

Manuela Ribeiro *

Turismo rural e desenvolvimento na região do Douro – Processos e (alguns) resultados da evolução recente do sector**

INTRODUÇÃO

Diz o poeta que no Douro a vinha e o vinho são questões de vida ou de morte, nesta afirmação se contendo exemplarmente toda a extensão da importância daquele binómio na vida da região e muito particularmente do seu quadro socio-económico.

Com efeito, as actividades agrárias, dominadas de longe pelo conjunto vinha/vinho, constituem ainda hoje a primeira fonte de emprego na maioria dos concelhos que integram a Região Demarcada do Douro (RDD), absorvendo, segundo dados estatísticos do princípio da década de 90 (INE/91), mais de 40% do total da respectiva população activa, situação abertamente contrastante com a média nacional que, na mesma altura, se quedava já pelos 19%.

Os sectores de actividade não-agrária apresentam níveis de desenvolvimento ainda muito incipientes. As alternativas, locais e regionais, de emprego fora da agricultura, são, por isso, muito escassas, gravitam maioritariamente à volta do (pequeno) comércio, da Administração Pública e da construção civil e concentram-se largamente nos três ou quatro principais centros urbanos da região.

Sendo, embora, social e economicamente dominante, a agricultura do Douro é também, por razões de ordem estrutural e conjuntural, reconhecidamente uma

■ Professora Associada de Sociologia, do Departamento de Economia e Sociologia da UTAD, Vila Real.

■ Este trabalho, que contou com a participação, ao nível do processo de recolha de dados, do Eng. Carlos Loureiro, colaborador do Departamento de Engenharia Florestal da UTAD, corresponde a uma versão revista da comunicação apresentada ao Curso de Verão da Associação das Universidades do Norte (AURN), Recursos Locais, Preservação do Ambiente e Desenvolvimento Rural, organizado pela UTAD, de 12 a 24 de Julho de 1998.

agricultura *insuficiente*, isto é, incapaz de prover meios de vida satisfatórios a todos os que nela trabalham e dela fazem modo de vida.

Com efeito, já há cerca de vinte anos atrás (RAC/79), menos de 1/4 das famílias agrícolas dos concelhos do Douro declaravam as respectivas explorações agrícolas como sua única fonte de rendimento.

Uma tão ampla preponderância da agricultura e, mais em concreto da actividade vitivinícola, introduz necessariamente, na economia das famílias agrícolas e, por extensão, na economia regional, factores de evidente vulnerabilidade, uma vulnerabilidade que a progressiva integração da economia portuguesa em espaços cada vez mais alargados e mais competitivos, tende inevitavelmente a acentuar.

A este contexto local de oportunidades de vida tendencialmente restritivas têm vindo os indivíduos e as famílias a opor um contínuo movimento de abandono das aldeias e da região, que se vem saldando, entre outros, por reduções mais ou menos drásticas dos volumes de população residente e por extensos desequilíbrios na composição (etária e sexual) da mesma, um processo que atinge dimensões especialmente gravosas em concelhos da chamado Vale do Douro Superior (Moncorvo, Mogadouro, etc.).

Daí a necessidade e a urgência de se lançarem e promoverem outras actividades que permitam contornar e/ou superar as limitações e os estrangulamentos que a agricultura projecta na economia da região, por forma a lograr-se um desenvolvimento mais equilibrado e mais sustentável, que faça estancar o processo de esvaziamento populacional de muitas das suas áreas rurais e reverter as consequências detriminentais que dele decorrem.

Pelos seus reconhecidos efeitos multiplicadores, no que respeita à criação de trabalho e de riqueza, pelas sinergias que é capaz de gerar em sectores e actividades com os quais, a montante e a jusante, faz interface, o turismo vem sendo crescentemente percebido como uma das alternativas potencialmente mais fecundas no quadro dos objectivos enunciados no parágrafo anterior, isto é, de diversificação da economia regional e, muito especialmente, de dinamização e revitalização dos seus meios rurais.

O DOURO COMO DESTINO TURÍSTICO

O Douro, como de resto praticamente todas as regiões do interior rural do país, tem tido, na geografia do turismo do país, uma posição reconhecidamente periférica, quer em termos de emissão, quer de recepção de visitantes.

Para o bem e para o mal, o Douro e a grande maioria dos espaços rurais, têm permanecido à margem do processo de crescimento massivo que, de há três/quatro

décadas a esta parte, o sector do turismo regista em Portugal, por força do qual o país se catapultou para o lugar destacado que tem hoje no *ranking* dos principais destinos turísticos mundiais.

Com efeito, Portugal recebeu, em 1997, cerca de 10 milhões de turistas internacionais, um número que, quando comparado com os 150.000 registados em 1960, revela inequivocamente o que tem sido o ritmo de crescimento do sector. Destes números decorre, igualmente, a evidência da importância estratégica que o turismo tem vindo a ganhar no contexto da economia nacional, pelas repercussões directas, indirectas e induzidas que produz ao nível do emprego, das receitas e das contas externas do País.

Esta projecção turística de Portugal tem assentado, essencialmente, numa trilogia clássica de produtos, a saber: *sol e praia*, em primeiro lugar, *cidades e monumentos*, e ainda o *turismo religioso*, largamente centrado em Fátima e com uma expressão quantitativa muito distante das fórmulas anteriores.

As motivações que, ao longo dos últimos quarenta anos, têm sido as predominantes ao nível da procura, fizeram do Algarve, da Costa de Lisboa e do arquipélago da Madeira os três principais pólos turísticos de Portugal, tanto para estrangeiros, como para os nacionais. Em conjunto, aquelas três áreas concentraram, em 1996, mais de 3/4 (80%, mais exactamente) do total das dormidas de estrangeiros na hotelaria convencional e mais de metade das dos portugueses (C. Syneck, 97:18).

A região alargada de Trás os Montes e Alto Douro (TMAD) terá, no mesmo ano, contribuído com pouco mais de 280.000 dormidas para o total dos 28 milhões registados à escala nacional!

Do que acabámos de dizer ressalta óbvia a, já referida, ampla ausência dos meios rurais no que aos domínios do turismo oficial, quer em termos de procura, quer de oferta, diz respeito, uma constatação aparentemente paradoxal se tivermos em linha de conta que em Portugal, como de resto na maior parte dos países, o campo, a aldeia, a «província», registam uma longa tradição enquanto espaços de ócio e de férias, da aristocracia e da burguesia urbanas em tempos mais recuados, ainda hoje dos muitos milhares de camponeses que a industrialização e os modelos de desenvolvimento que ela informa, não têm, ao longo dos últimos cem anos, parado de atrair para as cidades.

E, neste sentido, o Douro tem efectivamente pergaminhos, quer como destino do que podemos chamar *turismo de saudade*, quer como lugar de retorno regular da burguesia terratenente absentista, dos «senhores» das quintas, instalados nas grandes urbes, no Porto sobretudo, que, em comitivas mais ou menos alargadas de familiares e convidados, não se dispensa(va) de vir, pelo menos uma vez no ano, para assistir às vindimas, dando assim corpo e continuidade a tradições e rituais de vida e de relação social que Miguel Torga tão bem retrata no seu livro *Vindima*.

