



**Universidade
Europeia**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Dissertação para Obtenção de Grau de Mestre
Mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria

Turismo e Desenvolvimento Social

Uma combinação essencial para o progresso do destino turístico

Orientadora: Professora Doutora Antónia de Jesus Henriques Correia

Joana Filipa da Silva Pinteus
50032145



À Raquel e ao André – Os principais motivadores da realização desta dissertação.

Agradecimentos

Primeiramente não posso deixar de agradecer a todos aqueles que me ajudaram e apoiaram neste trabalho.

À Professora Dra. Antónia Correia um agradecimento imenso pela oportunidade de a ter tido como orientadora, pela sua sabedoria e os seus ensinamentos durante todo o processo de orientação, pela sua disponibilidade, bons conselhos e principalmente pela sua compreensão desde o início até ao fim desta dissertação – muito lhe devo.

À minha mãe, pai e irmão um agradecimento emotivo e sincero por todo o apoio incondicional, compreensão e paciência para as ausências durante o meu percurso académico - Obrigada por serem a minha principal referência ao longo deste caminho.

À minha família – Obrigada pelos sorrisos e pelos pilares.

Um obrigado muito especial à Tia Guida – a sua orientação, o seu amor e a sua insistência em tornar-me alguém melhor tornou este momento possível.

Às minhas sobrinhas – Madalena e Mafalda – É por elas e para elas que todos os dias dou o meu melhor.

Um obrigado com muito carinho ao Bruno, que em todos os momentos esteve do meu lado. Agradeço a força, os conselhos, a motivação diária, a compreensão, o incentivo, o carinho e amor que se tornaram essenciais e fundamentais ao longo deste percurso académico.

À minha afilhada – Maria – Que tantas vezes me ajudou e apoiou apenas com o seu sorriso maroto.

Por fim, agradecer a todos os meus amigos, que me apoiaram aceitando sempre as minhas fases menos boas e constantes ausências. Obrigada pela incansável amizade e manifestações de força e encorajamento.

Resumo

A presente dissertação tem como objetivo principal e fundamental avaliar as perceções e as atitudes dos residentes das Aldeias Históricas face ao desenvolvimento do turismo. O desenvolvimento sustentável desta atividade implica o envolvimento da comunidade local e neste sentido foi necessário a realização de uma reflexão teórica, a partir de uma revisão bibliográfica sobre as perceções dos impactos do turismo e os modelos que têm sido utilizados para avaliar as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento turístico e sobre os fatores que influenciam a perceção dos mesmos.

Com base nessa revisão bibliográfica desenvolveu-se um modelo de investigação que pretende avaliar os fatores sociais que moderam o desenvolvimento turístico. Este modelo foi aplicado a x aldeias históricas de Portugal.

Esta tarefa envolveu a realização de um inquérito por questionário aos residentes desta região, tendo sido utilizado, após o enquadramento geral dos métodos de amostragem, o método de amostragem não probabilístico. Através da administração direta foram obtidos 110 inquéritos na totalidade das regiões entre Outubro e Janeiro.

O questionário incluía questões relacionadas com o perfil sócio-demográfico da população local, o nível de interação com os turistas, a perceção dos impactos e as atitudes face ao turismo. A análise dos resultados que resultam desta investigação permite observar que na generalidade os residentes das Aldeias consideram que o turismo tem mais impactos positivos para a região do que negativos, nomeadamente em termos económicos e culturais.

No entanto, observa-se que alguns dos residentes percecionam já alguns impactos negativos do turismo, nomeadamente em termos sociais e ambientais, como por exemplo na poluição ou no aumento do tráfego.

No que diz respeito às suas atitudes face ao turismo, a investigação identificou que os residentes concordam com o desenvolvimento do turismo, pois a grande maioria dos residentes afirmou que apoia o desenvolvimento do mesmo. Os resultados obtidos permitem, também, concluir que o principal fator que influencia a perceção dos residentes sobre os impactos do turismo é condicionada pelo afunilamento da definição de turismo, ou seja, ainda é observado num sentido muito restrito e somente virado para a oferta hoteleira da zona.



A dissertação termina com algumas contribuições e recomendações para que a investigação presente ajude no desenvolvimento do turismo nesta região e para auxiliar a maximização do papel do turismo.

Palavras-Chave: Comunidade local, impactos do turismo, desenvolvimento, atitudes, qualidade de vida dos residentes, bem-estar, Aldeias Históricas

Abstract

The main objective of this dissertation is to evaluate the perceptions and behavior of the residents of the Historical Villages regarding the development of tourism. The sustainable development of this activity implies the involvement of the local community. It was necessary to carry out a theoretical reflection, based on a bibliographic review about the perceptions of tourism impacts and the models that have been used to assess the residents' behavior regarding Tourism development and the factors that influence their perception. Based on this bibliographic review, a research model was developed that intends to evaluate the previously referenced factors. Its evaluation and validation was achieved through its application to a tourist destination in Portugal - The Historical Villages of Portugal.

This task involved a survey (questionnaire type) to the residents of this region using the non-probabilistic sampling method (after performing the general framework of sampling methods). Through direct administration, 110 surveys were obtained in all regions between October and January.

The survey included questions related to the socio-demographic profile, the level of interaction with tourists and the perception of impacts and attitudes towards tourism of the local population. The analysis of the results of this research shows that, in general, the residents of the villages consider that tourism has more positive impacts on the region than negative ones, especially in economic and cultural terms. However, it is noted that some of the residents already perceive some negative impacts of tourism, particularly in social and environmental terms, such as pollution or increased traffic.

Regarding their attitudes towards tourism, research has identified that residents agree with the development of tourism, as the vast majority of them said they support the development of tourism. The results also allow us to conclude that the main factor that influences the perception of the residents about the impacts of tourism is conditioned by the narrowing of the definition of tourism, that is, it is still observed in a very restricted sense and only focused on the hotel offer of the zone.



The dissertation ends with some contributions and recommendations for the present research to assist in the development of tourism and to help maximize the role of tourism in this region.

Key words: Local community, tourism impacts, development, attitudes, residents' quality of life, well-being, Historical Villages

Índice Geral

Índice de Figuras.....	IX
Introdução.....	10
II – Enquadramento Teórico – Revisão Bibliográfica.....	12
Capítulo 1 – Turismo	
1.1. Conceito e Evolução do Turismo.....	12
1.2. Conceito de Residente.....	14
1.3. Turismo como instrumento para o desenvolvimento.....	15
Capítulo 2 – Bem-Estar e Qualidade de Vida do Residente	
2.1. Conceito de Bem-Estar.....	17
2.2. Conceito de Qualidade de Vida e seus métodos quantitativos.....	18
2.3. Bem-Estar VS Qualidade de Vida.....	20
Capítulo 3 – Turismo e Desenvolvimento Social	
3.1. Conceito de Desenvolvimento Social.....	21
3.2. Indicadores de Desenvolvimento Social.....	21
3.3. Impactos do Turismo no Desenvolvimento Social do Destino.....	21
III – Metodologia e Estudo de Caso.....	23
Capítulo 4 – Metodologia	
4.1. Objetivo.....	23
4.2. Modelo de Investigação e Recolha de Dados.....	23
4.2.1. Procedimentos para a recolha da área geográfica.....	24
4.2.2. Métodos de Recolha de Dados.....	25
4.2.3. Método de Amostragem e Instrumento de Recolha de Dados.....	26
Capítulo 5 - Caracterização das Aldeias Históricas enquanto destino turístico	
5.1. Objetivo.....	31
5.2. Caracterização da NUT.....	31
5.3. Caracterização Geográfica.....	32
5.4. Caracterização Demográfica.....	33
5.5. Caracterização Económica.....	35
Capítulo 6 – Análise e Discussão dos Dados	
6.1. Métodos de Análise de Dados.....	37
6.1.1. Tipos de Análise de Conteúdos.....	38
6.2. Análise de Resultados.....	39
Capítulo 7 – Conclusões e Recomendações	
7.1. Conclusões.....	54
7.2. Contribuições e Recomendações.....	56
7.3. Limitações da Investigação.....	57
Referências Bibliográficas.....	59
Anexos.....	66

Índice de Figuras

Figura 1 – Critérios de Amostragem.....	28
Figura 2 – Caracterização Geográfica.....	32
Figura 3 – Mapa da Região Centro com delimitação da NUT III.....	33
Figura 4 – População Residente.....	34
Figura 5 – Variação da População	35
Figura 6 – População Residente economicamente ativa.....	36
Figura 7 – O turismo é positivo para a aldeia?.....	39
Figura 8 – O turismo cria mais emprego para os residentes?.....	41
Figura 9 – O turismo traz mais riqueza a aldeia?.....	42
Figura 10 – Os preços aumentam devido à presença de turistas?.....	44
Figura 11 – O contacto com os turistas perturba a sua atividade diária?.....	45
Figura 12 – A presença de turistas dificulta o acesso dos residentes a equipamentos e locais de lazer?.....	45
Figura 13 – O aumento do turismo melhorou as infraestruturas locais?.....	47
Figura 14 – O turismo promove a cultura tradicional, local e artesanal?.....	48
Figura 15 – Gostaria que, no futuro, existisse mais turismo na Região?.....	49
Figura 16 – Na sua opinião o desenvolvimento da aldeia depende do Turismo?.....	50

I - Introdução

Esta dissertação insere-se no âmbito de um projeto de investigação para o cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Turismo e Hotelaria.

As relações entre a população local e o turismo são um tema de investigação pertinente para o desenvolvimento do turismo. A grande maioria das investigações realizadas sobre esta temática reconhece claramente que a comunidade deve ser objeto de análise para o sucesso do destino turístico e por isso nesta dissertação vamos investigar as perceções, preferências e prioridades dos residentes sobre os impactos do turismo assim como as suas atitudes e reações face ao desenvolvimento do turismo.

A aposta no setor turístico, como objetivo principal, de promover e dinamizar a economia tem sido cada vez mais frequente no mundo inteiro. No entanto, essa aposta pode ser positiva ou negativa e afeta diretamente a população local desses destinos.

Embora já exista literatura sobre a temática das perceções e das atitudes da comunidade local face ao desenvolvimento do turismo, ainda existe uma falha no que diz respeito a estudos realizados na região Centro de Portugal o que justifica o foco desta investigação que apesar do seu carácter exploratório, versa sobre uma área de Portugal onde o desenvolvimento tarda em chegar e, por isso está ávida de estudos – As Aldeias Históricas de Portugal. Pretende-se compreender como é que a população local vê o desenvolvimento turístico e até que ponto estão recetivos a esta situação. Poucos são os estudos que abordam a propensão da população para receber e contribuir para o desenvolvimento turístico dum destino turístico, nestes contextos de quase desertificação as aldeias históricas continuam por estudar, apesar da sua inserção em programas de desenvolvimento turístico. Estes programas dos quais se destaca o relançamento da Rede das Aldeias Históricas de Portugal em moldes mais comerciais e empresariais, tem vindo a fazer crescer a procura turística nesta zona, ainda que se desconheça qual a recetividade da população local a este desenvolvimento.

Em termos gerais a metodologia adotada para desenvolver esta dissertação contemplou numa primeira fase uma revisão da literatura sobre a perceção da comunidade local dos impactos do turismo, a sua qualidade de vida e bem-estar, a importância da população no sucesso do destino e todas as suas vertentes, e seguidamente, com base nessa revisão, foi construída uma investigação de forma a identificar os fatores mais relevantes e que mais influenciam essas mesmas perceções e atitudes.

Assim sendo, esta dissertação está organizada em quatro partes. A primeira parte corresponde à – Introdução - onde se descrevem os objetivos da dissertação, a sua relevância e a sua estrutura. A segunda parte contempla os três primeiros capítulos de enquadramento teórico, ou seja, a sua natureza teórica descreve os conceitos que servem de âncora aos argumentos centrais desta investigação. No **primeiro capítulo** definimos conceitos e evolução do turismo, conceito de residente e turismo como instrumento para o desenvolvimento. No **segundo capítulo** abordamos a temática do bem-estar enquanto que no **terceiro capítulo** enquadrámos o turismo com o desenvolvimento social.

As doutrinas da parte teórica do nosso estudo permitiram o progresso para a avaliação das atitudes dos residentes face ao turismo, que é desenvolvido na terceira parte deste estudo. A terceira parte incorpora o estudo empírico, que foi realizado no destino turístico das Aldeias Históricas e é constituída por dois capítulos.

No **quarto capítulo** descreve-se o objetivo da investigação, o modelo utilizado e a recolha de dados da mesma, ou seja, desenvolvemos toda a parte da metodologia aplicada e o estudo de caso realizado nas Aldeias de Piodão, Belmonte, Trancoso e Sortelha.

No **quinto capítulo** caracteriza-se a região do destino que é objeto de aplicação do modelo – As Aldeias Históricas - e esta caracterização realiza-se em termos geográficos, demográficos e económicos.

A quarta e última parte é constituída pelo **sexto capítulo** que contempla a apresentação da análise de resultados obtidos da investigação realizada durante a dissertação e por fim o **sétimo capítulo** que integra as principais conclusões alcançadas, algumas recomendações para os agentes responsáveis pelo desenvolvimento turístico e futuras investigações e por uma breve apreciação crítica das limitações decorrentes da escolha da metodologia utilizada.

