (239 p.).
- ✓ LANQUAR, R. (1985) – *Sociologie du Tourisme et des Voyages*. Ed. PUF, Paris.
- ✓ LIU, Z. U. (1994) – “Tourism Development: A Systems Analysis”, em A. V. SEATON et al (eds.) *Tourism – The State of the ART*. Ed. John Wiley & Sons, West Sussex (pp. 20-30)
- ✓ MOLINA, Sergio (1991) – *Conceptualización del Turismo*. Ed. Limusa, Cidade do México (115 p.).
- ✓ MORRISON, A. (1996) – *Hospitality and Travel Marketing*. Ed. Delmar Publishers, Albany.
- ✓ MUNNÉ, Frederic (1992) – *Psicosociologia del Tiempo Libre: un enfoque crítico*. Ed. Trillas, Cidade do México (206 p.).
- ✓ OMT (1994) – *Recommendations on Tourism Statistics*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (77 p.).
- ✓ OMT (1995) – *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics (Technical Manual nº1)*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (126 p.).
- ✓ OMT (1998) - *Introduction to Tourism*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (392 p.).
- ✓ OMT (1999) – *Changes in Leisure Time*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (151 p.).
- ✓ OMT (2002) – *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (341 p.).
- ✓ SAMUEL, N. (1984) – *Le Temps Libre: un Temps Social*. Ed. Librairie des Méridiens, Paris (207 p.).
- ✓ SMITH, Stephen L. J. (1995) – *Tourism Analysis: A Handbook*. Ed: Longman, Edimburgo (326 p.).
- ✓ SUE, R. (1988) – *Le Loisir*. Ed. Presses Universitaires de France, Paris.
- ✓ UMBELINO, Jorge (1999) - *Lazer e Território: contributo geográfico para a análise do uso do tempo*. (dissertação de doutoramento) Ed. Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional da UNL, série de estudos nº 1 Lisboa. (212 p.).
- ✓ VERA, Fernando et al. (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).
- ✓ VIARD, Jean (1998) – *Réinventer les Vacances: la Nouvelle Galaxie du Tourisme*. Ed. La Documentation Française, Paris. (335 p.).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212 p.).

2. O TURISMO NO MUNDO: evolução, componentes, processos e padrões

2.1. A AVENTURA DO TURISMO

2.1.1. A construção do imaginário turístico

⇒ Dos precursores: da Antiguidade à Idade Média

- O papel dos grandes santuários da Antiguidade: (Delfos, Eleusis, Epidauro,..) e dos Jogos Olímpicos. A cultura do ócio na sociedade romana: as vilas e as termas.
- O papel das grandes peregrinações religiosas da Alta Idade Média: a Roma, a Santiago de Compostela, à Terra Santa, ...

⇒ O papel das Descobertas e do Humanismo Renascentista

- As grandes viagens marítimas e o alargamento do conhecimento do mundo. O despertar da curiosidade pelo mundo e do gosto pela viagem e pela aventura. A influência da criação, em 1542, do globo terrestre do alemão Martin BEHAIM. Da falência da repulsa pelo mar ao desejo da sua contemplação (o papel da Teologia Natural francesa e da Físico-Teologia inglesa).
- Renascimento e o crescente interesse pela cultura da Antiguidade. A importância de Itália e de Roma no incremento das expedições e da literatura de viagem: os *Itinerarium*, os *Deliciae*, os *Diary*, e os *Journal*.

2.1.2. As principais etapas na evolução do turismo mundial

⇒ Séculos XV a XVII: o despertar do turismo

- A viagem a Roma de Montaigne em 1481 (Montaigne, o primeiro turista?). As expedições aos Alpes de Carlos VIII em 1492 e a primeira subida ao Monte Aiguille.
- A importância da impressão do primeiro guia de caminhos para apoio ao viajante: “*Le Guide des Chemins de France*” por Charles Estienne (1552).
- Os avanços dos transportes nos séculos XVI e XVII: O papel do cavalo, da liteira e da carroça no impulsionamento das viagens terrestres. O papel do desenvolvimento da Mala-posta. O papel do desenvolvimento do transporte fluvial e da rede de canais aquáticos no incremento de viagens turísticas nos países da Europa Central.
- O desenvolvimento das redes de alojamento para apoio ao viajante: o papel das *auberges* (estalagens) em França.

- O crescente gosto da aristocracia europeia pelo retiro no campo, pelo passeio na praia e na falésia: as motivações do repouso e da contemplação da Natureza.
- A crescente valorização dos complexos reais (palácio real/jardim): a replicação do modelo “*Versailles*”. Das cortes ostentatórias ao progressivo sedentarismo de finais do século do XVII: “*o adormecimento da viagem turística*”.

⇒ **Século XVIII: os anos do arranque decisivo**

- Os ingleses assumem o comando e a mudança: i) a renovação da literatura de viagem – a importância das viagens imaginárias de *Gulliver (o Gulliver’s Travels* de Jonatham SWIFT); ii) a invenção do “*Grand Tour*” – ou da grande viagem educativa dos jovens aristocratas (“*The Tour to be a Gentleman*”).
- A melhoria dos sistemas de transportes: a institucionalização da diligência regular entre as grandes cidades; e a diversificação das viaturas particulares – do ligeiro *cabriolet* à pesada *berline*.
- O nascimento da trilogia Horeca: hotel, restaurante e café.
- A emergência da Visão Naturalista e a nova estruturação do imaginário turístico ocidental: o estreitamento do contacto com a Natureza e a crescente procura da praia, das termas, da montanha e dos climas amenos como destinos turísticos.
- O início do ciclo de dominação das procuras turísticas das “praias frias” do Mar do Norte. Os ingleses e a invenção da estância balnear marítima: as pioneiras e modelares Brighthon, Hastings e Yarmouth. As seguidoras Scheveningen (Holanda), Ostende (Bélgica) e Dieppe (França).
- Da redescoberta das qualidades das águas termais à invenção da estância termal: da pioneira Bath (Cornualha) à revolucionária e modelar Spa (Bélgica).
- A emergência do Climatismo de Inverno: os crescentes fluxos turísticos para o Mediterrâneo e a afirmação das estâncias turísticas de Nice e de Hyères.
- A emergência do Montanhismo: da tentação da escalada do Monte Branco à criação da estância turística de Chamonix. O deslumbramento das paisagens de montanha da Suíça ou o chamamento da “Suíça mítica”.
- A renovação do amor pelo campo: o desenvolvimento das “casas de campo” e a afirmação de lugares de vilegiatura.

⇒ **Século XIX: os anos da mudança e do nascimento do turismo contemporâneo**

- A importância de uma literatura de viagens renovada e diversificada: dos livros da Condessa de SÉGUR (contando as férias de crianças modelo) às obras de Rodolphe TOPFFER (“*Les voyages en zig-zag*”), de Jules VERNE (sobretudo “*Le tour du monde en quatre vingt jours*” e “*Cinq semaines en ballon*”) e dos FENOUIILLARD (“*Les aventures de Tintin*”).
- O aparecimento das grandes colecções de Guias Turísticos: os guias pioneiros do inglês MURRAY (o primeiro a surgir, 1836), do alemão BAEDEKER e da francesa JOANNE.

- O lançamento das indústrias de bicicletas e de automóveis e o lançamento dos primeiros guias turísticos específicos para ciclistas e automobilistas – o início da democratização do turismo.
- O papel do desenvolvimento do caminho-de-ferro e do transporte marítimo. A criação da Thomas Cook & Sons (1841) e a sua primeira viagem à volta do mundo (1872). A criação da Compagnie Wagons-Lits (1876).
- O forte discurso higienista, as elites (da realeza e da aristocracia à burguesia), a dinamização do termalismo e o embelezamento das estâncias termais (o papel de sociabilização dos belos parques e jardins das estâncias termais) e a emergência de novas estâncias turísticas de litoral: Cannes, Biarritz, Aix-les-Bains, ilha de Wight, Corfou, Madeira, Cap Martin, ...
- O desenvolvimento capitalista e a criação de estâncias turísticas integralmente planeadas: do plano rectangular de Deauville ao plano radioconcêntrico de Cabourg.
- O desenvolvimento do montanhismo: das sucessivas escaladas de ingleses, americanos e franceses aos picos dos Alpes (Monte Branco, Cervin, Jungfrau, ...) e da fundação dos clubes de escalada (o British Alpine Club, 1857; e o Club Alpin, 1874), à afirmação das estâncias turísticas dos Alpes: Chamonix, Grindelwald, Zermatt, Saint-Moritz, ... A emergência da alternativa dos Pirinéus.
- Os ares da montanha, os médicos, a tuberculose e a cura de doentes – o incremento dos sanatórios e o desenvolvimento de novas formas de turismo de Verão nas cadeias alpinas (Davos, Arosa, Montana, L’Arlberg, Vercors, ...) e pirenaicas (Bagnères, ...).
- A criação da Liga Internacional das Associações de Turismo (1898).

⇒ **A primeira metade do Século XX: os anos da consolidação do fenómeno turístico**

- Logo na primeira metade do século, o turismo de praia, ainda que fundamentalmente associado à estação de Inverno, assume a liderança do desenvolvimento turístico
 - ✓ A afirmação turística do “Midi” (o Inverno no “Midi - la grande saison touristique”): a criação da imagem de marca Riviera (para os ingleses) ou Côte d’Azur (para os franceses) para designar todo o cordão litoral turístico entre Marselha e Rapallo. A consolidação e internacionalização crescente das principais estâncias turísticas da Riviera/Côte d’Azur: Hyères, Saint-Tropez, Cannes, Nice, Monte Carlo, Menton, S. Remo, Portofino, ... O papel do caminho-de-ferro e do automóvel (da primeira edição dos Guide Michelin em 1900 à produção dos primeiros Ford T em 1914) no desenvolvimento turístico local. O papel dos casinos: a praia como “prolongamento” do casino - a vida mundana.
 - ✓ A multiplicação e diversificação das estâncias balneares nos países da: Europa do Sul: i) o desenvolvimento das estações turísticas oceânicas de cariz mediterrâneo: Arcachon, Biarritz, San Sebastián, Estoril/Cascais, ...; ii) a alternativa próxima das praias das ilhas mediterrânicas: Corfou, Malta (la Valeta), Chipre (Famagoste e Limassol), Córsega (Ajaccio), Capri, Sicília

- (Taormina), ...; iii) a alternativa das praias das ilhas oceânicas: Madeira, ...; iv) a alternativa das praias do Adriático: Dubrovnik, Opatija, ...
- ✓ A afirmação das praias da fachada mediterrânica do Norte de África: Alexandria, Cairo, Lucsor, Argel, ... O papel dos ingleses, dos grandes agentes de transporte (a Thomas Cook & Sons) e da Rota das Índias.
 - ✓ A afirmação das estâncias balneares de Inverno na costa da Florida: a notoriedade das praias de Miami Beach e Palm Beach. O papel do desenvolvimento do caminho-de-ferro (The East Coast Railroad) no desenvolvimento do turismo local.
 - Ainda na primeira metade do século, o turismo de montanha assume-se como complemento e principal alternativa ao turismo de praia
 - ✓ O desenvolvimento do turismo de montanha de Inverno: O papel do desenvolvimento dos desportos de neve na sustentação e afirmação das estâncias turísticas de Inverno das cadeias montanhosas alpinas e pirenaicas. A competição entre as múltiplas estâncias turísticas: dos “*petits train*” de montanha aos funiculares, dos clubes de *ski* às pistas e aos aparelhos mecânicos, dos complexos hoteleiros aos pacotes de estadia e à promoção turística.
 - ✓ O desenvolvimento do turismo de montanha de Verão: O impacte do flagelo tuberculose no desenvolvimento de estâncias de turismo de Verão: os sanatórios e os hotéis especiais para estadas de recuperação física.
 - O termalismo desenvolve-se de forma mais consistente e assume-se igualmente como complemento e alternativa para férias
 - ✓ As estações de Bath (Inglaterra), Vichy e Plombières (França), Baden-Baden (Alemanha), Mondariz (Espanha), ...
 - O regresso do “Grand Tour” e a multiplicação das viagens formativas e culturais pelo mundo
 - ✓ Da organização de grandes caçadas na Índia, na Austrália ou na África do Sul, à exploração dos Himalaias e dos Andes e à paixão pela arqueologia grega e egípcia.
 - O papel da trilogia: hotel-palácio/comboio transnacional/paquete de luxo
 - ✓ Dos grandes hotéis-palácio (o Savoy de Londres, o Ritz de Paris, o Carlton de Cannes, ...) ao lendário Orient-Express e aos enormes pacotes de luxo (o Titanic, o Queen Mary, ...)
- ⇒ **A segunda metade do Século XX: os anos da massificação e da globalização do fenómeno turístico**
- A revolução estival dos 3 S - “Sea, Sand and Sun” - A valorização do corpo, da luz e do “brnze”.
 - ✓ Da massificação das praias da Bacia Mediterrânica (Costa Brava, Costa del Sol, Algarve, Baleares, Costa Esmeralda, costa da Tunísia, ...) à busca de

ambientes tropicais (Cuba, México, República Dominicana, Brasil,..) e exóticos (Bora-Bora, Seicheles; ilhas Phi-Phi,...), passando pelas praias americanas da Califórnia e da Florida. O papel das elites (a «jet society»), do capitalismo, do automóvel, do avião, das telecomunicações e das agências de viagem na expansão e alargamento do turismo à escala mundial.

- O alargamento do espectro de produtos turísticos
 - ✓ Do turismo urbano-cultural, ao turismo de neve, ao golfe, ao turismo rural, ao turismo activo, ao turismo de eventos, feiras e congressos, ao turismo de Natureza, ao turismo de saúde,... A importância no desenvolvimento turístico da valorização do património (natural, histórico, construído e cultural), da realização de grandes eventos (desportivos, económicos, culturais) e da implementação do conceito de “resort”.
 - ✓ O papel das grandes cadeias hoteleiras (Hilton, Sheraton, Hyaatt, Accor, Le Club Méditerranée, ...), os pacotes turísticos, os agentes,...
- A socialização do turismo: “Turismo para todos!”
 - ✓ Do desenvolvimento do turismo social, ao campismo e caravanismo, ao “bed and breakfast”. Os esquemas “time-sharing”. A importância das férias pagas e dos incentivos.
- A relevância dos cruzeiros turísticos
 - ✓ Os grandes paquetes de luxo da década de cinquenta e o desenvolvimento do turismo transatlântico. Só entre 1952 e 1959 foram lançados ao mar cerca de quatro dezenas de paquetes com capacidade superior a 500 passageiros.

2.1.3. Grandes factores de massificação e globalização do turismo contemporâneo

“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 (...) 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 turística.”

(José Manuel SIMÕES, 1993)

⇒ Os factores de carácter político, económico e social

- Ganhos sucessivos e consideráveis de tempos livres: quer pela progressiva redução dos horários de trabalho (diários, semanais e anuais), quer pela antecipação do período de reforma da população activa.
- Progressivo incremento do poder de compra de todos os estratos sociais: não apenas por via do salário mensal regular, mas também pela implementação do conceito “férias pagas” (desde os subsídios de 13^o e 14^o meses aos mecanismos de incentivos a férias dados a quadros de grandes empresas), e pela generalização da utilização de cartões de crédito.

- Crescente internacionalização, mundialização e globalização das economias: expandindo trocas, difundindo inovações, incrementando competitividades, estimulando cooperações e intercâmbios.
- Alterações nos padrões de consumo: fruto do incremento dos rendimentos familiares, e do papel da comunicação social, num quadro de forte pressão da publicidade.
- Mudanças nas estruturas familiares: sobretudo as relacionadas com a antecipação da independência económico-familiar dos jovens, mas também as alterações verificadas na própria composição das famílias (a emergência das famílias mononucleares e dos núcleos familiares com pais separados).
- 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 de férias repartidas junto das classes de maiores rendimentos.
- Crescente consciencialização de novos valores sociais: sobretudo no que respeita à valorização do contacto com a Natureza, a Paisagem, ao Património e à Cultura, mas também face às vantagens da motricidade e das práticas de ar livre regeneradoras dos equilíbrios físicos e psíquicos.
- Crescente reconhecimento dos decisores políticos e técnicos da importância do turismo como alavanca para o desenvolvimento.

⇒ Os factores de carácter tecnológico

- Aumento da mobilidade: dado que as facilidades de transporte e de organização de viagens turísticas são cada vez maiores. A relevância do avião e do automóvel no desenvolvimento e mundialização do turismo contemporâneo.
- Generalização das novas tecnologias da informação: a um tempo facilitando e acelerando os processos de conhecimento e, a outro tempo, criando vias facilitadas para a organização da viagem turística. A relevância da *Internet* no desenvolvimento e globalização da actividade turística.

⇒ Os factores de carácter territorial

- Da multiplicidade de recursos patrimoniais que, um pouco por toda a parte, podem ser internalizados em cadeias de produto turístico.
- Da crescente e constrangedora urbanização ao desejo de evasão: o aumento da residência secundária e dos fluxos de lazer e turismo para o campo e o litoral próximos.

⇒ Os factores intrínsecos ao próprio sector turístico

- Desenvolvimento crescentemente apelativo da oferta turística: pelas vias da qualificação, da diversificação, da inovação e do preço.
- Desenvolvimento de fórmulas competitivas de produção e comercialização de empreendimentos e serviços turísticos: a importância do *“time sharing”*.

- Reforço da promoção e marketing turísticos: sob as mais diversas e imaginativas formas. A importância da televisão, das revistas e jornais, da *Internet*, das feiras de turismo, viagens e artesanato.
- Desenvolvimento de centrais de reserva: das generalistas às específicas. O papel da *Internet* no incremento das reservas “on-line”, e na disseminação de informação sobre os pacotes de viagens e os mercados turísticos.
- Multiplicação de grandes eventos culturais, económicos e desportivos com grande potencial de atracção turística: dos jogos olímpicos, aos campeonatos mundiais e europeus de futebol, às EXPO's, às exposições e feiras de arte, ...