Apesar desta constatação, só muito recentemente, porém, o designativo rural tem vindo a aparecer conjugado com turismo, para dar conta de processos emergentes de descoberta e opção pelos meios rurais, por parte de segmentos cada vez mais significativos da procura turística, processos em que convergem factores de natureza muito variada, em grande parte ligados ao crescimento da impessoalidade, do anonimato, dos mais variados tipos de poluição, da artificialização e da plastificação, da insegurança e das tensões que enquadram os ambientes quotidianos de vida e de trabalho dos modernos centros urbanos e que a maior parte dos destinos turísticos mais procurados acabou por reproduzir quase integralmente.

Enquanto reservatórios reais e/ou idealizados de bens de Natureza, e de modos e formas de viver de escala, conteúdos e ritmos mais humanizados; enquanto espaços representados de preservação e guarda de tradições, valores e raízes que, entretanto, se foram perdendo na convulsão da modernidade, os meios rurais e, dentre estes, os menos tocados pela intensificação agrária, os mais «limpos» e «intactos», os mais tradicionais, mais ricos em arcaísmos, numa palavra, os mais atrasados, menos desenvolvidos, aparecem cada vez mais percebidos como a alternativa capaz de preencher e responder ao que, neste final de milénio, se tem vindo a desenhar e a afirmar como sendo as novas necessidades, expectativas e interesses da procura turística.

Esta nova vocação turística dos espaços rurais tem vindo, por outro lado, a merecer um mais que entusiástico acolhimento por parte das entidades governamentais, nacionais e comunitárias, confrontadas com a necessidade de encontrarem formas e modos de ultrapassar as situações abertamente regressivas – nos planos demográfico, económico, cultural, político, ambiental, entre outros – que afectam a generalidade dos meios rurais europeus, muito particularmente, os das regiões ditas desfavorecidas.

Efectivamente, desde meados dos anos 80, os responsáveis governamentais, muito especialmente ao nível das instâncias da União Europeia, têm vindo, a considerar o turismo como *essencial*, como *uma fonte alternativa e a bem dizer primordial de actividades em zonas marginalizadas* (CCE, 95:16), uma convicção a que vêm dando tradução prática, através da multiplicação de instrumentos de apoio e incentivo financeiro, técnico e de outro tipo, à concretização de iniciativas no sector.

Na sequência dos aspectos que acabámos de enunciar, o turismo em espaço rural em Portugal tem vindo, ao longo dos últimos anos, a ganhar dimensão e a afirmar, crescentemente, a sua importância estratégica como alternativa, tanto no campo do turismo propriamente dito, como no do desenvolvimento rural/regional.

E é precisamente na região do Douro que este percurso ainda recente do turismo rural em Portugal vem alcançando resultados e realizações mais signifi-

cativos, boa parte dos quais decorre da expansão da exploração do curso do rio para fins de viagens turísticas, uma actividade frequentemente rotulada como turismo fluvial, da qual nos ocuparemos mais em detalhe neste texto.

POR ESTE RIO ACIMA – O RIO COMO VIA TURÍSTICA CENTRAL DA REGIÃO DO DOURO

A exploração do rio com fins turísticos iniciou-se há menos de dez anos, com a inclusão do troço que corre em território transmontano e mais em particular da Região Demarcada do Douro, em itinerários comercializados sob o formato de viagens de cruzeiro, de duração variável – um dia, um fim de semana, uma semana, etc. – quase todas entre a foz, no Porto, e uma diversidade de destinos em terras do Alto Douro, desde a Régua até Barca de Alva, na fronteira com Espanha, sendo que actualmente alguns destes percursos se estendem já ao Douro internacional, subindo até localidades ribeirinhas, da vizinha Castela.

Iniciado, como dissemos, há pouco mais de meia dúzia de anos, este turismo tem vindo a conhecer uma evolução espectacular, eloquentemente documentada pelo crescimento, em tão curto espaço de tempo, de 1 para 5 do número de empresas de barcos a operar neste tipo de viagens; de 3 para mais de 12 do número de embarcações envolvidas e sobretudo, pelos mais de 50.000 passageiros que no ano transacto – 1997 – chegaram por esta via à região e que representam, por relação aos números de 1994, um aumento de cerca de 900%!

A lotação dos barcos varia entre 50 a 200 pessoas, sendo de 74 no único barco-hotel a fazer este tipo de viagens no Douro.

A gama de produtos comercializados pelas diferentes empresas de barcos apresenta uma relativa estandardização formal e de conteúdos. Assim e como pudemos apurar, a oferta de todas elas assume, basicamente, dois tipos de formato:

- a) o que podemos designar como «viagens de catálogo» que, como a própria designação sugere, recobrem as viagens inscritas dentro de esquemas previamente definidos e regulares de realização, duração e programação, compondo *pacotes* fixos, perfeitamente individualizados e identificados por designativos próprios, de tom fortemente apelativo, tais como: *Douro Fantástico*, *Varanda do Douro*, *Douro Monumental*, *Vinhedos do Douro*, *Douro Ibérico*, *Douro Rabelo*, *Vinhas do Douro*, *Douro Aventura*, *Douro Total*, *Esplendor do Douro*, *Douro Tradicional*, *Douro Panorâmico*, para citar apenas alguns.

Dentro deste formato a nota que mais imediatamente ressalta é a ampla similaridade dos pacotes oferecidos pelas diferentes empresas¹.

b) as viagens «à la carte», também designadas na gíria do sector por viagens «charter», ou seja, as que são organizadas por encomenda, e que, por conseguinte, se concretizam dentro de esquemas muito variáveis, em função das exigências, dos objectivos e das disponibilidades dos clientes.

Desde as viagens oferecidas por autarquias a grupos sociais locais específicos – idosos, população estudantil, etc. – até passeios inseridos em programas de congressos e similares, são muitos e variados os exemplos deste último tipo que nos foram referidos.

A época de realização dos cruzeiros até ao Alto Douro decorre, em regra, de Março/Abril até Outubro de cada ano, com picos de procura mais salientes a partir de Junho/Julho até à realização das vindimas em Setembro, coincidindo portanto com o calendário-padrão das férias dos portugueses e do turismo em Portugal e concorrendo para a marcada sazonalidade que este apresenta, nomeadamente no que ao TER diz respeito².

Sediadas quase todas³ na cidade do Porto, estas empresas comercializam (quase) exclusivamente, como já foi dito, *viagens de chave na mão*, assegurando, directamente ou por recurso a terceiros, o essencial dos conteúdos – serviços e produtos – que integram os respectivos pacotes turísticos.

Este recurso a terceiros locais envolve fundamentalmente a compra de serviços – provas de vinhos, refeições, alojamento, transportes e animação, etc. – mas também a compra de produtos, sobretudo de vinhos generosos e de mesa.

As provas de vinhos são, como não podia deixar de ser, contratadas com produtores da região, mais especificamente com «quintas» particulares, e incluem, quase sempre, a possibilidade de visita ao complexo produtivo, incluindo as próprias vinhas.

A compra de refeições completas verifica-se sobretudo nas viagens de mais de um dia, os jantares, no caso dos barcos que não têm a vertente de acomodação, os almoços, nas deslocações a localidades, cidades e vilas, mais distantes do ancoradouro do barco. O núcleo de fornecedores deste serviço inclui, para além dos restaurantes, as quintas e as unidades de turismo em espaço rural (TER).

