

Artigo submetido a 28 de Julho 2020; versão final aceite a 14 de Fevereiro de 2021
Paper submitted on July 28, 2020; final version accepted on February 14, 2021

O Estado do Conhecimento Sobre o Turismo nas Áreas Não-Metropolitanas de Portugal Continental (2010-2020)

The State of Knowledge About Tourism in Non-Metropolitan Areas of Portugal Continental (2010-2020)

Ricardo Gôja

rsousacarvalho1@hotmail.com

Lab2PT - Laboratório de Paisagens, Património e Território (Portugal), Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho (Portugal)

Vanessa Santos

vaaa.santos@gmail.com

Lab2PT - Laboratório de Paisagens, Património e Território (Portugal), Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho (Portugal); KU Leuven University, Department of Geography and Tourism (Belgium)

Nancy Duxbury

duxbury@ces.uc.pt

CES – Centro de Estudos Sociais da Universidade do Coimbra (Portugal)

Resumo

O estado sobre o turismo nas áreas não-metropolitanas de Portugal Continental requer um conhecimento mais eficiente para responder aos objetivos de coesão territorial e social, requeridos pelo Plano Estratégico Nacional do Turismo 2027. Como metodologia foram utilizados dados secundários oriundos de estudos publicados nas plataformas *Travel BI* e *SIGTUR* do Turismo de Portugal, aplicando-se a análise dos mesmos entre setembro de 2019 a julho de 2020. Os resultados indicaram falhas de conhecimento em termos de cobertura geográfica, fontes de dados e periodicidade das publicações. Concluiu-se que há ainda uma centralização no planeamento e gestão dos dados sobre o turismo em Portugal Continental que não contempla a comparação entre as áreas urbanas e rurais, faltando uma padronização e agilização dos mesmos. Por último, sugere-se a criação de observatórios de turismo criativo a nível regional, que realizem estudos mais regulares, descentralizados e dedicados ao desenvolvimento sustentável local.

Palavras-chave: Estado do conhecimento sobre o turismo; Área Urbana; Área Rural; Áreas Não Metropolitanas; Observatórios de turismo.

Código JEL: R00; Z32; R10

Abstract

The state of tourism in the non-metropolitan areas of mainland Portugal requires a more efficient knowledge to meet the objectives of territorial and social cohesion, required by the National Strategic Tourism Plan 2027. As a methodology, this study uses secondary data from studies published in the platforms *BI* and *SIGTUR* from Tourism of Portugal, applying the analysis from September 2019 to July 2020. The results indicated knowledge gaps in terms of geographic coverage, data sources and periodicity of publications. In conclusion, there is still a centralization in data management on tourism in mainland Portugal that does not include the comparison between urban and rural areas and no

standardization and streamlining of data management processes. Finally, it is necessary to create creative tourism observatories at the regional level, which carry out more regular, and decentralized studies, dedicated to local sustainable development.

Keywords: The state of knowledge of tourism; Urban area; Rural area; Non-metropolitan area; Tourism observatories.

JEL CODE : R00; Z32; R10

1- INTRODUÇÃO

O turismo é, sem dúvida, uma das mais importantes forças que moldam o mundo (Cohen & Kennedy, 2000). É uma atividade estratégica fulcral para o desenvolvimento económico do mundo e de Portugal, pois promove o alavancar da economia nacional e proporciona benefícios sociais e culturais que contribuem para o desenvolvimento local, regional e nacional. No entanto, uma economia dependente da “monocultura” do turismo (Higgins-Desbiolles, 2018) deixa os países vulneráveis e Portugal não é exceção (I.M.F., 2018). Por isso, é fundamental compreender e gerir o turismo de um modo mais holístico e dedicado, pois lideranças e monitorações pobres afetam principalmente as comunidades locais em áreas rurais. Idealmente o desenvolvimento do turismo deveria ser determinado ao nível da menor escala territorial possível (Henriques & Neves, 1986), da identidade territorial das populações (Ribeiro & Vareiro, 2007; Fortuna, 2020) e controlado pela comunidade local para funcionar como instrumento-chave de desenvolvimento local (Figueiredo & Kastenzholz, 2008; Kastenzholz *et al.*, 2013). Deste modo, o turismo de escala rural, se cuidadosamente planeado e gerido, poderia funcionar como um catalisador da sustentabilidade (Getz & Page, 2016; Covas, 2017). A esta luz, o Plano Estratégico do Turismo 2027 delineado pelo Governo Português traçou como objetivo principal “mobilizar o país inteiro comprometido com a coesão territorial e social, com a inovação e com a valorização das pessoas” (Ministério da Economia, 2017: 2).

Em Portugal Continental, existe um número significativo de estudos sobre o estado do turismo nos municípios das áreas metropolitanas do Porto e de Lisboa, enquanto que o conhecimento sobre o turismo nas áreas de baixa densidade (pequenas cidades e áreas rurais) ainda é escasso e o conhecimento acerca das suas características, evolução ou intervenientes continua limitado (Santos & Cunha, 2008). Esta evolução do turismo revela-se fundamental no paradigma pós-moderno de gestão e planeamento baseado nas pessoas, no património e na cultura (Ramos & Costa, 2017), e para acompanhar um consumo cada vez mais informado e engajado com a comunidade local, que revitaliza a cultura local de cada região através de atividades baseadas em recursos naturais endógenos, contribuindo assim para a conservação das áreas rurais bem como para a fixação da população, particularmente nas regiões menos desenvolvidas (*e.g.*, Gannon, 1994; Lane, 1994; OECD, 1994). Como Drabenstott & Henry (1996) apontaram, os desafios que as comunidades rurais enfrentam na promoção do crescimento económico derivam de duas características proeminentes: a sua distância e pequena escala, explicando porque as economias rurais tendem a ficar atrás das suas contrapartes urbanas. Face a estas adversidades, é necessária uma gestão de turismo mais descentralizada e orientada por plataformas/observatórios que atuem localmente, de modo constante, analisando e monitorando a utilização dos recursos do território no desempenho turístico de escala rural, envolvendo instituições de formação, escolas, universidades, centros de pesquisa e comunidade local, fomentando assim práticas de turismo de desenvolvimento sustentável e colaborativo.

A problemática deste estudo enquadra-se no âmbito do projeto nacional CREATOUR “Desenvolver destinos de turismo criativo em cidades de pequena dimensão e em áreas rurais”, mais precisamente no pacote de trabalho 2.4 - índice de referência (*benchmark*) e análise do turismo em áreas extra-metropolitanas de Portugal Continental. O principal objetivo do pacote de trabalho 2.4 (PT 2.4) foi identificar o estado do conhecimento sobre o turismo fora dos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto, identificar e examinar as fontes de dados existentes, a natureza dos dados disponíveis e lacunas, além da frequência com que os dados são atualizados. A intenção deste estudo é proporcionar uma maior consciência do estado do conhecimento em contextos rurais, nos quais os projetos-piloto do projeto CREATOUR

estavam inseridos e desenvolveram as suas atividades, conectando cultura e turismo através de turismo criativo. Isto porque os desafios da geografia distribuída e diversidade das organizações de turismo criativo envolvidas requerem especial atenção no que concerne o reforço de capacidades, para que seja possível desenvolver e promover um sistema de avaliação de desenvolvimento territorial, medir impactos das atividades de turismo à escala rural, coletando e monitorando informações numa base contínua em termos sociais, culturais, económicos e ambientais, para fornecer um conhecimento total do estado do turismo a quem o pratica.

Deste modo, a revisão da literatura analisou de forma sistemática o estado do turismo em Portugal sob uma perspetiva macro, explorando os estudos e estatísticas existentes, para recolher um conhecimento mais abrangente, estabelecendo uma relação entre o turismo rural e criativo e procurando relatar pesquisas teórico-empíricas que diferentes estudos apresentam sobre o estado do conhecimento do turismo em Portugal. Neste sentido, o presente artigo estabelece um retrato da visão geral do estado dos dados do turismo no período de 2010 a 2020, através de um estudo empírico com base nos dados e estudos existentes dentro deste período sobre as diversas categorias/temas nas Entidade Regionais do Turismo do Norte, do Centro, do Alentejo e Ribatejo e do Algarve. O presente artigo está estruturado em cinco secções. A primeira secção faz uma breve introdução à temática. A segunda secção faz uma revisão de literatura sobre o estado do turismo a nível nacional e internacional. A metodologia utilizada é referida na terceira secção. Os resultados e a sua discussão são apresentadas na quarta secção. Por fim, na quinta e última secção, são apresentadas as conclusões e as perspetivas futuras da investigação do presente estudo.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1- Turismo no mundo e em Portugal