2.1.4. Modelos interpretativos da cadeia evolutiva do turismo

⇒ Modelos de fluxos turísticos

- Modelos de trajectos e itinerários:
 - ✓ O modelo pioneiro de MARIOT relativo aos fluxos turístico-recreativos entre duas localidades.
 - ✓ O modelo de CAMPBELL (1966) relativo à descrição de diversas estruturas de movimentos a partir de um centro urbano. Da dispersão radial das viagens recreativas à linearidade das viagens de férias.
- Modelos de volume de fluxos:
 - ✓ O modelo de GREER e WALL (1979) relativo à influência da distância-tempo no volume e tipologia dos fluxos turísticos. O conceito de «cone de frequência turística».
 - ✓ O modelo de MIOSSEC (1976) relativo à estruturação de cinturas ou zonas concêntricas de fluxos turísticos em torno de regiões emissoras primárias e secundárias. Os factores de deformação das regularidades das zonas concêntricas.

⇒ Modelos de origem-destino dos fluxos turísticos

- O modelo de THUROT (1980) relativo ao comportamento da oferta e da procura no contexto do turismo nacional e internacional e num cenário de três países diferentes.
- O modelo de LUNDGREN (1982) de hierarquização espacial dos fluxos turísticos em função de diferentes focos turísticos (destinos metropolitanos, destinos periféricos urbanos, destinos periféricos rurais, sítios naturais). O conceito de «grau de atracção turística mútua».
- O modelo de PEARCE (1981) de representação dos fluxos turísticos com proveniência ou destino de grandes áreas urbanas.

⇒ **Modelos estruturais descritivos dos impactes do turismo**

- O modelo de BRITTON (1980) relativo aos enclaves turísticos em economias periféricas. O papel das sociedades multinacionais no desenvolvimento do turismo internacional.

⇒ **Modelos evolutivos**

- O modelo de PLOG (1973) relativo ao posicionamento psicográfico de alguns destinos turísticos. Os conceitos de «psicocentrismo» e de «alocentrismo».
- O modelo de GORMSEN (1981) relativo à evolução espaço-temporal do turismo internacional em áreas costeiras europeias. Do promotor externo ao promotor interno.
- O modelo de MIOSSEC (1976) relativo à evolução estrutural, no tempo e no espaço, das regiões turísticas. A influência no processo evolutivo das características das estâncias turísticas, dos transportes, do comportamento dos turistas, e das atitudes das autoridades e residentes locais.

2.1.5. Grandezas do turismo mundial. O mapa-múndi dos fluxos e focos turísticos

⇒ **O peso do turismo na economia mundial**

“Turismo: uma actividade que tende a liderar a economia mundial”

- O turismo é já uma das actividades mais relevantes na economia mundial. De acordo com o WTTC – *World Travel and Tourism Council* o turismo é responsável, directa e indirectamente, por cerca de 12% do Produto mundial, e as despesas atribuídas ao turismo internacional representam 8% das exportações mundiais.
- Ainda de acordo com os estudos do mesmo organismo, calcula-se que a actividade turística seja responsável por mais de 8% do emprego mundial (mais de 192 milhões de postos de trabalho, dos quais cerca de 1/3 gerados directamente), estimando-se que o ritmo actual de criação de postos de trabalho seja da ordem dos 5,5 milhões/ano.

⇒ **Os grandes números dos fluxos turísticos**

“Da hegemonia dos países desenvolvidos à emergência dos países em vias de desenvolvimento”

- Do crescimento exponencial dos fluxos turísticos desde o Pós-Guerra
 - ✓ Dos 25 milhões de chegadas turísticas internacionais em 1950 aos mais de 700 milhões em 2003, e aos previsíveis 1108 milhões em 2010 e 1561 milhões em 2020. O ritmo de crescimento global anual dos fluxos turísticos internacionais foi da ordem dos 7,2%, tendo rondado os 10% entre 1950 e 1970. Nos últimos anos, o ritmo de crescimento anual dos fluxos turísticos desacelerou-se (em consequência dos acontecimentos do “11 de Setembro”, dos vários episódios bélicos e da crise económica mundial instalada), estando actualmente estabilizado em torno dos 3%.

- Os fluxos turísticos na óptica dos locais receptores.
- Da grande concentração dos destinos turísticos
 - ✓ A Europa é, das grandes bacias turísticas mundiais, a que tem apresentado maior quota nas chegadas turísticas internacionais (57 %), seguida da Ásia e Pacífico (18,7%) e das Américas (16,3%). A África e o Médio Oriente apesar das suas potencialidades e trajectórias positivas apresentam ainda quotas muito diminutas (cerca de 4% em cada caso). Tomando como referência o estudo “Turismo: Panorama 2020” (OMT, 2001), assinale-se que nas próximas décadas a Ásia/Pacífico é a que registará maiores ganhos de quota (projecta-se 26,6% para 2020), seguida das Américas (18,1%), enquanto a Europa se quedará em torno do 46%.
 - ✓ Em termos de países verifica-se que a França, com cerca de 77 milhões de chegadas internacionais, lidera o mercado turístico mundial (11% de quota), seguida da Espanha (7,4%), dos Estados Unidos da América (6,0%), da Itália (5,7%) e da emergente China (5,2%). No total os dez primeiros países turísticos do mundo concentram cerca de metade (49,6%) dos fluxos turísticos internacionais.
- Os fluxos turísticos na óptica dos locais emissores
 - ✓ Em termos de grandes bacias emissoras de fluxos turísticos, a Europa lidera igualmente ao nível mundial (57,6% de quota, em 2002), seguida da Ásia/Pacífico (18,7%) e das Américas (17,1%).

⇒ Os grandes números em termos de receitas e gastos turísticos

- A óptica dos locais receptores: os grandes números das receitas turísticas
 - ✓ Globalmente, as receitas do turismo internacional ascenderam, em 2002, a 501 mil milhões de euros, equivalentes 1372 milhões de euros diários e a 713 euros por turista internacional.
 - ✓ Ao nível de grandes bacias turísticas continua a destacar-se a hegemonia da Europa (48% das receitas turísticas mundiais), mas desta feita seguida pelas Américas (23%), e só depois pela Ásia/Pacífico (20%).
 - ✓ Ao nível de países, a primazia cabe aos Estados Unidos da América (14% das receitas turísticas mundiais), seguidos pela Espanha (7,1%), França (6,8%), Itália (5,7%) e China (4,3%). No total os dez primeiros países turísticos do mundo concentram 52,3% das receitas turísticas mundiais.
- A óptica dos locais emissores: os grandes números dos gastos turísticos
 - ✓ Em termos de países, os Estados Unidos da América lideram os gastos turísticos (12,2% de quota mundial, em 2002), seguidos da Alemanha (11,2%), Reino Unido (8,5) , Japão (5,6%) e França (4,1%).

⇒ A influência das condições bioclimáticas na estruturação do mapa-múndi dos fluxos e focos turísticos

- A “Carta Bioclimática do Ócio” de BONIFACE e COOPER (1987): a relação entre temperatura e humidade relativa, como técnica de identificação e planeamento de práticas recreativas e turísticas.

⇒ **O posicionamento competitivo de Portugal no contexto do turismo mundial**

- Fluxos turísticos: Portugal tem uma quota de mercado de 1,8% no mundo; de 3,0% na Europa e de 9,6% no Sul da Europa. Em consequência, Portugal surge no 16º lugar no “*ranking*” mundial. do destinos turísticos.
- Receitas turísticas: Portugal tem uma quota de mercado de 1,2% no mundo; de 2,4% na Europa e de 6,9% no Sul da Europa. Em consequência, Portugal surge no 23º lugar no “*ranking*” mundial dos destinos turísticos.

2.1.6. Novas tendências do turismo mundial e cenários de futuro

⇒ **O incremento do conceito de “resort turístico”**

- Um pouco por toda a parte, lançam-se projectos estruturantes do tipo “*resort turístico*”, englobando imbricações de tipologias de alojamento e serviços turísticos, recreativos e complementares, proporcionando uma razoável auto-suficiência aos utentes (“*Sun City*” na África do Sul; “*Disney’s Animal Kingdom Lodge*” e “*Disney’s Pop Century Resort*”, nos EUA; “*Dubai Palm Islands*” nos Emiratos Árabes; “*Boí Taull Resort*” nos Pirinéus; “*Vale de Lobo Resort*” em Portugal; ...).

⇒ **O papel impulsionador dos grandes equipamentos e/ou eventos recreativos, desportivos e culturais**

- Dos grandes parques temáticos (“*Disney World*”, em Orlando – EUA; “*Parc Asterix*”, em Paris – França; “*Warner Bros Park*”, em Madrid, - Espanha;...); aos grandes eventos desportivos (Jogos Olímpicos, Campeonato Mundial de Futebol, Campeonato Europeu de Futebol, Grande Prémio de Fórmula 1, *America’s Cup*, *Master* de Ténis, ...); aos grandes eventos culturais (*Expo Universal*; Capital Europeia da Cultura; Festival de Música de Viena, *Rock in Rio*; ...); e aos grandes eventos económicos (*International Trade Fair of Hong-Kong*; *Salon Internationale de l’Auto*, Geneve - Suíça, *ARCO Madrid*; ...).

⇒ **O papel impulsionador do Património Cultural da Humanidade**

- O “chamamento do Património”: a força atractiva dos múltiplos locais classificados pela UNESCO como “Património Cultural da Humanidade” (os exemplos das pirâmides do Egipto, da antiga cidade inca de Machu Pichu, da Ilha de Páscoa, do centro histórico de Évora, as cataratas de Iguazu, ...).

⇒ **Turismo virtual e «eTurismo»**

- O “*viajar sentado no sofá*”: Das revistas e livros e programas de televisão sobre povos, costumes, patrimónios, países, regiões, cidades,... estimuladores da viagem turística virtual; aos “sítios”na *Internet* sobre “*locais turísticos de sonho e evasão*”.

- A crescente utilização das TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação na operacionalização, distribuição e estruturação da actividade turística: “eHospitalidade”, “eOperadores”, “eAgências de viagens”, “eDestinos”, e A matriz de impactes estratégicos e funcionais do “eTurismo” de Dimitrios BUHALIS (2004).

⇒ **As novas e arrojadas formas de turismo alternativo: “a busca da excitação”**

- Dos insólitos pacotes turísticos em palcos de guerra (o exemplo do Kosovo) e no seio dos “sem-abrigo” (o exemplo de Paris), à futura aventura do turismo espacial.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 2.1.

- ✓ BONIFACE, B. e COOPER, C. (1987) – *The Geography of Travel and Tourism*. Ed. William Heinemann, Londres.
- ✓ BOYER, Marc (1996) – *L’Invention du Tourisme*. Ed. Gallimard, collection Découvertes, Paris. (160 p.).
- ✓ BOYER, Marc (1997) – *Il turismo del Grand Tour ai viaggi organizzati*. Ed. Gallimard, Electa.
- ✓ BOYER, Marc (1999) – *Histoire du Tourisme de Masse*. Ed. PUF, Que-sais-je?, Paris.
- ✓ BOYER, Marc (2000) – *Histoire de l’Invention du Tourisme: XVI^e – XIX^e Siècles*. Editions de l’Aube, La Tour d’Aigues. (332 p.).
- ✓ BUHALIS, Dimitrios (2002) – *eTourism*. Ed Pearson, Londres.
- ✓ BUHALIS, Dimitrios (2004) – “eTourism: strategic and tactical impacts of informatino communication technologies for tourism”, *RT&D- Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol 1, nº 1. Ed. Notícias Editorial, Lisboa (pp.57-66).
- ✓ BURKART, A. J: e MEDLIK, S. (1990) – *Historical Development of Tourism*. Ed. Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.
- ✓ BUTLER, R. e PEARCE, D. (1995) – *Change in Tourism. People, Places, Processes*. Londres.
- ✓ CALLIZO SONEIRO, J. (1991) – *Aproximación a la Geografia del Turismo*. Ed Síntesis – col. Espacios y Sociedades, Madrid (215 p.).
- ✓ CAVACO, Carminda (1996) – “Turismos de ontem e de hoje”, em *Turismos e Lazer*. EPRU, nº 45, Ed. Centro de Estudos Geográficos da UL, Lisboa (pp. 1-13).
- ✓ CAVACO, Carminda (1998) – “Turismo(s) de ontem e de amanhã”, em *Economia & Prospectiva (Turismo: Uma Actividade Estratégica)*, vol I, nº , Jan/Mar. Ed. Ministério da Economia, Lisboa (pp. 61-78).
- ✓ CHADEFAUD, M. (1987) – *Aux origines du tourisme dans les Pays de l’Adour: Du mythe à l’espace – un essai de géographie historique*. Ed. Département de Géographie et d’Aménagement de l’Université de Pau et de les Pays de l’Adour, Pau.
- ✓ CORBIN, Alain (1988) – *Le Territoire du Vide. L’occident et le Désire du Rivage: 1750-1840*. Ed. Aubier, Paris.
- ✓ DAVIDSON, Rob (1992) – *Tourism in Europe*. Ed. Pitman Publishing & Techniplus, Londres (178 p.).
- ✓ DEWAILLY, Jean-Michel (1990) – *Tourisme et Aménagement en Europe du Nord*. Ed. Masson, Paris (248 p.).
- ✓ ÉQUIPE MIT (2002) – *Tourismes 1: Lieux communs*. Ed. Belin, Paris. (320 p.).
- ✓ EUROPEAN COMISSION (1998) – *The Europeans on Holidays: 1997-98*. European Comission, Bruxelas.
- ✓ FERNANDÉZ FÚSTER, Luis (1991) – *Historia general del turismo de massas*. Ed. Alianza Universidade Textos, Madrid (1076 p.).
- ✓ HENRIQUES, Cláudia (2003) – *Turismo, Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável* (dissert. doutoramento) . Ed. Sílabo, Lisboa. (307 p.).
- ✓ INÁCIO, Ana I. (2000) – *Ilusões por Medida e Sonhos ao Domicílio: o impacte das novas tecnologias nos agentes de viagem em Portugal – o caso da Internet*. (dissert. de mestrado). Ed. ISCTE, Lisboa. (270 p.).
- ✓ JANSEN-VERBEKE, M. (1998) – *Leisure, Recreation and Tourism in Inner Cities*. Ed. Katholieke Universiteit, Nijmegen.
- ✓ LAVAUR, Luis (1989) – “El Siglo del Grand Tour: 1715-1793”, *Estudios Turísticos*, nº 104 (pp. 49-82).
- ✓ LOZATO-GIOTART, J.P . (1989) – *Méditerranée et Tourisme*. Ed. Masson, Paris.

- ✓ LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre (1993) – *Géographie do Tourisme*. Ed. Masson Géographie, Paris. (312 p.).
- ✓ MANSFELD, Y. (1990) – “Spatial patterns of international tourist flows: towards a theoretical framework”, *Progress in Human Geography*, vol. 14, nº 3.
- ✓ MESPLIER, Alain e BLOC-DURAFFOUR, Pierre (2000) – *Le Tourisme dans le Monde*. Ed. Bréal, Paris. (380 p.).
- ✓ MONTANARI, Armando e WILLIAMS, Allan (1995) (coord.) – *European Tourism: regions, spaces and restructuring*. Ed. John Wiley and Sons, Nova Iorque. (284 p.).
- ✓ OMT (1991) – *Evolución del Turismo a Nivel Mundial*. Ed. Organización Mundial do Turismo, Madrid. (118 p.).
- ✓ OMT (1997) – *Internacional tourism: A Global Perspective*. Ed. Organización Mundial de Turismo, Madrid. (406 p.).
- ✓ OMT (2001) – *E-Business for Tourism*. Ed. Organización Mundial de Turismo, Madrid. (282 p.).
- ✓ OMT (2001) – *Tourism 2020 Vision: Global Forecast and Profiles of Market Segments*. Ed. Organización Mundial de Turismo, Madrid. (139 p.).
- ✓ OMT (2003) – *Compendium of Tourism Statistics: 2003 Edition*. Ed. Organización Mundial de Turismo, Madrid. (238 p.).
- ✓ PAGE, Stephen (1995) – *Urban Tourism*. Ed. Routledge, Londres. (269 p.).
- ✓ PEARCE, Douglas (1995) – *Tourism Today: a geographical analysis*. Ed. Longman, Edimburgo. (202 p.).
- ✓ POMPL, W. e LAVERY, P. (1993) – *Tourism in Europe: Structures and Developments*. Ed. CAB International, Londres, (363 p.).
- ✓ SMITH, Christine e JENNER, Paul (1998) – “Tourism and the Internet”, *Travel & Tourism Analysis* (1). Ed. Travel & tourismIntelligence, Londres (pp.62-81).
- ✓ SMITH, Stephen L. J. (1995) – *Tourism Analysis: A Handbook*. Ed: Longman, Edimburgo (326 p.).
- ✓ SMITH, Valene L. e EADINGTON, William R. (1995) – *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque (253 p.).
- ✓ THEOBALD, William F. (1994) – *Global Tourism: The Next Decade*. Ed. Butterworth Heinemann, Oxford (406 p.).
- ✓ URRY, J. (1990) – *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Tourism Contemporary Society*. Ed. Sage, Londres.
- ✓ VEIL, Antoine (2000) – *Le Tourisme des Années 2010: la mise en future de l’offre*. Rapport de la Section des Questions Économiques, Secrétariat d’État du Tourisme et Conseil National du Tourisme. Ed. La Documentation Française, Paris.
- ✓ VERA, Fernando et al. (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).
- ✓ WILLIAMS, Allan e Gareth SHAW (1991) – *Tourism & Economic Development: Western European Experiences*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque. (291 p.).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212 p.).

2.2. O SISTEMA TURÍSTICO CONTEMPORÂNEO

2.2.1. As motivações e as práticas turísticas

⇒ O «paradoxo do ócio»

- A evolução divergente das curvas do tempo disponível e do rendimento disponível em função da idade dos potenciais turistas. O modelo de COOPER *et al.* (1996).

⇒ As necessidades turísticas

- Da pirâmide das necessidades humanas de MASLOW à definição clássica de Maffeo PANTELEONI: “*O desejo de dispor de um meio capaz de prevenir ou interromper um sensação penosa, de provocar, conservar ou aumentar uma sensação agradável*”.
- As classificações de necessidades turísticas de Alain LAURENT (1973): necessidade da Natureza; necessidade de jogo; necessidade de comunicação; necessidade de mudar; e de KRIPPENDORF (1987): distensão e repouso; mudança e compensação; fuga aos constrangimentos.