Fora dos casos assinalados, as refeições são sempre servidas a bordo, nuns casos, confeccionadas no próprio barco, noutros adquiridas em regime de *catering* prestado por empresas da zona do Porto.

¹ Ver Anexo A.

² Ver Anexo B.

³ À data do nosso trabalho de campo (Primavera/Verão de 97), apenas uma destas empresas estava sediada em Trás-os-Montes.

Dado que apenas um dos barcos a operar no rio tem a valência da acomodação, o recurso à compra de alojamento para dormidas é prática obrigatória em todas as viagens de mais de um dia, à excepção, como é óbvio, do barco-hotel.

A compra de alojamento para dormidas abrange, para o conjunto das empresas a operar no âmbito dos barcos de cruzeiro, um número relativamente significativo de unidades de acomodação, que territorialmente se distribui por alguns dos principais centros urbanos de ambas as margens do rio – Pedras Salgadas, Vila Real, Lamego, Sabrosa, Pinhão e Alijó, entre outros.

Em termos tipológicos, as unidades de alojamento contratadas pelas empresas dos barcos, abrangem desde hotéis convencionais e rurais, residenciais, pousadas e casas de turismo em espaço rural.

Em relação a esta última categoria, as casas de TER, cabe referir que, por razões que se prendem com a história da região, e muito especialmente com a do vinho do Porto, o Douro apresenta-se particularmente bem dotado de patrimónios habitacionais – palacetes e solares, casas de quintas, etc. – à altura das relativamente elevadas exigências e parâmetros fixados pela lei para o exercício do TER, o que faz dele um dos pólos mais representativos deste produto, à escala nacional.

Segundo dados de 1997, no espaço alargado de Trás os Montes e Alto Douro, estavam em funcionamento 54 unidades de alojamento TER (quadro nº 1), representando, no total, uma capacidade de 238 quartos e 472 camas.

Os quartos e as camas do alojamento de TER representam 17% e 16%, respectivamente, da correspondente capacidade da hotelaria convencional⁴ instalada no mesmo espaço (quadro nº 2).

Os números do alojamento de TER da região alargada de TMAD correspondem, por outro lado, a 40% do total das unidades (132) em funcionamento na zona promocional em que aquela região se encontra inserida, a zona das Montanhas, e a 10% do total das unidades, à data existentes em todo o país (493).

Se tivermos em atenção que, há menos de cinco anos atrás (1993), os dois principais distritos da região de TMAD, Vila Real e Bragança, contavam, em conjunto, apenas com 27 destas unidades, facilmente se pode vislumbrar o ritmo a que o sector se tem vindo a desenvolver.

A PROCURA

A procura dos cruzeiros no rio Douro, e nomeadamente dos que chegam à Região Demarcada do Douro, tem crescido em espiral e apresenta dois padrões de composição nitidamente diferenciados em função do tipo de viagem.

⁴ Hotéis, estalagens, albergarias de quatro estrelas e pousadas.

**Quadro nº 1 – Casas de TER em Funcionamento em TMAD,
por modalidades de alojamento (1998)**

	TH	TR	AT	TOTAL
Alijó	2	-	-	2
Armamar	-	-	1	1
Bragança	-	1	-	1
Chaves	-	1	3	4
Cinfães	2	1	-	3
Lamego	2	3	2	7
Macedo Cav.	1	-	1	2
Mesão Frio	2	1	-	3
Mirandela	-	1	-	1
Peso Régua	-	1	-	1
Resende	2	1	2	5
Ribeira Pena	1	2	-	3
Sabrosa	1	1	1	3
Sta Marta P.	-	2	1	3
S. João Pesq.	-	1	-	1
Tabuaço	-	-	1	1
Torre Monc.	-	2	-	2
Valpaços	-	1	-	1
Vila Flor	-	-	1	1
V. P. Aguiar	1	-	1	2
Vila Real	3	4	-	7
Total	17	23	14	54

Fonte: SPIDOURO, 1998.

Nota: TR – Turismo Rural; TH – Turismo de Habitação; AT– Agroturismo.

Quadro nº 2 – Capacidade de alojamento turístico em TMAD (1998)

HOTÉIS, POUSADAS E SIMILARES			CASAS DE TER		
Unidades	Quartos	Camas	Unidades	Quartos	Camas
30	1409	2921	54	238	472

Fonte: SPIDOURO, 1998.

Assim e tomando por referência os resultados de um inquérito feito em Julho de 1997, por amostragem aleatória a cerca de 80 passageiros de dois barcos a fazerem viagens de curta duração – um/dois dias – podemos dizer que neste tipo de viagem predominam, quase em absoluto, os turistas de nacionalidade portuguesa, de origem urbana, mais especificamente das cidades de Lisboa e do Porto, das quais provêm um pouco mais de 65% dos viajantes.

Situados maioritariamente (70%) nas classes de idade entre os 20 e os 65 anos, isto é, em idade profissionalmente activa, estes turistas apresentam níveis de

formação académica consideravelmente elevados, de nível secundário e superior em 30% e 40% dos casos, respectivamente, o que se reflecte na natureza das ocupações profissionais declaradas, por larga maioria referenciadas ao sector dos serviços, em domínios como o Direito, o ensino, a banca e a saúde, para mencionar apenas os mais frequentemente indicados.

Já nas viagens mais longas e mais concretamente nas que são levadas a cabo em barco-hotel, continua em grande medida a prevalecer o perfil que traçámos a partir dos resultados da inquirição levada a cabo no Verão de 1994, numa amostra envolvendo 155 turistas (86 inquéritos) de um cruzeiro de uma semana. Esta modalidade é quase exclusivamente preenchida por estrangeiros, de idade relativamente avançada, e por conseguinte com uma forte presença de reformados.

Este grupo partilha, todavia, com o anterior e, de resto, com a generalidade dos turistas que vem buscando no interior rural e remoto roteiros e destinos alternativos de férias, de lazer, de recreação e descanso, a mesma gama elevada de qualificações académicas e de estatutos socioprofissionais, a apontar claramente para pertenças a estratos sociais médios e médio-altos e, por conseguinte, para situações económicas privilegiadas, de classes de rendimento acima da média (M. Ribeiro e F. Diniz, 95:9).

Pelo que fica dito, não parece, pois, abusivo associar ao perfil da procura do turismo rural em geral e da dos cruzeiros do Douro, em particular, para além dum nível de expectativas, de interesses e de exigências muito distinto, um considerável potencial económico, um grande poder aquisitivo, por outras palavras, uma real capacidade para deixar dinheiro nas regiões para onde se desloca.

A PAISAGEM COMO RECURSO TURÍSTICO MAIS IMPORTANTE DA REGIÃO DO DOURO

A vitivinicultura constitui, em última instância, o grande quadro de referência do que são hoje os principais factores de atracção turística da região, a começar pelos seus imensos, variados e em grande medida únicos, patrimónios etnográfico, gastronómico, cultural, histórico, e mais do que de qualquer um destes, os recursos paisagístico/ambientais.