Portugal insere-se numa das principais regiões de destinos turísticos a nível mundial: a Europa, mais concretamente a Europa Mediterrânica, situado na Península Ibérica. No seu território relativamente pequeno, Portugal possui uma grande diversidade de paisagens, parques naturais, zonas costeiras, monumentos históricos e arquitetónicos, culturais e religiosos, expressões artísticas populares imateriais, tradições culinárias, regiões vinícolas, aldeias históricas, entre outros, proporcionando experiências diferenciadas e únicas. Devido à situação geográfica do país e ao facto de apresentar uma longa costa, sempre se apostou no desenvolvimento do litoral ao melhorarem-se os acessos por terra, mar e ar, desenvolvendo infraestruturas, indústria, entre outros. Por consequência, o turismo feito em Portugal tem sido essencialmente um turismo balnear ou turismo de sol e mar, feito junto ao mar, quer pela população portuguesa quer pelos estrangeiros que o visitam. As áreas do litoral de Portugal são, portanto, as mais desenvolvidas devido a toda a concentração de recursos e fluxos de pessoas, onde se encontram as grandes metrópoles (Miranda, 2017). Há um grande empenho a nível nacional e regional de gestão e projeção dos destinos urbanos portugueses, baseado em indicadores de competitividade, como infraestruturas (hotéis, atrações e rede de transportes), festivais e eventos, qualidade da gestão do sector, competências dos recursos humanos e políticas governamentais (Dwyer & Kim, 2003), para um melhor posicionamento de Portugal em rankings mundiais de turismo (Turismo de Portugal, 2021). Por exemplo, em 2016, Lisboa foi considerada o principal destino de cruzeiros da Europa e o porto de Lisboa o principal porto de cruzeiros da Europa; o Algarve foi apontado como o principal destino de praia da Europa; a ilha da Madeira foi escolhida como principal destino insular da Europa. Em 2017, Portugal foi apontado como o Destino Líder Mundial, Destino Líder da Europa e Destino de Praia Líder da Europa e o Turismo de Portugal, a autoridade turística nacional, foi considerada *World Leading Tourist Board*, *Europe's Leading Tourist Board* e *World Leading Tourism Authority Website* (Moreira, 2018). Depois destes prémios, Portugal atraiu a atenção de 16,3 milhões de visitantes estrangeiros em 2019, contra cerca de 10 milhões em 2014. De acordo com o *World Economic Forum* (W.E.F., 2019), Portugal foi o 12º destino turístico mais competitivo do mundo (comparado a 140 países), classificou-se em oitavo lugar no ranking europeu, e alcançou o primeiro lugar a nível mundial — na categoria de Infraestruturas Turísticas — devido à "excecional densidade hoteleira e alta qualidade das infraestruturas turísticas" (W.E.F., 2019, p. 35). De facto, o turismo em Portugal apoia-se na excelente infraestrutura existente, porém, esta concentra-se maioritariamente nas áreas urbanas e o seu congestionamento nas cidades é muitas vezes referido como um sintoma de "*overtourism*" ou turismo desequilibrado, causando pressão

em espaços públicos e na comunidade local. Além disto, pode levar também a uma perda de identidade e autenticidade dos destinos, afetando principalmente as comunidades anfitriãs das quais o turismo depende tão claramente (OECD, 2018; Peeters *et al.*, 2018; UNWTO *et al.*, 2018; UNWTO, 2019; McKinsey&Company & W.T.T.C., 2017).

É importante reconhecer que o turismo, como um fenómeno complexo global, tem sido baseado numa ideologia de pró-crescimento resultante de um capitalismo neoliberal (Higgins-Desbiolles *et al.*, 2019), ampliando as capacidades e recursos das grandes metrópoles e negligenciando as áreas rurais, afetando assim o desenvolvimento geral dos países e originando economias cada vez mais dependentes do turismo com grandes contrastes sociais (Demony, 2020), como é o caso de Portugal. Por isso, é necessário repensar práticas e indicadores do turismo, para um crescimento mais sustentável. Isto porque a tendência de pró-crescimento repete-se ano após ano: autoridades globais de turismo como a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), continuam a promover o crescimento económico do turismo como uma das principais metas anuais dos seus relatórios (OECD, 2020), lançando estratégias repetidas baseadas em competitividade. É evidente que o objetivo principal é incitar uma boa performance de um destino, no entanto estas táticas produzem também efeitos negativos como competição externa e interna, cujo foco é nos concorrentes (sejam eles nacionais ou internacionais) e não em desenvolver o seu próprio trabalho, levando à imitação de modelos criativos de desenvolvimento urbano e de atrações turísticas (Richards, 2014). Esta preocupação principal com a imagem transmitida ao exterior, e busca por reconhecimento recompensada por prémios, explicam a falta de prática de um turismo mais sustentável e mais apoiado num desenvolvimento humano. Assim sendo, a abordagem *top-down* (de cima para baixo) de gestão de turismo é recorrente, mas não é compatível com as metas de sustentabilidade propostas pelas Nações Unidas (United Nations, 2015). Este “fetiche por crescimento do turismo” levado a cabo pelas autoridades de turismo em vários países do mundo (Higgins-Desbiolles, 2018), foi crucial para a recuperação de Portugal da crise económica e da dívida de 2010 (Demony, 2020), mas tem-se revelado altamente disfuncional especialmente pelo contexto da pandemia de COVID-19. A crise global de Covid-19 revelou a fragilidade e futuro do setor de turismo, já há muito sentido mas ignorado (Uğur & Akbıyık, 2020), anunciando que muito dificilmente voltaremos ao normal (Benjamin *et al.*, 2020). Em 2020, o FMI previu uma recessão de 3% na economia mundial, fruto do apelidado “Grande Confinamento”, alertando também para uma recessão de 8,0% da economia portuguesa devido à pandemia de Covid-19 (Agência Lusa, 2020). Mudanças no comportamento dos viajantes em tempos de COVID-19 começam já a ser reportadas em pesquisas recentes e análises de tendências (Global Data, 2020), mostram como a pandemia afeta os padrões de consumo. Por exemplo, os principais atributos na escolha do destino de férias são a baixa densidade turística e a tendência que prevalece é evitar locais superlotados, preferências por destinos com atividades ao ar livre e contato com a natureza (DNA, 2020; Gursoy & Chi, 2020), longe das grandes cidades (VVF, 2020). Por tudo isto, a importância de um desenvolvimento mais sustentável à escala rural é incontornável.

2.2- Turismo rural em Portugal

O histórico da atividade turística em Portugal é marcado por várias crises que se relacionam diretamente com o desenvolvimento do turismo rural. Em 2008 (especialmente a partir do último trimestre), a crise financeira internacional produziu efeitos recessivos na economia nacional, que se prolongaram até 2012 e se repercutiram na atividade turística nacional. Desde esta altura, se insiste na promoção do desenvolvimento rural, que no contexto da União Europeia (UE), tem a particularidade de assentar numa política de matriz global e territorial, pois procura combater a depressão económica e demográfica que fez sucumbir muitas áreas de Portugal sensivelmente a partir de 1960. Por isso, nos últimos anos, o turismo rural tem vindo a assumir uma posição de relevo nas políticas formuladas pelo Estado português e pela UE. Neste sentido, as áreas rurais e outras urbanas de baixa densidade não localizadas no enquadramento dos grandes centros urbanos são considerados lugares de inovação e de empreendedorismo, pois os seus recursos endógenos constituem motores da economia e de desenvolvimento.

A crise económica da década de 70 resultante da ditadura de Salazar e da crise do petróleo (1973; Reis, 2020), veio alterar o panorama nacional, colocando políticos e a opinião pública em geral perante a realidade da escassez de recursos, de desigualdades sociais e de desequilíbrios territoriais na distribuição da riqueza, além do perigo da dependência externa face aos fatores de produção e centros de decisão. Este novo quadro socioeconómico contribuiu naturalmente para a formação de uma nova cultura

política, marcada pela apologia da descentralização e participação das regiões, pelo reforço da consciência ecológica e regional e da preocupação social (Alexandre, 2003). O Turismo no Espaço Rural (TER) em Portugal surge neste contexto e definiu-se essencialmente como o “conjunto de atividades, serviços de alojamento e animação de turistas, em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados (...) em áreas rurais” (Ministério da Economia, 2002: 2068). A criação deste tipo de alojamento turístico insere-se nas medidas adotadas pelo Estado Português e pela União Europeia para inverter a crise gerada pela desruralização do país iniciada por volta de 1960 (Silva, 2006). Deste modo, nos anos 70 o turismo rural foi considerado pela primeira vez, no âmbito de um plano nacional estratégico para o turismo de médio prazo (1977-80), que visava “a orientação dos fluxos para as regiões mais desfavorecidas e para os espaços rurais e a procura de novas formas de alojamento, inclusive o alojamento em casas particulares localizadas em regiões rurais” (Cavaco, 1999: 283). Assim sendo, no início dos anos 80, foi definido principalmente segundo componentes de hospedagem em áreas rurais “prestado a turistas em casas rústicas particulares, utilizadas simultaneamente como habitação do proprietário, possuidor ou legítimo detentor e que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integram na arquitetura típica regional” (D.G.A.D.R., 2020) dividindo-se no seguinte conjunto de modalidades (D.G.A.D.R., 2020):

- Turismo de Habitação, designado como o serviço de hospedagem de natureza familiar, prestado a turistas em casas antigas particulares que, pelo seu valor artístico, arquitetónico ou histórico, sejam significativas de uma determinada época (os solares e as casas apalaçadas);
- Agroturismo - Serviço de hospedagem prestado a turistas em casas particulares integradas em explorações agrícolas, que possibilitam aos hóspedes o conhecimento e o acompanhamento da atividade agrícola ou a participação nos trabalhos desenvolvidos no local, segundo as regras estabelecidas pelo responsável das casas e empreendimentos;
- Turismo de Aldeia - Serviço de hospedagem prestado num empreendimento constituído por um conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares localizadas numa aldeia e exploradas de forma integrada, quer sejam ou não usadas como habitação própria dos seus proprietários, legítimos possuidores ou detentores. Estas casas devem, pela sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitetura típica local ou regional. O Turismo de Aldeia deve ser gerido por uma única entidade, em aldeias históricas, em centros rurais ou em aldeias que mantenham, no seu conjunto, o ambiente estético, urbano e paisagístico tradicional da região;
- Casas de Campo - São casas particulares e casas de abrigo localizadas em áreas rurais que prestem um serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria. Estas casas devem, pela sua traça, materiais de construção e demais características, associar-se no ambiente e na arquitetura rústica típica do local onde se localizam;
- Hotéis Rurais e Parques de Campismo Rurais - empreendimentos rústicos na área rural.