⇒ Os modelos de comportamento do consumidor visitante e/ou turista

- O modelo de PLOG (1973): «psicocentrismo» e «alocentrismo».
- O modelo de SCHMOLL (1977): as motivações, desejos, necessidades e expectativas como determinantes pessoais e sociais do comportamento relacionado com viagens.
- O modelo de MATHIESON e WALL (1982), baseado num processo de cinco etapas e de quatro factores inter-relacionados. i) perfil do turista; ii) percepção sobre a viagem; iii) recursos e características do destino; iv) características da viagem.
- O modelo de MOSCARDO *et al.* (1996) enfatizando a importância das actividades como vínculo fundamental entre a viagem e a escolha do destino.

⇒ O espectro das motivações e práticas turísticas e suas condicionantes

- Da diversidade de motivações pessoais de viajar (motivações sociais, culturais, recreativas e económicas) à diversidade de práticas turísticas (turismo sol, mar e praia; turismo cultural; turismo de Natureza; turismo activo, turismo rural, turismo de negócios; turismo de congressos, turismo de saúde, enoturismo, turismo cinagético, ...).
- ✓ As múltiplas condicionantes pessoais à prática turística: condição social e profissional, rendimento, idade, regalias laborais e sociais, tipologia familiar.

2.2.2.O sistema de relações do turismo

⇒ O sistema global e funcional do turismo

- A representação esquemática do SISTUR- Sistema Turismo na visão de BENI (2001): os três grandes conjuntos:
 - (i) O conjunto das relações contextuais (sociais, económicas, culturais e ambientais);
 - (ii) O conjunto da organização institucional (super-estrutura e infra-estrutura);
 - (iii) O conjunto das acções operacionais (da produção e distribuição, ao consumo; da oferta e procura ao mercado).

2.2.3.O mercado turístico: a oferta e a procura.

⇒ Os elementos básicos do mercado turístico

- Os esquemas-síntese do mercado turístico. A visão de VERTTI (1977) do subsistema produção. A visão de KRIPPENDORF (1971) do subsistema distribuição. A visão de BENI (2001) do subsistema consumo. Serviços de intermediação (agências de viagem e operadores de turismo), de transporte e de alojamento.
- As actividades/negócios turísticos: o esquema-síntese de LICORISH, Leonard e JENNKINS, Carson (1997).
- As operações efectuadas pelas agências de viagens: o esquema síntese de TUCCI.
- Os grandes operadores de transporte aéreo: grandes companhias de aviação e agrupamentos estratégicos.

⇒ A componente da oferta: dos recursos patrimoniais às estruturas de recepção turística locais

- Do conceito de «oferta turística»: *“o conjunto de todos os bens e serviços adquiridos pelo visitante/turista”*.
- A envolvente interna da oferta turística: recursos turísticos primários e secundários. A envolvente externa da oferta turística: as infra-estruturas e os equipamentos de apoio ao turismo (acessibilidades e transportes, serviços de saúde, bancos e seguradoras, comércio, correio e telecomunicações, segurança pública, ...).
- A classificação de recursos patrimoniais turísticos de Pierre DEFERT: i) Hidromo (elemento ou atracção relacionado com a água); ii) Fitomo (elemento natural associado à terra); iii) Litomo (elemento construído pelo Homem: da arqueologia, à arquitectura e aos monumentos); iv) Antropomo (elemento relacionado com a cultura: hábitos tradições, artesanato,); v) Mnemomo (elemento intangível relativo a memórias: batalha de Aljubarrota, casa de Romeu e Julieta, ...).

- As principais tipologias de estruturas de recepção turística locais: i) alojamento; ii) restauração e similares; iii) serviços relacionados com a operação turística; iv) serviços de animação turística.

⇒ **A componente da procura**

- Os conceitos de «procura turística», turista, visitante e excursionista. Os esquemas-síntese da OMT de classificação de visitantes e turistas internacionais e internos.
- Os factores determinantes da procura turística global: i) factores estruturais (demografia, desenvolvimento económico, progresso tecnológico e desenvolvimento das comunicações e transportes, duração do tempo de trabalho, ...); ii) factores conjunturais (variações cambiais, inflação, ...); iii) factores psico-sociológicos (novas preferências, ...).
- A «curva da procura turística» e a sua variação em função do índice de preços turísticos, do rendimento familiar e da relação tempo/custo de viagem.
- O conceito de «utilidade turística» de BULL (1995) e a função «índice de utilidade turística» de FIGUEIROLA (1985). O conceito e as funções da «elasticidade da procura turística». O conceito e as funções do «consumo turístico».

⇒ **Dos factores de desequilíbrio do mercado turístico**

- Os factores estruturais: sazonalidade, imobilidade da oferta, concentração dos recursos turísticos, saturação e sobrecarga turísticas.
- Os factores conjunturais: económicos, sociais, institucionais, político-militares.

2.2.4. Componentes transversais ao sistema turístico: formação, animação, promoção e *marketing* turísticos

⇒ **A formação turística**

- Da necessidade de preparação específica e qualificação dos recursos humanos para servir uma clientela por norma experimentada e exigente. O papel do ensino profissionalizante e das instituições de ensino superior.
- Do espectro de profissionais directamente ligados à actividade turística.

⇒ **A animação turística**

- A crescente importância da animação turística, como factor de desenvolvimento, sustentação, inovação e competitividade, dos destinos e produtos turísticos. A importância dos públicos-alvo nos processos de tomada de decisão.

⇒ **O *marketing* turístico**

- As raízes históricas do *marketing* turístico: da “era da produção” e da “era das vendas” à “era do *marketing*”.

- A “missão” de um plano de *marketing* turístico.
- Os conceitos de «*promoção turística*» e de «*marketing turístico*». A abordagem Produto-Segmento-Mercado. O conceito de Proposta de Valor. O conceito de “*umbrella*” e a importância da “marca”. Das vantagens da integração Comunicação/Promoção/ Distribuição aos PPC – Programas de Promoção Conjunta.
- Do papel da Agência Regional de *Marketing* Turístico às *DMC-Destination Management Companies* (novo conceito de interlocutores turísticos locais, de carácter empresarial, que desenvolvem, gerem e operam ofertas turísticas, encarregando-se também da comercialização de pacotes turísticos).

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 2.2.

- ✓ BAPTISTA, Mário (1997) – *Turismo: Competitividade Sustentável*. Ed. Verbo, Lisboa. (617 p.).
- ✓ BENI, Mario C. (1997) - *Análise Estrutural do Turismo*. Ed. SENAC, São Paulo. (516 p.).
- ✓ BURTON, R.C. (1994) – “Geographical patterns of Tourism in Europe”, em LOCKWOOD, A. e COOPER, C. P: (eds.) – *Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management*, vol. 5, Ed. John Wiley & Sons, Chichester. (pp. 3-25).
- ✓ COOPER, Chris et al. (1993) – *Tourism: Principles & Practice*. Ed. Longman, Edimburgo. (290 p.).
- ✓ COSTA, Jorge et al. (2000) – *Tendências Internacionais em Turismo*. Ed. Lidel, Lisboa. (145 p.).
- ✓ CUNHA, Licínio (2001) – *Introdução ao Turismo*. Ed. Verbo, Lisboa. (447).
- ✓ FOSTER, D. (1985) – *Travel and Tourism Management*. Ed. Macmillan, Londres.
- ✓ GUIBILATO, G. (1983) – *Economie Touristique*. Ed. Delta et Spes, Berna.
- ✓ HORNER, S. E SWARBROOKE, J. (1999) – *Consumer Behaviour in Tourism*. Ed. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- ✓ KOTLER, P. (1994) – *Marketing Management: analysis, planning, implementation and control*, Ed. Prentice-Hall, New Jersey.
- ✓ KOTLER, P. e ARMSTRONG, G. (1996) – *Principles of Marketing*. Ed. Prentice Hall, Englewood Cliffs NJ.
- ✓ MIDDLETON, V. (1994) – *Marketing in Travel and Tourism*. Ed. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- ✓ MILL, R. C. e MORRISON, A. (1992) – *The Tourism System: an Introductory*. Ed. Prentice-Hall International Editions, New Jersey (506 p.).
- ✓ MONTANER MONTEJANO, J. (1991) – *Estructura del Mercado Turístico*. Editorial Síntesis, Madrid (350 p.).
- ✓ MORRISON, A. (1996) – *Hospitality and Travel Marketing*, Ed. Delmar Publishers, Albany.
- ✓ PASQUALINI, Jean-Pierre e JACQUOT, Bruno (1991) – *Tourismes: Organisation, économie et action touristiques*. Ed. Dunod – Bordas, Paris (321 p.).
- ✓ SHAW, Gareth e WILLIAMS, Allan (2002) – *Critical Issues in Tourism: a geographical perspective*. Ed. Blackwell Publishers, Oxford. (371 p.).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212 p.).

2.3. TURISMO E TERRITÓRIO

2.3.1. A dimensão territorial do turismo

⇒ A espacialidade da actividade turística

- As cadeias de produção do território turístico e de desenvolvimento do produto turístico de Fernando VERA *et al.* (1997).

⇒ As três características básicas da estruturação espacial da actividade turística à escala mundial

- A maior intensidade dos fluxos turísticos nacionais (domésticos ou internos) relativamente aos internacionais (cerca de 80% dos fluxos turísticos mundiais são gerados no interior dos vários países).
- O carácter regional da estruturação espacial dos espaços turísticos, quer receptores quer emissores e, principalmente dos fluxos turísticos (na medida em que a maior parte correspondem a fluxos intracontinentais, incluindo-se aqui o já aludido turismo nacional).
- As assimetrias e inequidades espaciais do mapa do turismo mundial resultante de uma grande concentração dos espaços turísticos emissores e receptores.

2.3.2. Principais teorias sobre a estruturação territorial do turismo

⇒ O neopositivismo e a estruturação do espaço turístico

- As visões “christallerianas”
 - ✓ O pioneirismo da abordagem de W. CHRISTALLER, que em 1955 e 1963 propôs como objecto da *Fremdenverkehrsgeographie* a análise das regularidades existentes na distribuição dos assentamentos turísticos à luz da sua teoria sobre os “*Lugares Centrais*”.
 - ✓ A abordagem do italiano BIAGINI (1986) inspirada no modelo hierárquico dos lugares centrais de DAVIES (1967). O índice de «centralidade turística» de BIAGINI.
- Da aplicação dos modelos gravíticos para predição da procura turística à aplicação da teoria dos grafos para avaliar graus de acessibilidade turística dos lugares em função dos volumes dos fluxos turísticos.
- A incorporação da percepção e do comportamento na abordagem neopositivista.
 - ✓ A visão de MIOSSEC (1976): do esquema concêntrico (resultante da aplicação, a várias escalas, dos princípios concêntricos de VON THUNEN ao espaço turístico) ao modelo concêntrico-sectorial explicativo da estruturação temporal e territorial do espaço turístico, reflectindo várias situações de

deformação: i) condições bioclimáticas; ii) factores históricos e políticos; iii) multiplicação de focos emissores de fluxos turísticos; iv) atitudes comportamentais e economias de escala dos operadores turísticos; v) emergência de hierarquização dos assentamentos turísticos.

⇒ O espaço turístico como produto social

- A visão de CHADEFAUD (1987): da interacção sistémica entre a procura (o “mito”) e a oferta (o “produto turístico”) e o espaço enquanto projecção da sociedade global. A nova «formação socioespacial» como compósito de dois produtos espaciais: i) os espaços materiais, construídos, ordenados, acomodados (alojamento, equipamentos recreativos, acessibilidades,..); ii) os espaços imateriais, ou «imagens» resultantes de conotações mercantis que a promoção turística aplica sobre o espaço material.

2.3.3. Tipologias básicas de espaços turísticos

⇒ Critérios de classificação de espaços turísticos

- A abordagem embrionária de Luis FERNÁNDEZ FUSTER (1967) dos “núcleos receptores turísticos”: i) núcleos climáticos, termais e paisagísticos; ii) núcleos históricos, monumentais e artísticos; núcleos religiosos; iv) núcleos desportivos; v) núcleos de valor folclórico; vi) núcleos diversos (ligados a congresso, feiras, parques de atracções, centros de jogo, ...).
- A visão de Douglas PEARCE (1989: i) espaços turísticos costeiros; ii) estâncias turísticas de neve; iii) espaços turísticos rurais; iv) espaços turísticos urbanos.
- A visão de LOZATO-GIOTART (1993). Os pressupostos de uma tipologia multicritério: i) a presença espacial do turismo; ii) as formas espaciais das estâncias turísticas; iii) as características funcionais do local de acolhimento; iv) o dinamismo do espaço turístico (do multipolar ao polinuclear). O esquema-síntese do binómio turista/espaço de acolhimento.

⇒ A tipologia multicritério de LOZATO-GIOTART (1993)

- A - Os espaços turísticos polivalentes e abertos
 - ✓ A1 - Os tipos balneares e lacustres
 - A1.1. – Os tipos balneares tradicionais: da grande estância balnear-urbana de estruturação polinuclear e multipolar (o exemplo de Nice), às pequenas e médias estâncias balneares polinucleares, binucleares e mononucleares (os exemplos do litoral mediterrânico, do litoral inglês e do litoral báltico).
 - A1.2. – Os tipos lacustres: do modelo de *riviera lacustre* (o exemplo das estâncias turísticas do lago alpino Léman), ao modelo embrionário (o exemplo das estâncias turísticas do lago pirenaico Bouillouses).
 - A1.3. – Os tipos intermediários mais ou menos balneares: do modelo bipolar pouco balnear (os exemplos de Saint-Malo na Costa Esmeralda e de Veneza), aos modelos bipolares e balneares recentes (o exemplo de Acapulco).

- A1.4 – O esquema de síntese de LOZATO-GIOTART (1993) dos tipos de estruturas dos espaços turísticos balneares e lacustres.
- ✓ A2 - Os tipos urbanos não balneares
 - A2.1. – Os tipos multipolares e polinucleares das grandes cidades: das grandes capitais históricas ocidentais (os exemplos de Paris, Londres, Roma e Madrid), às capitais históricas do leste europeu (os exemplos de Praga e Moscovo), e ao modelo norte-americano (o exemplo de Nova Iorque).
 - A2.2. – Os tipos unipolares e mononucleares das médias e pequenas cidades: do “caso geral” (o exemplo de Florença), ao caso específico das pequenas cidades artísticas e culturais próximas de grandes focos turísticos (os exemplos de Bruges, Carcassone e Toledo), e ao caso específico dos centros de peregrinação (os exemplos de Jerusalém, Lourdes, Santiago de Compostela, Fátima e Meca).
 - A2.3. – O caso particular das cidades intermediárias mais ou menos bipolares e polinucleares: as grandes cidades de feiras, congressos e turismo de negócios (os exemplos de Frankfurt, Atlanta e Bolonha).
- ✓ A3 - Os tipos “verdes” e rurbanos
 - A3.1. – Os tipos agro-turísticos polivalentes: o exemplo do turismo rural francês nas montanhas do Jura, Vosges e Maciço Central – a importância dos conceitos “*gîtes ruraux*”, “*gîtes d’etape*”, “*stations vertes*” e “*villages vacances familles*”.
 - A3.2. – Os tipos rurbanos – entre turismo e lazer. O modelo de LUNDGREN sobre as residências secundárias urbanas. Os exemplos das envolventes de Florença, Grenoble e Amesterdão.
- **B - Os espaços turísticos especializados e mais ou menos abertos**
 - ✓ B1 - Os tipos abertos
 - Os tipos balneares: dos modelos normando e basco da “estância-cofre” balnear especializada (os exemplos de Deauville e Biarritz), aos modelos de evolução da marina até estância especializada bipolar e polinuclear (o exemplo de Palma de Maiorca e Las Palmas).
 - Os tipos termal especializado multipolar ou unipolar mais ou menos mononuclear: do modelo de evolução da estância termal clássica (os exemplos de Aix-les-Bains e Vichy), ao modelo de estâncias isoladas unipolares e mononucleares do turismo para-termal (os exemplo das estâncias de talassoterapia de Quiberon na costa maiorquina e de Porticcio nas proximidades de Ajaccio, na Córsega).
 - Os tipos estâncias culturais isoladas especializadas: os exemplos franceses do monte Saint-Michel e dos caselos do Vale do Loire e peruano do Machu Pichu.
 - Os tipos estâncias de desportos de Inverno: dos modelos de primeira geração surgidos na segunda metade do século XIX nos vales de fácil acesso e rondando a cota dos 1000 metros de altitude (os exemplos de Chamonix, Zermatt e Saint-Moritz), aos modelos de segunda geração surgidos a partir de 1930 em plataformas de acesso limitado e rondando alturas entre os 1000 e os

2000 metros (os exemplos de Alpe d'Huez e Méribel na França, de Cervinia e Sestrières em Itália e de Verbier e Les Diablerets na Suíça).

✓ B2. - Os tipos *enclavados*

- Os tipos *enclavados* mais ou menos abertos: das estâncias de desportos de Inverno de terceira geração surgidas a partir dos anos sessenta sob planificação integrada e promoção de um único promotor (os exemplos de La Plagne e de Isola 2000), às novas estâncias balneares enclavadas e semi-abertas e mais ou menos integradas (os exemplos de Cap d'Agde e de Gruissan no litoral do Languedoc).

- Os tipos *enclavados* mais ou menos fechados: das marinas, "estâncias-clubes" balneares e grandes complexos hoteleiros (os exemplos de Marina Baie des Anges, do Club Méditerranée e do Scottsdale Princess no Arizona), aos parques e reservas naturais (os exemplos do parque americano de Yellowstone e da reserva-safari queniana de Masai Mara).

• C - Os espaços turísticos regionais

✓ C0. - Dos fundamentos e das tipologias

- A região turística como um espaço funcional que imprime a sua imagem a um conjunto natural e humano mais ou menos homogéneo e contínuo. A tipologia de Miossec dos espaços turísticos regionais.

✓ C1. - Os espaços turísticos regionais fortemente polarizados

- O tipo *rivieras* e *lidos* marítimos e lacustres: do modelo balnear de multipolaridade regional densa e diversificada (os exemplos da Côte d'Azur, da Costa del Sol, da Costa Brava e da Costa Algarvia), ao modelo balnear espacializado de polaridade regional descontínua (os exemplos da Costa Languedoc-Roussillon e da Costa da Califórnia).