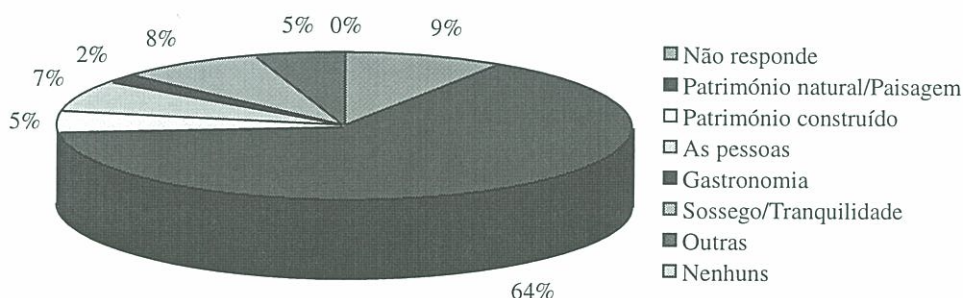
Nos vários inquéritos aos turistas, que já realizámos no Douro, a *paisagem* aparece sistematicamente referida em primeiro lugar, quer no que diz respeito aos factores de motivação subjacentes à decisão de viajar para a região, quer, muito mais vincadamente, no que se refere à hierarquização dos aspectos que avaliam como mais positivos da visita feita à região.

Assim e já no estudo que levámos a cabo em 1994⁵ com base em cerca de 387 inquéritos validamente preenchidos por turistas alojados em unidades de TER (206), na hotelaria convencional (95) e viajantes do barco-hotel (86), o binómio paisagem/património natural aparece mencionado em 64% dos casos como o aspecto mais positivo da região do Douro (gráfico nº 1).

Mais recentemente, em Julho de 1997 e abrangendo apenas passageiros de barco em viagens de curta duração, apurámos que na resposta à pergunta – *Como turista, o que é que, até agora, mais lhe agrada(ou) na região do Douro?* – a paisagem aparece explicitamente mencionada em 66 dos 80 inquéritos recolhidos.

Estes números são, por si sós, eloquentemente expressivos sobre a importância da paisagem como cartaz turístico da região, e levantam de imediato a questão da irrecusável articulação-dependência directa e/ou indirecta do turismo rural de outras actividades e muito particularmente da actividade agrária, enquanto produtora e responsável pela qualidade de muitos dos seus recursos básicos, das paisagens em primeiro lugar.

Gráfico nº 1 – Principais aspectos positivos da região



E no Douro, mais que em qualquer outra parte do país, esta ligação agricultura – paisagem anda mesmo muito próxima do absoluto, por ser certo que, aqui, paisagem é, em grande medida, sinónimo de vinhedos, como de resto e muito antes dos turistas, o reconheceram poetas e outros artistas da palavra como Aquilino Ribeiro, Ramalho Ortigão, Miguel Torga, Raúl Brandão, Eugénio de Andrade⁶ ou João Araújo Correia (1983: 45) que explicitamente a classifica de *dionísico esplendor*.

⁵ «Synergistic Pluriactivity – The Development of Agrotourism and Related Activities as an Adjustment Strategy for Disadvantaged Rural Areas». Projecto de investigação (AIR3), em que participaram a Univ. de Aberdeen (Escócia), o Institute d'Études Politiques de Grenoble (França) e a UTAD, Vila Real (Portugal).

⁶ As referências destes cinco autores à região do Douro, que aqui reproduzimos, são extraídas da

E por ser sinónimo de vinhedos, a paisagem do Douro é também, mais que nenhuma outra em Portugal, uma paisagem antrópica, isto é, uma obra que gerações sucessivas de camponeses construíram, aperfeiçoaram e conservaram na sua luta pela sobrevivência, uma *obra construída, palmo a palmo por camponeses que transformaram matagais e pedregulhos em vinhedos de fama universal* (Eugénio de Andrade).

Foi, com efeito, o homem que..., criou a terra do Douro, pelo menos tanto como Deus, reconhece Raúl Brandão. E Aquilino Ribeiro é, a respeito, bem mais peremptório e diz mesmo que *a região do Douro, considerada como ambiente, é uma maravilha do homem, não uma maravilha da criação. Tudo ali canta a força e vitória dos seus colonos*. Por tudo isto, a paisagem do Douro tem sido unanimemente considerada como *a mais vasta e imponente obra humana do território português* (A. Ribeiro), *a única evidência incomensurável com que... no mapa da pequenez que nos coube..., podemos assombrar o mundo* (M. Torga).

Do que fica dito, resulta claro o papel central que continua a caber à agricultura nas estratégias de desenvolvimento rural, um papel que, no âmbito da filosofia que vem subjazendo às actuais perspectivas de abordagem multicentrada, de diversificação económica e enfocada nos recursos locais, não se esgota, de todo, nas suas funções estritamente produtivas, ou dito por outras palavras, em que estas não são apenas consideradas enquanto fim, mas também e cada vez mais, como um meio.

O TURISMO FLUVIAL E A ECONOMIA LOCAL

Na abordagem aos impactos da actividade turística, relacionada com os barcos de cruzeiro, na economia da região, consideraremos apenas os que se relacionam com a criação de rendimento e dentro destes os que resultam de gastos directos, i.e. os que são feitos pelos próprios turistas e os indirectos i. e., feitos pelas empresas a quem os turistas fazem compras, considerando neste caso apenas as empresas de barcos.

Começando pelos *turistas*, a primeira e mais imediata conclusão que resulta da análise dos dados que conseguimos apurar, é a de que os seus gastos médios diários na região, tendem a situar-se em montantes muito baixos, quer em termos absolutos quer, ainda mais, quando referenciados às potencialidades que decorrem das características do perfil socioeconómico deste tipo de visitantes.

Assim, no conjunto dos 80 inquéritos preenchidos por passageiros de cruzeiros

de um/dois dias, apurámos que a despesa média feita na região, fora do barco, se quedava pelos 2.250\$00, distribuídos pelas rubricas discriminadas no quadro seguinte (nº 3):

Quadro nº 3 – Despesa média diária dos turistas, fora dos barcos (1997)

ESPECIFICAÇÃO DA DESPESA	MONTANTE GASTO (em escudos)
Restaurantes e cafés	441
Outros artigos de alimentação e bebidas para consumo imediato	170
Bens alimentares e bebidas para levar	1.136
Jornais/tabaco/livros/revistas/credifone, etc	116
«Souvenirs»/artesanato/joalheria	162
Roupa e sapatos	75
Produtos de uso pessoal (higiene, saúde e outros)	12
Entradas em museus e locais de interesse turístico	45
Outras despesas (especificadas)	100
Total Geral	2.257

Em valor absoluto, mesmo a preços correntes, estes números inscrevem-se, aliás e um tanto surpreendentemente, na mesma linha de modéstia, que já em 1994 claramente emergia do apuramento do mesmo tipo de informação, recolhida junto dos turistas de cruzeiros de uma semana realizado em barco-hotel, e que constam do quadro (nº 4) a seguir apresentado.