No entanto, o conceito de TER pretende definir-se como um produto mais completo e diversificado incluindo não só a componente de alojamento, mas também os seus recursos naturais e culturais com elementos que se baseiam no acolhimento hospitaleiro e personalizado e nas tradições mais autênticas do artesanato, da gastronomia, da arquitetura, da cultura popular, da história e do folclore (D.G.A.D.R., 2020). Permite um contacto mais direto com a natureza, com as populações, os seus usos e costumes. Assim, esta atividade tem como intuito fundamental, oferecer aos utentes a oportunidade de reviver as tradições culturais e gastronómicas, as práticas e os valores das sociedades rurais, beneficiando da sua hospedagem e de um acolhimento mais personalizado (D.G.A.D.R., 2020). Desta forma, o turismo rural é uma forma de turismo que poderá colmatar a tendência de sobrelotação turística, (*overtourism*) verificada recentemente na grande metrópole de Lisboa (Abreu Santos *et al.*, 2018).

Apesar da ênfase atribuída à valorização do património das áreas rurais, o turismo rural possui uma natureza difusa no espaço e por isso, questões relativas ao desenvolvimento rural foram postas em segundo plano pela administração central em 2002 (Pato, 2015). Lysgård (2016) também tece uma crítica à construção e desenvolvimento do turismo em espaço rural e reforça que o património, as tradições, as práticas da comunidade num sistema de colaboração, cooperação, mobilização e coerência social num mundo rural ou urbano de pequena dimensão, proporcionam mais resultados à promoção do território. Neste sentido, assiste-se globalmente nesta última década, à dinamização de atividades que têm por base escolhas em torno de produtos locais e que assumem grande presença nas regiões de menor densidade (Carvalho *et al.*, 2016; Bezerra & Correia, 2019). Drummond & Snowbal (2019), expondo os *clusters*

culturais como forma de desenvolvimento do território em áreas rurais ou de baixa densidade. Relacionado a isto, o turismo criativo parece ser um dos caminhos a seguir por áreas não metropolitanas.

2.3- Turismo criativo como instrumento de revitalização do turismo rural

O turismo criativo é um tópico recente e surge no contexto de um projeto europeu - EUROTEx - cujo enfoque era estimular a produção artesanal por meio do turismo (Richards, 2003). O termo foi cunhado por Greg Richards e Crispin Raymond (2000) e é uma resposta à crescente comercialização de produtos culturais e processo de mercantilização das culturas locais resultantes do turismo cultural, atendendo também à crescente vontade expressa pelos turistas de se conectarem mais intimamente com as comunidades locais (Pine & Gilmore, 1999; Ferreira, 2014; A.T.T.O., 2015; Canalis, 2016; European Travel Commission, 2017; Turismo de Portugal, 2017). O turismo criativo conta com recursos e *clusters* (ou redes) criativos de desenvolvimento mais centrado nas pessoas, sendo que grande parte do corpo da literatura até bem recentemente foca no contexto urbano (Alvarez, 2010; Durmaz-Drinkwater *et al.*, 2010), com poucos estudos que demonstrem a instrumentalidade da criatividade no cenário do turismo rural. O enfoque no contexto urbano deve-se ao facto de indústrias culturais e criativas “musculosas” estarem concentradas em grandes áreas urbanas, sendo assim percecionadas como motores da economia criativa (Richards, 2013). A utilização da criatividade como ferramenta de *placemaking* de destinos turísticos tornou-se parte integrante da economia do turismo pós-moderno transformando práticas tradicionais de turismo cultural numa participação mais ativa, sensível ao contexto e aos recursos locais (Richards, 2020), onde a valorização dos mesmos é criada no processo de construção de experiências artesanais e artísticas, nas quais visitantes e comunidade local assumem um papel de cocriação (Richards, 2013), potenciando o turismo criativo como um instrumento de revitalização do turismo rural (Sousa *et al.*, 2019). Neste contexto, o projeto “CREATOUR - Desenvolver Destinos de Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e Áreas Rurais” (2016-2020), desempenhou um papel incremental em demonstrar o valor do turismo criativo como indutor de experiências de cocriação local (Pinto & Guerreiro, 2020), servindo como uma fase de pesquisa e desenvolvimento para catalisar uma rede de produtores de atividades e produtos criativos concebidos em meios rurais, pilotando uma agenda de investigação centrada no turismo criativo em territórios de baixa densidade e reforçando ligações dentro e entre regiões portuguesas. O projeto CREATOUR relacionou a teoria e a prática, combinando referenciais teóricos e metodológicos multidisciplinares, mapeamento cultural e exercícios de *benchmarking* com a análise de estudos de caso de turismo criativo (CES, 2020a). A visão do CREATOUR de turismo criativo é centrada na atividade criativa encorajando a interação entre visitantes e residentes locais, ambos inspirados por recursos endógenos rurais. A aspiração deste projeto foi promover uma rede ampliada e enriquecida de iniciativas locais de turismo criativo, incluindo aqueles que foram catalisados dentro do CREATOUR (e outros ainda a serem criados). Durante a realização deste projeto, observou-se um turismo mais dinâmico, baseado na criatividade, imaginação e diversidade encontrada em cada uma das pequenas cidades e áreas rurais de Portugal Continental, pensando-se na conexão das mesmas numa rede que lhes permita mais visibilidade, desenvolvimento de massa crítica da comunidade envolvida e na co-aprendizagem estabelecida através da partilha de conhecimento prático. A criação de uma rede colaborativa facilitaria parcerias e promoções das atividades, coordenação de atividades de formação envolvendo universidades, centros de pesquisa, cultura e turismo, bem como estruturas institucionais regionais e estruturas que melhor possam representar as comunidades locais, no intuito de promover a construção e troca de conhecimentos continuados entre academia e sociedade civil, fomentando o planeamento conjunto e uma distribuição de recursos mais eficiente e justo. Segundo as conclusões do projeto CREATOUR, é essencial organizar discussões coletivas e realizar atividades de *networking* (local / sub-regional, regional e nacional) de modo que seja possível levantar as necessidades e expectativas dos praticantes de turismo criativo numa base contínua, a nível local e sub-regional, bem como desenvolver e promover um sistema de avaliação do território em termos sociais, culturais, económicos e ambientais das atividades turísticas em espaço rural, fornecendo *feedback* constante aos operadores de turismo, sensibilizando-os sobre o seu papel para a comunidade local (CES, 2020b). Em suma, os resultados finais do projeto CREATOUR apontam para a criação de um observatório de turismo criativo com o objetivo de desenvolver um sistema de ferramentas de informação (por exemplo, mapeamento de organizações, de iniciativas, de recursos e experiências de turismo criativo por região geográfica, escala e áreas temáticas), desenvolvido através de uma série de indicadores básicos para coleção de dados e

informações, para revisão regular do progresso dos *clusters*, monitorando e resolvendo eventuais mudanças e tendências a nível nacional, considerando as diferenças das regiões geográficas e as suas especificidades temáticas e experiências de turismo criativo, para apoiar os negócios e gerir as tomadas de decisões políticas que envolvem cultura e turismo regional (CES, 2020b).

2.4- Estado do turismo em Portugal – planos e estudos

Em anos recentes, tem-se assistido em Portugal à formulação e implementação sistemática de políticas nacionais e comunitárias de desenvolvimento rural que favorecem o sector turístico. Este trabalho tem sido articulado com o Turismo de Portugal, que trabalha com as sete Agências Regionais de Promoção Turística (Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal; Agência Regional de Promoção Turística do Centro de Portugal; ATL – Associação Turismo de Lisboa; Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo; ATA – Associação Turismo do Algarve; APM – Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira; ATA – Associação de Turismo dos Açores), sendo responsáveis pelos Planos Regionais de Promoção Turística (Ministério da Economia, 2017). A informar a estratégia destas entidades, existem vários bancos de dados estatísticos e geográficos constituindo estudos sobre o turismo nacional em Portugal, disponíveis em *websites* e plataformas (*e.g.*, I.N.E. – Instituto Nacional de Estatística; SIGTUR – Sistema de informação sobre o turismo) que auxiliam os principais agentes das regiões a tirar conclusões sobre o contexto turístico do seu território, para traçar planos de ação e pautar as discussões em torno das grandes temáticas do setor. A capacidade de medir os impactes económicos do turismo também fornece aos praticantes da indústria do turismo evidências necessárias para garantir que as políticas futuras sejam direcionadas para atender aos objetivos dos planos estratégicos, de modo a exercer práticas turísticas informadas. Estas políticas procuram incitar o desenvolvimento sustentável das áreas rurais e fomentar a diversificação das atividades económicas, mediante a utilização de recursos endógenos, incluindo o aproveitamento do potencial agrícola dos campos, a criação de animais, a patrimonialização dos seus recursos naturais, culturais, históricos e paisagísticos, e a sua exploração turística (Silva, 2007). Estes planos de desenvolvimento local promovem o turismo como uma instância capaz de dinamizar a economia, gerar emprego e contribuir decisivamente para a fixação das populações rurais (Ribeiro, 2003a b)). Em 2017, o governo Português lançou a Estratégia de Turismo 2027 (Ministério da Economia, 2017) para impulsionar o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o país. Os principais eixos desta estratégia (Estratégia Turismo Portugal ET27) dizem respeito a valorizar o território e as comunidades, potenciar o conhecimento, gerar redes e conectividade para projetar Portugal. Aliados a estes, destacam-se oito linhas de atuação fundamentais (Ministério da Economia, 2017):