- O tipo urbano-turístico: do modelo turístico de polaridade urbana centralizada ou áreas de forte atracção turística gerada a partir de grandes cidades (os exemplos de Paris, Roma, Barcelona, Madrid e Lisboa), ao modelo de regiões turísticas de múltiplos pólos urbano-turísticos (os exemplos da Toscana e da Andaluzia).

- O tipo montanha multipolar de dominante "branca": os exemplos das regiões turísticas de desportos de neve dos Alpes, dos Pirinéus e dos Apalaches.

✓ C2. - Os espaços turísticos regionais pouco ou não polarizados

- Os espaços pouco polarizados: os exemplos das zonas costeiras da Córsega e da Jamaica.

- Os espaços sem verdadeira polarização (ou seja sem um foco capaz de desempenhar um papel turístico ao nível regional): o exemplo da região siberiana do lago Baikal, e das regiões turísticas naturais canadianas do Centro e do Oeste.

- ✓ C3. - Os espaços de periferias turísticas
- Das periferias próximas às periferias longínquas. O esquema de desenvolvimento espaço-temporal dos espaços turísticos periféricos de GORMSEN. O exemplo de Marrocos: do Maghreb ao deserto do Saará.

2.3.4. Incidências do turismo no desenvolvimento regional e local

⇒ **As finalidades essenciais do turismo nos processos de desenvolvimento regional e local**

- Finalidade económica: porque pode constituir-se como uma das mais fortes alavancas das economias nacionais, regionais e locais.
- Finalidade social: porque permite garantir condições para alicerçar os processos de melhoria dos quadros locais de vida.
- Finalidade territorial: porque pode contribuir para correcção dos desequilíbrios territoriais do desenvolvimento.
- Finalidade patrimonial: porque pode contribuir para a recuperação e valorização de elementos patrimoniais naturais, construídos e culturais.
- Finalidade cultural: porque é um excelente meio divulgador de patrimónios e valores identitários e contribui para o intercâmbio cultural entre povos.

⇒ **Os impactes do turismo**

- As perspectivas da prevenção e da admoestação.
- Dos impactes positivos e negativos do turismo
 - ✓ A lista de impactes da OMT (1981) do turismo internacional.
- Dos impactes económicos do turismo
 - ✓ Impactes económicos directos, indirectos e induzidos. A classificação da OMT de efeitos económicos gerados pelo turismo: globais, parciais e externos.
 - ✓ A integração do turismo nas contabilidades nacionais: a importância e o alcance da «Conta Satélite do Turismo» português (da responsabilidade do INE, na observância da metodologia definida pela OMT e do Manual de Implementação da Conta Satélite do Turismo).
 - ✓ Avaliação do impacte económico das despesas turísticas: a utilização do «quadro de relações intersectoriais» (a análise «input-output») e os multiplicadores turísticos».
 - ✓ O papel do IMPACTUR: Protocolo estabelecido em Maio de 2004, entre a DGT e a Universidade do Algarve, com o objectivo de assegurar a produção e disponibilização regular de um conjunto de indicadores do desempenho,

monitorização e previsão da actividade turística, nas vertentes da oferta e da procura, com vista ao apoio da tomada de decisão dos agentes públicos e privados do sector.

- Dos impactes ambientais do turismo
 - ✓ Avaliação dos impactes ambientais: a utilização da técnica do “*Painel DELPHI*” e a lista de *ítems* de GREEN (1990).

- Dos impactes socio-culturais do turismo
 - ✓ A matriz-síntese da OMT (2003) de potenciais impactes sócio-culturais positivos e negativos associáveis ao desenvolvimento turístico.
 - ✓ Os esquemas-síntese dos efeitos do turismo nas “*sociedades hospedeiras*”: o modelo da interacção atitude/comportamento dos residentes de BJORKLUND e PHILBRICK (1975) e o modelo dos níveis de irritação de DOXEY (1976).
 - ✓ Avaliação dos impactes socio-culturais: a utilização da técnica “*Focus Group*”.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 2.3.

- ✓ ARCHER, B. H: (1982) – “The value of multipliers and their policy implications”, *Tourism Management*, vol. 3 (236-241).
- ✓ ARCHER, B.H. e FLETCHER, J.E. (1990) – “Multiplier Analysis”, *Les Cahiers du Tourisme*, séries C, nº 30 April.
- ✓ ATKINSON, H. E BERRY, J. R. (1995) – *Business Accounting for Hospitality and Tourism*. Ed. Thomson Business Press, Londres.
- ✓ BAPTISTA, Mário (1990) – *O Turismo na Economia: Uma abordagem técnica, económica, social e cultural*. Ed. Instituto Nacional de Formação Turística, Lisboa.
- ✓ BAPTISTA, Mário (1997) – *Turismo: Competitividade Sustentável*. Ed. Verbo, Lisboa. (617 p.).
- ✓ BIAGINI, E. (1986) – “Proposte per una classificazione dei centri turistici su basi funzionali. La gerarchia dell'Italia settentrionale”, *Quaderni dell'Università di Trieste*, nº 3.
- ✓ BRITO, Sérgio Palma (2002) – “A implantação espacial do turismo”, *Sociedade e Território*, nº 33. Ed. Afrontamento, Porto (pp. 95-107).
- ✓ BULL, Adrian (1995) – *The Economics of Travel and Tourism*. Ed. Longman, Londres.
- ✓ BUTLER, R. (2000) – “Tourism and environment: a geographical perspective”, *Tourism Geographies*, 2 (pp. 337-358).
- ✓ CALLIZO SONEIRO, J. (1991) – *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Ed Síntesis – col. Espacios y Sociedades, Madrid (215 p.).
- ✓ DGT (1994) – *Avaliação do Impacte do Turismo no Ambiente* (Relatório Final). Ed. Direcção Geral de Turismo, Lisboa.
- ✓ DOGAN, H. (1989) – “Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism”, *Annals of Tourism Research*, 16 (2) (pp. 216-236).
- ✓ FIGUEIROLA, Manuel (1985) – *Teoría Económica del Turismo*. Ed. Alianza Editorial, Madrid.
- ✓ FLETCHER, J.E. (1989) – “Input-output analysis and tourism impacts studies”, *Annals of Tourism Research*, 16 (4) (pp. 541-556).
- ✓ GREEN, D.H. et al. (1990) – “Applications of the Delphi technique in tourism”, *Annals of Tourism Research*, 17 (pp. 270-279).
- ✓ GREEN, H. Et al. (1990) – “Application of the Delphi Technique in Tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 17 (pp. 270-279).
- ✓ JAFAR, Jafari (1992) – *Understanding the Structure of Tourism: An Avant Propos to Studying its Costs and Benefits*. Ed. Aiest
- ✓ KOTTKE, M. (1988) – “Estimating tourism impacts” em *Annals of Tourism Research*, 15 (1), (pp. 122-133).
- ✓ KRIPPENDORF, J. (1987) – “Towards New Tourism: The importance of environmental and social factors”, *Tourism Management*, vol. 3, nº 3. (pp. 135-148).
- ✓ KRUEGER, R. (1994) – *Focus Group: A Practical Guide Applied Research*. Ed. Sage, California.
- ✓ LISZEWSKI, Stanislaw (1989) – “La typologie fonctionnelle de l'implantation touristique”, *Méditerranée*, Aix-en-Provence, nº 4 (pp.25-329).
- ✓ LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre (1993) – *Géographie do Tourisme*. Ed. Masson Géographie, Paris. (312 p.).
- ✓ MATHIESON, A. e WAIL, G. (1989) – *Tourism: Economic, Physical and Social Aspects*. Ed. Longman, Harlow.
- ✓ MIOSSEC, J. M: (1977) – Un Modèle de l'Espace Touristique”, *L'Espace Géographique*, nº 6 (1) (pp. 41-48).
- ✓ MIOSSEC, J.M. (1976) – “Eléments pour une Théorie de l'Espace Touristique”, *Les Cahiers du Tourisme*, C-36,. Ed. CHET, Aix-en-Provence.

- ✓ OMT (1997) – *Conta Satélite do Turismo (CST) – Quadro Conceptual*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid.
- ✓ OMT (2000) – *The Measurement of the Economic Impact on Tourism* (CD-Rom). Edição Organização Mundial de Turismo, Madrid.
- ✓ PEARCE, Douglas (1995) – *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Ed. Longman, Edimburgo (202 p.).
- ✓ SILVA, João Albino (1989) – *Avaliação do Impacto Económico do Turismo em Portugal*. Ed. polic. CIDEDEC/ISCTE, Lisboa.
- ✓ SILVA, João Albino *et al.* (1994) – *O impacte Socioeconómico e Ambiental das Actividades Turísticas: Contributos para uma Avaliação Integrada*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa.
- ✓ SILVA, João Albino *et al.* (1994) – *Avaliação do Impacte do Turismo no Ambiente*. Ed. CIDEDEC/ISCTE e CEPGA, Lisboa. (polic.; 2 vols).
- ✓ SILVA, João Albino (1995) – *Lição-Síntese: sustentabilidade e capacidade de carga turística – uma proposta de avaliação integrada* (polic.). Ed. Universidade do Algarve, Faro. (29 p.).
- ✓ SMITH, Stephen L. J. (1995) – *Tourism Analysis: A Handbook*. Ed: Longman, Edimburgo (326 p.).
- ✓ TRIBE, J. (1995) – *The Economics of Leisure and Tourism: Environments, Markets and Impacts*. Ed. Butterworth-Heinemann, Londres.
- ✓ VERA, Fernando *et al.* (1997) – *Análisis Territorial del Turismo*. Ed. Ariel Geografía, Barcelona. (443 p.).

3. O TURISMO EM PORTUGAL: desenvolvimento, estruturação e organização

3.1. DESENVOLVIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DA ACTIVIDADE TURÍSTICA

3.1.1. Aspectos gerais da evolução do turismo em Portugal

⇒ **De *Centum Cellas* ao *Hotel Lawrence*: os primórdios do turismo português**

- Dos primórdios do desenvolvimento turístico sob domínio romano
 - ✓ Das «mansio» e «mutatio» junto a estradas militares à «villa» de repouso e lazer. As tradições romanas de recreio e lazer em Portugal: as termas, os jogos e o teatro.
- Da obrigação medieval de aboletamento de viajantes ao desenvolvimento da hospedaria paga
 - ✓ Do direito medievo que estabelecia o encargo do aboletamento (alojamento), obrigando a quem tivesse condições para tal quer ao albergue gratuito de viandantes (rei, nobres, exército, presos e outros viandantes) quer a reparação dos estaus (estalagens).
 - ✓ O desenvolvimento, nos séculos XIV e XV, da rede de hospedarias com pernoita paga pelo viajante. Os vários privilégios reais concedidos aos estalajadeiros.
- Dos impactes do florescimento económico com as Descobertas no desenvolvimento turístico do país
 - ✓ A rápida expansão dos meios de hospedagem e dos transportes para zonas aprazíveis. A crescente procura de Lisboa por parte dos mais variados mercadores europeus.
- A influência do «Grand Tour» e do romantismo no desenvolvimento e modernização do turismo em Portugal nos séculos XVIII e XIX
 - ✓ Do alvará de D. Pedro II de 1701 permitindo aforamentos nos terrenos da Junqueira, para aí se edificarem casas junto à praia. (Em meados do século XVIII há notícia de ingleses aqui instalados e, em finais do mesmo século, há notícia de grande quantidade de gente a tomar banhos às 5 da manhã. Terá nascido aqui a primeira “urbanização de lazer e turismo” do país?).

- ✓ Da construção do primeiro hotel convencional – o *Hotel Lawrence*, em Sintra (1780) à projecção de uma nova imagem turística do país no mundo anglo-saxónico. O efeito Lord Byron.
- ✓ O efeito da Mala-posta no desenvolvimento do turismo nos inícios do século XIX.
- ✓ O papel dos “*africanistas*” e dos “*brasileiros*” no desenvolvimento da procura turística do país e no incremento das viagens com o exterior. O papel dos vapores ligando a Europa ao Brasil com escala em Portugal.
- ✓ Do “ressuscitar” da velha tradição romana das termas a partir de meados do século XIX, replicando os modelos entretanto estabelecidos além-Pirinéus.
- ✓ O papel da Corte na consolidação da vilegiatura balnear e termal na segunda metade do século XIX. As descrições do escritor Ramalho Ortigão da “*saison*” turística portuguesa: a corte depois de ir a banhos em Caxias, Azeitão, Ericeira, acaba por se instalar em Cascais.
- ✓ A emergência em finais do século XIX de uma urbanística especificamente vocacionada para o lazer e turismo: a Granja, a Figueira da Foz e o Monte Estoril.

⇒ **A primeira metade do século XX: os anos da institucionalização do turismo português**

- Do embrião civil da organização turística às primeiras formas de institucionalização do turismo português
 - ✓ O papel impulsionador do jornalista Leonildo Mendonça e Costa na criação da Sociedade de Propaganda de Portugal (1906), na elaboração do primeiro guia turístico elaborado em moldes internacionais – o “Manual do Viajante em Portugal” (1907), e na promoção do primeiro curso de hotelaria (considerado pioneiro em todo o espaço europeu).
 - ✓ A importância da realização em Portugal do IV Congresso Internacional de Turismo (1911, na Sociedade de Geografia de Lisboa; mais de 1500 participantes) na criação de um Conselho de Turismo (no âmbito do Ministério do Fomento, coadjuvado por uma Repartição de Turismo; decisão tomada em 1911, por decreto do Governo Provisório).
 - ✓ Da filiação internacional, desde os primeiros momentos, nos principais organismos de coordenação/reflexão da actividade turística ao nível internacional: a adesão em 1925, logo na fundação, à UIOOPT – União Internacional dos Organismos Oficiais de Propaganda Turística (sediada em Haia), posteriormente, em 1946, rebaptizada de UIOOT – União Internacional dos Organismos Oficiais de Turismo (que viria a ser a antecessora da OMT-Organização Mundial de Turismo, criada em 1970).
- A institucionalização de uma rede local de apoio ao desenvolvimento turístico
 - ✓ Das Delegações da Sociedade de Propaganda (ou Sindicatos de Iniciativa) às Comissões de Iniciativa (criadas em 1920, autonomamente dos municípios, e sob tutela do Ministério do Comércio). As Comissões de Iniciativa surgem com o intuito de promover o desenvolvimento de todas as estâncias turísticas

(termas, praias, estâncias climatéricas, de altitude e repouso) e “proporcionar aos seus frequentadores um meio confortável, higiénico e agradável”. Às Comissões era facultada a execução de obras e de iniciativas, tendo em vista o aumento da procura e o desenvolvimento da oferta turísticas. Em 1934, já existiam no país 83 Comissões de Iniciativa.

- ✓ Código Administrativo de 1936 e a substituição das Comissões de Iniciativa por Comissões Municipais de Turismo e Juntas de Turismo subordinadas aos municípios.
- A relevância das primeiras formas de propaganda do turismo português
 - ✓ Do primeiro cartaz específico do turismo português: “*Portugal – the shortest way between America and Europe*” (1907) e do primeiro folheto genuinamente turístico (1907) produzidos pela Sociedade de Propaganda de Portugal aos filmes de divulgação turística do país encomendados pela Repartição de Turismo às produtoras parisienses *Gaumont e Pathé* (1917 e 1918).
 - ✓ Do “Centro de Turismo Português” em Paris, integrado na *Alliance Internationale de Tourisme* (criado em 1932, por iniciativa do Automóvel Clube Português) às “Casas de Portugal” da Comissão de Propaganda de Portugal (criada em 1930, pelo Ministério dos Negócios estrangeiros): Paris (1931), Londres (1931), Antuérpia (1933) e Nova Iorque (1939), que tinham por objectivo o fomento das exportações e a promoção turística do país no exterior.
 - ✓ Dos impactes propagandísticos da música “*Avril au Portugal*” (criada em 1947 pelo maestro português Raúl Ferrão e, posteriormente, em 1950, reintitulada e projectada internacionalmente pelo músico francês Jacques Larue).
- O papel dos transportes no desenvolvimento do turismo português
 - (i) O papel do automobilismo e seus agentes de apoio no desenvolvimento interno do turismo
 - ✓ As primeiras cartas itinerárias para automobilistas portugueses: a carta de 1905 editada pela *Colonial Oil Company*, e a “Carta “Itinerária de Portugal” editada em 1915 pela *Vacuum Oil Company* (sucessora da empresa anterior e antecessora da empresa Mobil).
 - ✓ A elaboração do primeiro itinerário turístico do país (1932, iniciativa conjunta da *Vacuum Oil Company* e do Automóvel Clube Português).
 - ✓ O início do processo de sinalização turística das estradas portuguesas: o papel da *Vacuum Oil Company* a partir de 1920 e do Automóvel Clube de Portugal a partir de 1934.
 - (ii) O papel do caminho-de-ferro, da navegação e da aviação comercial no desenvolvimento dos fluxos turísticos vindos do exterior
 - ✓ O «*Sud-Express*» Paris, Madrid, Lisboa e os paquetes internacionais e como os grandes transportadores de turistas estrangeiros para o país. A atractividade de Lisboa, de Sintra e dos Estoris.