Quadro nº 4 – Média das despesas diárias feitas pelos turistas de viagens de uma semana em barco-hotel, no exterior do barco, por categorias de despesas, em valor e em percentagem (1994)

	\$	%
Aliment. e Bebidas	573.7	30,3
Artes. e Souvenirs	780.2	41,4
Outras Compras	312.8	16,6
Transportes	68.9	3,7
Desp., Cult. e Lazer	39.6	2,1
Outras	118.8	5,9
Total	1887.0	100,0

Como os números deste quadro revelam, a média de despesas diárias feitas por estes turistas no exterior do barco, ficava-se por montantes pouco mais que insignificantes. E nem mesmo o vinho do Douro logra suscitar a apetência destes turistas, talvez devido à sua idade avançada, aos problemas de saúde que, em geral, esta acarreta e às restrições que daí possam advir em termos de consumo de álcool.

Deve, todavia, aqui referir-se que este fraco padrão de gastos directos aparece como denominador comum do turismo rural em geral, como revelam vários estudos realizados sobre o tema e entre eles aquele que nós próprios levámos a efeito, entre 1993 e 1996, nas regiões do Douro e do Parque Nacional da Peneda-Gerês⁷, o que, de alguma forma, apela à necessidade de moderar o optimismo que, generalizadamente, subjaz à avaliação das potencialidades do turismo rural nos processos de desenvolvimento.

O baixo nível de despesas na região por parte dos turistas dos barcos recolhe explicação plausível de uma variedade de factores que passamos a enunciar:

- *absoluta falta de tempo* – a falta de tempo constitui seguramente um poderoso factor de inibição da possibilidade de realização de gastos por parte dos passageiros das *viagens de um dia*, as quais se desenrolam dentro de horários muito compactos, de esquemas organizativos consideravelmente apertados, com tempos de permanência nas (poucas) localidades inscritas nos roteiros de visitas, muitíssimo limitados;
- *suspensão da oferta local* – a coincidência com o fim-de-semana, da maior parte das modalidades regulares das viagens (de um dia, de dois dias, de fim-de-semana) praticadas pelas empresas de barcos é, sem dúvida, um importante factor de restrição do leque das despesas dos turistas na região, por se verificar, durante esse período, o encerramento total ou parcial da maior parte dos pontos de venda, das unidades de produção e dos estabelecimentos comerciais;
- *a natureza do «produto»* – no geral, as empresas de barcos comercializam o que se pode designar como «pacotes turísticos completos», isto é, as viagens propriamente ditas, o fornecimento, a bordo, de todas ou quase todas as refeições e as visitas e passeios na região. Com o essencial das despesas pago antecipadamente na origem, no Porto, em Lisboa, e/ou em Londres, a estes turistas parecem não sobrar grandes espaços e necessidades de dispendir dinheiro localmente.
- *incapacidade da região* – este aspecto, referido em último lugar mas que consideramos de primeira importância, remete para o argumento de que os valores, em regra, pouco significativos, dos gastos dos visitantes, terão mais a ver com a incapacidade da região para captar, para induzir os turistas a gastarem dinheiro, do que com a capacidade e a disponibilidade destes para o fazerem.⁸

⁷ «Synergistic Pluriactivity...».

⁸ Sobre este aspecto, ver M. Ribeiro e F. Diniz, 1995.

Passando agora à análise dos *gastos indirectos* e, mais especificamente, os *gastos que as empresas de barcos fazem*, dentro dos limites da Região Demarcada do Douro, começaremos por esclarecer que os mesmos compreendem, como já antes deixámos dito, a compra de serviços e de bens a empresas locais, e vêm dando corpo a uma fileira de negócios, cujos contornos e conteúdos aparecem esboçados no quadro a seguir apresentado, construído a partir dos (poucos) dados relativos ao ano de 1997, que, a duras penas, os responsáveis de algumas daquelas empresas se disponibilizaram a fornecer-nos.

Quadro nº 5 – Gastos Feitos pelas Empresas de Barcos na RDD (1997)
(em contos)

	A	B	C	D
Nº de Passageiros	5.655	16.277	1.600	16.718
Dormidas (hotéis, resid., pousadas, casas TER)	1.650	7.979	500	—
Refeições fora do barco (restaur., hotéis, quintas, casas TER)	13.649	18.034	1.000	8.372*
Provas de vinhos (quintas)	4.255	11.913	—	—
Transportes (empresas rodoviárias)	3.250	8.011	400	2.185
Compra de produtos (adegas, quintas)	2.975	—	—	177
Animação (ranchos folc., música)	3.200	—	—	—
Outros	560	—	—	—

(*montante que foi indicado como total dos gastos relativos às rubricas *refeições fora do barco*, *dormidas* e *provas de vinhos*).

Avaliados em termos absolutos, estes números pouco mais permitem intuir do que a ainda muito reduzida expressão da incidência da actividade na economia da região. Todavia quando se tomam por comparação com a situação apurada há poucos anos atrás, de imediato ficam a descoberto indícios e sinais claros da evolução positiva que neste campo tem vindo a ocorrer.

Assim, os primeiros anos da actividade de barcos de cruzeiro no rio Douro, muito particularmente no que se refere às viagens de longa duração, foram marcados pela debilidade das sinergias que a mesma promovia no interior das economias locais, debilidade que raiava mesmo o limiar do ponto zero, ou que dele andava muito próxima.

Com efeito e citando um responsável duma empresa de navegação no Douro entrevistado por nós, em 1994, na região compravam, por então, *apenas vinho*, *algumas vezes legumes e fruta* (nos mercados e/ou empresas e explorações agrícolas locais) e o *serviço de empresas de camionagem e da CP para o trans-*

porte dos turistas entre o barco e os sítios a visitar. Tudo o resto trazemos de fora!, isto é, do grande Porto.

Para além dos bens referidos, esta empresa comprava ainda, nos cruzeiros de uma semana, um almoço, numa das vilas integradas no seu roteiro de visitas, que era a única refeição que, nos dias do percurso dentro da região, os passageiros tomavam fora do barco.

Se a este tão restrito padrão de gastos feitos localmente, juntarmos o facto de que, a nível do emprego, todos os postos de trabalho (entre 20 a 30 permanentes, por barco) eram ocupados por gente de fora, *tudo gente do Porto*, no dizer dum dos nossos informantes, ficamos à beira de poder, do ponto de vista das regiões, insinuar sobre o carácter eventualmente predador de determinados tipos de turismo!

Hoje, porém, o cenário é já consideravelmente diverso, em boa parte devido à *aprendizagem* que os operadores locais foram, entretanto, fazendo acerca das vantagens e da necessidade de mais activa e decididamente imporem a oferta dos seus produtos. Daqui tem resultado uma grande expansão e multiplicação dos *arranjos* e protocolos de colaboração entre as empresas de barcos e as empresas locais que, inseridas nos principais circuitos turísticos comercializados dentro da região, asseguram actualmente uma fatia razoável dos serviços e dos produtos consumidos pelos turistas – dormidas em hotéis e unidades de TER, almoços, jantares e provas de vinhos, *portos de honra* em quintas, cooperativas e outros, animação, jogos tradicionais, espectáculos de folclore, concertos de bandas de música, transportes, etc., o que se vem traduzindo num volume de negócios de dimensão relativamente interessante e, conseqüentemente, bastante motivadora para a oferta.