II - Enquadramento Teórico

Capítulo 1 – Turismo

1.1. Conceito e Evolução do Turismo.

Turismo é definido pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 2008) do seguinte modo: “O turismo inclui tanto a deslocação e as atividades realizadas pelas pessoas durante as suas viagens e estadas bem como as relações que surgem entre eles em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano e mínimo de 24 horas (pernoita no destino), principalmente com fins de lazer, negócios e outros fins.”

O Turismo não é um fenómeno recente, pois muitas civilizações anteriores ao século XIX, já o conheciam. Na História da Grécia Antiga, os tempos livres eram dedicados à cultura, diversão, religião e desporto. Os deslocamentos mais destacados eram os que se realizavam com a finalidade de assistir às olimpíadas (que ocorriam a cada 4 anos na cidade de Olímpia).

Durante o Império Romano as classes privilegiadas frequentavam águas termais como as de Pompeia, S. Rafael, Hyères ou Miróbriga, eram assíduos de grandes espetáculos, em teatros, e realizavam deslocamentos habituais para a costa (Lickorish, 2000). Com o fim do Império Romano acabam-se as viagens como forma de lazer e na Idade Média, as viagens passam a ter uma natureza cada vez mais religiosa: o culto dos lugares sagrados, as peregrinações, as romarias, as termas como locais de cura. Meca, Jerusalém, Roma, Santiago de Compostela e Braga são grandes locais de visita (Gyr, 2010).

A partir do final do século XVIII e início do século XIX as viagens de lazer aumentaram (Silva, 2011) e em 1830 foi inaugurado o primeiro caminho-de-ferro para passageiros entre Liverpool e Manchester. A expansão deste meio de transporte pelo resto da Grã-Bretanha, Europa e América do Norte foi muito rápida e em 1841 só na Grã-Bretanha 2 milhões de pessoas já utilizavam o caminho-de-ferro (Lickorish, 2000).

Em Portugal, esta era uma época romântica e elitista, existiam viajantes e não turistas, sendo que os que viajavam o faziam para cultivar o intelecto. Em 1780, existia já o Hotel Lawrence em Sintra, uma estância real, de acordo com os costumes da época, era brilhante para doentes convalescentes em doenças dos pulmões e tuberculose, mas é em 1840, que

surge o primeiro sinal para o início do turismo em Portugal, com a inauguração, em Lisboa do primeiro Hotel – o Hotel Bragança. Sintra, que já era considerada um local de atração turística, quando D. Fernando manda construir o Palácio da Pena (1839-1850) acaba por tornar-se num grande ponto turístico (Alexandre, 2001).

Surgem também nesta época algumas estâncias termais (Gerês, Vizela, S. Pedro do Sul, Caldas da Rainha) e simultaneamente, deslocam-se banhistas do interior para as praias da Póvoa do Varzim, Figueira da Foz e Foz do Douro (Alexandre, 2001). Deste modo, a atração pelo mar é geral, tendo interessado não apenas às elites das cidades nacionais e estrangeiras, mas também às classes médias e aos rurais das Beiras e do Algarve. Nesta altura, despertou-se ainda por toda a Europa incluindo Portugal, o interesse pelas termas utilizadas com fins terapêuticos.

Em 1841 Thomas Cook fez um enorme trabalho de investigação para modificar o modo como se viam as viagens, criando o primeiro pacote de turismo. Nesta altura já se realizavam excursões organizadas pelas empresas dos caminhos-de-ferro, mas Thomas Cook inovou ao oferecer transporte e estadia. Desde esta altura, os hotéis começaram a surgir nas cidades com bons acessos rodoviários e ferroviários. Com o virar do século, começaram a surgir as primeiras cadeias hoteleiras e a extensão dos serviços de refeição a restaurantes e casas de chá (Brendon, 1991).

O avanço da aviação comercial, a criação do automóvel, e o desenvolvimento dos operadores turísticos, começa a lançar os turistas para os países do Sul de Itália, Grécia, Espanha e Portugal.

Entretanto, o avanço da economia dos países, o aumento do tempo de férias e subsidio de férias, são agentes que ajudaram para aquilo a que chamámos por turismo de massas interessados em Sol, Praia e Mar. Devido ao aumento substancial de turistas, era indispensável o desenvolvimento rápido da indústria turística, de modo, a criar as infraestruturas essenciais, tais como: a construção de Hotéis, Pousadas, Estalagens, na construção de aeroportos, mais Agências de Viagem entre outros. Para além do turismo de Sol e Mar começaram a desenvolver-se outros tipos de Turismo com vista a promover a nossa oferta turística: Turismo de Termalismo, Turismo de Negócios, Turismo Religioso, Turismo Cultural, Turismo Desportivo, entre outros.

Em todas estas formas de turismo, residentes e turistas, interagem determinando o sucesso desta atividade.

1.2 – Conceito de Residente

Conjunto de pessoas que, independentemente de estarem presentes ou ausentes num determinado alojamento no momento de observação, viveram no seu local de residência habitual por um período contínuo de, pelo menos, 12 meses anteriores ao momento de observação, ou que chegaram ao seu local de residência habitual durante o período correspondente aos 12 meses anteriores ao momento de observação, com a intenção de aí permanecer por um período mínimo de um ano (INE).

Conscientes do papel dos residentes para uma boa estratégia de desenvolvimento turístico têm surgido várias investigações sobre a importância dos residentes apoiarem o desenvolvimento turístico (Amuquandoh, 2009; Andereck et al., 2005; Andereck e Nyaupane, 2010; Archer e Cooper, 2002; Besculides et al., 2002; Eusébio e Carneiro, 2010; Gursoy e Rutherford, 2004; Haley et al., 2005).

A população nos destinos turísticos são as primeiras a serem afetadas pelos impactos do turismo nas suas comunidades e as perceções da comunidade local sobre os impactos do turismo podem ser negativas ou positivas, podendo assumir disposições menos ou mais agressivas, dependendo de como o ambiente interno e externo influencia o desenvolver dessas opiniões.

O desenvolvimento do Turismo não se limita a uma compatibilização entre a oferta de produtos turísticos e a procura turística; dado que o turismo contempla um conjunto de interações entre turistas e residentes, a aceitação dos residentes deve ser um elemento a ter em conta (Andereck & Vogt, 2000).

1.3 – Turismo como instrumento para o desenvolvimento

Hall (2000) refere que a contribuição social do turismo contempla a maneira pela qual o turismo e os efeitos nas viagens produzem mudanças na pessoa, na população residente, nos comportamentos, na organização da comunidade, nos estilos de vida e consequentemente na sua qualidade.

Para Morrison (2006), o turismo mistura movimento e convivência entre pessoas em diferentes áreas geográficas. Estabelecem-se conexões sociais entre pessoas que nunca se viram, com diferentes culturas, religiões, valores, língua entre outros. A conduta dos residentes no contacto com turistas e a maneira como interagem influencia as relações sociais que se estabelecem entre ambos.

Segundo Gartner (1996) a melhoria das infraestruturas sejam elas estradas, pontes, hotéis, restaurantes, postos de turismo, segurança, saúde e no turismo em geral tem benefícios para o turista, mas ainda mais para a comunidade local. Ou seja, as atividades e atrações que por via do turismo ficaram disponíveis para o desenvolvimento local são uma mais-valia para a população residente.

Em suma, na perspetiva do mesmo autor, aperfeiçoando os serviços envolventes ao turismo, contribuir-se-á também para o melhoramento dos serviços básicos da comunidade local e consequentemente é uma forma de melhorar a qualidade de vida dos residentes.

Para Morrison (2006) o turismo aparece como mediador nas mudanças sociais entre os residentes e os turistas, ou seja, o convívio entre ambos oferece oportunidades para cada um aprender mais sobre outro permitindo a compreensão e o entendimento entre ambos. Por outro lado, há autores que defendem que existe falta de um método sólido na mensuração da importância social do turismo, isto é, um instrumento que realmente avalie sem enviesamentos a relevância do turismo na comunidade local (Lankford e Howard 1994 cit. em Hall 2003).

Doxey (1976 cit. em Gartner 1996) identifica quatro fases do processo de desenvolvimento social, que auxiliam a determinar quando acontecem os contactos sociais e da maneira como ocorrem:

1) Euforia - nesta fase os residentes aceitam o progresso do turismo e estão dispostos a dividir os seus recursos naturais com os turistas. Esta fase caracteriza-se por mais oportunidades de emprego, aumento dos rendimentos da população local e reforçam-se novas construções para o turismo.

2) Apatia - caracterizada pelo célere crescimento do turismo. O nível de turismo atinge o ponto onde a singularidade da chegada de turistas faz parte da aceitação população.

3) Irritação – Esta fase é caracterizada pela expansão contínua do turismo, pelo acréscimo de turistas no destino, caracterizado também por um desenvolvimento do turismo não delineado para as áreas mais sensíveis. A população local partilha com os turistas desconhecidos, locais que têm usado para seu próprio usufruto. Esta fase é também assinalada pela subida constante de preços, ou seja, os residentes começam a atribuir ao turismo a culpa pelo uso dos recursos que deveriam pertencer apenas aos locais e pela subida do custo de vida dos residentes.

4) Antagonismo - Caracterizado pelo sentido de perda da terra pelos residentes que imputam a culpa aos turistas pelas mudanças no destino. Nos países em desenvolvimento, esta fase ocorre depois da população perceber que o turismo não lhe vai acrescentar mais bem-estar e qualidade de vida. Surge nesta fase as principais assimetrias sociais entre visitantes e moradores, causadas pelo aumento dos turistas na época sazonal.

As fases mencionadas pelo autor podem estar interligadas com as fases do ciclo de vida do produto no destino. Morrison em 2001 identifica quatro etapas: introdução, crescimento, desenvolvimento e declínio.

- 1) Introdução;
- 2) Crescimento;
- 3) Desenvolvimento;
- 4) Declínio.

O mesmo autor afirma que a fase do declínio pode dar lugar ao final do destino ou ao seu rejuvenescimento.

Percebe-se, após a revisão da literatura e sua análise, que o turismo pode influenciar diretamente o desenvolvimento social do destino, de uma região ou de um país pois a empregabilidade pode ser uma oportunidade para a população residente aumentar o seu bem-estar económico e psicológico assim como melhorarem a sua qualidade de vida devido aos serviços que referimos anteriormente (estradas, pontes, hotéis, restaurantes, postos de turismo, segurança, saúde e no turismo em geral) que podem contribuir para um padrão mais elevado na estrutura social do destino.

Capítulo 2 – Bem-Estar e Qualidade de Vida do Residente

2.1. Conceito de Bem-Estar

Essencialmente, o conceito de bem-estar subjetivo é considerado, simultaneamente, um conceito complexo, que integra uma dimensão cognitiva e uma dimensão afetiva e tenta entender o que faz as pessoas felizes (Diener, 1984,1997,1999,2000). A dimensão afetiva representa 2 fatores: a afetividade negativa (tendência para experimentar sentimentos desagradáveis) e a afetividade positiva (tendência para experimentar sentimentos agradáveis). A dimensão cognitiva é representada por um fator que é a satisfação com a vida. Diener et al. (1999) conclui que o bem-estar subjetivo é uma reação avaliativa que os indivíduos fazem à sua própria vida, quer em termos de satisfação (avaliação cognitiva), quer em termos de afetividade (reações emocionais).

Nos últimos anos surgiram teorias sobre o bem-estar subjetivo, havendo uma distinção entre teorias base-topo e teorias topo-base (Simões et al., 2000; Jesus & Rezende, 2009). As teorias base-topo vêem o bem-estar como resultado do efeito cumulativo de experiências positivas nos vários domínios da vida e as teorias topo-base defendem que as experiências não são objetivamente agradáveis ou desagradáveis, a interpretação do indivíduo é que as torna como tal. Esta abordagem enfatiza o indivíduo como ser ativo e organizador da sua experiência de vida.

Muitos autores não concordavam com esta visão, na qual a felicidade não poderia ser o principal critério do bem-estar. No entanto, Fromm (1981) defende que atingir o bem-estar requiere a distinção entre necessidades/desejos que são apenas sentidos subjetivos e cuja satisfação leva ao prazer momentâneo, daquelas necessidades que estão enraizadas na natureza humana e cuja realização conduz ao crescimento pessoal e produz eudaimonia.

Assim, nos anos 80 é proposto por Ryff (1989) o conceito do bem-estar psicológico, como distinto do bem-estar subjetivo, e é uma conceção que enfatiza as características do crescimento e desenvolvimento humano. Segundo o autor (Ryff & Reys, 1995) o bem-estar psicológico é composto por 6 componentes: ter uma atitude positiva perante si próprio e a vida passada; ter metas e objetivos que confirmam significado à vida; estar apto a lidar com as exigências da vida; ter um sentido de desenvolvimento contínuo; possuir vínculos afetivos e confiar nos outros; e estar apto a seguir as próprias convicções. Nesta

perspetiva, o bem-estar é concebido como resultado de um conjunto de processos cognitivos, afetivos e emocionais.

Seja qual for a perspetiva utilizada, está amplamente aceite que o bem-estar compreende múltiplas dimensões, incluindo avaliações subjetiva em função de valores e padrões pessoais (Novo, 2005).