- ✓ Lisboa “*novo caes aéreo da Europa, praia do ar do Ocidente*” (Programa Oficial das Comemorações Centenárias): Da criação da SAP – Serviços Aéreos Portugueses (1927) e do Campo Internacional de Alverca à inserção de Lisboa nas rotas de aviões e *zeppelins* de companhias europeias e americanas. A criação da TAP – Transportes Aéreos Portugueses (1944) como “*companhia de bandeira*” e a construção dos aeroportos de Lisboa (Portela, 1944) e do Porto (Pedras Rubras, em 1945).
- ✓ O melhoramento das condições de aportagem dos grandes paquetes de turismo à consolidação de Lisboa como nó nas principais rotas internacionais da navegação turística. Da construção das modernas gares marítimas de Alcântara e Rocha do Conde de Óbidos à criação da Companhia Nacional de Navegação.
- A importância de Estoril, Fátima, Lisboa e Madeira na projecção internacional de Portugal como destino turístico
 - ✓ O papel do empresário visionário Fausto de Figueiredo no desenvolvimento, em 1914, da “*Estação Marítima, Climatérica, Thermal e Sportiva do Estoril*” – a primeira estância turística portuguesa projectada ao nível internacional. A trilogia de sucesso do Estoril: casino, hotéis e termas.
 - ✓ A projecção internacional de Fátima como santuário mariano e “Altar da Fé” para a Cristandade. O desenvolvimento do excursionismo religioso.
 - ✓ O papel de Lisboa no período da 1ª Grande Guerra como grande centro de “jogo, divertimentos e prazeres”.
 - ✓ O papel da Madeira como grande centro internacional de climatismo e paisagismo. A grande projecção do destino turístico Madeira junto da sociedade inglesa.
- A importância da criação de zonas de jogo no desenvolvimento turístico local
 - ✓ A regulamentação do jogo em 1927 conduz à criação de duas “zonas de jogo permanentes” (Estoril e Madeira) e seis “zonas temporárias” (Espinho, Figueira da Foz, Praia da Rocha, Curia, Sintra e Viana do Castelo – Santa Luzia), e possibilita a criação de uma nova e promissora fonte de receita tributária para o sector do turismo.
- O papel dos grandes hotéis no desenvolvimento dos fluxos turísticos vindos do exterior
 - ✓ Das isenções e benefícios concedidos a partir de 1905 a construtores de grandes hotéis ao desenvolvimento da hotelaria de qualidade em Portugal: o Palace Hotel do Buçaco (1908), o Palace Hotel do Vidago (1910), o Hotel de Santa Luzia (reconstruído em 1921 e no dizer da National Geographic Magazine, “um dos mais belos do mundo”), o Palace Hotel do Estoril (1930) e o Hotel Avis de Lisboa (1933).
 - ✓ Da denominada Lei dos Hotéis de 1914 aos impactes da realização do I Congresso Hoteleiro (1917, em Lisboa) e da realização da exposição itinerante “*Hotel-Modelo*” (organizada em 1933, com o alto patrocínio do Conselho Nacional do Turismo, com o apoio do Diário de Notícias, e sob base programática do arquitecto Raul Lino).

- ✓ O lançamento da primeira “Lista de Hotéis de Portugal”, pelo Conselho Nacional do Turismo (1934).
- O papel do Clube Nacional de Campismo (fundado em 1942) e da Federação Portuguesa de Campismo (fundada em 1945) e da FNAT – Federação Nacional para a Alegria no Trabalho (fundada em 1935) para uma maior socialização do turismo interno
 - ✓ Das principais realizações do Clube Nacional de Campismo (a primeira Exposição Portuguesa de Campismo, em 1942 e o primeiro Guia Campista de Portugal, em 1943) às iniciativas da Federação Portuguesa de Campismo.
 - ✓ Dos objectivos da FNAT: i) organizar colónias de férias (a primeira das quais inaugurada em 1938 na Costa da Caparica); ii) promover passeios e excursões (o primeiro dos quais organizado em 1935 a Setúbal); iii) organizar visitas de estudo a museus, monumentos e outros locais de interesse histórico, intelectual ou técnico; iv) apoiar a cultura profissional.
- A relevância do consulado de António Ferro para a mudança e desenvolvimento do turismo português da primeira metade do século XX.
 - (i) Das recomendações do I Congresso Nacional de Turismo (realizado na Sociedade de Geografia de Lisboa em Janeiro de 1936) à transferência do sector do turismo para o SPN – Secretariado de Propaganda Nacional (que entretanto fora criado em 1933) dirigido por António Ferro.
 - ✓ O I Congresso Nacional de Turismo, dada a multiplicidade de interdependências do sector, recomendou a criação de um novo organismo de coordenação adstrito à Presidência do Conselho, ao qual deveria competir a superintendência nas seguintes domínios: i) criação de hotéis higiénicos e económicos; ii) promoção das mais largas facilidades aos turistas nacionais e estrangeiros; iii) fiscalização das agências de viagens; iv) criação de postos de informação em Lisboa, Porto, outros locais turísticos e gares fronteiriças; v) fiscalização sobre toda a publicidade turística; e vi) fiscalização activa de todos os centros de turismo e da sua actividade.
 - (ii) Da utilização do turismo e da cultura popular como agentes privilegiados de comunicação social e de construção de uma nova imagem de Portugal.
 - ✓ A multiplicação da propaganda de Portugal no exterior: das «quinzenas culturais» de Londres (1934) e de Genebra (1935); às salas de “Arte Popular Portuguesa” da Feira Internacional de Paris (1937) e da Feira Mundial de Nova Iorque (1939).
 - ✓ Do controverso concurso da “Aldeia Mais Portuguesa” (1938) ao grande evento que foi a Exposição do Mundo Português (realizado em Lisboa, em 1940) e à construção em Lisboa do Museu de Arte Popular (1948).
 - ✓ Da passagem do SPN a Secretariado Nacional de Informação, Cultura Popular e Turismo (1944) e da proposta de um «Estatuto do Turismo» (1949) com o propósito de “coordenar, e articular todas as actividades turísticas sob um espírito e comando únicos”.

- ✓ Da institucionalização da figura de «agência de viagens» (1948) à criação do Grémio Nacional das Agências de Viagens e Turismo (1950).
- ✓ Do lançamento da rede de pousadas regionais (a construção das primeiras cinco foram anunciadas em 1939, inscritas no «Plano de Realizações do Duplo Centenário de 1940», subscrito pelo Ministério das Obras Públicas) e da criação de uma rede de postos específicos de atendimento turístico.
- ✓ Do lançamento da moderna Panorama – Revista Portuguesa de Arte e Turismo (1941), ao apadrinhamento de ranchos e festivais folclóricos (o primeiro Concurso Nacional de Ranchos Folclóricos teve lugar em Lisboa, em 1947), e do grupo de bailado Verde-gaio. A campanha do regime de “*reaportuguesamento de Portugal*”.
- ✓ Da exoneração de António Ferro em 1950. O total de visitantes estrangeiros em Portugal era então da ordem dos 250 mil.

⇒ **A segunda metade do século XX: os anos da expansão do turismo português e da consolidação de Portugal como um dos principais destinos do turismo internacional**

- As principais reformas e iniciativas do sector entre o Pós-Guerra e o “25 de Abril”
 - ✓ As principais propostas do Estatuto do Turismo (aprovado em 1954): i) a ideia de uma Direcção dos Serviços de Turismo; ii) a da figura “Regiões de Turismo”; iii) a criação de incentivos fiscais e habilitação a créditos estatais à indústria hoteleira, mediante declaração prévia de “utilidade turística”.
 - ✓ Da criação do Fundo de Turismo (1956) e da elaboração do Plano de Equipamento Hoteleiro (1959), ambos sob a égide do SNI. Pretendia-se com o Fundo de Turismo “assegurar o fomento do turismo no país e, em especial auxiliar e estimular o desenvolvimento da indústria hoteleira e de outras actividades que mais estreitamente se relacionem com o turismo”.
 - ✓ Da elevação da Repartição de Turismo ao nível de Direcção de Serviços de Turismo, e posteriormente a Comissariado de Turismo (1965) e a Direcção-Geral de Turismo (1968).
 - ✓ Da criação do Centro Nacional de Formação Turística e Hoteleira, que alguns anos mais tarde passaria a Instituto responsável pela formação profissional dos trabalhadores das actividades turísticas, através da sua Convenção Internacional sobre Facilidades Aduaneiras a favor do Turismo, em prol de uma maior abertura do destino turístico Portugal ao exterior.
 - ✓ Da entrada tardia do turismo como sector prioritário nos Planos de Fomento. Da sua secundarização nos I e II Planos de Fomento, ao tímido papel que lhe é conferido no Plano Intercalar de Fomento (1965/67), e à emergência como «sector estratégico de crescimento económico» nos III e IV Planos de Fomento.
 - ✓ Da criação das Regiões de Turismo (1956) e do seu crescente protagonismo no contexto das organizações locais de turismo. No início da década de 70 existiam no país três tipos de Regiões de Turismo: i) as urbanas (Chaves e Leiria); ii) as que possuíam uma área geográfica precisa (Arrábida, Serra da

Estrela e Serra do Marão); iii) os casos especiais (os Açores, com regiões nas ilhas do Faial/Horta, S. Miguel, Sta. Maria e Terceira; e o Algarve).

- ✓ Dos anos sessenta: a chamada “Década de ouro do turismo português”
 - Os anos 60 marcam o início do longo ciclo de massificação do turismo português e de afirmação internacional do Algarve. Note-se que, ao longo da década, o aumento do número de visitantes do país foi da ordem de 950% e que o aeroporto internacional de Faro foi inaugurado em 1965.
 - Foi nos anos 60 que se consolidaram os conceitos de «*package tour*» e «*inclusive tour*», que se desenharam as grandes redes de exploração hoteleira, que se desenvolveram os primeiros passos de «*franchising*» na hotelaria e «*sel catering*», que surgiram em força os sistemas de «*free shop*», «*tax free*», precursores da desregulamentação e liberalização do comércio internacional e do trânsito de pessoas e bens.
- As principais reformas e iniciativas do sector entre o “Pós 25 de Abril” e a adesão às Comunidades
 - ✓ As novas instituições públicas do sector: i) da criação da Direcção-Geral do Turismo (1974) à Secretaria de Estado do Turismo (1975); ii) da constituição da ENATUR – Empresa Nacional de Turismo (1976); iii) do embrionário Secretariado de Coordenação Promocional à criação do Instituto de Promoção Turística (...); iv) da definição de novas competências para as Regiões de Turismo (1982) e para o Fundo de Turismo.
 - ✓ As novas e grandes instituições privadas do sector: da passagem do Grémio a APAVT – Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (1974) e do reposicionamento legal das agências de viagens e turismo entre 1979 e 1983 (da revisão dos critérios de acesso a alvará ao robustecimento técnico e financeiro das agências).
- Das reformas e dinâmicas do sector turístico nos anos oitenta e noventa:
 - ✓ Os novos instrumentos orientadores da actividade turística
 - Da elaboração e aprovação do primeiro “Plano Nacional de Turismo” (1986/89) ao “Livro Branco do Turismo” (Setembro de 1991).
 - As três grandes figuras de ordenamento turístico previstas no PNT de 1986: i) REAT – Regiões Específicas de Aproveitamento Turístico.; ii) EDT – Eixos de Desenvolvimento Turístico; iii) PDT – Pólos de Desenvolvimento Turístico (que poderiam incluir no seu seio AIT – Áreas de Interesse Turístico, por proposta das respectivas câmaras municipais).
 - As orientações políticas e instrumentos para o desenvolvimento do turismo na década de noventa - a “Estratégia de Desenvolvimento do Turismo e Quadro de Apoio Financeiro” (Dezembro de 1992):
 - i) Os 4 vectores de desenvolvimento estratégico do turismo: o aumento da qualidade da oferta; o aumento do profissionalismo; a diversificação de produtos; e a diversificação de mercados.

- ii) Os 10 grandes desafios estratégicos da promoção turística: A – Produtos e Mercados: diversificação de produtos; diversificação de mercados; dinamização do turismo interno; reforço do mercado espanhol; B – Actividade Promocional: planeamento da promoção por produtos; sistematização e uniformização da mensagem promocional; dinamização de PPC - Programas de Promoção Conjunta; reforma da coordenação das acções promocionais entre ICEP e as Regiões de Turismo; mobilização de empresas de sectores que beneficiam do fenómeno turístico; coordenação política de promoção turística e do comércio externo.
 - iii) O quadro de apoio financeiro ao investimento no sector turístico (com gestão na dependência do Fundo de Turismo): i) financiamento bancário; ii) financiamento directo do Fundo de Turismo; iii) SIFIT II; iv) Bonificações de rendas de contratos de locação financeira; v) capital de risco.
- ✓ As principais instituições públicas de coordenação, apoio e acompanhamento do desenvolvimento turístico:
- Os papéis dos organismos dependentes da administração central: a DGT – Direcção-Geral de Turismo, do Fundo de Turismo do INFT– Instituto Nacional de Formação Turística e do ICEP - Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal.
 - O papel das Regiões de Turismo: i) apoio directo ou catalítico à oferta; ii) animação local/urbana/regional; iii) informação local do visitante; iv) promoção no mercado interno; v) colaboração com os órgãos centrais de turismo no mercado externo.
 - A missão do Observatório do Turismo (perspectivado na década de noventa, mas só instituído formalmente por Resolução do Conselho de Ministros de 2000): “órgão independente, responsável por garantir o acompanhamento, a divulgação e a análise da evolução da actividade turística, e por formular diagnósticos sectoriais e sub-sectoriais com relevo para agentes envolvidos no sector”, tendo como principais áreas de actuação as seguintes: realização de Estudos, Lançamento e Cruzamento de Operações Estatísticas, Investigação, Reflexão e Discussão de assuntos centrais para o funcionamento do sistema e sector do turismo.
- ✓ Os grandes números de evolução do sector:
- O turismo em 1980: Portugal registava 7 milhões de visitantes dos quais 2,7 milhões eram considerados turistas. O total de dormidas nos meios de alojamento recenseados rondava os 25 milhões. As receitas turísticas quedavam-se pelos 57,5 milhões de contos. A estada média de turistas estrangeiros era da ordem dos 10,4 dias. A quota de Portugal no mercado europeu em termos de fluxos era de 1,4%. A capacidade do alojamento hoteleiro ascendia a cerca de 1500 estabelecimentos e a cerca de 120 mil camas (das quais 30% no Algarve e 25% na Costa de Lisboa). Em meados da década de oitenta, no ano de 1985, o país alcançou a meta mítica dos 10 milhões de entradas de estrangeiros.
 - O turismo em 1990: Os fluxos de visitantes já eram superiores a 19 milhões e os de turistas já rondavam os 9 milhões, traduzindo um ritmo de

crescimento anual da ordem dos 11%. O total de dormidas nos meios de alojamento recenseados rondava os 33 milhões. As receitas turísticas dispararam para 503 milhões de contos (103 milhões de contos a preços constantes). Já a estada média de turistas estrangeiros diminuiu para 7,4 dias. A quota de Portugal no mercado europeu em termos de fluxos era de 2,8%. O peso das receitas cambiais no PIB nacional era de 5,5%. A capacidade do alojamento hoteleiro (denotando um ritmo de crescimento anual na segunda metade dos anos oitenta de cerca de 10%) ascendia a perto de 1750 estabelecimentos e a cerca de 180 mil camas (das quais 40% no Algarve e 20% na Costa de Lisboa). O pessoal ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros era da ordem dos 39 milhares.

- O turismo no final da década de noventa: Os fluxos de visitantes já eram superiores a 28 milhões e os de turistas já ultrapassavam a cifra de 12 milhões, traduzindo um ritmo de crescimento anual da ordem dos 6%. O total de dormidas nos meios de alojamento recenseados atingia quase os 43 milhões. As receitas turísticas subiram para 1150 milhões de contos (denotando um ritmo de crescimento anual ao longo da década de noventa da ordem de 12%). A estada média de turistas estrangeiros continuou a trajectória de descida cifrando-se em 6,7 dias. A quota de Portugal no mercado europeu em termos de fluxos era de 3,0%. O peso do VAB turístico no PIB nacional era da ordem dos 11% (ou seja, superior ao de vários sectores tradicionais como os têxteis, construção, agricultura e silvicultura, papel e pasta de papel). A capacidade do alojamento hoteleiro (denotando um ritmo de crescimento anual ao longo da década de noventa de 2,5%) ascendia a perto de 1800 estabelecimentos e a cerca de 223 mil camas (das quais 38% no Algarve, e 24% na Região de Lisboa e Vale do Tejo; 13% na Região Norte e 10% na Madeira). O pessoal ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros era da ordem dos 43 milhares.
- ✓ Os grandes pólos de turismo e lazer emergidos na segunda metade do século XX:
 - De núcleo piscatório a estância balnear massificada: os exemplos de Costa da Caparica, Sesimbra, Praia da Luz, Albufeira, Quarteira, Monte Gordo e Costa Nova.
 - De espaço natural e/ou rural a grande complexo turístico e de residência secundária: os exemplos de Vilamoura, Vale de Lobos, Alvor, Quinta do Lago, Parque da Floresta e Pedras d'el Rei (no Algarve), de Tróia (na costa alentejana), da Praia d'el Rei (na costa oeste), do Porto Santo (Madeira) e da Penha Longa (Cascais).
 - De monumento a pousada histórica: Das primeiras pousadas históricas: (como Lóios em Évora e Castelo de Palmela em Palmela); às novas pousadas históricas “com marca de modernidade arquitectónica e funcional” (como Sta. Marinha em Guimarães, Flor da Rosa no Crato, Sta. Maria do Bouro em Amares, N^a Sr^a Assunção em Arraiolos e Afonso II em Alcácer do Sal).
- ✓ Os grandes eventos mobilizadores da atractividade turística internacional:
 - Dos grandes certames profissionais de turismo: Da realização da “*Meditour – Bolsa de Turismo dos Países do Mediterrâneo e da América Latina*” (1979 e 1981; as primeiras feiras profissionais de turismo de âmbito internacional realizadas em Portugal) à organização do evento anual

internacional “BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa” (na FIL- Feira Internacional de Lisboa).

- Dos grandes eventos desportivos: Do “Rallye de Portugal” (iniciado em 1967) ao “Grande Prémio de Portugal” de Fórmula 1 (iniciado em 1984, no Autódromo do Estoril). ao “Cross das Amendoeiras” (iniciado em 1977, no Algarve); sem esquecer a recente realização do Ténis Masters Cup (2000, Lisboa), da Gimnastrada 2003, e do Campeonato Europeu de Futebol – Euro 2004.
- Dos grandes eventos culturais: Da XVII Exposição Europeia de Arte, Ciência e Cultura (organizada em 1983, sob a égide do Conselho da Europa) a Lisboa – Capital Europeia da Cultura (1994) e à Expo 98 (Lisboa). Sem esquecer a recente realização de Porto – Capital Europeia da Cultura (2001).

3.1.2. O potencial de sustentação e competitividade do turismo português: o portfólio dos recursos e dos produtos turísticos

⇒ O potencial de aproveitamento e de valorização dos recursos turísticos portugueses

- O portfólio dos recursos patrimoniais portugueses: quantidade, diversidade e capacidade atractiva. Das tipologias de áreas naturais (ICN) às tipologias do património construído (IPPAR). A importância estratégica do património português classificado pela UNESCO como “Património Cultural da Humanidade”.
- O portfólio dos equipamentos e serviços turísticos portugueses (alojamento e restauração e similares): quantidade, diversidade, capacidade atractiva.