O dinamismo desta vem-se revelando, de forma particularmente manifesta, no sector das quintas⁹, licenciadas ou não como unidades de TER, as quais para além dos serviços e produtos que vendem com carácter regular ou por encomenda, às empresas de barcos, vêm em simultâneo a apostar também muito decididamente na venda directa de produtos aos turistas. Através de postos de venda, correntemente designadas como *feirinhas*, que algumas delas já integram nos espaços de recepção e acolhimento de hóspedes, oferecem, para venda aos turistas, vinhos de mesa e sobretudo generosos, azeite, mel, artigos de artesanato, enchidos, doces e queijos regionais, de produção própria e também de outros produtores locais, e por esta via, alargando os postos de trabalho quer directos, quer indirectos.

De acordo com as informações prestadas pelos responsáveis das sete quintas do Douro que as empresas de barcos identificaram como sendo aquelas com quem mantinham contratos regulares, conclui-se que a venda de produtos aos turistas é uma vertente que todas elas estão a explorar (quadro nº 6).

⁹ Designação regional das explorações agrícolas vitivinícolas de maior dimensão física e económica.

Quadro nº 6 – Quintas que vendem produtos a turistas dos barcos de cruzeiros (1997)

	De Produção Própria	De Outros Produtores locais	Ambos
Vinhos mesa	3	2	–
Vinhos generosos	2	3	–
Prod. alim. trad. e/ou regionais	–	3	1
Artesanato local	–	3	–
Outros	1	1	–

Os resultados financeiros destas vendas aos turistas, embora de dimensões ainda modestas (quadro nº 7), vêm sendo muito positivamente valorizados pelos proprietários e responsáveis das quintas.

Quadro nº 7 – Volume de vendas de produtos das quintas aos turistas dos barcos (1997)

Classes de resultados (em contos)	nº quintas
< 1.000	4
Entre 1.000 e 3.000	3

Todas estas 7 quintas iniciaram as suas relações contratuais com as empresas de cruzeiros nos últimos três anos, e todas elas declararam que, desde então, o seu volume de negócios com as mesmas tem vindo sucessivamente a crescer, o que vem dando lugar à criação de novos postos de trabalho, 19 até à data do nosso inquérito, assim distribuídos:

- 6 – ocupados por membros da família;
- 13 – ocupados por assalariados.

Destes novos postos de trabalho, 15 foram classificados como de trabalho temporário a tempo parcial, 3 de trabalho temporário a tempo inteiro e 1 de trabalho permanente a tempo inteiro. Avaliando muito positivamente a experiência que vêm tendo com as empresas de barcos, todas estas quintas planeiam, a breve prazo, dilatar esta sua actividade, quer através do alargamento do seu grupo de clientes, quer através da diversificação da sua oferta actual, de modo a integrar novas componentes – azeite, mais artesanato, jogos tradicionais e folclore da região, dormidas, para citar apenas as mais referidas.

NOTAS DE SÍNTESE

Embora breve, esta incursão ao que vem sendo a experiência da exploração turística do rio Douro, mais especialmente à que se processa dentro dos limites da RDD, deixa ainda assim matéria suficiente para alimentar alguma reflexão sobre o

tema central deste artigo – turismo rural e desenvolvimento – reflexão que aqui reteremos sob a forma de algumas notas de síntese:

- 1) Atendendo a que, por um lado, se trata de um sector que só recentemente começou a ser explorado e, por outro, ao perfil que emerge dos grandes traços caracterizadores da procura, não parece abusivo afirmar-se, para concluir, que são ainda muitas e aliantes as perspectivas para orientar o desenvolvimento deste turismo, como aliás de todo o turismo rural em geral, segundo ópticas que dispensem acréscimos quantitativos substanciais da procura, condição absolutamente necessária para garantir a sua sustentabilidade;
- 2) A fragilidade genérica dos meios de recepção turística do Douro, muito em especial dos seus meios rurais, dos seus recursos naturais, paisagísticos e histórico-culturais, de que o recém criado Parque Natural do Douro Internacional é exemplo pertinente, por um lado, e, por outro, os limites de capacidade ambiental do próprio rio, se não forem acautelados por uma planificação e uma coordenação – horizontal e vertical – adequadas e uma gestão controlada da sua exploração para fins turísticos podem, a curto prazo, acabar com o próprio turismo. Este risco faz-se obviamente tanto maior quanto maiores se forem fazendo os efeitos económicos, reais e previstos, deste turismo, por ser certo que estes levarão, inevitavelmente, ao aumento das pressões políticas e comerciais no sentido de o fazer crescer segundo uma lógica de maximização de resultados;
O sucesso económico do TER comporta ainda o risco adicional de atrair como investidores, capitais e empresários de origem exterior, para quem o lucro é a prioridade, o que, entre outros, não deixará de limitar severamente as oportunidades e benefícios que as populações locais e as próprias regiões podem tirar desta nova actividade, subvertendo por completo a filosofia de concepção e proposta do turismo como instrumento ao serviço do desenvolvimento dos meios rurais para, ao contrário, tomar estes meios, os seus patrimónios e recursos, para os pôr ao serviço do desenvolvimento da chamada indústria do turismo.

A este propósito, há-de ainda reiterar-se a ressalva de que o turismo não pode, por si só, ser tomado como a solução, a panaceia, para as questões do desenvolvimento rural, as quais, pela sua complexidade e diversidade, muito dificilmente responderão de forma eficaz a práticas de intervenção e gestão unisectoriais, exigindo antes abordagens multicentradas, que contemplem a integração, articulação e a coordenação de medidas e acções em domínios variados e

complementares, por forma a dinamizar, promover e valorizar os recursos próprios de cada região em concreto.

Daqui decorre como imperiosa a necessidade de:

- por um lado, se fazer basear a dinamização das iniciativas de turismo, e do desenvolvimento rural em geral, em abordagens integradas e complementares;
- operadores e promotores directos da actividade caminharem no sentido, aliás já claramente em ensaio no caso que estivemos a analisar, do adensamento da oferta individual, através da exploração de possibilidades de valorização dos recursos próprios, nomeadamente de alternativas diversas de conjugação da vertente do alojamento com o escoamento dos produtos agrícolas – vinhos, frutas, enchidos, queijos, etc. – e, por outro, na constituição de redes de operadores locais, públicos e privados, organizados em formatos diversos – rotas, circuitos, itinerários, «pacotes» específicos – com o objectivo de oferecerem um produto turístico¹⁰ completo e diversificado.

A cooperação, melhor dito, a integração apresenta-se ainda como a forma mais eficaz para contornar os (muitos) condicionalismos que a dimensão, em regra pequena/muito pequena, das empresas locais, directa e/ou indirectamente intervientes no domínio do turismo rural, impõe à eficiência económica de cada uma delas e do sector como um todo.

O entrosamento da actividade de diversos agentes económicos e culturais a operar no terreno do turismo rural, e que passa basicamente pela articulação/integração dos diferentes serviços – alojamento, transportes, restauração, lazer, desporto, comércio, artesanato, etc. – tem, de facto, vindo a ser crescentemente assumido como condição necessária por um lado à dilatação dos volumes de rendimento criado e ao reforço da capacidade de retenção nas próprias regiões das mais-valias nelas geradas pelo turismo.