Segundo Novo (2003) o modelo de bem-estar psicológico mostra-se mais adequado à exploração do conceito de bem-estar devido às suas bases teóricas e à metodologia de avaliação que preconiza, segundo Ryan (Ryan & Deci, 2001) o bem-estar é melhor percebido se incluir aspetos de ambas as perspetivas.

Neste trabalho propõe-se uma avaliação qualitativa do bem-estar dos residentes face ao turismo na sua área de residência.

2.2 – Conceito de Qualidade de Vida e seus métodos quantitativos

O conceito de qualidade de vida foi utilizado primeiramente em meados de 1920 para se referir às condições de trabalho e suas consequências para o bem-estar dos trabalhadores, mas só após a 2ª Grande Guerra é que se começa a utilizar este termo com preocupações científicas levando à necessidade de desenvolver medidas que a pudessem qualificar (Ribeiro, 2009).

Através de um relatório da Comissão on National Goals surge o primeiro padrão para avaliar a qualidade de vida (Ribeiro, 1994). Este relatório tinha como objetivo promover a qualidade de vida da população americana através de indicadores como a educação, o crescimento económico, a saúde e o bem-estar. Na década de 70 começaram a ser publicados os primeiros estudos sobre este tema. Liu (1975) referiu que a qualidade de vida deveria ser medida por nove indicadores facilmente quantificáveis, e considerava que esta possuía dois componentes: um subjetivo (psicológico) e outro objetivo (social, económico, político e ambiental), referindo ainda que a componente subjetiva (qualitativa, dependente da perceção individual) não era possível ser mensurada naquela época (Couto, 2012).

A qualidade de vida tem-se tornado num tópico de discussão alargado nos últimos anos, mas defini-la é difícil uma vez que é uma experiência subjetiva que depende das perceções e sentimentos individuais. Existem mais de 100 definições e modelos de qualidade de vida, mas há acordo quanto ao facto de ser um constructo multidimensional e interativo, que abrange muitos aspetos da vida das pessoas e seus ambientes (Shalock, 1996). Inúmeros conceitos têm sido utilizados como sinónimos de qualidade de vida como o bem-estar, felicidade, satisfação com a vida (Couto, 2012).

As investigações sobre a qualidade de vida iniciaram-se no final da década de 60. É a partir desta época que se começa a utilizar, com preocupações científicas, esta expressão. O termo qualidade de vida cresceu em popularidade com o desenvolvimento das economias do pós-guerra, essencialmente nas dos países desenvolvidos. Este crescimento em popularidade levou à necessidade de estudar, aprofundar e desenvolver medidas que pudessem qualificar essa “entidade vaga e etérea” como lhe chamam Campbell, Converse e Rodgers (1976). Os autores identificaram 12 domínios: saúde, casamento, vida familiar, governo, amizades, habitação, emprego, comunidade, fé, atividades de lazer, situação financeira e participação em organizações. Defendem ainda que apesar de as pessoas viverem em ambientes objetivos, cada uma delas percebe este ambiente de modo diferente e conseqüentemente fazem avaliações diferentes (Campbell et al., 1976).

Fallowfield (1990) defende que existem quatro dimensões na qualidade de vida: psicológica (humor, sofrimento emocional, adaptação à doença); social (relacionamentos sociais, actividades de lazer); ocupacional (trabalho); e física (mobilidade, dor, sono e apetite). Mais tarde Churchman (1992, citado por Ribeiro, 1994) argumenta que a qualidade de vida tem a ver com o juízo que o indivíduo faz sobre o grau em que estão satisfeitas as suas necessidades nos diferentes domínios da vida e Cramer (1993) define qualidade de vida como bem-estar físico, mental e social, não significando apenas a ausência de doença. Cummins (2000, citado por Liburd e Derkzen 2009) defende que a qualidade de vida a um primeiro nível, refere-se à satisfação do indivíduo com a sua vida tendo em conta um conjunto de indicadores tais como: nível de vida, saúde, relações sociais, segurança, comunidade onde se está inserido, espiritualidade/religião, objetivos de vida e à medida que vão ocorrendo alterações na vida esta pode variar ao longo do tempo.

Enea e Tanasoiu (2009) referem que a qualidade de vida implica a existência de um conjunto de condições materiais e sociais tais como: condições de trabalho, quantidade e

qualidade de serviços disponíveis, condições que vão de encontro às necessidades espirituais, atividades de lazer, liberdade política, ambiente, entre outras.

A OMS (Organização Mundial de Saúde) define a qualidade de vida como a percepção do indivíduo sobre a sua posição na vida, no contexto da cultura e sistema de valores em que está inserido, e em relação às suas expectativas, objetivos e preocupações (OMS, 1996). Trata-se de uma definição que contempla a influência da saúde física e psicológica, nível de independência, relações sociais, crenças pessoais e das suas relações com características inerentes ao respetivo meio na avaliação subjetiva da qualidade de vida individual. Neste sentido, poderemos afirmar que a qualidade de vida é definida como a “satisfação do indivíduo no que diz respeito à sua vida quotidiana”.

2.3 – Bem-Estar VS Qualidade de Vida

A sobreposição destes conceitos tem sido perceptível, quer através da sua utilização sinonímica, quer através da inclusão de um dentro do outro.

Para os autores Smith e Puczko (2009) a qualidade de vida é expressa de uma forma objetiva, descrevendo as circunstâncias de vida de uma pessoa, e não a reação da pessoa a essas circunstâncias. No entanto, alertam para o facto de outros autores definirem a qualidade de vida de modo mais vasto, incluindo também as percepções, pensamentos, sentimentos e reações individuais a essas circunstâncias.

Sirgy (2002) inclui a qualidade de vida dentro do conceito de bem-estar subjetivo, usando este termo para designar os aspetos subjetivos da qualidade de vida. Por outro lado, Falce e Perry (1995) definem o bem-estar como componente da qualidade de vida. Para estes autores, a qualidade de vida do indivíduo abarca uma apreciação global do bem-estar pessoal que engloba indicadores objetivos e subjetivos das dimensões física, material, social, produtiva, emocional e cívica, que são avaliados de acordo com os valores individuais.

Também Hughes (2006) defende que a qualidade de vida é um conceito mais abrangente na qual inclui a experiência de vida (domínio do bem-estar) para além das condições de vida (rendimento, estado civil, etc.).

Neste estudo parte-se do conceito de qualidade de vida e bem-estar, para entender as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento turístico.

Capítulo 3 – Turismo e Desenvolvimento Social

3.1. Conceito de Desenvolvimento Social

Desenvolvimento social é um processo através do qual os seres humanos conseguem atingir um melhor nível de vida para si e seus filhos, de modo a saberem possuir, usar, controlar e desfrutar de melhores condições de vida (Todaro, 2006).

Em suma, consiste no processo de garantia de condições sociais bem como da promoção da dimensão social do bem-estar por parte de todos os intervenientes sejam a nível local como organizações internacionais (Amaro, 2015).

3.2 – Indicadores do Desenvolvimento Social

“Porque razão se confunde frequentemente desenvolvimento social com crescimento económico?” Dudley Seers

Os indicadores sociais ajudam no conhecimento da realidade social de um país e contribuir para a supervisão e controlo das condições de vida da população. Existem diversos indicadores, tais como, índice de desenvolvimento humano, índice de desenvolvimento social, Curva de Lorenz entre muitos outros.

Concluiu-se, após investigação e revisão de literatura, sobre a importância da definição e existência destes indicadores visto que como refere Santagada (2007), embora a existência de informações e análises dos indicadores sociais *per se* não origine as transformações necessárias na área social, é fundamental construir as condições essenciais para aumentar a qualidade de vida e o bem-estar das comunidades.

3.3 - Quais os impactos do Turismo no Desenvolvimento Social do destino

Hoje em dia é motivo de discussão o tema – Desenvolvimento Social a partir do turismo. Alguns autores referem que o respeito e a proteção aos direitos humanos são os apoios essenciais para que se promova o desenvolvimento social e se possa construir uma sociedade humanizada.

Isto significa que é necessário analisar o desenvolvimento e os indicadores sociais para o turismo como atividade económica para o benefício da comunidade local e dos residentes

e os seus impactos.

No entanto, só se pode mensurar os impactos se adotarmos políticas que possam oferecer os requisitos fundamentais ao desenvolvimento social. Essas políticas podem surgir nas várias vertentes sociais, isto é, podem oferecer trabalho e atividade aos residentes, no investimento das infraestruturas locais, nos programas necessários para promover as aspirações e necessidades dos habitantes formando assim um conjunto de pressupostos que levam à melhoria das condições de vida.

Em suma, os impactos positivos podem ser avaliados com os indicadores da preservação do património, zonas históricas e reabilitação das localidades, limpeza do destino, qualidade de vida dos residentes e até fatores económicos como a empregabilidade ou investimento.

Por outro lado, existem autores que estudaram e defendem que também existem impactos negativos no desenvolvimento social dos residentes quando existe um aumento exponencial de turistas na sua localidade e não existe planificação do local.

Segundo Shankland Cox Partner, (1974 cit. em Morrison, 2006) o turismo envolve a conduta dos residentes e da comunidade local que têm que gerir os ganhos e os custos de vida com os turistas. Mas para além do envolvimento com todos os protagonistas no destino existem impactos que afetam as localidades, tais como: Sexo, Crime, Saúde.

O primeiro impacto – Sexo – Refere-se aos “turistas sexuais”, tal como refere o Cooper (1998), que considera aquele tipo de turista o que se desloca ao estrangeiro motivado por uma atitude liberal em relação ao sexo.

O segundo impacto – Crime – Tal como Mathieson e Wall (1982) poderá existir uma ligação entre o crime e o aumento do número de turistas numa determinada localidade.

Isto é, a presença de um maior número de turistas pode originar muitas atividades ilícitas, tais como, tráfico de drogas, roubos ou até violência. Temos como exemplo destinos turísticos onde o turista é assaltado ou maltratado devido a ideia de serem portadores de dinheiro para as férias e por outro lado destinos onde restaurantes, bares, hotéis entre outras infraestruturas que sofrem danos incalculáveis por atitudes de turistas.

O terceiro impacto – Saúde – Refere-se à interação e comunicação entre turistas e residentes de comunidades diferentes. Mesmo que não sejam doenças fatais existe uma possibilidade de existir indicadores que refletem problemas sociais na população local que pode não ser imune as doenças transmitidas pelos turistas (Cooper 1998). Temos como exemplo, localidades que acham negativo receber turistas de certos destinos onde são conhecidas doenças como a febre-amarela ou a gripe A.

III – Metodologia e Estudo de Caso

Capítulo 4 – Metodologia

4.1 – Objetivo

O objetivo deste capítulo é apresentar a metodologia utilizada nesta investigação e demonstrar o modelo na avaliação da perceção e influência da população local das Aldeias Históricas no sucesso do destino turístico. Os impactos socioculturais, económicos e ambientais da atividade turística ganham uma grande relevância na qualidade de vida da população local e de como os mesmos podem influenciar o triunfo do destino por isso este pode tornar-se um indicador importante para analisar o desenvolvimento local.

4.2 – Modelo de Investigação e Recolha de Dados

Primeiramente é importante referir que foi efetuada uma revisão bibliográfica sobre a temática para que o questionário e posterior análise de resultados estivessem assentes numa construção lógica.

Após analisar a literatura dos principais autores e investigadores desta área e perceber as suas metodologias e onde se focavam as suas questões principais sobre desenvolvimento social, turismo e satisfação dos residentes foi definida a problemática de forma mais concreta, clara e objetiva (salvaguardando que devido aos diversos estudos e abordagens torna-se difícil a comparação das suas análises).

Seguidamente o estudo centrou-se em compreender a influência dos residentes e as suas convicções no sucesso do destino turístico visto que a tomada de consciência de que o envolvimento da população local é extremamente importante, isto é, se os mesmos tiverem satisfeitos são mais tolerantes ao turismo por parte de todos os intervenientes, desde os investigadores, responsáveis e intervenientes pelos destinos até as atitudes dos turistas. Esta temática tem conduzido a uma grande panóplia de estudos sobre este tema com diferentes abordagens e metodologias.

4.2.1. Procedimentos para a escolha da área geográfica

A etapa seguinte centrou-se no local onde seria mais produtivo aplicar esta investigação. A área geográfica selecionada para o estudo foram as Aldeias Históricas de Portugal (no próximo capítulo realiza-se a caracterização das mesmas) e os principais fatores que levaram a escolher esta zona para a aplicação do modelo de investigação já anteriormente descrito foram:

- Tem tido grandes investimentos na área turística nos últimos anos nomeadamente, a construção e reabilitação de hotéis e turismos rurais com maior capacidade de alojamento e com equipamentos mais recentes com o propósito de dar resposta à procura turística que tem vindo a aumentar de ano para ano;
- As características da região por serem tão específicas envolvem uma aposta forte em estratégias que permitem o desenvolvimento sustentável equilibrando as necessidades tanto da população local como dos turistas;
- Ainda não existe investigação sobre a influência dos residentes para o sucesso do destino nesta área geográfica específica;
- As Aldeias Históricas por estarem inseridas neste território têm um conjunto de elementos que permitem criar uma identidade e dar continuidade a um projeto com muito futuro – História Cultura e Património – e por isso a extrema importância de uma investigação nesta área geográfica;
- A marca “Aldeias Históricas de Portugal” possui uma importância estratégica regional, e até nacional, pois como se tem vindo a comprovar trata-se do produto turístico de interior com maior procura em Portugal.
- Simultaneamente, acredita-se que este projeto pode representar para jovens, recém-licenciados, desempregados ou outros habitantes ou não sem ocupação profissional, uma iniciativa interessante de manter o emprego e/ou montar um negócio não só no alojamento, mas também nas diversas áreas turísticas tais como, empresas de animação, restaurantes de qualidade e serviços de desenvolvimento e por isso a importância do estudo para local;

- O turismo em Portugal está a atravessar uma fase de franca expansão, com um crescimento de 11,5% na atividade turística em 2016, face ao ano passado. Conseguindo assim estar posicionado nos lugares cimeiros das opções turísticas no contexto dos países mediterrânicos e embora o INE realce que Lisboa e o Algarve continuam a ser as zonas mais procuradas recebendo 39,5% do turismo todas as regiões mostraram um crescimento na procura.