- 1) Valorizar o território e as comunidades locais;
- 2) Preservar a autenticidade do país para a melhoria da qualidade de vida e para a fixação de residentes;
- 3) Desenvolver infraestruturas e operações de apoio ao turismo em espaço rural, nomeadamente em torno de redes temáticas e/ou de recursos endógenos dos territórios;
- 4) Promover a regeneração urbana das cidades e regiões, através da reabilitação de espaços e equipamentos comunitários (por exemplo, associações culturais, associações de bairro, clubes recreativos);
- 5) Envolver ativamente a sociedade no processo de desenvolvimento turístico do país e das regiões, para a participação da sociedade em processos de cocriação de projetos/iniciativas para o desenvolvimento turístico de Portugal (por exemplo, implementação de orçamentos participativos para o Turismo e desenvolvimento de estudos de monitorização do impacto da atividade turística);
- 6) Mobilizar o trabalho em rede e a promoção conjunta entre os sectores, através de iniciativas de clusterização, de redes colaborativas que contribuam para a afirmação dos ativos estratégicos turísticos nacionais;
- 7) Assegurar a transferência de conhecimento de instituições de ensino e centros de investigação para as empresas, tendo em vista a valorização económica do conhecimento, assente numa parceria entre o Turismo de Portugal, estruturas associativas, empresas, entidades do ecossistema empreendedor e das indústrias criativas e parceiros tecnológicos;
- 8) Difundir conhecimento e informação estatística sistematizada e disponibilização de conhecimento sobre a atividade turística para os diversos *stakeholders* do turismo, incluindo-se, nomeadamente: i) implementação da Conta Satélite do Turismo (I.N.E., 2009; Couto, 2011); ii) recolha de informação estatística pertinente e atualizada em indicadores-chave para os agentes do turismo; iii)

operacionalização de plataforma/mecanismos de gestão e disponibilização de conhecimento para os agentes do turismo; iv) disponibilização na WEB de informação georreferenciada sobre o Turismo nacional. Fornecimento de informação atualizada e online sobre procura e mercados emissores. No entanto, medir a contribuição e o impacto do turismo requer abordagens consistentes e constantes para a recolha e a análise de dados e parece haver lacunas nas informações produzidas e disponíveis sobre o turismo em Portugal em termos de cobertura geográfica, fontes de dados e periodicidade da coleta de dados, análise estatística e disseminação de estudos estatísticos, que iremos apresentar abaixo no estudo empírico.

3. METODOLOGIA

A presente investigação realizou-se entre setembro de 2019 a julho de 2020 e consistiu na recolha e na compilação das várias publicações/estudos e dados estatísticos existentes sobre o turismo entre 2010 a 2020 nas áreas não metropolitanas de Portugal Continental (fora das Áreas Metropolitanas de Lisboa e do Porto). Toda esta informação foi recolhida no observatório digitais de atividade turística *Travel BI* (Publituris, 2016), na plataforma digital *SIGTUR* (Rebelo, 2018) - Sistema de Informação Geográfica do Turismo na *Web* (ambas lançadas pelo Turismo de Portugal), além dos *websites* das entidades de turismo das regiões do Norte (Turismo do Porto e Norte de Portugal), do Centro, do Alentejo e Ribatejo e do Algarve e do Instituto Nacional de Estatística (I.N.E.). Estas plataformas visam "dar ferramentas" de trabalho aos organismos da administração central, a municípios, universidades e politécnicos, dotando-os de informação georreferenciada sobre a oferta e atividade turística em Portugal. Toda a informação recolhida foi analisada e apresentada em quadros e gráficos de forma sistematizar os dados recolhidos.

Em relação às categorias de publicações, foram baseadas nas categorias das publicações estatísticas e estudos do Turismo de Portugal (Plataforma *Travel BI*) e adaptadas ao presente estudo. As adaptações consistiram no agrupamento de algumas categorias e acréscimo de mais duas categorias de publicações, de forma a conseguirmos compilar e sistematizar toda a informação recolhida. Foi necessário fazer alguns agrupamentos de categorias do Turismo de Portugal, porque muitas delas abordaram a mesma temática. No Quadro 1, mostram-se as adaptações realizadas às categorias utilizadas no presente artigo. Das quatorze categorias utilizadas, sete apresentavam dados estatísticos e estudos da temática da categoria, as outras sete foram só estudos e uma apresentava somente dados estatísticos (Quadro 1).

Quadro 1 – A metodologia utilizada para realizar adaptação das categorias de publicação e os dados incluídos nas categorias

Categoria de publicação utilizadas no presente estudo	Categorias agrupadas do Turismo de Portugal	Que dados foram incluídos?
Alojamento	Alojamento	Dados estatísticos e estudos
Comportamento do Consumidor	Comportamento do Consumidor	Estudos
Emprego no Turismo	Emprego no Turismo	Dados estatísticos e estudos
Gastronomia e Vinhos	Gastronomia e Vinhos	Estudos
Golfe	Golfe	Estudos
Mercados e estratégias	Mercados, estratégia, tendências de mercado e turismo internacional	Dados estatísticos e estudos
Sustentabilidade no turismo	Sustentabilidade no turismo	Dados estatísticos e estudos
Turismo Cultural	Turismo Cultural	Estudos
Turismo de Negócios	Turismo de Negócios	Dados estatísticos e estudos
Turismo de Saúde	Turismo de Saúde	Estudos
Turismo em Portugal	Turismo em Portugal	Dados estatísticos e estudos
Turismo de Natureza	Turismo de Natureza	Estudos
Turismo Religioso	Turismo Religioso	Estudos
Turismo Náutico	Turismo Náutico	Dados estatísticos

Fonte: Elaboração própria com base nas categorias de publicação da plataforma *Travel BI* do Turismo de Portugal (2020a).

4. O DIAGNÓSTICO SOBRE ESTADO DE CONHECIMENTO DO TURISMO NAS QUATRO REGIÕES DE PORTUGAL CONTINENTAL

Em Portugal Continental, existem sete fontes de dados onde se pode recolher informações sobre o turismo português:

- i) Turismo de Portugal (*Travel BI* e SIGTUR – Sistema de informação Geográfica do Turismo);
- ii) Instituto Nacional de Estatística (I.N.E.);
- iii) PORDATA;
- iv) Turismo do Porto e Norte de Portugal;
- v) Turismo do Centro;
- vi) Turismo do Alentejo e Ribatejo;
- vii) Turismo do Algarve.

Parte relevante da informação turística (dados estatísticos e estudos) do Turismo de Portugal encontra-se disponível no *Travel BI*. Esta é uma plataforma de gestão de conhecimento do turismo em Portugal Continental. Possibilita a exploração dos indicadores de atividade e apresenta análises de mercado, tendências e estatísticas. Esta plataforma tem o objetivo de otimizar a produção, a disseminação do conhecimento e da informação sobre turismo em Portugal Continental e os impactes da informação disponível, de promover a segmentação e disponibilização de informação, junto dos vários *stakeholders*, de diminuir o esforço de produção e de preparação de dados, de apresentar a informação em multiplataforma, *mobile* ou *desktop* e de promover a exploração de dados, de estatísticas e de indicadores (Turismo de Portugal, 2020a). O *Travel BI* surgiu como a plataforma adequada para a tornar a informação do turismo português mais acessível aos investigadores, aos empresários e aos agentes do setor turístico, com o intuito de otimizar decisões de gestão e alcançar melhores resultados (Turismo de Portugal, 2020a). O Instituto Nacional de Estatística (I.N.E.) é uma instituição oficial de estatística de Portugal e apresenta, para além de outros dados, estatísticas e estudos sobre o turismo no território português. O Turismo de Portugal, o Instituto Nacional de Estatística (I.N.E.) e o PORDATA são as únicas entidades a apresentarem dois tipos de publicações de acesso ao público: dados estatísticos e estudos na área do turismo. Entre 2010 e 2020, houve 467 publicações (dados estatísticos e estudos – Quadro 2). O Turismo de Portugal apresenta-se como a entidade com o maior número de publicações. As Entidades Regionais do Turismo do Centro e do Alentejo e Ribatejo apresentam baixo número de publicações de acesso público sobre o turismo da sua região. A restante informação existente nos *websites* das Entidades Regionais do Turismo do Centro e do Alentejo e do Ribatejo são de cariz informativo e de apoio ao visitante da região. Se um investigador ou um agente local (*e.g.*, o município) e regional (*e.g.*, a Comunidade Intermunicipal – C.I.M.) pretender fazer um estudo sobre alguma área em concreto do setor do turismo, não o consegue fazer.

Quadro 2 – Número total de publicações por entidades oficiais de recolha de informação sobre o Turismo em Portugal Continental entre 2010 e 2020 e a sua área de abrangência e periodicidade

Entidade Territorial	Entidade oficial de recolha de informação sobre o turismo	Número total de publicações	Área de abrangência da informação	Periodicidade
Portugal Continental	Turismo de Portugal	310	Urbano e Rural (inclui as Áreas Metropolitanas do Porto e de Lisboa)	Anual e mensal
	Instituto Nacional de Estatística	87	Urbano e Rural (inclui as Áreas Metropolitanas do Porto e de Lisboa)	Anual, semestral e mensal
N.U.T.S. II Norte	Turismo do Porto e Norte de Portugal	27	Urbano e Rural (inclui a Área Metropolitana do Porto)	Anual
N.U.T.S. II Centro	Turismo do Centro	2	Urbano e Rural	Anual
N.U.T.S. II Alentejo	Turismo do Alentejo e Ribatejo	2	Urbano e Rural	Anual
N.U.T.S. II Algarve	Turismo do Algarve	50	Urbano e Rural	Anual
Total Portugal Continental		467	Urbano e Rural (inclui as Áreas Metropolitanas do Porto e de Lisboa)	Anual, mensal e semestral