E para o caso de que aqui mais directamente nos ocupámos – a Região Demarcada do Douro – podemos dizer, para concluir, que a criação e implementação, em curso, da chamada «Rota do Vinho do Porto» constituem seguramente uma das mais imediatamente visíveis demonstrações da progressiva tomada de consciência, por parte dos agentes locais, dos pressupostos enunciados nos pontos que integram estas notas conclusivas.

¹⁰ Entendido como *oferta conjunta de servicios y actividades diversas* (J. Cals, J. Capellà e E Vaqué, 1995, p. 117)

BIBLIOGRAFIA

- BAPTISTA, Mário — *Turismo. Competitividade Sustentável*. Lisboa: Verbo, 1997.
- BASERGA, M. F. — *El Turismo en la Comunidad Economica Europea*. «Signos Universitarios». N° 24 (1993), p. 211-226.
- BERNALDEZ, F. G. — *Turismo y Medio Ambiente*. «Revista Valenciana d'Estudis Autonomics». N°13 (1992), p.139-165.
- BUTLER, Richard W. — *Tourism, Environment, and Sustainable Development*. «Environmental Conservation». Vol. 18, n° 3 (1991), p. 201-209.
- CALS, J.; CAPELLÀ, J.; VAQUÉ, E. — *El Turismo en el Desarrollo Rural de España*. Madrid: MAPA, 1995.
- CAPUCHA, L. M. A. — *Fazer Render o Belo – Questões à Volta do Turismo e do Desenvolvimento em Zonas Rurais*. «Sociologia. Problemas e Práticas». N° 21 (1996), p. 29-46.
- CAVACO, Carminda — *Tourism in Portugal: Diversity, Diffusion and Regional and Local Development*. «Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie». Vol. 86, p. 64-71.
- CAVACO, Carminda — *Turismo Rural e Desenvolvimento Local*. In «As Regiões de Fronteira: Inovação e Desenvolvimento na Perspectiva do Mercado Único Europeu». Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, 1995, p. 351-408. (Estudos para o Desenvolvimento Regional e Urbano; 43).
- COMISSÃO das Comunidades Europeias — *Acções Comunitárias a Favor do Turismo Rural*. COM (90) 438 final. Bruxelas, 1990.
- COMISSÃO das Comunidades Europeias — *O Futuro do Mundo Rural*. «Boletim das Comunidades Europeias». N° 4 suplemento (1988).
- COMISSÃO das Comunidades Europeias — *O Papel da União em Matéria de Turismo*. Livro Verde da Comissão. Bruxelas, 1995.
- COMMINS, Patrick — *Meeting the Challenges of Exclusion and Underdevelopment in Rural Areas: The Role of Tourism*. «Developing the Periphery. Transnational Seminar for Rural Projects, 7-9 May, Almeida, Portugal». 1992, p. 105-116.
- CORREIA, João Araújo — *Sem Método*. 2ª ed. Lisboa: Ed. Estampa, 1983.
- CRAVIDÃO, F. D. e CUNHA, L. — *Ambiente e Práticas Turísticas em Portugal*. «Inforgeo». N° duplo (1994) «Geografia do Turismo», p. 85-91.
- DIAS, A. A. — *Turismo no Espaço Rural. Um Estudo sobre o Sector de Alojamento TER na Região do Douro*. Vila Real: UTAD, 1995. Relatório Final de Estágio do Curso de Engª Agrícola.
- GILBERT, D. C. — *Perspectivas de Desarrollo del Turismo Rural*. «Revista Valenciana d'Estudis Autonomics». N° 13 (1992), p. 167-193.
- KEANE, M. — *Rural Tourism – the passport to development?* In MURRAY and GREER, org. — *Rural Development in Ireland: Challenge for the 1990s*. Aldershot: Avebury, 1996, p. 113-125.
- LEADER — *Le Tourisme au Service du Développement Rural*. [s.d.] (Dossiers LEADER).
- RELVAS, A. — *Turismo e Ambiente*. In «3rd International Congress of the Mediterranean Association of Tourism, Estoril, Portugal, 20 – 22 April 1995».

- RIBEIRO, M. – *Turismo Rural em Portugal. Dos seus Protagonistas Principais e da sua Configuração*. In ALMEIDA, J. Anécio de, FROEHLICH, J. M. e REIDL, M., org. – «Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável». RS, Brasil: Ed. Centro de Estudos Rurais. Univ. Santa Maria, 1998, p. 169-190.
- RIBEIRO, M. e DINIZ, F. – *Turismo Rural Enquanto Alternativa de Desenvolvimento de Regiões Desfavorecidas – Potencialidades e Limites*. In «3rd International Congress of the Mediterranean Association of Tourism, Estoril, Portugal, 20 – 22 April 1995».
- RIBEIRO, M.; DINIZ, F. e CARQUEJA, C. – *Annual Reports for Year 2. Agrotourism and Synergetic Pluriactivity*. Contract nº AIR3 – CT92 – 0477 (1994).
- SIMÕES, J. M. – *Um Olhar sobre o Turismo e o Desenvolvimento Regional*. «Inforgeo». Ass. Portuguesa de Geógrafos. Ed. Colibri, 1994, p. 71-82.
- SINCLAIR, M. T. – *Tourism and Economic Development: A Survey*. «The Journal of Development Studies». Vol. 34, nº5 (1998), p. 1-50.
- SIRGADO, J. R. – *Turismo e Ruralidade. Ao Encontro de um Desenvolvimento Alternativo*. «Agroeconomia». (1994), p. 29-32.
- SLEE, B. et al. – *The Economic Impact of Differential Styles of Tourism on Rural Areas of Europe*. «STB Newsletter». Nº 10 (1996), p. 57-65.
- SYNEK, C. – *A Importância do Turismo na Economia Portuguesa*. «Cadernos de Economia». (Jul/Set 1997), p. 18-23.
- TROITIÑO VINUESA, M. – *Turismo y Medio Ambiente en Zonas de Montaña*. In «Desarrollo Local Y Medio Ambiente en Zonas Desfavorecidas». Madrid: MOPT, 1992, p. 79-99.
- VAUTIER, Sandrine – *Vers une Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés*. Comunicação apresentada ao Seminário «Turismo Sustentável em Áreas Protegidas de Montanha», Parque Natural da Serra de S. Mamede, Portalegre, 29-30 de Maio 1998».

ANEXO A

(Esquemas exemplificativos da oferta de viagens de barco, padronizadas, elaborados a partir dos conteúdos de folhetos publicitários das respectivas empresas).