⇒ O potencial de afirmação e desenvolvimento sustentável dos produtos turísticos portugueses

- O portfólio dos produtos portugueses: produtos estruturantes, complementares e secundários.

3.1.3. Turismo interno e turismo externo: motivações e características

⇒ As práticas de lazer e turismo dos portugueses: os resultados do inquérito às férias dos portugueses

- A reduzida prática turística dos portugueses: De acordo com o índice de gozo de férias da DGT, verifica-se que, em 2002, 66% dos portugueses com 15 e mais anos gozaram férias, mas destes mais de $\frac{3}{4}$ fê-lo na sua residência habitual.
- A hegemonia da opção pelo turismo interno: Do total de portugueses que gozou férias fora da residência habitual, apenas cerca de 24% se deslocou ao estrangeiro.

- Dos motivos de gozo de férias: Do universo dos que gozaram férias fora da residência habitual, regista-se que a motivação “descanso/repouso” recolhe a adesão de cerca de $\frac{3}{4}$ das respostas, seguindo-se-lhe as motivações “actividade de praia” (38%), “encontro com pessoas de outras regiões” (24%), “disfrute de paisagens” (19%), “divertimentos/espectáculos” (16%), “vida social” (10%) e, “visita a museus/monumentos” (8%).
- A grande concentração temporal do período de gozo de férias: Quase 87% dos que gozaram férias fora da sua residência habitual fizeram-no nos meses de Agosto e de Julho (2/3 em Agosto).
- A distribuição espacial dos locais de gozo de férias: o Algarve (33%) lidera as escolhas dos portugueses que gozaram férias fora da sua residência habitual, seguindo-se-lhe o Interior Norte (24%), as praias entre Douro e Tejo (11%) e as praias a sul do Tejo (8%). Em termos de destino estrangeiro, a Espanha colhe praticamente metade das preferências dos que se ausentaram para o estrangeiro, mas em termos de intenções de viagem o Brasil também colhe uma significativa adesão.

⇒ **A procura turística por parte dos estrangeiros**

- Em 2000, entraram em Portugal cerca de 12 milhões de turistas estrangeiros. A sua permanência média foi de 6,7 dias, e as dormidas em meios de alojamento turístico totalizaram cerca de 81 milhões, das quais 70% em estabelecimentos hoteleiros e cerca de 23% em aldeamentos e apartamentos turísticos.
- Das principais motivações da visita a Portugal: a esmagadora maioria vem por razões de férias, atraídos fundamentalmente pelas praias e ambientes amenos do Litoral (64%, em 1999), segue-se a motivação dos negócios (20%), e das visitas a familiares e amigos (8%). Note-se que as 10 primeiras nacionalidades em termos de turismo estrangeiro abrangem 91% do total de turistas entrados no país.
- Da forte concentração da procura externa num núcleo reduzido de mercados: Quase metade do turismo externo é sustentado pelos espanhóis (49%, em 2000); seguindo-se-lhes os ingleses (16%), os alemães (8%), os franceses (6%) e os holandeses (4%).
- Da forte atracção do Algarve, da Região de Lisboa e da Madeira: estas três áreas retêm mais de 4/5 da procura externa.

3.1.4. A importância do turismo na economia e na sociedade portuguesas

⇒ **Um sector com grande peso na formação do PIB, na balança comercial e no emprego**

- Portugal um dos países da OCDE onde o VAB turístico tem maior peso na economia nacional (cerca de 11%, segundo um estudo recente encomendado pela CTP– Confederação do Turismo Português à Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve).
- Desde há vários anos que as receitas cambiais do sector tem tido uma grande importância para a atenuação dos crónicos défices da balança comercial.

- Um sector intensivo em mão-de-obra, absorvendo cerca de 6% da população activa nacional.

⇒ **Um sector com significativos efeitos multiplicadores**

- O turismo tem um efeito de motivação e arrastamento de muitos outros sectores da economia portuguesa, designadamente a construção civil, os transportes, a agricultura, as indústrias têxteis e de mobiliário, e os serviços em geral.

⇒ **Da estrutura e dinamismo empresarial do turismo nacional**

- Uma visão da robustez empresarial do turismo nacional a partir da trilogia HORECA (alojamento turístico, restauração e agências de viagens): número de empresas, pessoal ao serviço e volume de vendas.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 3.1.

- ✓ ADTRC/CEDRU (2002) – *Plano Estratégico para o Desenvolvimento Turístico nas Beiras* (4 vols.). Ed. Associação para o Desenvolvimento do Turismo na Região Centro, Coimbra.
- ✓ ALBINO, João et al. (2000) – *Turismo e Desenvolvimento no Norte Alentejo: Valorização dos recursos humanos para o sector nos concelhos fronteiriços do Norte Alentejano*. Ed. Colibri, Lisboa. (202 p.).
- ✓ Anónimo (1992) – “A história das Agências de Viagens e Turismo em Portugal”, *Portugal Turismo e Actualidade* (109), s/ed., Lisboa. (65 p.).
- ✓ CAVACO, Carminda (1980) – “O Turismo em Portugal: Aspectos Evolutivos e Espaciais”, *estudos Italianos em Portugal*, nº 40-41-42. Lisboa. (pp. 190-280).
- ✓ CAVACO, Carminda (1980) – *Turismo e Demografia no Algarve*. Editorial Progresso Social e Democracia, Lisboa.
- ✓ CAVACO, Carminda (1983) – *A Costa do Estoril: Esboço Geográfico*. Col. Ciência e Técnica nº 6, Editorial Progresso e Social-democracia, Lisboa.
- ✓ CAVACO, Carminda (1991) – *Turismo não litoral em Portugal. Diversidade, expressão espacial e incidências no desenvolvimento regional e local*. Lisboa. (33 p.).
- ✓ CAVACO, Carminda (1995) – “Rural Tourism: The Creation of New Touristic Spaces” em MONTANARI, Armando e WILLIAMS, Allan (coord.) – *European Tourism: regions, spaces and restructuring*. Ed. John Wiley and Sons, Nova Iorque. (284 p.).
- ✓ CAVACO, Carminda (1996) – “Da Quinta de Quarteira à Vila Moura” em *Lazeres e Turismo*. EPRU nº 45. Ed Centro de Estudos Geográficos da UL, Lisboa. (pp. 99-103).
- ✓ COSTA, Jorge et al. (2000) – *Tendências Internacionais em Turismo*. Ed. Lidel, Lisboa. (145 p.).
- ✓ CRAVIDÃO, Fernanda D. E CUNHA, Lúcio (1994) – “Ambiente e Práticas Turísticas em Portugal”, *Inforgeo*, nº6. Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa (pp. 85-91).
- ✓ CRAVIDÃO, Fernanda Delgado (1989) – “Turismo e Desenvolvimento: o distrito de Coimbra”, *Arunce*, nº1 (pp. 37-63).
- ✓ CST (2002) – *Com os Olhos no Futuro: Reflexões sobre o Turismo em Portugal*. Ed. Conselho Sectorial do Turismo, Lisboa. 137 p.).
- ✓ DGT (2002) – *Turismo em Portugal: Política: Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (159 p.).
- ✓ GASPAR, Jorge (1993) – *As Regiões Portuguesas*. Ed. Ministério do Planeamento e Administração do Território, Lisboa. (240 p.).
- ✓ GONÇALVES, Alexandra R. (2003) – *A componente cultural do Turismo Urbano como oferta complementar ao produto “sol e praia”: o caso de Faro e Silves*. Ed. IFAT-ME, Lisboa. (383 p.).
- ✓ GONÇALVES, Eunice Rute (1996) – *Turismo de Massas e Estruturação do território: O caso de Albufeira*. Ed. FLUL (Dissertação de Mestre) (polic.).210 p.).
- ✓ HENRIQUES, Eduardo Brito (1993) – “Do Turismo Urbano: Lisboa no contexto do espaço turístico português” em *Inforgeo - Geografia do Turismo* nº 6, Dez. 93. Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa.
- ✓ HENRIQUES, Eduardo Brito (1996) – *Lisboa Turística, Entre o Imaginário e a Cidade: A construção de um lugar turístico urbano* (dissert. Mestrado). Ed. Colibri, Lisboa. (199 p.).
- ✓ IFAT (2000) – *Quatro décadas de Turismo: Contributo de uma instituição*. Ed. Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, Lisboa (119 p.).
- ✓ Junta de Turismo da Costa do Estoril (2000) – *Costa do Estoril: Um Século de Turismo*. Ed. Junta de Turismo da Costa do Estoril. 159 p.).

- ✓ MARTINS, Paulo (1993) – *Lazer, Férias e Turismo na Organização do Espaço do Noroeste de Portugal* (dissert. Doutoramento). Ed. FLUP (polic.), Porto.
- ✓ MCT (1992) – *Turismo: Estratégia de Desenvolvimento e Quadro de Apoio Financeiro*. Ed. Ministério do comércio e Turismo, Lisboa. (70 p.).
- ✓ MOREIRA, Fernando João (1994) – *O Turismo em Espaço Rural: enquadramento e expressão Geográfica no Território Português* (dissert. Mestrado). Ed. Centro de Estudos Geográficos da UL, Lisboa.
- ✓ NERCAB (2003) – *Caracterização do Potencial Turístico do Distrito de Castelo Branco*. Ed. Núcleo Empresarial da Região de Castelo Branco (também disponível em CD).
- ✓ NERLEI (2001) – *Uma Estratégia para o Desenvolvimento do Turismo da Região Leiria*. Ed. Associação Empresarial da Região de Leiria, Leiria (144 p.).
- ✓ ORTIGÃO, Ramalho (1875, ed. 1944) - *Banhos de Caldas e Águas Minerais*. Ed. Livraria Sá da Costa, Lisboa.
- ✓ ORTIGÃO, Ramalho (1876, ed. 1943) – *As Praias de Portugal*. Ed. Livraria Clássica Editora, Lisboa.
- ✓ PINA, Paulo (1988) – *Portugal: O Turismo no Século XX*. Ed. Lucidus, Lisboa. (255 p.).
- ✓ RAM – GR (2002) – *POT: Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira*. Ed. Região Autónoma da Madeira – Governo Regional, Funchal.
- ✓ RTAlgarve (1995) – *PRTA – Plano Regional de Turismo do Algarve*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (229 p.).
- ✓ RTAlgarve (2001) – *PRTA – Plano regional de Turismo do Algarve: Anos 2000*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (157 p.).
- ✓ RTCosta Azul (2000) – *Plano de Desenvolvimento Turístico da Costa Azul*. Ed. Região de Turismo da Costa Azul, Setúbal (5 vols.)
- ✓ RTÉVORA/CEDRU (2001) – *PDTA - Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo* (8 vols.). Ed. Associação das Regiões de Turismo do Alentejo, Grândola (disponível em CD).
- ✓ RTS.Mamede/CEDRU (1999) – *Plano de Desenvolvimento Turístico do Norte Alentejano*. Ed. Região de Turismo de S. Mamede, Portalegre (4 vols.).
- ✓ SET (1986) – *Plano Nacional do Turismo*. Ed. Ministério do Comércio e Turismo – Secretaria de Estado do Turismo, Lisboa.
- ✓ SET (1988) – *Revisão do Plano Nacional do Turismo: 1989-92*. Ed. Ministério do Comércio e Turismo – Secretaria de estado do Turismo, Lisboa.
- ✓ SET (1991) – *Livro Branco do Turismo*. Ed. Secretaria de Estado do Turismo – Ministério do Comércio e Turismo, Lisboa. (178 p.).
- ✓ SILVA, J. Amado e SILVA, J. Sancho (1998) – “A Importância do Turismo na Economia”, *Economia & Prospectiva (Turismo: uma actividade estratégica)*, vol. I, nº 4. Ed. Ministério da Economia. (pp. 45-59).
- ✓ SILVA, João Albino (1991) – *O turismo em Portugal: uma análise de integração micro-económica* (dissert. de doutoramento). Ed. Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa (polic.).
- ✓ SILVA, João Albino (1992) – “O Turismo Português: Problemas e Desafios em Tempos de Mudança”, *Actas do Seminário “A Economia dos Anos 90”*, Funchal.
- ✓ SILVA, João Albino (1998) – *Turismo, Espaço e Economia*. Ed. GEPE – Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica, Lisboa (13 p.).
- ✓ SIMÕES, José Manuel (1993) - “*Um Olhar sobre o Turismo e o Desenvolvimento Regional*”, *Inforgeo*, nº6,. Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa (pp. 71-82).
- ✓ SIRGADO, José Rafael (1990) – *Turismo e Desenvolvimento Local e Regional: o caso do concelho e Lagos – na região e no país* (dissert. de mestrado), Ed. FLUL (polic.) (358 p.).
- ✓ SIRGADO, José Rafael (1991) – “Turismo no Portugal Contemporâneo”, *Enciclopédia Portugal Moderno, vol. Geografia*. Ed. Pomo Editores, Lisboa.

- ✓ UMBELINO, Jorge (1988) – *O Triângulo Turístico de Portalegre/Castelo de Vide/Marvão: Exemplo para o estudo do relacionamento entre o turismo e planeamento integrado*. Ed. do Autor, Lisboa.
- ✓ VIEIRA, João Martins (1997) – *A Economia do Turismo em Portugal*. E. Publicações D. Quixote – Biblioteca de Economia & Empresa, Lisboa. (199 p.).
- ✓ WILLIAMS, Allan e Gareth SHAW (1991) – *Tourism & Economic Development: Western European Experiences*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque. (291 p.).

3.2. A ESTRUTURAÇÃO REGIONAL DO TURISMO PORTUGUÊS

3.2.1. Padrões e assimetrias espaciais de desenvolvimento da actividade turística: uma visão concelhia

⇒ Distribuição e dinâmica espacial da oferta turística concelhia

- O mapa dos recursos turísticos: recursos patrimoniais e equipamentos e serviços turísticos.
- Evolução concelhia da capacidade de alojamento turístico e da taxa de função turística na última década.

⇒ Distribuição e dinâmica espacial da procura turística concelhia.

- Evolução concelhia da taxa de captação turística na última década.

3.2.2. Especializações regionais da oferta de alojamento e de produtos turísticos

⇒ A matriz regional de especialização da oferta de alojamento turístico

⇒ A matriz regional de especialização da oferta de produtos turísticos

- A visão de SIRGADO, José Rafael (1993) da valorização qualitativa regional dos principais produtos portugueses.

3.2.3. Potencial turístico de projecção internacional das regiões portuguesas

⇒ A proposta de valor turístico das regiões portuguesas

- A visão do ICEP/*Roland Berger & Partner* (1997) das cinco motivações principais (Sol e mar, *city break*, *touring*, golfe e negócios) e das motivações secundárias da procura turística internacional relativamente a Portugal e às suas regiões; e da Proposta de Valor de Portugal e das suas regiões como destinos turísticos.
- A Matriz Estratégica das Regiões Promocionais Portuguesas da DGT (2002): uma resultante do cruzamento entre Mercados-Alvo e os Produtos Turísticos de Aposta.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 3.2.

- ✓ ADTRC/CEDRU (2002) – Plano Estratégico para o Desenvolvimento Turístico nas Beiras (4 vols.). Ed. Associação para o Desenvolvimento do Turismo na Região Centro, Coimbra.
- ✓ COSTA, Guilherme e BERNARDO, António (1998) – “Estratégia de Marketing para o Turismo”, em *Turismo: uma Actividade Estratégica - Economia & Prospectiva*, Vol I, nº 4, Janeiro/Março. Ed. Ministério da Economia, Lisboa. (pp. 17-31).
- ✓ DGT (2002) – *Turismo em Portugal: Política: Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (159 p.).
- ✓ GONÇALVES, Alexandra R. (2003) – A componente cultural do Turismo Urbano como oferta complementar ao produto “sol e praia”: o caso de Faro e Silves. Ed. IFAT-ME, Lisboa. (383 p.).
- ✓ NERCAB (2003) – Caracterização do Potencial Turístico do Distrito de Castelo Branco. Ed. Núcleo Empresarial da Região Castelo Branco (também disponível em CD).
- ✓ NERLEI (2001) – *Uma Estratégia para o Desenvolvimento do Turismo da Região Leiria*. Ed. Associação Empresarial da Região de Leiria, Leiria (144 p.).
- ✓ RAM – GR (2002) – *POT: Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira*. Ed. Região Autónoma da Madeira – Governo Regional, Funchal.
- ✓ RTAlgarve (1995) – *PRTA – Plano Regional de Turismo do Algarve*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (229 p.).
- ✓ RTAlgarve (2001) – *PRTA – Plano Regional de Turismo do Algarve: Anos 2000*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (157 p.).
- ✓ RTCosta Azul (2000) – *Plano de Desenvolvimento Turístico da Costa Azul*. Ed. Região de Turismo da Costa Azul, Setúbal (5 vols.)
- ✓ RTÉVORA/CEDRU (2001) – *PDTA - Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo (8 vols.)*. Ed. Associação das Regiões de Turismo do Alentejo, Grândola (disponível em CD).
- ✓ RTS.Mamede/CEDRU (1999) – *Plano de Desenvolvimento Turístico do Norte Alentejano*. Ed. Região de Turismo de S. Mamede, Portalegre (4 vols.).
- ✓ SIRGADO, José Rafael (1993) – “Turismos nas Regiões Portuguesas: Contributo para a modelação de um cenário de desenvolvimento e inovação para o final do século”, em *Geografia do Turismo - Inforgeo* nº 6, Dez. 93. Ed. Associação Portuguesa de Geógrafos, Lisboa (pp. 21-36).

3.3. A POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO NA VIRAGEM DO MILÉNIO

3.3.1. As principais orientações da UE para o desenvolvimento turístico no território comunitário

⇒ **As iniciativas da UE em termos de abordagem da política do turismo comunitária**

- As primeiras preocupações explicitadas pela Comunidade para o sector do turismo: do documento embrionário apresentado à Comissão em 1982 à elaboração da “Acção Comunitária no Domínio do Turismo” (Junho de 1986; elaborada no seguimento do trabalho desenvolvido por um grupo “ad-hoc” de turismo criado em 1985), a qual fixava as seguintes 5 linhas de actuação:
 - (i) Facilitar o turismo na Comunidade;
 - (ii) Melhorar a repartição do turismo no espaço e no tempo;
 - (iii) Melhorar a informação e protecção dos turistas;
 - (iv) Melhorar o contexto do trabalho das profissões turísticas e conhecer melhor a problemática do sector;
 - (v) Melhorar a orientação das intervenções dos fundos comunitários a favor do turismo.