4.2.2 – Métodos de Recolha de Dados

As investigações empíricas presumem sempre uma recolha de dados e os mesmos são informações na forma de observações, ou medidas dos valores de uma ou mais variáveis normalmente fornecidos por um conjunto de sujeitos (Hill e Hill, 2000). Os mesmos autores referem ainda que este conjunto de sujeitos podem ser famílias, pessoas singulares, empresas ou qualquer outro tipo para o qual o investigador pretende retirar conclusões a partir dos dados fornecidos. A esse conjunto de sujeitos dá-se o nome de População ou Universo (Hill e Hill, 2000), a partir do qual se define uma amostra.

Relativamente aos dados, para dar uma resposta mais eficaz e cumprir os objetivos da investigação, foi necessário recolher dados primários. Embora fosse muito mais dispendioso tanto em relação ao tempo como financeiramente é o melhor método para ser utilizado nesta investigação visto que possibilita a diminuição de possíveis erros que podem ocorrer na recolha dos dados secundários e assim ganhar uma maior credibilidade ao meu estudo.

Em suma, relativamente ao método de recolha de dados foi utilizado o inquérito para recolher os dados tendo optado pelo **Questionário** como instrumento de pesquisa.

4.2.3 – Método de Amostragem e Instrumento de recolha de dados utilizado na investigação

Após ter definido a área geográfica e o método de recolha de dados é importante referir a técnica de amostragem utilizada nesta investigação.

Segundo os autores Hill & Hill (2008) os métodos para fazer a seleção de uma amostragem estão concentrados em dois conjuntos:

1. Métodos de amostragem probabilísticos;
2. Métodos de amostragem não probabilísticos;

Os métodos de amostragem probabilísticos são os mais utilizados quando os investigadores pretendem generalizar o conjunto dos resultados a partir da amostra, ou seja, neste método toda a população tem a mesma probabilidade de ser escolhida. Os métodos mais utilizados são a amostragem aleatória simples, sistemática e a estratificada (Reis e Moreira, 1993).

Segundo os mesmos autores existem duas vantagens em utilizar os métodos referidos anteriormente, isto é, conseguimos estimar o grau de confiança da amostra do universo em estudo e é possível demonstrar a importância e representatividade da amostra.

Contudo, muitos investigadores optam pelo método da amostragem não probabilísticos visto que o outro método requer a existência de informação estatística prévia do universo estudado (Quiyy e Campenhoudt, 2008) e isso é uma barreira na investigação.

Os métodos de amostragem não probabilísticos permitem que a população seja escolhida pelo investigador através de critérios por este definidos. Deste grupo, os métodos mais utilizados são a amostragem por conveniência e a amostragem por quotas (Hill e Hill, 2000).

Após o enquadramento geral dos métodos de amostragem optou-se por usar nesta investigação o método de amostragem não probabilístico visto que é importante referir que no caso das Aldeias Históricas existia pouca informação estatística prévia assim como limitações de tempo e de recursos do próprio autor.

A falta de informações atualizadas sobre a população impossibilitou a adoção do método de amostragem por quotas, o método frequentemente utilizado neste tipo de investigação, tendo optado pela técnica de amostragem por conveniência.

A utilização desta técnica embora possa ser suscetível de alguns enviesamentos é a que nos mostra mais de perto a opinião da população estudada e nos dá uma perspetiva mais real para trabalharmos os resultados (não probabilísticos).

Seguidamente à definição da técnica de amostragem foi necessário encontrar a dimensão da amostra, utilizando como fatores principais: o tipo de informação desejada; a fiabilidade e exatidão dos resultados encontrados; a variação da população alvo e a dimensão da população total.

Assim, após a análise da literatura e o estudo dos fatores, foi definido que a estratificação da amostra seria:

Figura 1 – Critérios de Amostragem





Fonte: Elaboração Própria

Com base na estratificação da amostra foi determinado que seriam inquiridos 100 residentes das Aldeias Históricas.

O passo seguinte foi elaborar o instrumento para a recolha de dados que melhor se adequava à pesquisa e após uma revisão profunda de literatura o inquérito por questionário mostrou-se ser o mais adequado para este tipo de investigação tendo sempre em conta o tipo de informação que irei recolher assim como os recursos para os mesmos. Assim, a construção do questionário baseou-se em autores como Andereck e Nyaupane (2010), Eusébio e Carneiro (2010), Silva, 2011 e Souza (2009), assim como no contacto com a Dra. Maria Canavarro – que conjuntamente com a sua equipa validaram a escala de WHOQOL para Portugal – e com o Dr. José António Baião Carochinho - que validou as escalas de bem-estar – EBP.

Embora se tenha optado por uma dimensão mais pequena no questionário, apenas por razões de operacionalidade, o foco nestes autores alimentou a elaboração do questionário. Seguidamente criou-se um questionário que tinha como principal objetivo conseguir informação sobre a perceção da população das Aldeias Históricas do turismo, o impacto do mesmo, os fatores que influenciam essa opinião e por consequência as suas atitudes face ao aumento do turismo na região.

Para obter essas informações as questões estavam organizadas primeiramente pela identificação da amostra e a caracterização sociodemográfica do inquirido e depois pela perceção dos residentes e efeitos que o turismo tem na região. Assim, para a identificação da amostra foi incluída uma questão que possibilitasse verificar o local da residência de cada residente e para compilar as restantes informações referidas anteriormente foram compreendidas no questionário cinco questões para a caracterização sociodemográfica - Sexo, Idade, Estado Civil, Habilitações Literárias e Profissão – cinco questões sobre os impactos económicos, quatro questões sobre os impactos socioculturais, duas questões sobre os impactos ambientais e por fim duas questões de resposta livre.

Para concluir é importante referir como foi aplicado o questionário das aldeias históricas selecionadas.

O primeiro passo foi escolher as aldeias com os requisitos necessários para a investigação, ou seja, a identificação destas teve em conta número de residentes, as infraestruturas turísticas, assim como o seu desenvolvimento na área do Turismo. Posto isto, foram escolhidas das doze possíveis – Piodão, Trancoso, Belmonte e Sortelha – tendo sido efetuado 110 inquéritos na totalidade das regiões.

Relativamente à população inquirida foi feita uma estratificação da amostra sendo que condição de partida era ser residente na Aldeias. Após a construção do questionário e de estarem selecionados os locais, foi essencial identificar como se iria proceder a recolha do respetivo instrumento de pesquisa.

A aplicação do inquérito realizou-se com três deslocações às Aldeias Históricas visto que devido a atividade profissional apenas foram realizadas aos fins-de-semana. A primeira foi feita somente em Piodão onde se verificou alguma dificuldade na recolha da informação e as seguintes foram divididas entre Trancoso, Belmonte e Sortelha.

A realização do mesmo foi baseada numa abordagem direta aos residentes em vários locais selecionados tais como: nas ruas, nos postos de trabalho, em restaurantes, bares, postos de turismo entre outros visto que este método pode permitir uma diminuição significativa dos enviesamentos e aumenta exponencialmente a taxa de resposta. O universo de residentes seguiu as recomendações da literatura de que devem ser obtidas pelo menos sete entrevistas em cada um dos perfis identificados.

Capítulo 5 - Caracterização das Aldeias Históricas enquanto destino turístico

5.1 – Objetivo

Neste capítulo realizou-se uma breve apresentação das regiões que são objeto de estudo desta dissertação, ou seja, NUT III – Beiras e Serra da Estrela, Beira Baixa e Região de Coimbra.

Assim, iniciou-se com o enquadramento da nomenclatura das NUTS e o seu significado, e seguidamente com uma caracterização geográfica, demográfica e económica da região em investigação.

5.2 – Caracterização da NUT

Primeiramente é importante começar pelo significado da palavra NUT e o seu enquadramento, assim, NUTS é a Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins Estatísticos e foi criada pelo EUROSTAT em conjunto com os Institutos de Estatística de vários países da União Europeia para efeitos estatísticos.

As NUTS são baseadas numa divisão coerente e estruturada do território para que seja feita uma análise dos dados estatísticos do território económico comunitário e são compostas por diversos níveis hierárquicos (NUTS I, II E III) e são esses mesmos níveis que servem de suporte na recolha, organização e difusão dos dados estatísticos das regiões harmonizado a nível europeu. Ainda sobre a União Europeia a NUTS constitui também uma referência para a determinação da elegibilidade das regiões na Política de Coesão.

Em Portugal instituiu-se pela primeira vez as NUTS com a adesão à Comunidade Económica Europeia e sofreu consecutivas alterações através da legislação nacional.

Após sucessivas alterações em 2013 o Estado Português solicitou à Comissão Europeia um processo de revisão extraordinária da NUTS, mencionando uma reorganização da estrutura administrativa portuguesa e a de 8 de Agosto de 2014 as NUTS “passam a ter limites territoriais no Continente, coincidentes com os limites das Entidades Intermunicipais (EIM) definidos na Lei nº 75/2013. Esta nova divisão regional (NUTS 2013) começou a ser aplicada pelo Sistema Estatístico Nacional e Europeu a 1 de janeiro de 2015”

5.3 – Caracterização Geográfica

A NUT em estudo, onde está inserida a Rota das Aldeias Históricas, integra dez concelhos: **Almeida, Belmonte, Fundão, Figueira de Castelo Rodrigo, Idanha-a-Nova, Celorico da Beira, Mêda, Arganil, Sabugal e Trancoso** e segundo o Instituto Geográfico Português em 2014 este território tinha uma área total de 3898 Km².

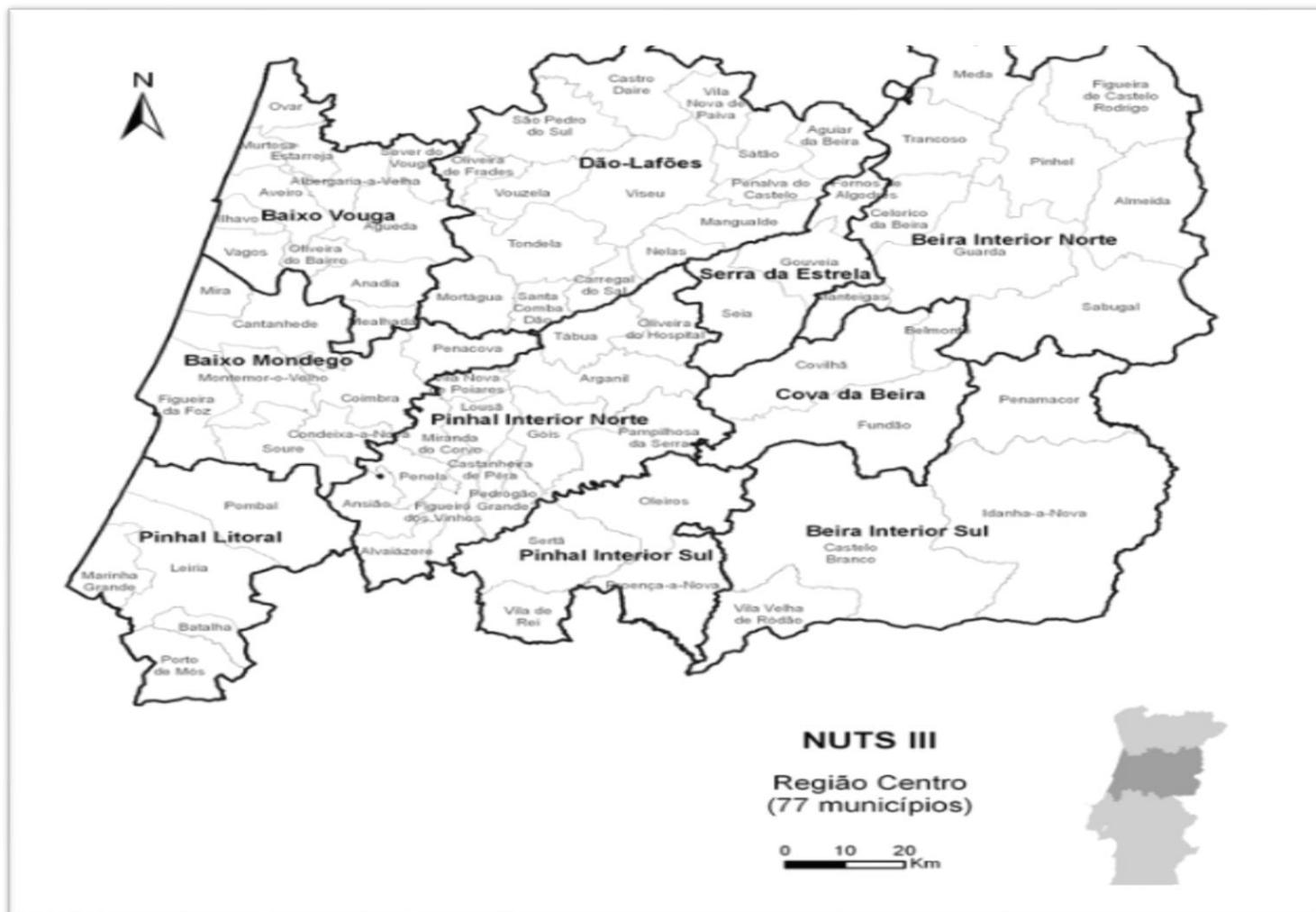
A figura 2 apresenta o resumo da caracterização geográfica da região em investigação e a figura 3 o respetivo mapa.