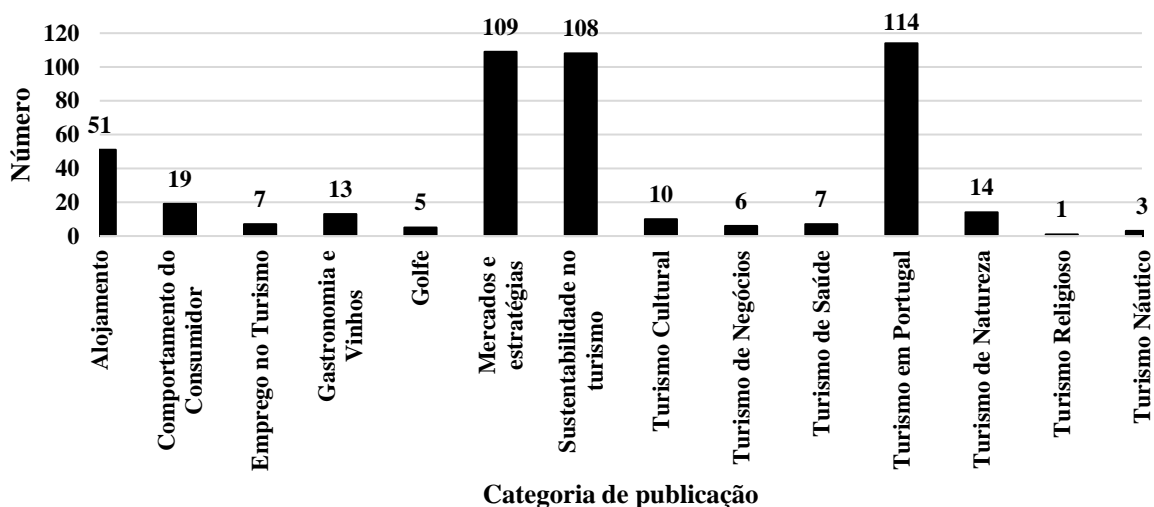
Fonte: Elaboração própria com base no Turismo de Portugal (2020a,b), no I.N.E. (2020) e nos *websites* das entidades de turismo regional do Norte (Turismo do Porto e Norte de Portugal, 2020, Turismo do Centro, 2020, Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020 e Turismo do Algarve, 2020).

As entidades do Turismo de Portugal e do Instituto Nacional de Estatística (I.N.E) são as únicas entidades que publicam dados estatísticos e estudos/planos estratégicos. As restantes entidades só publicam estudos ou planos estratégicos. As publicações disponíveis ao público por estas entidades estão organizadas por categorias de publicações (Figura 1). Podemos concluir que existe um maior número de publicações (dados estatísticos e estudos) nas áreas “Mercados e Estratégias” (n=109), “Sustentabilidade no Turismo” (n=108) e “Turismo em Portugal” (n=114; uma informação mais generalizada do setor). Em dez anos, houve 136 das 467 publicações das áreas indicadas na Figura 1. Nos próximos anos, é necessário fazer mais estudos sobre as áreas de Alojamento, do comportamento do consumidor, do emprego no turismo, da gastronomia e vinhos, do golfe e do turismo cultural, do turismo de negócios, do turismo de natureza, do turismo religioso e do turismo náutico.

Em Portugal Continental, as publicações incluem as áreas urbanas (grandes e pequenas áreas urbanas) e rurais, mas não fazem a comparação entre estes dois tipos de áreas. Assim, dificulta bastante a análise e a tomada de medidas e ações para determinados segmentos turísticos em Portugal por parte dos investigadores e dos decisores políticos. As próximas publicações devem ter isso em consideração e mesmo para ver as diferenças que existem no setor turístico urbano e rural.

Em relação à periodicidade das publicações (dados estatísticos e estudos), 310 são anuais e mensais. Observamos também que alguns dos estudos do Turismo de Portugal e o Turismo do Porto e Norte de Portugal não cumprem a sua frequência de publicação de estudos, que normalmente a sua periodicidade é anual, levando à desatualização de vários dados estatísticos ou estudos de um determinado segmento turístico. Esta situação, poderá também, explicar o porquê do baixo número de publicações nas várias áreas nos últimos dez anos. Pois, nos anos de 2011, de 2012, de 2016, de 2018 e de 2019, não houve publicações de novos estudos.

Figura 1 – Número de publicações sobre o turismo em Portugal Continental por categorias de publicação entre 2010 e 2020



Fonte: Elaboração própria com base no Turismo de Portugal (2020a,b), no I.N.E. (2020) e nos *websites* das entidades de turismo regional do Norte (Turismo do Porto e Norte de Portugal, 2020, Turismo do Centro, 2020, Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020 e Turismo do Algarve, 2020).

Em Portugal Continental, a maioria das publicações editadas foram estudos ou planos estratégicos para o turismo (n=341; Quadro 3). Se compararmos as várias categorias de publicação, a categoria “Alojamento” foi aquela que apresentou um maior número de dados estatísticos (n=43; Quadro 3), enquanto a categoria “Mercados e estratégias” apresentou um maior número de estudos (n=108; Quadro 3). O aumento da estada média dos hóspedes em certas regiões de Portugal Continental pode ser um fator importante em termos económicos e ambientais, pelo que é fundamental proceder ao acompanhamento da sua evolução. A evolução mensal das dormidas por região permite também fazer a gestão da sazonalidade do turismo, de forma a identificar oportunidades de Turismo ao longo de todo ano (Turismo de Portugal, 2020a; I.N.E., 2020).

Quadro 3 – Número de publicações sobre o turismo em Portugal Continental por categorias de publicação entre 2010 e 2020 segundo o tipo de publicação

Categoria de publicação	Tipo de publicação (número)	
	Total de dados estatísticos	Total de estudos
Alojamento	43	8
Comportamento do Consumidor	0	19
Emprego no Turismo	1	6
Gastronomia e Vinhos	0	13
Golfe	0	5
Mercados e estratégias	1	108
Sustentabilidade no turismo	33	75
Turismo Cultural	0	10
Turismo de Negócios	2	4
Turismo de Saúde	0	7
Turismo em Portugal	43	71
Turismo de Natureza	0	14
Turismo Religioso	0	1
Turismo Náutico	3	0
Total	126	341

Fonte: Elaboração própria com base no Turismo de Portugal (2020a,b), no I.N.E. (2020) e nos *websites* das entidades de turismo regional do Norte (Turismo do Porto e Norte de Portugal, 2020, Turismo do Centro, 2020, Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020 e Turismo do Algarve, 2020).

Segundo o Turismo de Portugal, o turismo é uma atividade que apresenta uma grande expressão territorial e por isso, a concretização de uma política de desenvolvimento sustentado para o setor exige o conhecimento constante e atualizado da localização geográfica da oferta turística (*e.g.*, alojamento turístico existente e equipamentos e infraestruturas de interesse para o turismo). Os S.I.G. (Sistemas de Informação Geográfica) constituem uma ferramenta fundamental para espacialização dos recursos turísticos. Por essa razão, o Turismo de Portugal criou a plataforma SIGTUR (Sistema de Informação Geográfica do Turismo), que apresenta a informação geográfica sobre o Turismo em Portugal Continental e um vasto leque de funcionalidades aos utilizadores (Turismo de Portugal, 2020b).

Para além de outras informações, a SIGTUR possibilita o acesso ao número de equipamentos turísticos nas áreas não metropolitanas de Portugal (cidades de pequena dimensão e áreas rurais) em 2020 através da ferramenta “Pesquisa Avançada”, da qual, conseguimos selecionar os equipamentos e as entidades territoriais (*e.g.*, N.U.T.S. II e N.U.T.S. III) pretendidas para a análise dos equipamentos existentes (alojamentos e equipamentos, infraestruturas e atividades turísticas) nas áreas não-metropolitanas de Portugal Continental (não inclui as áreas metropolitanas do Porto e de Lisboa). Após esta seleção, é possível visualizar a localização geográfica do equipamento e a informação detalhada do mesmo (*e.g.*, nome, as coordenadas geográficas e ano de abertura do empreendimento). O SIGTUR dá informação dos equipamentos turísticos até nível de freguesia, só que não compara as áreas rurais com as urbanas. Neste momento, temos esta informação para 51.216 empreendimentos turísticos para as quatro regiões de Portugal Continental: Norte; Centro; Alentejo; e Algarve. Por último, apresentamos uma análise SWOT no Quadro 4, com uma síntese das potencialidades, das fragilidades, das oportunidades e das ameaças verificadas nas informações turísticas existentes em Portugal Continental.

Quadro 4- Os pontos fortes e fracos, as oportunidades e as ameaças ao turismo nas áreas não metropolitanas de Portugal Continental

Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Existência de plataformas que se dedicam a compilar a informação do estado do turismo em Portugal. • Informação concentrada de planos e de estudos sobre o Turismo em Portugal Continental na plataforma “<i>Travel BP</i>” que possibilita até certo ponto planear e gerir o setor turístico por parte dos investigadores e dos agentes locais e regionais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Os estudos publicados e de acesso ao público não permitem realizar estudos detalhados e frequentes. • É necessário fazer mais estudos sobre as áreas de alojamento, do comportamento do consumidor, do emprego no turismo, da gastronomia e vinhos, do golfe, do turismo cultural, do turismo de negócios, do turismo de natureza, do turismo religioso e do turismo náutico. • Os dados estatísticos e os estudos sobre o turismo em Portugal Continental não fazem uma distinção entre as áreas rurais e urbanas.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Apesar de existir observatórios já há algumas décadas em Portugal Continental (Milheiro <i>et. al</i>, 2010), não existe uma forte ligação entre os observatórios nacionais e regionais. Tendo em conta esta situação, leva-nos a propor a criação de observatório de turismo nacional com várias parcerias de observatórios regionais existentes em Portugal Continental e com outros agentes locais e regionais. Estes observatórios deverão ter uma forte parceria com os vários agentes locais e regionais e com as universidades portuguesas, de forma, a possibilitar a criação de uma plataforma digital onde se possa reunir toda a informação turística (dados estatísticos, estudos e planos) atualizada, mapeada (<i>e.g.</i>, <i>webmapping</i>) e comparar com as áreas urbanas e rurais em Portugal Continental. Esta plataforma poderia ser apoiada através de fundos europeus (<i>e.g.</i>, Portugal 2027). 	<ul style="list-style-type: none"> • A falta de estudos estatísticos sobre as áreas rurais e urbanas de pequena dimensão conduzirá a estudos mais generalizados sobre o turismo e a uma dificuldade em identificar tendências e estratégias turísticas nestes dois tipos de áreas. • Informação insuficiente no auxílio do planeamento e atividade turística do território português.