Legenda

(Principais símbolos e afins, utilizados nos esquemas)



Transporte de comboio



Transporte de barco



Transporte de autocarro



Transporte de táxi



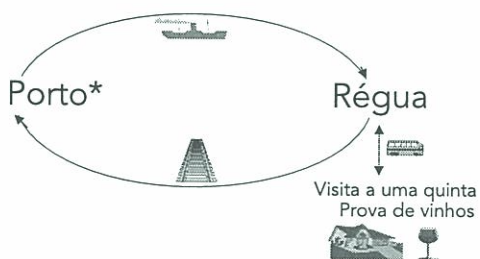
Simples paragem/visita



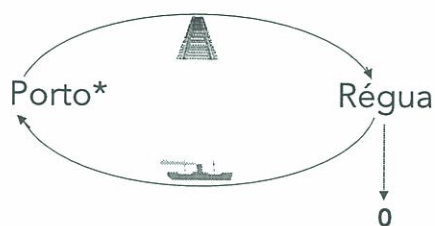
Início da viagem

1 DIA

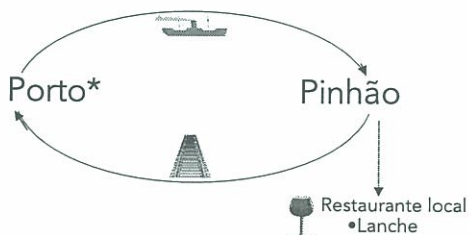
OPÇÃO A



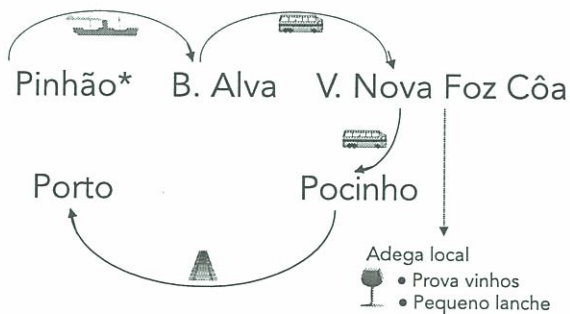
OPÇÃO B



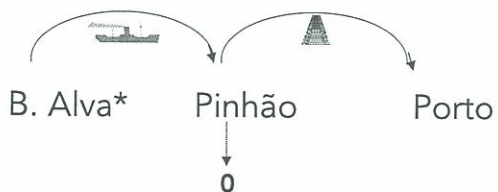
OPÇÃO C



OPÇÃO D

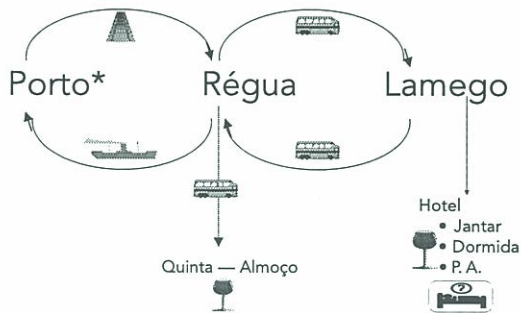


OPÇÃO E

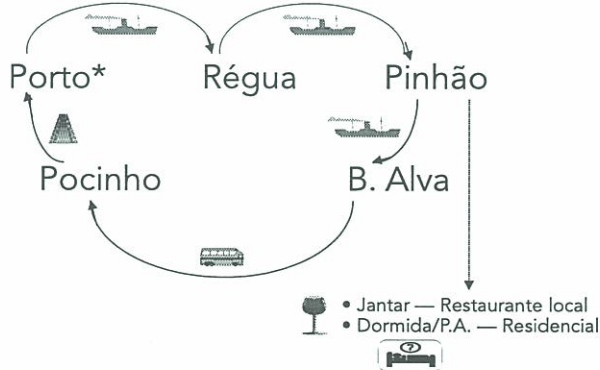


FIM-DE-SEMANA

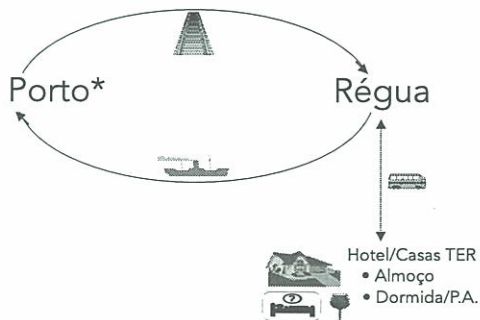
OPÇÃO A



OPÇÃO B

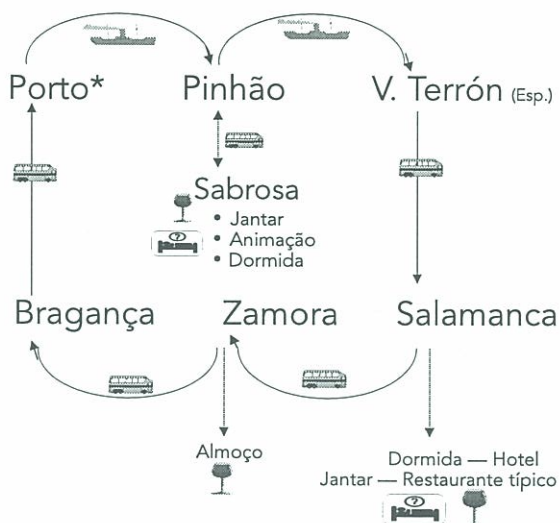


OPÇÃO C

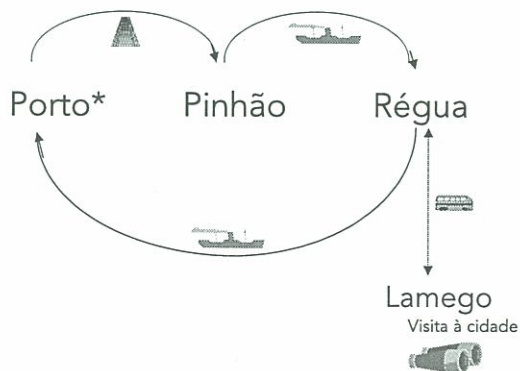


3 DIAS

OPÇÃO A

3 DIAS
(Barco-hotel)

OPÇÃO B

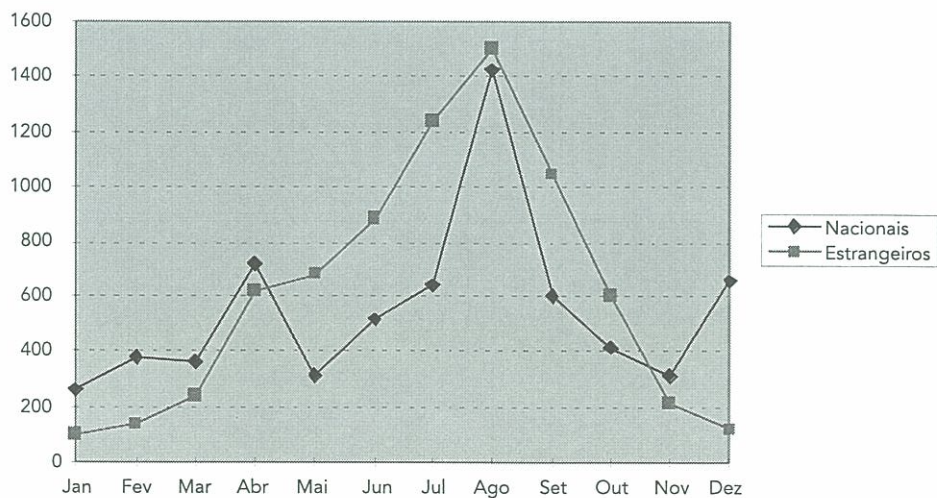


4 DIAS (Barco-hotel)



ANEXO B

Gráfico nº B.1 – Distribuição temporal das dormidas em unidades de TER (1996)



Fonte: Direcção Geral do Turismo, Lisboa.