Figura 2 – Caracterização Geográfica

	Distrito	Concelho	NUT II	NUT III	KM²
Almeida	Guarda	Almeida	Centro	Beiras e Serra da Estrela	518
Belmonte	Castelo Branco	Belmonte	Centro	Beiras e Serra da Estrela	119
Castelo Mendo	Guarda	Almeida	Centro	Beiras e Serra da Estrela	518
Castelo Novo	Castelo Branco	Fundão	Centro	Beiras e Serra da Estrela	700
Castelo Rodrigo	Guarda	Figueira de Castelo Rodrigo	Centro	Beiras e Serra da Estrela	509
Idanha-a-Velha	Castelo Branco	Idanha-a-Nova	Centro	Beira Baixa	1.416
Linhares (Celorico da Beira)	Guarda	Celorico da Beira	Centro	Beiras e Serra da Estrela	247
Marialva (Mêda)	Guarda	Mêda	Centro	Beiras e Serra da Estrela	286
Monsanto (Idanha-a-Nova)	Castelo Branco	Idanha-a-Nova	Centro	Beiras e Serra da Estrela	1.416
Piódão	Coimbra	Arganil	Centro	Região de Coimbra	333
Sortelha	Guarda	Sabugal	Centro	Beiras e Serra da Estrela	823
Trancoso	Guarda	Trancoso	Centro	Beiras e Serra da Estrela	362
					3898

Fonte: CCDRC, 2014

Figura 3 – Mapa da Região Centro com delimitação da NUT III



Fonte: CCDRC, 2010

5.4 – Caracterização Demográfica

Primeiramente é importante referir que a caracterização demográfica não é apenas de uma região mas sim das doze Aldeias Históricas em estudo.

A população total residente nas doze aldeias é de aproximadamente 10.000 mil habitantes.

Figura 4 - População Residente

Zona Geográfica	População residente			População presente		
	Total	H	M	Total	H	M
Almeida	1314	613	701	1257	585	672
Belmonte	3183	1497	1686	3067	1436	1631
Castelo Mendo	87	36	51	85	34	51
Castelo Novo	406	194	212	392	185	207
Castelo Rodrigo	517	253	264	515	253	262
Idanha-a-Velha	63	30	33	61	28	33
Linhares (Celorico da Beira)	259	114	145	261	119	142
Marialva (Mêda)	255	121	134	238	110	128
Monsanto (Idanha-a-Nova)	829	369	460	884	389	495
Piódão	178	93	85	222	112	110
Sortelha	444	211	233	428	207	221
Trancoso	1577	771	806	1529	741	788
	9112	4302	4810	8939	4199	4740

Fonte: INE (2011)

Relativamente à população residente, apesar de o projeto da Rota das Aldeias Históricas ter sido criado para combater a desertificação e tenha vindo a atribuir à região Centro uma estratégia de valorização e desenvolvimento centrado em vetores como a Cultura, História ou Património, ainda se verifica um decréscimo significativo. Apesar da melhoria nestes números, este facto, deve-se principalmente aos fluxos migratórios para os grandes centros urbanos e também para o estrangeiro à procura de condições de vida melhores. Sobre este tópico é importante referir que este processo de desertificação pode influenciar um dos aspetos mais importantes na atividade turística: a troca de experiências, costumes e hábitos entre a população local e os turistas.

Seguidamente apresenta-se uma tabela com a variação da população residente, entre 2001 e 2011 onde se pode verificar tanto a variação negativa em todas as Aldeias como o envelhecimento da Região devido à desertificação entre outros fatores.

Figura 5 – Variação da população residente entre 2001 e 2011 (%)

Zona Geográfica	População residente -Variação entre 2001 e 2011 (%)				
	Var. Total	Grupos etários			
		0-14	15-24	25-64	65 ou mais
Almeida	-14.02	-36.07	-39.21	-15.73	6.54
Belmonte	-9.65	-26.94	-26.81	-5.96	2.05
Castelo Mendo	-14.02	-36.07	-39.21	-15.73	6.54
Castelo Novo	-7.21	-21.62	-28.53	-4.15	6.28
Castelo Rodrigo	-12.55	-23.81	-33.33	-8.77	-5.07
Idanha-a-Velha	-16.67	-19.20	-39.62	-15.34	-12.10
Linhares (Celorico da Beira)	-13.32	-21.51	-40.10	-8.61	-3.53
Marialva (Mêda)	-16.62	-32.47	-41.39	-13.90	-4.08
Monsanto (Idanha-a-Nova)	-16.67	-19.20	-39.62	-15.34	-12.10
Piódão	-10.85	-28.42	-29.36	-8.24	2.34
Sortelha	-15.65	-32.07	-35.96	-13.89	-7.80
Trancoso	-9.28	-27.21	-29.50	-4.74	2.38

Fonte: INE (2011)

5.5 – Caracterização Económica

Após a análise dos dados estatísticos de diversos fatores económicos conclui-se que a maior concentração de atividades das Aldeias se encontra no Sector Terciário (Atividades de Serviços), algo que ficou bem patente durante a realização dos questionários aos Residentes. Em segundo encontra-se o Sector Secundário (Indústria, incluindo energia e construção) e por último, mas com uma grande contribuição para as aldeias, encontra-se o Sector Primário (agricultura, caça e silvicultura; pesca e aquicultura).

Figura 6 – População Residente Economicamente Ativa

Zona Geográfica	Taxa de atividade em 2011 (%)		
	HM	H	M
Almeida	35.58	41.38	30.47
Belmonte	43.65	48.12	39.52
Castelo Mendo	35.58	41.38	30.47
Castelo Novo	41.92	46.31	37.88
Castelo Rodrigo	37.3	45.36	29.9
Idanha-a-Velha	30.18	35.4	25.44
Linhares (Celorico da Beira)	40.75	46.91	35.3
Marialva (Mêda)	35.37	41.99	29.43
Monsanto (Idanha-a-Nova)	30.18	35.4	25.44
Piódão	39.18	44.68	34.17
Sortelha	32.65	38.4	27.57
Trancoso	37.51	43.7	31.91

Fonte: INE (2011)

Relativamente ao indicador da Taxa de Desemprego, embora se encontre com uma situação mais favorável do que a média nacional (INE, Inquérito ao emprego), acompanha o quadro de instabilidade económica, financeira e política que assolou o País e que naturalmente se verificou nesta Região.

Relativamente às dormidas e ao número de hóspedes na Região Centro o INE afirma que do ano passado para este ano o primeiro indicador aumentou 11% e o segundo indicador aumentou 14,10%. Também os proveitos aumentaram e a tendência explanada pelos números, é para aumentar gradualmente.

Capítulo 6 - Análise e Discussão dos Dados

6.1 - Método de análise de dados

O método de análise de dados escolhido para esta dissertação foi o de Análise de Conteúdos.

A Análise de Conteúdos é uma ferramenta que permite ao investigador estudar o comportamento humano através da análise das suas comunicações. Usualmente são analisados os conteúdos escritos numa comunicação ou num texto embora, por exemplo, uma imagem possa ser também analisada relativamente ao conteúdo. (Fraenkel & Wallen, 2008).

Os mesmos autores defendem que um artigo científico, um filme, um inquérito, uma música ou até um objeto de artesanato tradicional reflete um comportamento humano e por isso pode ser alvo de uma análise de conteúdos.

Denscombe (1998) afirma que esta ferramenta é um meio que auxilia o investigador a analisar o conteúdo de documentos, e pode ser aplicado em qualquer conteúdo de comunicação.

O primeiro passo para podermos realizar uma Análise de Conteúdos é compor uma amostra que seja razoável para a nossa investigação e para isso Fraenkel & Wallen (2008) afirmam que a melhor forma é através de um sistema de categorias que permita a comparação de resultados e o foco no que se está a investigar.

Conforme o autor Berelson (Citado por Carmo e Ferreira 1998) em 1968 refere “a Análise de Conteúdos permite fazer uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tendo por objetivo a sua interpretação”, ou seja, conclui-se que o conteúdo deverá ser objetivo no sentido de facilitar a investigação entre todos e assim ser possível obter os mesmos resultados quando trabalhados sobre o mesmo conteúdo. Deverá ser igualmente sistemática devido ao foco da análise ser organizado num sistema de categorias de acordo com os objetivos da investigação. E por fim, quantitativa uma vez que as categorias selecionadas para a investigação são calculadas pela frequência de elementos pertinentes.

Mais tarde Bardin (2004) investiga mais profundamente sobre esta análise de conteúdos e afirma que esta deve ser mais vasta do que a mera descrição de conteúdos nas comunicações, mas também deverá ser uma interpretação do significado das características para uma análise mais rigorosa – “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de reprodução/receção (variáveis inferidas) destas mensagens”

6.1.1 – Tipos de Análise de Conteúdos

Grawitz (1993) reagrupa em três categorias a Análise de Conteúdo:

1. Análise de exploração e análise de verificação

Neste grupo existem dois propósitos – o da verificação de uma hipótese, onde o objetivo é bem delimitado e resulta na quantificação dos resultados; - a de exploração, onde não há hipóteses antecipadamente aclaradas, e por isso permite conduzir a diversos resultados.

2. Análise quantitativa e análise qualitativa

A análise quantitativa concentra-se essencialmente sobre a frequência dos elementos caracterizados enquanto que por outro lado a análise qualitativa foca-se fundamentalmente sobre o valor do tema, sobre o seu interesse e sobre se é algo novo ou não.

3. Análise direta e Análise Indireta

Ambas as análises estão relacionadas com o tópico anterior, ou seja, a análise direta está inteiramente ligada à análise quantitativa visto que envolve um processo de comparação do número de ocorrências dos elementos. Enquanto que a análise indireta interpreta os resultados e o que está por trás da linguagem expressa (Análise Qualitativa).

Presentemente, com o progresso das novas tecnologias, as fontes de comunicações são cada vez mais diversas. Blogs, Redes Sociais, Ambientes Virtuais ou até Comunidades Online estão cada vez mais no centro das investigações e conseqüentemente a ser alvo de uma análise de conteúdos (Gray, 2004). Não obstante disso, as ferramentas mais antigas (Diário de um investigador, Questionários, Fichas de leitura entre outros) continuam a ser extremamente utilizados para o estudo de amostras relevantes.

6.2 – Análise dos Resultados

A análise de dados envolveu duas circunstâncias – a primeira, a análise de cada caso individualmente (*Within-case analysis*); a segunda, procura de padrões ou conformidades entre os vários casos analisados (Eisenhardt, 1989).

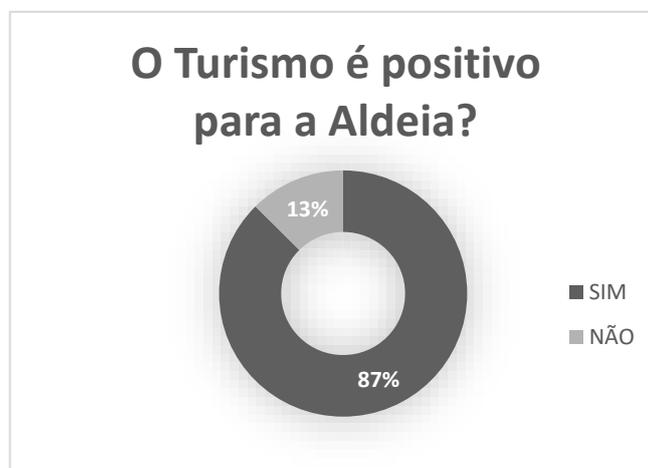
No que diz respeito à análise dos inquiridos foram elaboradas várias grelhas de análise no programa Excel para se proceder ao estudo.

No âmbito desta dissertação foram obtidos 96 questionários válidos, sendo que 10,4% administrados em Piodão, 18,8% em Trancoso, 40,6% em Belmonte e os restantes 30,2% em Sortelha. Do total dos inquiridos, 36,5% são do género masculino, casados (32,6%) e os restantes repartidos pelas categorias solteiros e divorciados. Em termos de habilitações literárias, apenas cerca de 14,6% dos respondentes tem formação superior.

Em relação à situação perante o emprego a maioria dos inquiridos estava a exercer uma atividade profissional remunerada (60%).

Apenas para dado comparativo, do total de residentes inquiridos, apenas 20% afirmam possuir um familiar a trabalhar no setor turístico.

Figura 7 – O turismo é positivo para a aldeia?