Fonte: Elaboração própria com base no Turismo de Portugal (2020a,b), no I.N.E. (2020) e nos *websites* das entidades de turismo regional do Norte (Turismo do Porto e Norte de Portugal, 2020, Turismo do Centro, 2020, Turismo do Alentejo e Ribatejo, 2020 e Turismo do Algarve, 2020).

4.1- Resultados

Em Portugal, existem estudos e dados estatísticos sobre o turismo em Portugal Continental, no entanto, apresentam informações muito generalizadas sobre cada região, não havendo uma comparação detalhada e compreensiva entre as áreas rurais e urbanas. Idealmente este conhecimento deveria ser efetuado e disponibilizado regularmente aos decisores e aos investigadores, a nível municipal e de freguesia para que a indústria do turismo pudesse aprimorar os seus produtos e comunicação, para operar de maneira mais informada nas áreas rurais de Portugal e assim contribuir para o seu desenvolvimento económico e social. Se os vários stakeholders tiverem acesso a informação atualizada com frequência, podem ajustar os seus produtos de acordo com as últimas alterações verificadas nos relatórios e/ou estudos estatísticos. Por isto, este estudo conclui que é necessária uma divulgação mais regular do conhecimento sobre o estado do turismo, destacando-se os seguintes resultados:

- Os estudos estatísticos são maioritariamente de base anual e regional e conduzidos pelo Turismo de Portugal, Instituto Nacional de Estatística (I.N.E.) e plataforma PORDATA da Fundação Francisco Manuel dos Santos focada em chegadas, dormidas, capacidade de alojamento e locais visitados;
- Existem poucos estudos sobre as motivações dos visitantes, faltando dados mais amplos e detalhados sobre as motivações turísticas, perfis, impactos locais e conexões intersectoriais;
- Existem muitos dados espalhados por todo o país entre instituições públicas e privadas que não são acessíveis ao público;
- Os dados estatísticos, estudos e planos do turismo não enfatizam a distinção entre urbano e áreas rurais, resultando na falta de estudos comparativos destas áreas;
- É fundamental um estudo mais regular sobre as atividades turísticas culturais e criativas associadas a iniciativas de turismo rural.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A governança do turismo em Portugal tem sido realizada de modo centralizado. Tendo em conta os potenciais benefícios da descentralização, este artigo debruçou-se sobre as dificuldades na disseminação de conhecimento e informação estatística sistematizada e/ou a gestão e disponibilização de conhecimento sobre a atividade turística que atinge diversos agentes ativos do turismo, especialmente nas áreas não metropolitanas (pequenas cidades e áreas rurais) de Portugal Continental. Conclui-se que não há até à data abordagens consistentes e constantes para a recolha e análise de dados. Grande parte dos estudos e dados estatísticos das quatro entidades regionais de Portugal Continental (Norte, Centro, Alentejo e Ribatejo e Algarve) e das instituições oficiais de informação turística do Turismo de Portugal e do Instituto Nacional de Estatística não fazem a comparação entre as áreas urbanas e rurais das áreas não metropolitanas de Portugal Continental. Verificamos que só existem dados turísticos até à escala de N.U.T.S. II (Turismo de Portugal, 2020a e I.N.E., 2020). Esta situação dificulta bastante o trabalho de vários *stakeholders* envolvidos na atividade turística da sua região, nomeadamente empresas turísticas, comunidades com comércio local, investigadores e decisores políticos.

Tendo como foco Portugal Continental, existem vários estudos sobre o turismo nos municípios das áreas metropolitanas do Porto e de Lisboa e poucos estudos nas áreas de baixa densidade (pequenas cidades e áreas rurais). Isto demonstra uma centralização de políticas nacionais e regionais maioritariamente focada no desenvolvimento do turismo nas áreas metropolitanas ou na faixa litoral de Portugal Continental, descuidando o interior do país.

5.1- *Big data* como ferramenta fundamental no setor do turismo

Consideramos fundamental que todos os dados recolhidos comecem a ser sistematicamente carregados semestralmente ou anualmente numa grande base de dados (*Big data*) comum/ observatórios de turismo criativo, criados em parceria com o Turismo de Portugal, com a Direção-Geral do Património Cultural, com a Direção-Geral das Artes, com as agências de desenvolvimento regional, turismo regional e universidades e centros de pesquisa em Portugal. Por exemplo, o Município de Guimarães já recolhe sistematicamente os seus dados turísticos desde 2000 e poderia servir como um bom modelo do que pode ser desenvolvido no futuro (Guimarães Turismo, 2020).

O ato de acessar de modo rápido e armazenar grandes quantidades de informações complexas para análise existe há duas décadas, sendo conhecido pelo termo *Big data* e articula três elementos (S.A.S., 2021): i) volume: as instituições recolhem dados de várias fontes, incluindo transações comerciais, equipamentos industriais e vídeos de rede sociais; ii) Velocidade: com o crescimento da internet, os dados são transmitidos às empresas numa velocidade sem precedentes, sendo tratados rapidamente; e iii) variedade: os dados apresentam-se em diversos formatos - desde dados numéricos estruturados em bancos de dados tradicionais a documentos de texto não estruturados, e-mails, vídeos, áudios, dados de cotações da bolsa e transações financeiras, entre outros. *Big data* é, pois, uma ferramenta fundamental no setor do turismo, podendo-se assim obter dados de inúmeras fontes e permite uma análise detalhada e completa dando resposta imediata a questões de, por exemplo, desenvolvimento de novos produtos, ofertas otimizadas e tomadas de decisão mais informadas (S.A.S., 2021).

5.2- Experimentação de ferramentas tecnológicas no projeto CREATOUR

Durante o projeto CREATOUR, conduziram-se duas experiências com ferramentas tecnológicas para examinar, na prática, como as geotecnologias envolvendo *crowdsourcing* (no caso da instituição-piloto Câmara Municipal de Amares; Ribeiro *et al.*, 2020) e realidade aumentada (no caso da instituição-piloto ÉRRE LRB), das quais, foram aplicadas nas atividades de turismo criativo desenvolvidas pelas duas instituições-piloto referidas anteriormente entre 2017 e 2019. A integração destas tecnologias em cenários de turismo foi desenvolvida em colaboração com as empresas ESRI Portugal e *byAR*, que criou um aplicativo intitulado “CREATOUR AR - Turismo criativo em Portugal” para smartphone - uma ferramenta que aborda discussões contemporâneas para facilitar o acesso a atividades de turismo. O aplicativo foi testado e pode ser utilizado pelos pilotos do CREATOUR e pelos visitantes, bem como por outros profissionais que se juntem a esta rede nacional de turismo criativo. O aplicativo está disponível no *Google Play* e no *Apple Store* e continuará a ser uma infraestrutura que combina

comunicação/promoção e o desenvolvimento de novos conteúdos, proporcionando uma maior visibilidade das atividades de turismo criativo e representando um valor importante para a sustentabilidade das organizações culturais/criativas localizadas em pequenas cidades e áreas rurais em Portugal. As etapas envolvidas no desenvolvimento destas ferramentas de informação incluíram as preferências do usuário, explorando os desafios e as oportunidades de desenvolvimento deste tipo de conhecimento para a prática e pesquisa do turismo criativo. No entanto, é importante referir que foi um estudo exploratório inicial e por isso necessita de mais processos iterativos para que se desenvolva uma base de dados colaborativa (*crowdsourced*) ainda mais otimizada.

5.3- Limitações

O estudo apresentou limitações estatísticas importantes relativamente ao estado do conhecimento produzido sobre o turismo em áreas não metropolitanas de Portugal Continental. No entanto, estas não afetaram a interpretação dos resultados. Em outras palavras, as limitações de dados estatísticos estão diretamente relacionadas com a concorrência entre regiões, países e destinos, revelando a falta de informação e de organização a várias escalas geográficas. Além de não se encontrar organizada, em termos de acesso ou privacidade, toda a informação sobre o estado do turismo é mantida em segredo pelas autarquias locais e controlada pelos mesmos organismos nacionais. No interesse de desenvolver práticas mais transparentes para uma maior 'inteligência intersectorial', este estudo apela para um conhecimento publicamente acessível, complementado por estudos metodológicos mais participativos e observacionais 'no campo', para benefício da academia e sociedade civil.

BIBLIOGRAFIA

Abreu Santos, V. Á.; Bova, V.; Radu, C. G. (2018). "Destination challenges in Lisbon: An anthropological study about the nature of the social interactions and exchange between locals and tourists in a sitespecific location in the city center", *ResearchGate*, pp. 1-60.

Agência Lusa (2020). *FMI alerta para PME e dependência do turismo e serviços em Portugal. Observador*. Disponível em: <https://observador.pt/2020/04/15/fmi-alerta-para-pme-e-dependencia-do-turismo-e-servicos-em-portugal/>

Alexandre, J. A. A. (2003). O planeamento estratégico como instrumento de desenvolvimento de cidades de média dimensão. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.

Alvarez, M. D. (2010). "Creative cities and cultural spaces: New perspectives for city tourism", *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, Vol. 4, Nº 3, pp.171-175.

A.T.T.O. - Amadeus Traveller Trend Observatory. (2015). *Amadeus Traveller Trends Observatory: Destination Services*. Disponível em: <http://www.amadeus.com/documents/amadeus-traveller-trends-observatory/traveller-profiles-at-destination.pdf>

Benjamin, S.; Dillite, A.; Alderman, D. H. (2020). "We can't return to normal: committing to tourism equity in the post-pandemic age". *Tourism Geographies*, Vol. 22, Nº3, pp. 476-483. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759130>

Bezerra, R.; Correia, A. I. (2019). "O Potencial do Azeite Para Experiências de Turismo Criativo na Região Norte de Portugal". *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, nº51, pp. 55-72.