- As iniciativas comunitárias posteriores:
 - (i) A criação do Comité Consultivo do Turismo da CEE (1987; criado na sequência do grupo “ad hoc”);
 - (ii) O “Plano de Acções Comunitárias a favor do Turismo para o triénio 1993-95”;
 - (iii) O Livro Verde da Comissão intitulado “O papel da União em matéria de Turismo” (Abril de 1995);
 - (iv) O “Fórum Turismo Europeu” (Dezembro de 1995);
 - (v) O PHILOXENIA: 1997-2000 (o primeiro programa anual criado a favor do turismo europeu, mas que viria a ser reprovado por oposição de alguns Estados-Membros);
 - (vi) O documento orientador “Para um turismo costeiro de qualidade: gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos costeiros” (Comissão Europeia, Bruxelas, 1999);
 - (vii) O documento orientador “Para um turismo urbano de qualidade: : gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos urbanos” (Comissão Europeia, Bruxelas, 1999);

(viii) O documento orientador “Para um turismo rural de qualidade: gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos rurais” (Comissão Europeia, Bruxelas, 2000).

- As linhas de força para o desenvolvimento turístico na UE
 - ✓ De acordo com o Livro Verde da Comissão sobre o papel da União em matéria de Turismo (editado em Abril de 1995) e as recomendações do Fórum Europeu de Turismo (realizado em Dezembro de 1995), podemos apontar:
 - i) Incentivar a mobilidade e a protecção dos turistas (Melhorar a livre circulação dos turistas; Garantir a protecção dos turistas enquanto consumidores; Facilitar o acesso de certos grupos da população - deficientes e idosos - ao turismo; Incentivar a responsabilidade – combate ao turismo sexual envolvendo crianças);
 - ii) Reforçar a competitividade da indústria europeia do turismo (Estimular um enquadramento favorável para as empresas do turismo; Fomentar a modernização da indústria do turismo;).
 - iii) Incentivar a utilização responsável do recurso turismo.
 - ✓ As 8 conclusões da reunião de responsáveis Governamentais de Turismo da UE (em Vilamoura, Maio de 2000):
 - i) Abordagem integrada ao turismo na União Europeia;
 - ii) Reconhecimento político do turismo europeu;
 - iii) Promoção turística em países terceiros;
 - iv) Potenciar através do turismo os efeitos da implementação do euro;
 - v) Contributo do turismo para a estratégia europeia do emprego e de qualificação dos recursos humanos;
 - vi) As oportunidades da sociedade de informação no domínio do turismo;
 - vii) A liberalização dos transportes e o seu impacte no turismo;
 - viii) A aposta no desenvolvimento sustentável e na qualidade.

3.3.2. Grandes orientações estratégicas e prioridades políticas nacionais para o desenvolvimento turístico: do Plano de Consolidação do Turismo de 2002 ao Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo de 2003

⇒ O Plano de Consolidação do Turismo

- O Plano de Consolidação do Turismo foi criado em Janeiro de 2002, por Resolução do Conselho de Ministros, integrando dois instrumentos já existentes para o sector: o POE/Turismo (2000/2006) e o Programa Nacional de Formação “Melhor Turismo” (2000/2006) e juntando um novo e instrumento Programa de Intervenções para a Qualificação do Turismo (PIQTUR).

- Dos objectivos do POE/componente Turismo (2000/2006):
 - (i) Competitividade empresarial;
 - (ii) Novas áreas de negócio/novos produtos;
 - (iii) Consolidação da oferta turística;
 - (iv) Melhoria da produtividade das empresas;
 - (v) Construção de escolas de turismo;
 - (vi) Internacionalização dos agentes económicos do turismo e de Portugal como destino turístico.
- ✓ Por forma alcançar tais objectivos o POE pôs à disposição quatro esquemas de incentivos: i) SIPIE – Sistema de Incentivos às Pequenas Iniciativas Empresariais; ii) SIME – Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial; iii) SIVETUR – Sistema de Incentivos a Produtos de Vocação estratégica; iv) PITER – Programas integrados turísticos de natureza estruturante e base regional.
- Dos objectivos do Programa Nacional de Formação “Melhor Turismo” (2000/2006):
 - (i) Qualificar as empresas e as pessoas;
 - (ii) Modernizar a organização do trabalho;
 - (iii) Reforçar as estruturas de suporte ao desenvolvimento das qualificações.
- Dos objectivos do PIQTUR - Programa de Intervenções para a Qualificação do Turismo:
 - (i) Investigação, planeamento e qualidade;
 - (ii) Inovação, informação e novas tecnologias;
 - (iii) Emprego, formação (certificação, valorização das profissões turísticas);
 - (iv) Estruturação, qualificação e diversificação da oferta (esforço público);
 - (v) Promoção e animação.

⇒ **O Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo**

- A criação do Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo surgiu em Agosto de 2003, enquadrada no PPCE - Programa para a Produtividade e o Crescimento da Economia o qual, no seguimento da mudança governativa de Março de 2002, veio substituir o POE.
- O Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo assumiu como objectivos prioritários da política de turismo os seguintes:
 - (i) Aumentar a capacidade competitiva do País e dos principais destinos turísticos regionais;

- (ii) Criar condições mais vantajosas para a captação de investimentos e concretização de novos projectos turísticos de qualidade e interesse estratégico para o País;
 - (iii) Dinamizar o desenvolvimento de novas áreas de aptidão e vocação turística nas diversas regiões que pela sua especificidade, riqueza cultural e diferenciação possam responder às exigências de novos segmentos de mercado;
 - (iv) Definir e concretizar modelos sustentáveis de desenvolvimento de produtos de elevado potencial de crescimento de procura, designadamente o turismo de congressos e incentivos, o turismo da Natureza, o turismo rural, o turismo de golfe, o turismo cultural e o turismo desportivo;
 - (v) Promover uma utilização racional, cuidada e sustentável dos recursos naturais, dos espaços, do património histórico e arquitectónico e, das infra-estruturas e equipamentos disponíveis para fins turísticos; vi) Fomentar a requalificação e reabilitação da oferta de alojamento e animação existentes, bem como o incremento da qualidade do serviço prestado aos turistas.
- Das medidas consagradas no Plano de Desenvolvimento do Sector do Turismo:
 - (i) Medidas dirigidas à dinamização e estruturação da oferta (Revisão da legislação em vigor; Criação do Centro de Apoio ao Licenciamento de Projectos Turísticos Estratégicos; Criação de áreas de protecção turística; Criação do Centro de Avaliação, Classificação e Qualificação do Alojamento Turístico; Apresentação e execução de um plano estratégico de formação em hotelaria e turismo; Redefinição da rede escolar; Partilha dos custos de formação; Revisão do regime jurídico de instalação e funcionamento dos estabelecimentos de restauração e bebidas; Melhoria da qualidade e revisão do PROREST; Projecto Restaurantes EURO 2004; Reforma de sinalização rodoviária e turística);
 - (ii) Medidas dirigidas à dinamização da procura (Novo modelo de concertação e contextualização da promoção turística; reformulação do Programa de requalificação do Turismo; Campanhas de divulgação e promoção de Portugal e regiões como destinos turísticos; Alteração do modelo organizativo e funcional da BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa);
 - (iii) Medidas dirigidas à reforma da organização institucional do turismo português (Criação do ITP – Instituto do Turismo de Portugal , para substituir conjuntamente o ICEP Portugal e o IFT – Instituto Financeiro de Apoio ao Turismo; Revisão da Lei Quadro das Regiões de Turismo; Reforço do papel da DGT);
 - (iv) Medidas dirigidas ao reforço da informação e conhecimento do sector (Reformulação do sistema de recolha e tratamento de informação estatística; Apoio ao desenvolvimento de estudos turísticos e investigação aplicada ao turismo e lazer; reformulação do portal do turismo de Portugal na *Internet* - «Portugal Insite»);
 - (v) Quadro regulamentar (revisão dos seguintes regimes jurídicos: Agências de viagens; Lei de bases do termalismo; Jogo electrónico; e Competitividade de taxas aeroportuárias).

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 3.3.

- ✓ CCE (1995) – *O Papel da União em Matéria de Turismo – Livro Verde da Comissão*, COM (95), 97 final, Ed. CCE, Bruxelas.
- ✓ CUNHA, Licínio (2003) – *Perspectivas e Tendências do Turismo*. Ed. Universitárias Lusófonas, Lisboa. (262 p.).
- ✓ DGT (2002) – *Turismo em Portugal: Política: Estratégia e Instrumentos de Intervenção*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (159 p.).
- ✓ ME (1998) – “Turismo: Uma Actividade Estratégica” (vários autores), *Economia & Prospectiva*, Vol I, nº 4 Jan/Mar.
- ✓ ME (2000) – *Reunião de Reunião de Responsáveis Governamentais de Turismo da UE: Vilamoura, 11 de Maio de 2000* (Conclusões). Ed. Ministério da Economia, Lisboa.
- ✓ SILVA, João Albino (1991) – *O turismo em Portugal: uma análise de integração micro-económica* (dissert. de doutoramento). Ed. Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa (polic.).
- ✓ SILVA, João Albino (1992) – *Turismo e Desenvolvimento Regional: Tendências e Estratégias* (Lev. Docs. - Relatório) Ed. CIDEC – ISCTE, Lisboa.
- ✓ VIEIRA, João Martins (1997) – *A Economia do Turismo em Portugal*. E. Publicações D. Quixote – Biblioteca de Economia & Empresa, Lisboa. (199 p.).

4. PLANEAMENTO TURÍSTICO: políticas, metodologias, instrumentos, e lições de experiência

4.1. A POLITICA DE TURISMO NA ACTUALIDADE: O DESAFIO DA SUSTENTABILIDADE

4.1.1. Em prol de processos de desenvolvimento regional e local sustentáveis

- Da Cimeira da Terra ou CNUAD - Conferência das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento (realizada no Rio de Janeiro em 1992) ao compromisso Agenda 21. Os princípios orientadores do relatório "*Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development*" (1995).

4.1.2. Orientações para um desenvolvimento turístico sustentável

- O conceito-chave da OMT de turismo sustentável (1990): "Satisfaz as necessidades presentes dos turistas e das regiões receptoras, sem comprometer a possibilidade de as futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades. É prospectivo e conduz a uma gestão de todos os recursos, de forma a que as necessidades económicas, sociais e estéticas possam ser preenchidas, enquanto se mantém a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte da vida animal e vegetal".
- As 5 ideias-chave do Brundtland Report (1987; editado em Portugal sob o título "O Nosso Futuro Comum", CMAD, 1991) sobre o planeamento turístico sustentável: i) o planeamento turístico e as estratégias elaboradas devem ser holísticas; ii) importa preservar a essência dos processos ecológicos; iii) há necessidade de proteger simultaneamente o legado humano e a biodiversidade; iv) o desenvolvimento turístico deve ocorrer de modo a que a produtividade seja sustentável no horizonte das futuras gerações; v) devem ser considerados no planeamento turístico os aspectos sociais inter-geracionais.
- Os grandes objectivos da "Carta para o Turismo Sustentável" (OMT/PNUAD/UNESCO, Lanzarote, 1995):
 - i) Promover o respeito pelos ecossistemas frágeis e pela biodiversidade em áreas ambientalmente sensíveis;
 - ii) Desenvolver soluções práticas relativas à minimização dos impactes sobre os recursos naturais e à capacidade de assimilação dos impactes produzidos;

- iii) Valorizar os elementos tradicionais e as actividades que integram a cultura local;
- iv) Promover a participação de todos os agentes envolvidos, do sector público ao privado;
- v) Promover mecanismos de cooperação nas áreas de conservação e protecção da Natureza e valorização dos recursos patrimoniais;
- vi) Implementar estratégias e projectos de desenvolvimento turístico com critérios de qualidade quer na preservação dos destinos turísticos quer na capacidade de satisfazer os turistas, promovendo a formação e a circulação de informação no seio das comunidades locais;
- vii) Promover a integração das acções de planeamento do turismo como um contributo para uma estratégia governamental de promoção do desenvolvimento sustentável;
- viii) Implementar medidas que permitam uma distribuição mais equitativa dos benefícios e dos encargos e responsabilidades financeiras do turismo, e que contribuam para uma progressiva mudança nos padrões de consumo e a introdução de um sistema de tributação que permita a internalização dos custos ambientais, quer de degradação, quer de conservação e protecção;
- ix) Reorientar as ajudas financeiras ao sector do turismo, em particular aquelas que conduzam a efeitos negativos sobre o ambiente;
- x) Promover ajudas especiais para a recuperação e reestruturação de áreas turísticas degradadas por modelos obsoletos de turismo de massas e de grande impacto local;
- xi) Promover formas alternativas de turismo que se enquadrem plenamente nos princípios de desenvolvimento sustentável, encorajando a diversificação do mercado turístico;
- xii) Estabelecer uma política de turismo sustentável, alicerçada em sistemas de gestão participada, compatível com as regras de protecção do ambiente;
- xiii) Promover estudos de diagnóstico e de viabilidade para a transformação do sector, incluindo projectos demonstrativos e de cooperação internacional;
- xiv) Adotar e implementar códigos de conduta para a operacionalidade do turismo sustentável, endereçados aos principais agentes intervenientes no sector, particularmente os múltiplos agentes económicos da “indústria” do turismo.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 4.1.

- ✓ CAVACO, Carminda (1996) - "Turismo e Ambiente; Reflexões Gerais", em *Turismos e Lazeres*. EPRU, 45. Ed. Centro de Estudos Geográficos da UL, Lisboa. (pp. 81- 85).
- ✓ COCCOSIS, H: e NIJKAMP , P. (1995) – *Sustainable Tourism Development*. Ed. Avebury-Gower, Londres.
- ✓ EDGELL, L. (1990) - *International Tourism Policy*. Ed. Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.
- ✓ HENRIQUES, Cláudia (2003) – *Turismo, Cidade e Cultura: Planeamento e Gestão Sustentável* (dissert. doutoramento) . Ed. Sílabo, Lisboa. (307 p.).
- ✓ INSKEEP, E. (1991) – *Tourism Planning: An integrated and sustainable approach*. Ed. Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.
- ✓ JOAQUIM, Graça (1995) – *Turismo e Ambiente: Complementaridade e Responsabilidade* (dissert. Mestrado). Ed. ISCTE, Lisboa. (polic.).
- ✓ ME/MT (1992) – *Tourisme et Environnement: colloque organisé au Palais des Congrès de la Rochelle – 13 et 14 Mai, 1991*. Ed. Ministère de l'Environnement/ Ministère du Tourisme ; La Documentation Française, Paris.(271 p.).
- ✓ MICHAUD, Jean-Luc (1983) – *Le Tourisme face à l'Environnement*. Ed. PUF, Paris.
- ✓ OMT (1998) – *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. Ed. organização Mundial de Turismo, Madrid. (194 p.).
- ✓ OMT (1998) – *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (194 p.).
- ✓ SILVA, João Albino *et al.* (1994) – *O impacte Socioeconómico e Ambiental das Actividades Turísticas: Contributos para uma Avaliação Integrada*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa.
- ✓ UMBELINO, Jorge (coord.) (2000) – *Sustainable Tourism*. Ed. Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional da UNL, série de estudos nº 3; Lisboa. (304 p.).

4.2. METODOLOGIAS E INSTRUMENTOS DE PLANEAMENTO TURÍSTICO

4.2.1. O turismo no planeamento e o planeamento do turismo: uma análise introdutória

⇒ Do papel do turismo no planeamento económico-social e territorial

- A integração do turismo no contexto dos processos de desenvolvimento e ordenamento regional e local: o caso português
 - ✓ A articulação do turismo com o PNDES – Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social: 2000/2006; o PDR – Plano de Desenvolvimento Regional: 2000-2006; a ENDS – Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável; e o PNPO – Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território.

⇒ Do processo de planeamento turístico

- Do processo de planeamento estratégico e integrado em turismo: A visão de HALL e McArthur (1998).
- Das etapas e do ciclo de planeamento à tipologia de planos turísticos: Planos nacionais, regionais, intermunicipais e municipais. Projectos turísticos locais estruturantes: o conceito de “Plano - Projecto” (“Master Plan”).
- Das principais rotinas processuais em Portugal: o “Manual de Procedimentos Administrativos” da DGT (a edição de 2001).
- Da normalização da simbologia a utilizar em planos de desenvolvimento e ordenamento turísticos portugueses: a “Simbologia Turística - Manual de Identidade” da DGT (1999).

4.2.2. Algumas abordagens e metodologias recorrentes no planeamento turístico actual

- Abordagens orientadas para o desenvolvimento integrado de produtos turísticos: A análise de fileira ou de cadeia de produto.
- Metodologias orientadas para a avaliação da atractividade dos destinos turísticos:
 - i) Avaliação a partir da procura (a utilização do inquérito a turistas e visitantes); ii) Avaliação a partir da oferta (a matriz de valoração relativa dos níveis de atractividade dos recursos turísticos).
- Metodologias orientadas para o (re)posicionamento do destino ou do produto turísticos: a utilização do “Benchmarking”.
- Metodologias orientadas para um planeamento sustentável do turismo:
 - i) A lista de temas-chave de sustentabilidade turística de SHAW e WILLIAMS (2002). ii) O cálculo de capacidade de cargas ambientais de locais turísticos: as propostas metodológicas de COOPER *et al.* (1998) e de João Albino SILVA (1995).
- Metodologias orientadas a avaliação de impactes do desenvolvimento turístico:
 - i) impactes económicos; ii) impactes ambientais; iii) impactes sócio-culturais.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 4.2.