Fonte: Elaboração Própria

Uma análise mais pormenorizada dos resultados dos inquéritos permite afirmar que em resposta à primeira pergunta - **“O turismo é positivo para a aldeia?”**- de acordo com a opinião dos residentes que foram inquiridos nesta investigação 87% afirmam que o turismo contribui de forma bastante positiva para as Aldeias. As respostas evidenciam claramente que a população local atribui ao Turismo a explicação para o **maior dinamismo** na Aldeia - *“Quanto mais a aldeia é divulgada mais turistas, mais negócio, mais animação”* (Piodão, 57 anos, Comerciante) - *“É bom para que a aldeia não pare no tempo”* (Trancoso, 35 anos, Pedreiro) - *“Os turistas trazem dinâmica a Belmonte”* (Belmonte, 40 anos, Bancária).

Sob outra perspetiva, os residentes são da opinião que o turismo coopera diretamente para o combate à **desertificação** (que compromete a afirmação da região que por si só está em desvantagem competitiva devido à sua interioridade) e que é um bem necessário para que possam avançar para o futuro com mais jovens e mais oportunidades - *“Combate a desertificação e dinamiza o comércio”* (Belmonte, 36 anos, Funcionária Pública) - *“É sim menina. Gosto de ver pessoas novas por aqui embora eu já seja mobília”* (Sortelha, 71 anos, Agricultor)
- *“Para não ficarmos esquecidos aqui”* (Sortelha, 41 anos, Padeiro).

Em termos de perceções dos benefícios para o desenvolvimento também os residentes referem como foco de análise o **desenvolvimento** que o Turismo pode trazer para a região, assim como, a socialização e a melhoria da imagem das Aldeias - *“Porque traz muita alegria à aldeia e claro mais negócio”* (Piódão, 41 anos, Florista) - *“Porque origina maior movimento na aldeia”* (Trancoso, 50 anos, Comerciante) - *“Porque é sinal de evolução e prosperidade no futuro”* (Sortelha, 58 anos, Comerciante). No entanto, alguns residentes mostraram-se bastante cétricos de que alguma vez vá haver um fluxo de turistas significativo e muito desenvolvimento na região - *“Sim é positivo. Embora não tenha visto muitos turistas”* (Belmonte, 25 anos, Desempregada).

Em contrapartida apenas 12% consideram que o Turismo não é um potenciador de desenvolvimento económico para a região, sendo que apenas dois residentes reforçam o congestionamento da Aldeia e os restantes afirmam que o Turismo não trouxe mais desenvolvimento nem impactos positivos - *“Preferia quando havia menos confusão”* (Belmonte, 67 anos, Reformado) - *“Para quê menina? Temos sobrevivido bem sem o turismo”* (Sortelha, 72 anos, Reformada).

Em termos globais, os residentes consideram que o turismo contribui para o desenvolvimento económico local e por isso é positivo.

Na continuação do inquérito temos como questão - **“O turismo cria mais emprego para os Residentes?”** – para observar a perceção dos residentes relativamente aos impactos económicos. Neste campo podemos constatar que existe por parte da população um afunilamento do conceito de turismo, ou seja, ainda não estão devidamente esclarecidos sobre como pode o turismo trazer e melhorar os serviços que já existem tanto a montante como a jusante.

Figura 8 – O turismo cria mais emprego para os Residentes?



Fonte: Elaboração Própria

A revisão da literatura permitiu estudar que os residentes que trabalham diretamente na área do turismo tendem a percecionar mais os benefícios económicos do turismo.

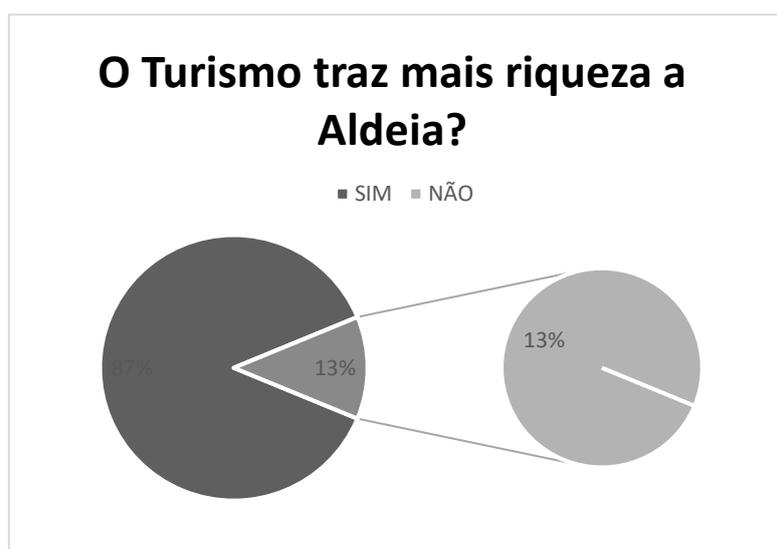
Observou-se que os residentes concordavam com um maior número de benefícios socioeconómicos designadamente com os impactos do turismo no aumento do número de emprego e na melhoria do nível de qualidade de vida da população (80%) – *“É muito bom para a juventude”* (Trancoso, 20 anos, Solteiro) – *“O meu caso é exemplo disso. Saí de Belmonte para tirar o meu curso superior e com a abertura de novos museus voltei para trabalhar num deles”* (Belmonte, 35 anos, Funcionária do Museu) – *“Claro que sim. Existem mais oportunidades para os jovens não terem que ir embora”* (Sortelha, 40 anos, Casado).

Não obstante a análise anterior verificou-se uma percentagem significativa (20%) de residentes que não concorda que a criação de emprego seja motivada pelo Turismo. Os motivos desta relação prendem-se essencialmente com a conjuntura nacional que afeta obviamente aquela zona com o **desemprego**, mas também com a **sazonalidade**.

Eles tendem a discordar com o aumento do número de emprego na sua comunidade. Ou seja, observaram-se diferentes opiniões sobre este tema embora o mais predominante tenha sido o facto de eles tenderem a discordar com o aumento do número de emprego na sua comunidade. Ou então com o facto de o emprego só aumentar em certas alturas do ano específicas. – “*Seria bom para mim se aumentasse para eu conseguir arranjar emprego*” (Trancoso, 48 anos, Desempregado) – “*Em algumas épocas existe uma maior contratação mas penso que não seja significativo*” (Sortelha, 62 anos, Comerciante) – “*Que eu tenha conhecimento não existe uma empregabilidade maior. Mas isto está mau em todo o lado relativamente a trabalho*” – (Sortelha, 29 anos, Funcionária de uma loja de roupa).

Investigando a questão – *O turismo traz mais riqueza a aldeia?* – Conclui-se que a dependência económica da população residente face ao turismo poderá influenciar as percepções dos impactos do turismo.

Figura 9 – O turismo traz mais riqueza à Aldeia?



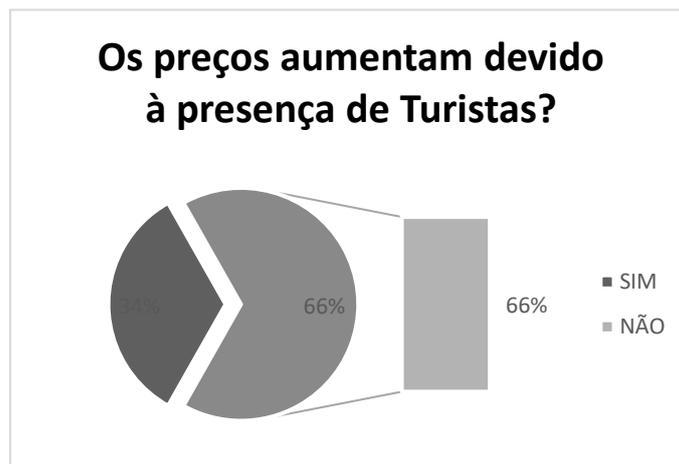
Fonte: Elaboração Própria

Analisou-se que os residentes que estavam a exercer uma profissão relacionada com o turismo ou familiares concordavam que os benefícios socioeconómicos do turismo eram em maior número como por exemplo a melhoria da qualidade de vida da população local e o aumento do número de empregos – *“Para o meu negócio é ótimo. Espero sempre que venham muitos turistas.”* (Piodão, 39 anos, Comerciante) – *“Claro que sim. O facto de os turistas virem comer ao meu Restaurante traz riqueza. Assim como onde dormem ou quando visitam monumentos históricos”* (Sortelha, 64 anos, Proprietário Restaurante) – *“É óbvio que traz mais riqueza. Cria novos postos de trabalho, cria novas infraestruturas que servem tanto aos turistas como aos residentes”* – (Belmonte, 35 anos, Funcionária Pública)

Por outro lado, e embora 87% dos inquiridos tenham referido que sim, verificou-se com a realização dos inquéritos que a população encontra-se preocupada com o facto de as aldeias serem apenas um ponto de passagem. Com a revisão da literatura verificou-se que vários investigadores já referiram a importância de atrair muitos visitantes e mais do que isso ter capacidade para retê-los e, assim, gerar condições para aumentar a despesa turística na região, criando riqueza e emprego nas aldeias. – *“Era bom que houvesse ainda mais turismo para o aumento da riqueza. Mas os turistas não ficam por cá”* (Trancoso, 48 anos, Desempregado) – *“Se pernoitarem cá sim. Muitos só estão de passagem por aqui”* (Sortelha, 29 anos, Empregada) – *“Gera riqueza desde que não venham apenas umas horas. Embora a riqueza tenha várias componentes”* – (Sortelha, 34 anos, Professora)

Os restantes 13% dos inquiridos afirma que o turismo não traz riqueza nenhuma para a localidade visto que a principal riqueza são os recursos naturais que existem, os monumentos, a história, as pessoas, a autenticidade e singularidade da região – *“No meu ver a riqueza está toda na natureza e nas paisagens”* (Piodão, 32 anos, Electricista) – *“O que traz riqueza é o nosso trabalho. Todos os dias.”* – (Trancoso, 54 anos, Canalizador).

Figura 10 – Os preços aumentam devido à presença de Turistas?



Fonte: Elaboração Própria

Com base na literatura, concluímos que a inflação e a subida dos preços são dos temas que mais tem recebido atenção dos investigadores, logo na tentativa de compreender melhor a avaliação que os residentes têm no que diz respeito aos custos económicos foi importante questionar se – **Os preços aumentam devido à presença de turistas?** –

Eusébio (2006) referencia que a inflação é dos efeitos externos do turismo mais estudados na literatura. Esse efeito é evidenciado pela subida dos preços dos produtos e serviços no destino devido ao aumento da procura pelos turistas.

O aumento da atividade turística num destino faz com que ocorra um incremento da procura tanto de produtos locais, como de produtos importados, o que irá instigar a uma variação dos preços.

Outro fator que pode ser utilizado para explicar a variação referida anteriormente é que os turistas provenientes de países com um nível de vida superior estão preparados para pagar no país visitado preços mais elevados do que aqueles que são praticados no dia a dia (Cunha, 2006).

Por fim, o último factor referenciado nesta dissertação (embora possa existir uma panóplia de factores não relevantes para o estudo) é a sazonalidade. A oscilação dos preços poderá existir devido à sazonalidade verificada em certos destinos turísticos, ou seja, diferentes procuras turísticas em diferentes épocas do ano poderão provocar uma variação de preços nos destinos.

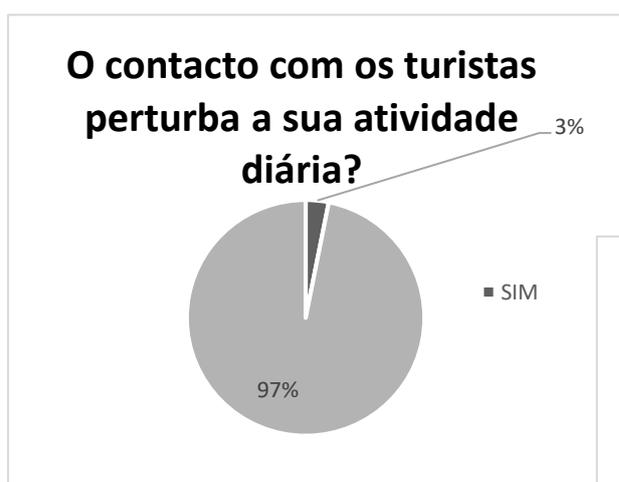
No destino selecionado para a nossa investigação não se apurou no sentido lato que existe um aumento de preços, isto é, mais de metade dos residentes inquiridos (66%) afirma que

não existe um aumento de preços significativo. – “*Eu não aumento os preços em nenhuma época*” – (Piodão, 41 anos, Florista) – “*Eu não tenho qualquer ideia que os preços aumentem devido aos turistas*” – (Sortelha, 51 anos, Cabeleira) – “*Está tudo muito caro, minha senhora. Mas não é devido aos turistas. São os nossos governantes*” – (Belmonte, 70 anos, Reformada)

No outro espectro da análise chegamos a duas conclusões distintas, ou seja, por um lado concluímos que os residentes são da opinião que só existe aumento de preços em produtos tradicionais em algumas épocas do ano específicas – “*Sinto algumas diferenças na Páscoa e época alta*” (Piodão, 34 anos, Professora Primária) – “*Nas lojas de produtos tradicionais é tudo caro*” (Trancoso, 65 anos, Doméstica) – “*Dos sítios que frequento não. Embora alguns pontos turísticos talvez o façam*” (Sortelha, 59 anos, Professora). Por outro lado, concluímos que os residentes não consideram que exista fluxo turístico suficiente para o aumento dos preços – “*Penso que não. Os preços são sempre equilibrados. Não temos turistas suficientes para essa alteração*” (Belmonte, 48 anos, Comerciante) – “*Olhe infelizmente não temos turistas em massa para que haja uma variação nos preços*” (Sortelha, 64 anos, Proprietário Restaurante)

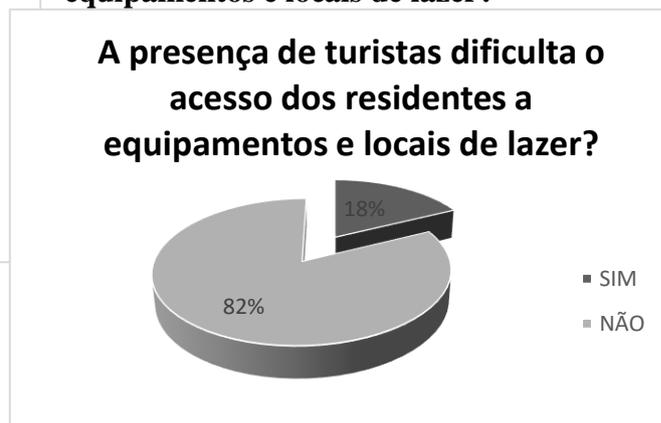
Perante estas implicações do turismo podemos afirmar que os mais prejudicados pela subida dos preços no destino em consequência do desenvolvimento turístico poderão ser os residentes, mas nem sempre isso se confirma.