Canalis, X. (2016). "Certifican la muerte del Turismo de Experiencias". *Hosteltur. Innovación Turística*, pp. 30-31.

Carvalho, R.; Ferreira, A. M.; Figueira, L. M. (2016). *Cultural and Creative tourism in Portugal. Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 14, Nº5, pp. 1075-1082.

Cavaco, C. (1999). "O Turismo Rural nas Políticas de Desenvolvimento do Turismo em Portugal", *Desenvolvimento Rural - Desafios e Utopia, Estudos para o Planeamento Regional e Urbano*, Nº. 50, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa, pp. 281-292.

CES – Centro de Estudos Sociais (2020a). *CREATOUR - Desenvolver Destinos de Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e Áreas Rurais*. Disponível em: <https://ces.uc.pt/pt/investigacao/projetos-de-investigacao/projetos-financiados/creatour>

CES – Centro de Estudos Sociais (2020b). *Final Scientific Report for CREATOUR project (no. 16437). Creative Tourism Destination Development in Small Cities and Rural Areas*, Coimbra: CES - Centro de Estudos Sociais, Universidade de Coimbra.

Cohen, R., & Kennedy, P. (2000). *Global sociology*. Houndsmills, Basingstoke, UK, Macmillan Press.

Costa, E. P.; Gouveia, M. (2010). “A Evolução Recente da Atividade Turística em Portugal”, *GPE-ARI*, Nº 5, pp. 35-46.

Couto, S. I. V. (2011). *Conta Satélite de Turismo para as Economias Regionais*, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.

Covas, A. (2017). *Territórios e Desenvolvimento Territorial: Crónicas do Sudoeste Peninsular*. Lisboa, Edições Sílabo.

Daniel, A. C. M. (2010). “Caracterização do Sector Turístico em Portugal”. *Revista de Estudos Politécnicos*, Vol. 8, Nº14, pp. 255-276.

Demony, C. (2020). *Coronavirus fears pressure Portugal’s tourism-dependent economy*. Reuters. Disponível em: <https://fr.reuters.com/article/us-health-coronavirus-portugal-tourism/coronavirus-fears-pressure-portugals-tourism-dependent-economy-idUSKBN20X1V0>

D.G.A.D.R. – Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (2020). *Características do Turismo no Espaço Rural*. Disponível em: <https://www.dgadr.gov.pt/diversificacao/turismo-rural/caracteristicas-do-turismo-no-espaco-rural>

DNA - Turismo y ócio (2020). - *A indústria do turismo se prepara para uma temporada de sobrevivência*. Disponível em: <https://dna.es/2020/04/15/industria-turismo-prepara-temporada-supervivencia/>

Drabenstott, M.; Henry, M. (1996). “A new micro view of the U.S. rural economy”, *Economic Review*, Vol. 81, Nº2, pp.53-70.

Dredge, D. and Jenkins, J. (2003). “Federal–state relations and tourism public policy, New South Wales, Australia”. *Current Issues in Tourism*, Nº 6, pp. 415–443.

Drummond, F.; Snowbal, J. (2019). “Cultural clusters as a local economic development strategy in rural small-town areas: Sarah Baartman district in South Africa”. *Bulletin of Geography*, Vol. 43, Nº1, pp.107-119.

Durmaz-Drinkwater, B.; Platt, S.; Yigitcanlar, T. (2010). “Creativity, culture tourism and place-making: Istanbul and London film industries”, *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, Vol. 4, Nº3, pp. 198-213.

Dwyer, L.; Kim, C. (2003) “Destination Competitiveness: Determinants and Indicators”. *Current Issues in Tourism*, Vol. 6, Nº5, pp.369-414.

Eugénio, J. O. (2018). *A experiência turística da população em situação de rua da cidade de Niterói – RJ: horizontes possíveis para o turismo social*, Dissertação de Mestrado, Universidade Fluminense, Niterói.

European Travel Commission (2017). *European Tourism in 2017: Trends & Prospects (Q4/2017)*, Bruxelas, ETC Market Intelligence Report. Disponível em: https://etc-corporate.org/uploads/reports/ETC-Quarterly-Report-Q4-2017_Final-Public.pdf

Ferreira, A. M. (2014). “O Turismo como fator de regeneração e desenvolvimento de meios urbanos e rurais: Do turismo cultural ao Turismo criativo”. In Costa, Carlos; Brandão, Filipa; Costa, Rui; Breda, Zelia (Eds.), pp. 85-100, *Turismo nos países lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios*, Lisboa, Escolar Editora.

Figueiredo, E. Kastenholz, E. (2008). “O Papel do Turismo no Desenvolvimento Rural em Portugal. A importância da integração das visões dos visitantes e residentes”, *14º Congresso da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional - 4 a 6 de julho de 2008*, pp. 1963-1992.

Fonseca (2015). *Turismo é o sector com maior crescimento no mundo*. Disponível em <https://www.dinheirovivo.pt/economia/turismo-e-o-setor-com-maior-crescimento-no-mundo/>

Fortuna, C. (2020). “Cidades e Patrimonialidade Urbana”, In Silva, M. Carlos; Baptista, Luís V.; Ribeiro, Fernando B.; Felizes, Joel e Vasconcelos, Ana (Org.), pp. 119-137, *Espaço Urbano e Habitação Básica como Primeiro Direito*. V. N. Famalicão, Edições Húmus.

Gannon, A. (1994). “Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition”. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2, Nº 1-2, pp.51-60.

Getz, D.; Page, S. J. (2016). “Progress and prospects for event tourism research”, *Tourism Management*, Vol. 52, pp.593-631.

- Global Data (2020). *Coronavirus (COVID-19)*. Disponível em: <https://www.globaldata.com/covid-19/>
- Guimarães Turismo (2020). Dados turísticos. Disponível em: [https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2018/02/22/Portugal-Sixth-Post-Program-Monitoring-Discussions-Press-Release-Staff-Report-45650?cid=em-COM-123-36669](http://www.guimaraesturismo.com/pages/Guimond, L.; Simard, M. (2010). “Gentrification and neo-rural populations in the Québec countryside: Representations of various actors”, <i>Journal of Rural Studies</i>, Vol. 26, Nº4, pp. 449-464.</p><p>Gursoy, D.; Chi, C. G. (2020). “Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda”, <i>Journal of Hospitality Marketing & Management</i>, Vol. 29, Nº5, pp.527-529.</p><p>Henriques, J. M.; Neves, A. O. (1986). “Castanheira de Pêra: uma via para o desenvolvimento regional endógeno?”, <i>Sociedade e Território—Revista de Estudos Urbanos e Regionais</i>, pp. 116-125.</p><p>Higgins-Desbiolles, F. (2018). “Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?” <i>Tourism Management Perspectives</i>, Vol. 25, pp.157–160.</p><p>Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolkowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). “Degrowing tourism: rethinking tourism”. <i>Journal of Sustainable Tourism</i>, Vol. 27, Nº12, pp.1926-1944.</p><p>I.M.F. - International Monetary Fund (2018). <i>Portugal: Sixth Post-Program Monitoring Discussions-Press Release. Staff Report</i>. Washington, D.C, I.M.F. Country Report. Disponível em: <a href=)
- I.N.E. – Instituto Nacional de Estatística (2009). *Conta Satélite do Turismo*, Lisboa: I.N.E.
- I.N.E. – Instituto Nacional de Estatística (2020). Base de dados do I.N.E. Disponível: https://ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_dados
- Kastenholz, E.; Carneiro, M. J.; Eusébio, C.; Figueiredo, E. (2013). “Host–guest relationships in rural tourism: evidence from two Portuguese villages”, *Anatolia*, Vol. 24, Nº3, pp. 367-380.
- Lane, B. (1994). “What is rural tourism?”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2, Nº1 e 2, pp. 7 – 21.
- Leick; B.; Lang, T. (2018). “Re-thinking non-core regions: planning strategies and practices beyond growth”. *European Planning Studies*, Vol. 26, Nº2, pp. 213-228.
- Lysgård, H.K. (2016). “The ‘actually existing’ cultural policy and culture-led strategies of rural places and small towns”. *Journal of Rural Studies*, Vol. 44, pp.1-11. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.12.014>
- Marissal, P.; Van Hamme, G.; Van Criekingen, M.; Harou, R.; De Keersmaecker, M. L. (2015). “Gentrification dans les villes wallonnes”. *Territoire (s)*, Vol. 4, Nº 20.
- McKinsey&Company; W.T.T.C. - World Travel & Tourism Council (2017). *Coping with success managing overcrowding in tourism destinations*. Lisboa, McKinsey&Company. Disponível: https://www.mckinsey.com/~/_/media/McKinsey/Industries/Travel%20Transport%20and%20Logistics/Our%20Insights/Coping%20with%20success%20Managing%20overcrowding%20in%20tourism%20destinations/Coping-with-success-Managing-overcrowding-in-tourism-destinations.pdf
- Milheiro, E.; Dinis, G.; Correia, E. (2020). “O papel do Observatório do Turismo na operacionalização de competências da Entidade Regional de Turismo do Alentejo”, *Actas do II Seminário de I&DT – Consolidar o conhecimento, perspectivar o futuro*, pp.1-10.
- Ministério da Economia (2002). *Decreto Lei N.º 54/2002*, Série I-A de 2002-03-11, Diário da República Eletrónico. Disponível em: <https://dre.pt/application/conteudo/250608>
- Ministério da Economia (2017). *Estratégia Turismo Portugal 2027*, Lisboa. Disponível em https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET27.pdf
- Miranda, P. M. M. (2017). *Turismo balnear e dinâmicas territoriais. casos de estudo – praia de mira e praia da tocha*. Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.
- Montès, C. (2012). “Les petites villes en Amérique du Nord. (Small towns in North America)”. *Bulletin de l'Association de géographes français*, Vol. 89, Nº4, pp. 571-583.
- Moreira, C. O. (2018). “Portugal as a tourism destination. Paths and trends”. *Revue Géographique Des Pays Méditerranéens. Journal of Mediterranean Geography*, nº130. Disponível em: <https://journals.openedition.org/mediterranee/10402>
- OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development (1994). *OECD Economic Outlook*, Nº1, Paris: OECD. Disponível em: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-outlook-volume-1994-issue-1_eco_outlook-v1994-1-en

- OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development (2018). *Tourism Trends and Policies 2018. Highlights*. Paris: OECD. Disponível em: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2018-Tourism-Trends-Policies-Highlights-ENG.pdf>
- OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development (2020). *OECD Economic Outlook: Statistics and Projections*. Paris: OECD. Disponível em: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/data/oecd-economic-outlook-statistics-and-projections_eo-data-en
- Pato, L. (2015). “A Construção e Desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural em Portugal: o papel da administração central nos seus conteúdos”. *Turismo em Análise*, Vol. 26, Nº 4, pp. 919-932. Disponível em <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i4p919-932>
- Peeters, P.; Gössling, S.; Klijs, J.; Milano, C.; Novelli, M.; Dijkmans, C.; Eijgelaar, E.; Hartman, S.; Heslinga, J. H.; Isaac, R. K.; Mitas, O.; Moretti, S.; Nawijn, J.; Papp, B.; Postma, A. (2018). *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*. Bruxelas: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
- Pfarr, C. (2006). “Tourism policy in the making: an Australian network study”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, pp. 87–108.
- Pine, B. J.; Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*, Brighton, Harvard Business Press.
- Pinto, P. Guerreiro, M. (2020). *Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations*. Pensilvânia, EUA, IGI Global.
- PRODATA (2020). *Dados do turismo*. Disponível em: <https://www.pordata.pt/Tema/Portugal/Turismo-82>
- Publituris (2016). *Turismo de Portugal lança observatório da atividade turística*. Disponível em: <https://www.publituris.pt/2016/04/29/turismo-de-portugal-lanca-observatorio-da-atividade-turistica/>
- Ramos, D. M.; Costa, C. M. (2017). “Turismo: tendências de evolução”, *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, Vol. 10, Nº 1, pp. 21-33. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/view/2843/dinav10n1>
- Rebelo, A. R. (2018). *Sigtur. Turismo de Portugal lança plataforma com informação geográfica*. Dinheiro Vivo. Disponível em: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/sigtur-turismo-de-portugal-lanca-plataforma-com-informacao-geografica-12793405.html>
- Reis, J. (2020). “Economia. Economia Política. Portugal. De onde vimos e onde estamos”. In António Portugal Duarte, Marta Simões, Pedro Bação e Rita Martins (Org.), pp. 423-438, *Estudos de Homenagem a João Sousa Andrade*. Coimbra, Almeida.
- Remoaldo, P.; Cadima Ribeiro, J.; Carvalho, R. (2019). “Turismo e descentralização: da perceção de alguns agentes sobre o turismo criativo à potenciação do desenvolvimento local”, *Livro de artigos do IV Conferência de Políticas Públicas, Planeamento e Desenvolvimento Territorial – Descentralização e Desenvolvimento* (Coord. de CEGOT e Fórum Cultural de Ermesinde), pp. 49-56, Valongo, Fórum Cultural de Ermesinde.
- Ribeiro, José Cadima; Vareiro, L. (2007). “Turismo e desenvolvimento regional: o espaço rural como destino turístico”. *Casa Nobre : um património para o futuro : atas do Congresso Internacional*”, pp. 470-486, Arcos de Valdevez, Câmara Municipal de Arcos de Valdevez.
- Ribeiro, M. (2003a). “Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural em Portugal”. In Portela, J. & Caldas, J. C. (Orgs.), pp. 199-216, *Portugal Chão*, Oeiras, Celta.
- Ribeiro, M. (2003b). “Pelo turismo é que vamos/poderemos ir (?). Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento local”. In Simões, O. & Cristóvão, A. (Orgs.), pp. 41-56, *TERN. Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra.
- Ribeiro, V.; Remoaldo, P.; Pereira, M.; Gôja, R.; Matos, O.; Freitas, I.; Alves, J. (2020). “Geo-Crowdsourcing Contributions for Cultural Mapping”, *Journal of Information Science Theory and Practice*, Vol. 8, Nº1, pp. 56 - 67.
- Richards, G.; Raymond, C. (2000). “Creative tourism”. *ATLAS News*, Nº23, pp.16-20.
- Richards, G. (2003). “Turismo creativo: una nueva estrategia?” In Ortega, E. (ed.), pp. 107-122, *Investigación y estrategias turísticas*, Madrid, Thomson.
- Richards, G. (2013). “Creativity and tourism in the city”. *Current Issues in Tourism*, Vol. 17, Nº2, pp.1-34.

Richards, G. (2014). “Creativity and tourism in the city”, *Current Issues in Tourism*, 2ª ed., Vol. 17, Nº2, pp.119-144.

Richards, G. (2020). “Designing creative places: The role of creative tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 85, Nº 102922, pp.1-11.

Santos, M.; Madrid González, A.; Haegeman, C.; Rainoldi, K. (2020). *Behavioural changes in tourism in times of COVID-19. Employment scenarios and policy options*. Luxemburgo, Publications Office of the European Union. Disponível em: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/392265/Behavioural+changes+in+tourism+in+times+of+COVID-19/059ea958-6696-467a-8507-2e8617a4b86a>

Santos, N. P.; Cunha, L. S. (2008). *Novas oportunidades para o espaço rural: análise exploratória no Centro de Portugal*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.

S.A.S. - Analytics Software & Solutions (2021). *Big Data. What it is and why it matters?* Disponível em: https://www.sas.com/pt_pt/insights/big-data/what-is-big-data.html

Silva, L. (2006). “Os impactos do turismo em espaço rural”, *Antropologia Portuguesa*, Vol. 22/23, pp. 295-317.

Silva, L. (2007). *Processos de mudança nos campos. O turismo em espaço rural. Tese de Doutoramento*, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal.

Sousa, B. M. B.; Vareiro, L. M. C.; Coelho, D. A. G.; Mota, L. M. P. S.; Silva, F. S. (2019). “Criatividade no turismo e envolvimento do visitante: o estudo de caso de Loulé (Portugal)”, *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*, Vol. 9, Nº1, pp.62-77.

Tosun, C.; Jenkins, C. L. (1996). “Regional planning approaches to tourism development”, *Tourism Management*, Vol. 17, Nº7, pp. 519-531.

Turismo do Alentejo e Ribatejo (2020). *Informação turística do Turismo do Alentejo*. Disponível em: <https://www.visitalentejo.pt/pt/>

Turismo do Algarve (2020). *Centro de Documentação e Informação do Turismo do Algarve*. Disponível em: <http://biblioteca.turismoalgarve.pt/advsearch.aspx?base=ALGAR>

Turismo do Centro (2020). *Informação turística do Turismo do Centro*. Disponível em: <https://turismodocentro.pt/>

Turismo de Portugal (2017). Relatório de Sustentabilidade. Disponível em: <https://travelbi.turismo-deportugal.pt/pt-/Documents/Sustentabilidade/Estrat%C3%A9gia%20de%20Sustentabilidade/relatorio-sustentabilidade-2017.pdf>

Turismo de Portugal (2020a). Plataforma *Travel BI*. Disponível em: <https://travelbi.turismo-deportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>

Turismo de Portugal (2020b). *SIGTUR - Sistema de Informação Geográfica do Turismo*. Disponível em: <https://sigtur.turismo-deportugal.pt/>

Turismo de Portugal (2020c). *Taxa de Sazonalidade*. Disponível em: <https://travelbi.turismo-deportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/Sustentabilidade/taxa-de-sazonalidade.aspx>

Turismo de Portugal (2021). *Ativos estratégicos da Estratégia Turismo 2027*. Disponível em: http://business.turismo-deportugal.pt/pt/Conhecer/estrategia-turismo/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx

Turismo do Porto e Norte de Portugal (2020). *Produtos estratégicos*. Disponível em: <http://www.por-toenorte.pt/pt/>

Uğur, N. G.; Akbiyık, A. (2020). “Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison”. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 36, Nº100744. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>

United Nations (2015). *The 17 Goals. Sustainable Development*. Disponível em: <https://sdgs.un.org/goals>

UNWTO - World Tourism Organization; Centre of Expertise Leisure; Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; NHL Stenden University of Applied Sciences (2018), ‘Overtourism’? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*. Madrid, UNWTO. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>

UNWTO - World Tourism Organization (2019). *International Tourism Highlights*. Madrid, UNWTO. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

Vaz, D.; Nofre; J. (2018). “Conhecimento, Criatividade e Novas Dinâmicas Urbanas: Repensar os Territórios De Baixa Densidade Em Portugal”, *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, N°49, pp. 77-88.

VVF (2020). *VVF – Villages*. Disponível em: <https://www.vvf-villages.fr/>

W.E.F. - World Economic Forum (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point*, 129 p. Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

Yüksel, F.; Bramwell, B.; Yüksel, A. (2005). “Centralized and decentralized tourism governance in Turkey”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, pp. 859–886. 7

Agradecimentos e Reconhecimentos

A investigação realizada foi desenvolvida com o apoio do Projeto CREATOUR: Desenvolver Destinos de Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e Áreas Rurais (projeto n.º 16437), que é financiado pelo Programa de Atividades Conjuntas (PAC) do Portugal 2020, através do COMPETE 2020, POR Lisboa, POR Algarve e da Fundação para a Ciência e a Tecnologia.