- ✓ ACERENZA, M. A. (1985) – “Planificación estratégica del Turismo”, *Estudios Turísticos*, nº 85, Madrid.
- ✓ ASHWORTH, G. E. DIETVORST, A. (1995) – *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning*. Ed. CAB, Oxford.
- ✓ BAUD-BOVY, M. (1985) – *Bilan et Avenir de la Planification Touristique*. Ed. Centre des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.
- ✓ BODLENDER, J. et al. (1994) – *Developing Tourism Destinations. Policies and Perspectives*. Ed. Longman, Harlow-Essex.
- ✓ BREDA, Zélia (2004) – “Avaliação do potencial de desenvolvimento turístico ao nível local: uma proposta de metodologia aplicada ao concelho de Ílhavo”, *RT&D – Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol. 1, nº 1. Editorial Notícias, Lisboa. (pp. 35-42).
- ✓ COCCOSIS, H. e NIJKAMP, P. (1995) – *Sustainable Tourism Development*. Ed. Avebury-Gower, Londres.
- ✓ COOPER, Chris e RUHANEN, Lisa (2004) – “Enhancing destination competitiveness through the use of a strategic visioning approach to tourism planning”, *RT&D – Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol. 1, nº1, Editorial Notícias, Lisboa. (pp. 27- 34).
- ✓ COSTA, Carlos M. (1996) – *Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and Development at the Regional Level: Planning, Organizations and Networks – the case of Portugal*. (PhD thesis), Ed. University of Surrey (polic.).
- ✓ CUERVO, Álvarez (1987) – “Jerarquización de los Recursos Turísticos”, *Estudios Turísticos*, nº 94 (pp. 77-100).
- ✓ DGT (1999) – *Simbologia Turística: Manual de Identidade*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (28p.); (disponível também em CD).
- ✓ DGT (2001) - *Turismo: Manual de Procedimentos Administrativos*. Ed. Direcção-Geral de Turismo, Lisboa. (77 p.).
- ✓ DÍAZ, Edgar A. H. (1987) – *Planificación Turística: Un Enfoque Metodológico*. Ed. Trillas, Cidade do México.
- ✓ DOWLING, Ross (1993) – “An Environmental-based Planning Model for Regional Tourism Development”, *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 1 (nº1) (pp. 17-37).
- ✓ EDGELL, D. (1990) – *International Tourism Policy*. Ed. Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.
- ✓ FERREIRA, Ana Seixas (1998) – “As Actividades de Turismo, Recreio e Lazer nas Albufeiras”, *Sociedade e Território*, nº 28, Agosto. Ed. Afrontamento, Porto. (pp. 37-49).
- ✓ FREEMAN, R. E. (1984) – *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Ed. Pitman, Boston.
- ✓ GETZ, D. (1992) – “Tourism planning and destination life cycle”, *Annals of Tourism Research*, vol. 19. Ed Pergamon Press, EUA (pp. 752-770).
- ✓ GETZ, Donald (1986) – “Models in Tourism Planning: Towards Integration of Theory and Practice”, *Tourism Management* 7 (vol. 1). Ed. Butterworth-Heinemann, Kent. (pp. 21-31).
- ✓ GUNN, C. A. (1994) – *Tourism Planning. Basics Concepts Cases*. Ed. Taylor & Francis, Bristol.
- ✓ GUNN, Clark A. (1994b) – *Tourism Planning*. Ed. Longman, Londres.
- ✓ HALL, C. M. e McArthur, S. (1998) – *Integrated Heritage Management*. Ed. Stationery Office, Londres.
- ✓ HALL, M. e JENKINS, J. (1995) – *Tourism and Public Policy*. Ed. Routledge, Londres.

- ✓ HALL, Michael (1994) – *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque. (238 p.).
- ✓ INSKEEP, E. (1994) – *National and Regional Tourism Planning*. Ed. Routledge, Londres.
- ✓ INSKEEP, Edward e KALLENBERGER, Mark (1992) - *An Integrated Approach to Resort Development: six case studies*. Ed. OMT, Madrid.
- ✓ INSKEEP, Edward. (1991) – *Tourism Planning: An integrated and sustainable approach*. Ed. Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.
- ✓ JOHNSON, P. E THOMAS, B. (Eds.) (1992) – *Perspectives on Tourism Policy*. Ed. Mansell, Londres.
- ✓ KEOGH, B. (1990) – “Public participation in community tourism planning”, *Annals of Tourism Research*, 17 (1). (pp. 449-465).
- ✓ LENO CERRO, Francisco (1993) – *Técnicas de Evaluation del Potencial Turístico*. Ed. Ministerio de Industria Comércio y Turismo – Centro de Publicaciones, Madrid.
- ✓ LOCKWOOD, A. e COOPER, C. P: (eds.) (1994) -- *Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management*, Ed. John Wiley & Sons, Chichester.
- ✓ ME (2001) – “O Benchmarking” (vários autores), *Economia e Prospectiva*, nº 15/16, Jan/Jun. Ed. Ministério da Economia, Lisboa (237 p.).
- ✓ MENDES, J. L. Ferreira (1994) – *Manual de Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Ed. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- ✓ OMT (1980) – *Physical Planning and the Area Development for Tourism in the Six Omt Regions*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid.
- ✓ OMT (1998) – *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. Ed. organização Mundial de Turismo, Madrid. (194 p.).
- ✓ OMT (1998a) – *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (194 p.).
- ✓ OMT (1999) – *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Ed. OMT/International Thomson Business Press, Londres (249 p.).
- ✓ RAYNOVAR, Yves, LANQUAR, Robert e CAZES, Georges (1986) – *L'Aménagement Touristique*. Rd. PUF, Paris.
- ✓ SILVA, João Albino (1992) – *Turismo e Desenvolvimento Regional: Tendências e Estratégias* (Lev. Docs.- Relatório) Ed. CIDEAC – ISCTE, Lisboa.
- ✓ SILVA, João Albino (1995) – *Lição-Síntese: sustentabilidade e capacidade de carga turística – uma proposta de avaliação integrada* (polic.). Ed. Universidade do Algarve, Faro. (29 p.).
- ✓ SMITH, Valene L. e EADINGTON, William R. (1995) – *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque (253 p.).
- ✓ UMBELINO, Jorge (2004) – “Turismo e Património: Algumas Ideias para Reflexão”, *RT&D – Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol 1, nº1. Editorial Notícias, Lisboa. (pp. 21- 26).
- ✓ WILLIAMS, Stephen (1998) – *Tourism Geography*. Ed. Routledge, Londres (212 p.).

4.3.1. Planos turísticos regionais

⇒ Casos de estudo estrangeiros

- **PLAN DIA - Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía (1993)**

- ✓ Justificação e contexto de elaboração do PLAN DIA.
- ✓ Metodologia de elaboração do PLAN DIA.
- ✓ Síntese do diagnóstico: i) Importância e grandezas do turismo andaluz; ii) Pontos fortes e fracos do sistema turístico regional; iii) Tendências da oferta e da procura turísticas.
- ✓ Síntese da visão estratégica: i) Objectivo geral (Aumento da rendibilidade social, económica e ambiental do turismo na Andaluzia através da sua qualificação produtiva), ii) Objectivos específicos (Melhoria da qualidade do produto; Melhoria da qualidade comercial); iii) Objectivo instrumental (Aumentar o nível de profissionalismo do sector);
- ✓ Portfólio de produtos turísticos estratégicos para a Andaluzia: a matriz de produtos turísticos consolidados, pouco desenvolvidos, incipientes e potenciais.
- ✓ Mosaico territorial do desenvolvimento turístico: os espaços de afirmação estratégica do turismo andaluz.
- ✓ Síntese do programa de intervenção. Grandes domínios estratégicos de intervenção e programas:
 - i) Estratégia prévia (P1 – Difusão, apresentação e consciencialização social);
 - ii) Estratégia de actuação sobre a qualidade da oferta (P2 – Ordenamento turístico; P3 – Regulação da oferta não enquadrada; P4 – Investigação e desenvolvimento turístico; P5 – Modernização e diversificação da oferta; P6 – Melhoria da infra-estrutura de transportes e acessibilidade às zonas turísticas; P7 – Fomento e cooperação empresarial; P8 – Melhoria dos serviços públicos de uso quotidiano; P9 – Melhoria das envolventes turísticas urbanas; P10 – Profissionalização do sector);
 - iii) Estratégia de actuação sobre a qualidade da procura (P11 – Investigação e mercado turístico; P12 – Defesa do turista como consumidor);
 - iv) Estratégia de potenciação dos sistemas de comercialização (P13 – Fomento da comercialização associada; P14 – Fomento de comercializadoras de PYMES; P15 – Desenvolvimento de centrais de reservas);
 - v) Estratégias de promoção integral (P16 – Optimização de informação turística; P17 – Sinalização de recursos turísticos; P18 – Plano de promoção);
 - vi) Estratégia de Implantação (P19 – Modernização e coordenação institucional; P20 – Monitorização e acompanhamento).

⇒ **Casos de estudo portugueses**

1 - PRTA - Plano Regional de Turismo do Algarve (1995 e 2001)

• **Antecedentes do planeamento urbano-turístico do Algarve**

- ✓ Do Plano de Valorização Turística do Algarve de 1963 e do Plano Urbanístico da Região do Algarve de 1964 («Plano Dodi») ao PROTAL – Plano Regional de Ordenamento do Território do Algarve de 1990.

• **A versão original do PRTA de 1995**

- ✓ Justificação e contexto de elaboração do PRTA.
- ✓ Metodologia de elaboração do PRTA.
- ✓ Síntese do diagnóstico: i) Importância e grandezas do turismo algarvio; Competitividade e posicionamento face à concorrência; ii) Pontos fortes e fracos do sistema turístico regional; iii) Ocupação do território pela actividade turística; iv) Recursos turísticos básicos e mercado turístico; v) Tipologia e posicionamento dos produtos turísticos regionais.
- ✓ Síntese da visão estratégica: i) Pressupostos; ii) Objectivos gerais (reforço da competitividade do turismo regional através da correcção dos desequilíbrios estruturais e da potenciação das vantagens comparativas); iii) Objectivos operacionais (Melhorar o enquadramento da oferta; Aumentar a qualidade da oferta; Diversificar os produtos; Melhorar o profissionalismo; Diversificar os mercados; Reduzir a sazonalidade; Melhorar a prestação institucional; Reforçar a promoção).
- ✓ Síntese da intervenção. Os domínios estratégicos de intervenção:
 - i) Enquadramento da oferta turística;
 - ii) Qualificação e diversificação da oferta de equipamentos e serviços turísticos;
 - iii) Qualificação e diversificação da oferta de produtos turísticos;
 - iv) Melhoria da prestação institucional;
 - v) Promoção turística;
 - vi) vi) Implementação e acompanhamento do PRTA.

• **A revisão do PRTA de 2001**

- ✓ Das alterações contextuais e das principais dinâmicas turísticas regionais ocorridas na década de noventa. Síntese da avaliação física e financeira da implementação do PRTA de 1995.
- ✓ Das principais alterações introduzidas no programa de intervenção do PRTA de 1995.

2- PDTA - Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo (2001)

- ✓ Justificação e contexto de elaboração do PDTA.
- ✓ Metodologia de elaboração do PDTA.
- ✓ Síntese do diagnóstico: i) Importância e grandezas do turismo alentejano; ii) Pontos fortes e fracos do sistema turístico regional; iii) Potenciais de ancoragem do desenvolvimento turístico; iv) Avaliação da atractividade turística.
- ✓ Síntese da visão estratégica: 1 ideia-força; 7 grandes desígnios; 19 objectivos específicos e estratégicos; 4 grandes metas estratégicas; 40 grandes apostas estratégicas.
- ✓ Portfólio de produtos turísticos estratégicos para o Alentejo: a matriz de produtos turísticos estruturantes, complementares e secundários.
- ✓ Mosaico territorial do desenvolvimento turístico: i) Potencial de especialização e diversificação turística concelhia; ii) Espaços de afirmação estratégica do turismo; iii) Ancoragens territoriais motrizes do desenvolvimento turístico; iv) O novo mapa turístico do Alentejo – prospectiva de hierarquização estratégica concelhia.
- ✓ Estratégia de promoção e concertação turísticas: i) Posicionamento, marcas e imagens; ii) Mercados e públicos-alvo; iii) Estratégia de mobilização e concertação.
- ✓ Cenarização estratégica do desenvolvimento turístico: cenário tendencial, cenário incrementalista moderado, cenário incrementalista acelerado. Os impactes quantitativos da implementação de cada cenário.
- ✓ Síntese do programa de intervenção:
 - i) Intervenções vertebradoras do sistema turística;
 - ii) Intervenções transversais no sistema turístico;
 - iii) Assistência técnica do Plano;
 - iv) Intervenções complementares ao sistema turístico.

4.3.2. Projectos turísticos locais emblemáticos: realidade, inovação e utopia

⇒ O “*Master Plan*” de Tróia (Costa alentejana).

- ✓ O “*Master Plan*” de Tróia (da responsabilidade do consórcio empresarial SONAE/Imoareia) tem por objectivo a reabilitação e valorização do núcleo turístico edificado nos anos 70 na península de Tróia (por iniciativa da empresa Torralta).

O novo projecto prevê, além da implosão de algumas das antigas torres de apartamentos, para dar lugar a um aldeamento turístico e moradias vocacionadas para lazer, uma marina, um casino três aparthotéis de quatro estrelas, um hotel de cinco estrelas e “Nature Resort”. O orçamento inicial era da ordem dos 40 milhões de contos, e depois de concluído a oferta de camas ascenderá a cerca de 7500.

⇒ O “**Master Plan**” de “**Vilamoura XXI**” (Costa algarvia).

- ✓ O programa Vilamoura XXI (da responsabilidade da empresa Lusotur, S.A.) tem dois grandes objectivos: i) reanimar a actual área construída, potenciando dessa forma os investimentos já realizados no projecto urbano-turístico de Vilamoura; ii) implementar novos desenvolvimentos do “resort” de forma a responder às fortes procuras do local e a reforçar a visibilidade turística internacional do destino turístico Vilamoura.

Trata-se de um projecto estruturante, apostado em desenvolver numa área de grande sensibilidade ambiental (Ria Formosa), as instalações turísticas, residenciais, desportivas e de lazer de uma forma crescente, equilibrada e sustentável. O Projecto Vilamoura XXI cobre uma área de 860 ha (no total o pólo turístico de Vilamoura ficará com cerca de 1700 ha).

⇒ O “**Master Plan**” de “**Dubai Palm Islands**” (Emiratos Árabes).

- ✓ O projecto constitui uma das obras mais inovadoras e arrojadas do sector do turismo, estando particularmente vocacionado para atrair clientelas de grande poder de compra.

Inclui a criação das duas maiores ilhas artificiais do mundo: a Palm-Jumeirah e a Palm-Jebel Ali, que aumentarão a linha de praias do Dubai em 120 km; incluindo como oferta turística cerca de 2000 “villas”, mais de 40 hotéis de luxo, vários e grandes complexos comerciais, recreativos, desportivos e de cinema e a maior marina da Península Arábica.

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA PARA O CAPÍTULO 4.3.

- ✓ ALBINO, João *et al.* (2000) – *Turismo e Desenvolvimento no Norte Alentejo: Valorização dos recursos humanos para o sector nos concelhos fronteiriços do Norte Alentejano*. Ed. Colibri, Lisboa. (202 p.).
- ✓ CORREIA, A. (2000) – *A Procura Turística no Algarve* (dissert. doutoramento). Ed. Unidade de Ciências Económicas e Empresariais, Univ. Algarve, Faro.
- ✓ DEWAILLY, Jean-Michel (1990) – *Tourisme et Aménagement en Europe du Nord*. Ed. Masson, Paris. (248 p.).
- ✓ GÓMEZ, M. Marchena (1987) – *Territorio y Turismo en Andalucía: Analisis a diferentes escalas espaciais*. Ed. Consejería de Economía Y Fomento, Sevilla.
- ✓ GONÇALVES, Alexandra R. (2003) – *A componente cultural do Turismo Urbano como oferta complementar ao produto “sol e praia”: o caso de Faro e Silves*. Ed. IFAT-ME, Lisboa. (383 p.).
- ✓ LEBRE, Ana M. G. (1997) - *A Urbanística do Lazer e do Turismo no Algarve Litoral* (dissert. mestrado). Ed. FLUL (polic.).
- ✓ OMT (1998) – *Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices*. Ed. Organização Mundial de Turismo, Madrid. (194 p.).
- ✓ OMT (1999) – *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Ed. OMT/International Thomson Business Press, Londres (249 p.).
- ✓ RTAlgarve (1995) – *PRTA – Plano Regional de Turismo do Algarve*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (229 p.).
- ✓ RTAlgarve (2001) – *PRTA – Plano regional de Turismo do Algarve: Anos 2000*. Ed. Região de Turismo do Algarve, Faro. (157 p.).
- ✓ RTEVORA/CEDRU (2001) – *PDTA - Plano de Desenvolvimento Turístico do Alentejo* (8 vols.). Ed. Associação das Regiões de Turismo do Alentejo, Grândola (disponível em CD).
- ✓ RTPlanície Dourada (2001) – *Guia de Apoio ao Investidor na Região da Planície Dourada*. Ed. Região da Planície Dourada, Beja (207 p.).
- ✓ RTS.Mamede/CEDRU (1999) – *Plano de Desenvolvimento Turístico do Norte Alentejano*. Ed. Região de Turismo de S. Mamede, Portalegre (4 vols.).
- ✓ SILVA, João Albino (1998) – “O Planeamento Turístico do Algarve: um breve balanço”, *Sociedade e Território*, nº 28, Agosto. Ed. edições Afrontamento, Porto. (pp. 54).
- ✓ SILVA, João Albino *et al.* (2003) – “Algarve uma Economia Turística no Século XXI: Problemas e desafios”, *Sociedade e Território*, nº 36, Dezembro. Ed. edições Afrontamento, Porto. (pp. 89-101).
- ✓ SMITH, Valene L. e EADINGTON, William R. (1995) – *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque (253 p.).
- ✓ Turismo de Andalucía (1993) – *Plan de desarrollo Integral del Turismo en Andalucía – PLAN DIA*, Ed. Junta de Andalucía y Autores, Sevilla. (320 pp.).
- ✓ WILLIAMS, Allan e Gareth SHAW (1991) – *Tourism & Economic Development: Western European Experiences*. Ed. John Wiley & Sons, Nova Iorque. (291 p.).
- ✓ WTTC (2003) – *Algarve: O impacte das Viagens e Turismo no Emprego e na Economia*. Ed. World Travel & Tourism Council, Londres.