Figura 11 – O contacto com os turistas perturba a sua atividade diária?



Fonte: Elaboração Própria

Figura 12 – A presença de turistas dificulta o acesso dos residentes a equipamentos e locais de lazer?



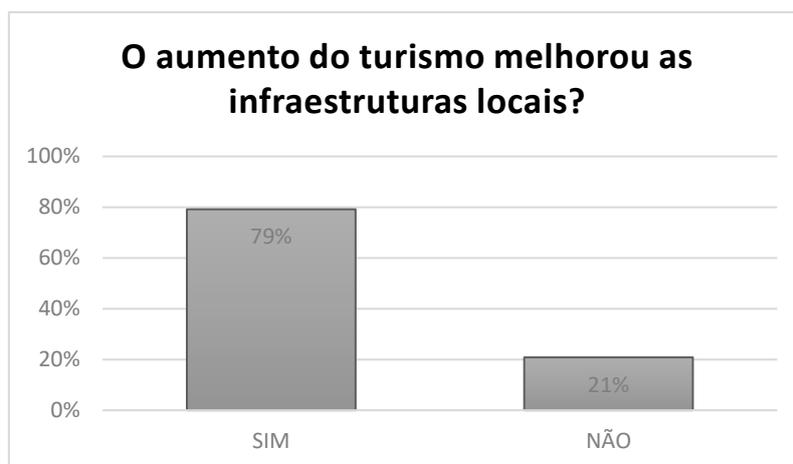
Relativamente às perguntas – **“O contacto com os turistas perturba a sua atividade diária?”** e **“A presença de turistas dificulta o acesso dos residentes a equipamentos e locais de lazer?”** a resposta foi praticamente unanime a provar mais uma vez que a hospitalidade e a arte de bem receber são inatas no nosso povo. Também se conseguiu verificar que embora os residentes afirmem que são “poucos” os turistas que visitam as Aldeias existe uma afinidade para com os mesmos e um gosto por conviver e partilhar a sua cultura e os seus saberes. – *“É bom conviver com outras pessoas e dar a conhecer a nossa região”* – (Trancoso, 48 anos, Desempregado) – *“Gosto de ser útil no contacto com os turistas”* (Trancoso, 35 anos, Pedreiro) – *“Infelizmente não temos assim tantos turistas”* – (Sortelha, 51 anos, Cabeleireira).

No que se refere à questão – **“O aumento do turismo melhorou as infraestruturas locais?”** - existe um consenso geral de que, a qualidade do turismo depende, não só dos principais locais de atração, mas também das infraestruturas e condições de alojamento disponíveis. Quando falamos de infraestruturas na generalidade também falamos numa melhoria das condições sanitárias da região e por isso num desenvolvimento do turismo em todos os aspetos.

Souza (2009) também assume que o turismo tem contribuído para que os residentes locais e os turistas tenham uma “(...) a melhoria da qualidade das infraestruturas” e nesse sentido, o turismo contribui para a preservação e a reabilitação de monumentos, edifícios, locais históricos e todas as infraestruturas do destino turístico.

Com base nos inquéritos, efetuados no âmbito desta dissertação, podemos observar uma forte perceção por parte dos residentes de que houve uma significativa melhoria nas infraestruturas devido à criação da Rota das Aldeias Históricas que começou por ser uma recuperação de fachadas e dos telhados, melhoria dos acessos e dos monumentos, mas que acabou por se tornar num esforço conjunto para promover o turismo da zona Centro.

Figura 13 – O aumento do turismo melhorou as infraestruturas locais?



Fonte: Elaboração Própria

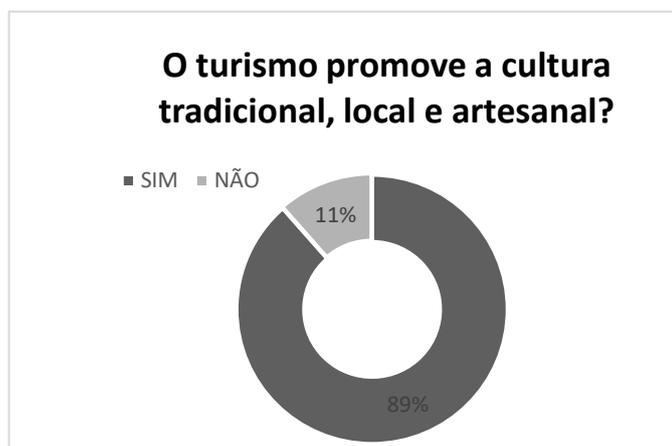
– “Foram melhoradas algumas estradas, toda a sinalização na aldeia e o Castelo foi recuperado” (Belmonte, 48 anos, Comerciante) – “Isso sim menina. Vejo a aldeia a avançar muito” (Piódão, 70 anos, Reformado) – “Notasse muitas melhorias. Em infraestruturas, nos espaços exteriores, mas também nos serviços.” – (Belmonte, 46 anos, Casado)

É cada vez mais relevante realizar estudos de avaliação dos impactos que o turismo tem na promoção e renovação do destino tanto a nível cultural, como local e artesanal. Sabemos que a atividade turística implica o contacto de muitas pessoas com características socioculturais diferentes, isto porque, esta atividade envolve, a deslocação dos turistas de uma localidade para outra, ou seja, para um lugar diferente da sua residência habitual. Em suma, os impactos socioculturais do turismo são a consequência das relações sociais mantidas entre os turistas e a população local enquanto se encontram no destino e podem ser de menor ou maior escala, atendendo ao tipo de turismo que é desenvolvido em cada destino turístico; das particularidades socioculturais dos turistas; do desenvolvimento das regiões e da conduta dos residentes em relação aos turistas (Lindberg e Jhonson, 1997).

No que se refere à pergunta – **O turismo promove a cultura tradicional, local e artesanal?** Segundo De Kadt (1979), o contacto entre turistas e os residentes locais

podem ocorrer em três momentos primordiais: quando o turista compra um bem ou serviço do residente; quando ambos compartilham o mesmo espaço físico e quando estes trocam informações e/ou ideias e foi exatamente isso que se observou com as respostas dos nossos inquiridos.

Figura 14 – O turismo promove a cultura tradicional, local e artesanal?



Fonte: Elaboração Própria

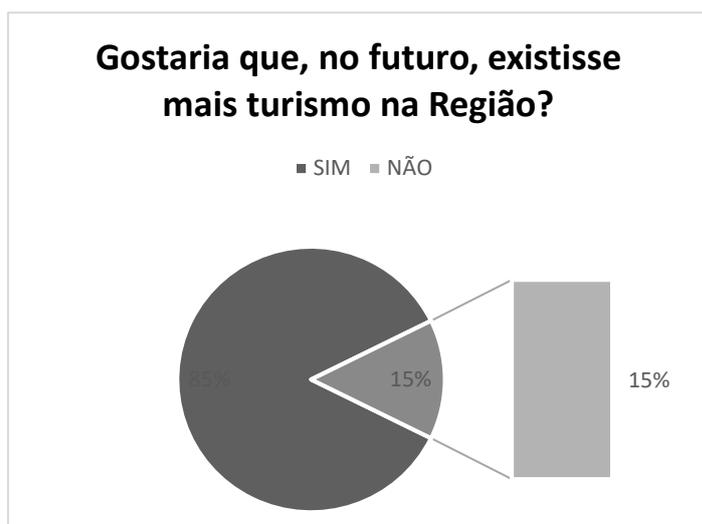
Os resultados obtidos do inquérito vieram a revelar que a maioria dos nossos residentes concorda que o turismo é um canal de divulgação do destino e da sua autenticidade, assim como, considera ser algo muito positivo para a região – “*Sim, porque os turistas interessam-se pela nossa tradição*” (Piodão, 70 anos, Reformado) – “*Na minha opinião é a melhor maneira de nos promover*” (Sortelha, 22 anos, Estudante) – “*Sem dúvida que o turista é o melhor canal para nos promover. É uma porta para o mundo que nós tanto precisamos*” (Trancoso, 54 anos, Canalizador).

Outra realidade dos nossos dias é a dimensão que as Redes Sociais estão a tomar e como se tornaram grandes aliadas na promoção do destino turístico. Cada vez mais são usadas como estratégia para divulgar a região, atrações, cultura, serviços e todos os pilares que sustentam um bom marketing do destino. Também este fenómeno não foi esquecido pelos residentes que afirmaram que o turismo promove o destino mas que com a ajuda das redes sociais o torna mundial – “*Agora com as redes sociais basta postar uma foto e estamos a promover a região*” (Sortelha, 40 anos, GNR) – “*É o melhor caminho quando bem trabalhado principalmente agora com o facebook*” (Belmonte, 46 anos, Bancário)

– “Principalmente na cultura tradicional dando a conhecer a aldeia. Eu pego no meu telemóvel e mostro ao mundo o Museu onde eu estou, ou o Restaurante. Se for realmente bonito atrai mais pessoas. E pessoas atraem pessoas não é? Existe melhor forma de promover do que pelas pessoas? A Internet veio unir o mundo” (Trancoso, 28 anos, Professora).

Para terminar a nossa análise foi importante perceber como é que os residentes se viam daqui a 10 anos relativamente ao turismo, se gostariam de ter mais turistas ou se estavam bem assim e se independentemente de toda a riqueza que as Aldeias Históricas possuem se o futuro das mesmas dependia do turismo ou não. - **Gostaria que, no futuro, existisse mais turismo na Região? E - Na sua opinião o desenvolvimento da aldeia depende do Turismo?**

Figura 15 – Gostaria que, no futuro, existisse mais turismo na Região?



Fonte: Elaboração Própria

Figura 16 – Na sua opinião o desenvolvimento da aldeia depende do Turismo?



Fonte: Elaboração Própria

Quanto à primeira pergunta - **Gostaria que, no futuro, existisse mais turismo na Região?**

Muito tem sido o debate sobre o turismo em Portugal e sobre o seu crescimento. Uns dizem que o crescimento é ilusório, que é um problema, que é um roubo à identidade, outros afirmam que há turismo a mais, demasiadas pessoas, empresas a mais.

No outro lado da discussão existem os que defendem que o Turismo tem crescido de forma sustentada e que isso se deve não só ao destino ser seguro, mas também porque nos sabemos promover (em muitos casos melhor do que os restantes países idênticos).

A verdade, baseada nas estatísticas, é que Portugal é dos países europeus que percentualmente mais cresce, cresce mais do que os seus principais rivais e cresce acima de todas as médias. Mas será que a população residente concorda com isso?

Na área do nosso estudo – Aldeias Históricas de Portugal – maioritariamente responderam que sim ao aumento dos turistas, mas com algumas reservas relativamente a esse aumento, ou seja, alguns residentes são a favor do aumento do turismo e da sua massificação - *“Para o meu negócio seria ótimo”* (Belmonte, 61 anos, Comerciante), *“Eu gostava muito. Para sermos mais conhecidos no país e lá fora. Sabia que nunca veio cá a televisão fazer aqueles programas de domingo? Acho mal com tanta beleza que temos aqui menina”* (Sortelha, 51 anos, Cabeleireira), *“É sempre positivo aumentar o nosso desenvolvimento”* (Trancoso, 45 anos, Professora), *“Irá criar mais postos de trabalho que é um dos principais problemas do país e em particular da região, assim seria bom*

para todos” (Belmonte, 35 anos, Funcionária Pública). Mas por outro lado a população local deseja que esse aumento seja um aumento equilibrado e sustentado de maneira a não se perder a identidade da Aldeia, as suas tradições e os seus hábitos - *“Desde que fosse um turismo sustentável e equilibrado”* (Piodão, 34 anos, Professora Primária), *“É sempre positivo. Desde que não se perca as nossas raízes”* (Belmonte, 46 anos, Professor), *“Desde que balanceado é sempre positivo”* (Sortelha, 54 anos, Funcionária Pública).

Embora a maioria da população residente tenha indicado o sim, houve 15% da amostra que respondeu não. As suas motivações prenderam-se essencialmente com a confusão e a dinâmica que os turistas poderiam trazer à aldeia – *“Acho que estamos bem como estamos”* (Piodão, 41 anos, Florista), *“Encontrámos um equilíbrio positivo”* (Belmonte, 31 anos, Professora Primária), *“O turismo que há já chega”* (Trancoso, 76 anos, Criador de Ovelhas).

Relativamente à pergunta - **Na sua opinião o desenvolvimento da aldeia depende do Turismo?** – as respostas não foram tão consensuais como a pergunta anterior.

Primeiramente foi necessário fazer uma investigação sobre como poderia o Turismo ser a âncora das Aldeias e como isso se iria transformar em medidas concretas para os residentes. Analisámos um conjunto de associações e empresas que com a ajuda das Câmaras Municipais trabalham para o desenvolvimento das Aldeias, isto é, desenvolvem pela via do turismo e das atividades que lhe são anexas, a promoção do desenvolvimento socioeconómico da região, contribuindo para a retenção das camadas mais jovens no território e para o aumento da auto-estima das populações locais. Também é intenção destas Instituições o investimento público ou público/privados para não só promover, mas também rentabilizar as potencialidades turísticas das aldeias, contribuindo para o desenvolvimento do território onde as aldeias históricas se inserem e para o desenvolvimento de ações contínuas, destinadas ao progresso técnico, económico, associativo e cultural.

Mas será que tem sido um trabalho suficiente? Foi com a intenção de responder a essa pergunta que fomos analisando as respostas da população local e as suas convicções e verificámos que 67% da População Local afirma que o Turismo é fundamental para o desenvolvimento da Aldeia – *“Sim, no sentido da manutenção na nossa vila”* (Piodão, 41, Florista), *“O turismo terá um papel muito importante no desenvolvimento da aldeia”*

(Trancoso, 30 anos, Pedreiro), *“Da experiência que eu tenho Belmonte começou verdadeiramente a desenvolver-se quando o turismo aumentou”* (Belmonte, 35 anos, Funcionária Pública), *“Precisamos do turismo para renovar a nossa terra”* (Sortelha, 28 anos, Florista).

Os residentes estão convictos que o futuro deles passa pelo Turismo e pela melhoria das infra-estruturas para receber os turistas.

Nos 33% dos residentes que responderem que não as opiniões dividem-se em duas vertentes:

- 1) Nos residentes que acham que a Aldeia não precisa do Turismo para se desenvolver e não parar no tempo – *“A aldeia está bem desenvolvida”* (Piodão, 77 anos, Agricultor), *“Não acho que dependa disso porque temos muitos serviços que ajudam muito”* (Belmonte, 46 anos, Bancário), *“Isso penso que não. Sou do tempo que não havia turismo e sempre sobrevivemos”* (Sortelha, 51 anos, Cabeleireira)

- 2) E nos residentes que embora não concordem que a Aldeia depende do Turismo, são da opinião que o mesmo ia ajudar em muito o seu desenvolvimento. *“Não depende do Turismo mas é sempre bom haver várias pessoas a visitar a nossa aldeia”* (Trancoso, 65 anos, Doméstica), *“Depender do turismo não, mas que pode ser uma grande ancora pode”* (Sortelha, 29 anos, Emprega de Loja), *“Não, de todo. Mas ajuda no desenvolvimento e combate o desemprego aqui da zona”* (Belmonte, 25 anos, Desempregada)

Em termos gerais, conclui-se que embora seja de fácil compreensão que o Turismo é bem-vindo e que os residentes desejam a vinda de mais turistas e mais dinâmica nas Aldeias Históricas é ainda um destino caracterizado por um débil dinamismo e encontra-se longe da sua adequada rentabilização.

Em suma, o destino turístico das Aldeias Históricas apesar de serem possuidoras de uma



grande riqueza paisagística e cultural necessitam de reformular as estratégias que têm orientado o desenvolvimento do turismo nesta região.

Como nota final, após o referenciado em cima, confirma-se assim da importância da investigação das perceções e atitudes dos residentes para obtermos informação que possa ajudar os agentes responsáveis pelo desenvolvimento da atividade turística na elaboração das estratégias a adotar.

Capítulo 7 – Conclusões e Recomendações

7.1 – Conclusões

A nível teórico concluiu-se que, embora já exista uma panóplia de literatura sobre esta temática, o seu estudo ainda é relativamente insuficiente e relevante.

Após a revisão bibliográfica foi possível concluir que existe um consenso semelhante nas obras sobre este tema, de que o desenvolvimento turístico deve abranger todos os protagonistas de um destino, de forma a certificar o sucesso e a sustentabilidade desse local.

Também se mostrou ser da opinião geral dos investigadores que a concretização desse objetivo passa por um planeamento estratégico onde se incluem todas as políticas necessárias, tais como, económicas, socioculturais e ambientais que envolvam e beneficiem todos os participantes deste processo.

Neste sentido, a população local deve assumir um papel predominante nas políticas e nas estratégias de desenvolvimento turístico porque eles são os “agentes promotores” do desenvolvimento turístico sustentável e são eles que juntamente com todos os envolvidos no processo podem garantir a minimização dos impactos negativos e fomentar os benefícios dos impactos positivos no destino (Económico – Sociocultural – Ambiental).

As perceções da população face aos impactos (positivos ou negativos) são condicionadas pelo afunilamento da definição de turismo, ou seja, ainda são observados num sentido muito restrito visto que ainda não se atingiu bem o entendimento de todo o processo.

Relativamente às atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo, provou-se que, a globalidade dos estudos que avalia as atitudes dos residentes face ao turismo, demonstra que, na maioria dos casos, os residentes preferencialmente têm mais atitudes positivas do que atitudes negativas face ao turismo.

A nível das perceções dos impactos do turismo na população residente, que é o tema central desta tese, ficou provado que os residentes das Aldeias de Piodão, Trancoso, Belmonte e Sortelha percecionam que o Turismo é positivo para a região, ou seja, existem mais impactos económicos e ambientais positivos do que negativos.

Relativamente aos impactos socioculturais estes apontaram mais efeitos positivos. Assim, 88,5 % dos inquiridos concordaram que o turismo contribui para a promoção da cultura tradicional, local e artesanal. Em relação ao aumento do emprego a população afirma que o Turismo poderá aumentar o emprego na região, mas, contudo, ainda não é relevante.

Também mais de metade dos inquiridos (66%) respondeu que não verifica um aumento dos preços com a presença dos Turistas.

Em relação aos impactos ambientais do turismo uma realidade constatada pela generalidade dos inquiridos foi o aumento do tráfego rodoviário embora esse aumento não seja significativo.

Quanto às atitudes face ao turismo ficou provado que mais de metade dos participantes nesta investigação apoia o desenvolvimento do turismo.

Sobre o futuro do turismo na região, as opiniões foram unânimes – É visível que o Turismo e os turistas serão bem recebidos nas Aldeias Históricas e embora os residentes sejam da opinião que o futuro da região não depende do Turismo estão extremamente recetivos ao aumento do mesmo.

Nitidamente, seja qual for a aldeia em causa, turismo é para os residentes sinónimo de vida, pessoas e movimento, o antídoto da desertificação. Igualmente, consideram que o potencial económico do turismo existe, mas os residentes são perentórios- a verdadeira receita turística implica pernoitar e para tal é preciso criar infraestruturas que o permitam. Os caminhos possíveis para outras fontes de receita podem ser as vendas de artesanato, a melhoria do aparelho comercial ou a dinamização de feiras.

O turismo é também uma forma de difundir culturas locais, ainda que esta difusão pressuponha mais e melhor promoção, mantendo a autenticidade. Se algumas vezes referem que turismo é sinónimo de degradação da qualidade de vida dos residentes, este não é o caso, já que o bem mais escasso são exatamente as pessoas. A partir deste estudo exploratório é fácil depreender que o Turismo é bem-vindo, ainda que a esperança desvaneça na ausência de pessoas, na falta da infraestruturas e de promoção turística; Pilares essenciais para o desenvolvimento turístico, cuja dinamização nas aldeias histórica é urgente. Que o turismo e os turistas cheguem, desta vez, carregando novos desenvolvimentos infraestruturais que revitalizem o encanto destas aldeias.

7.2 – Contribuições e Recomendações

Apesar das limitações inerentes a um estudo desta natureza a fundamentação da pertinência da investigação desenvolvida nesta dissertação para o aumento do conhecimento de como os residentes podem influenciar o sucesso de um destino turístico ou não se concretiza através dos seguintes contributos:

- i. Entender os pressupostos económicos, culturais, sociais e ambientais, positivas e negativas, que a atividade turística pode proporcionar no destino;
- ii. Compreender a relevância do estudo das perceções e das atitudes da população local na definição de estratégias para potenciar o desenvolvimento turístico dos destinos;
- iii. Identificação das carências e aflições dos residentes;
- iv. Perceber como é que o turismo terá que contribuir para a melhoria do nível de qualidade de vida dos residentes;
- v. Reconhecer os fatores que influenciam as perceções do impacto do turismo para o desenvolvimento do turismo;
- vi. Alcançar as informações imprescindíveis para a definição de estratégias para o desenvolvimento turístico que devem englobar a população local e facultar oportunidades para que estes façam parte da gestão e do planeamento do turismo;
- vii. E por fim facultar contributos para melhorar os feedbacks da população local face ao desenvolvimento do turismo, para que os gestores responsáveis possam proceder a medidas que maximizem os impactos positivos do turismo e poderem minimizar os impactos negativos compreendidos pelos residentes.

Relativamente a recomendações poderemos referir que os gestores do destino, neste caso, das Aldeias Históricas devem promover uma maior integração de todos os agentes no processo do desenvolvimento turístico, ou seja, é necessário informar, apostar e explorar num maior conceito de turismo e as melhorias que ele pode trazer ao destino.

Não obstante, o turismo deve respeitar e valorizar o património local e o seu conhecimento é, ainda, preciso uma consciencialização de todos os protagonistas para se envolverem na atividade turística e assim desenvolverem e promoverem o local de forma sustentada e eficaz.

Para que o referido anteriormente seja possível e para que se possa aumentar o âmbito da análise era importante que houvesse um entendimento mais marcado das diferentes perspetivas envolvidas no desenvolvimento dos destinos turísticos e para isso desenvolver algumas investigações nesse sentido.

7.3 – Limitações da Investigação

Apesar de, ao longo desta dissertação, ter-se tentado minimizar as complexidades encontradas, nem sempre foi possível e por isso a presente investigação tenha algumas limitações.

As principais limitações a apontar são:

- i. A limitação temporal da investigação, ou seja, devido a impossibilidade de realizar o questionário em diferentes alturas do ano não foi possível considerar a sazonalidade do destino turístico. Considera-se bastante relevante para a investigação que tivéssemos feito os inquéritos aos residentes em diferentes épocas turísticas;
- ii. A grandeza da pesquisa a outras áreas geográficas excluiria a limitação resultante da dimensão da amostra, restrita a um número reduzido de residentes e a uma zona geográfica específica;



- iii. A próxima limitação relaciona-se com a complexidade da temática em estudo, ou seja, existem tantas áreas de interesse para a temática que poderiam ter sido exploradas de forma mais profunda mas que tivemos de optar em prol de outras mais significativas;

- iv. O tempo para a realização desta dissertação, que inevitavelmente impossibilitou uma análise mais pormenorizada da literatura sobre o tema e uma exploração mais acentuada da temática;

Referências Bibliográficas

Akis, S., Peristianis, N. Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management* 17 (7), 481-494. Allen, L., Hafer, H., Long, P. e Perdue, R. (1993). Rural Residents Attitudes toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research* 31(4), 27–33.

Alexandre, J. A. A. (2001). O turismo em Portugal: evolução e distribuição (monografia), Mestrado em Inovação e Políticas de Desenvolvimento, Universidade de Aveiro

Amaro, R. (2015) O Desenvolvimento (ainda) é um conceito útil e eficaz para a Intervenção Social

Amuquandoh, F. E. (2009). Residents' perceptions of the environmental impacts of tourism in the Lake Bosomtwe Basin, Ghana, *Journal of Sustainable Tourism*, 18, 223 – 238.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A. & Knopf, R. C. (2007). A Cross Cultural Analyses of Tourism and Quality of Life Perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5), 483-502.

Andereck, K.; Vogt, C. (2000) The Relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism Development options, *Journal of Travel Research* ,39, 27–36.

Andereck, K.L.; Nyaupane, G. P. (2010) Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents, *Journal of Travel Research*, 50, 248 – 260.

Andereck, Kathleen.L. et. al. (2005) Residents' perceptions of community tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 32, 1056-1076.

Archer, B.; Cooper, C. (2002) Os impactos Negativos e positivos do turismo, Theobald, W. Ed. Turismo Global São Paulo: Senac.

Bardin (2004). *Análise de Conteúdo*. 3ª Ed. Lisboa: Edições 70.

Besculides, Antonia et al. (2002) Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism, *Annals of Tourism Research*, 29, 303–319.

Brendon, P., (1991), *Thomas Cook: 150 years of popular tourism*, Secker (Martin) & Warburg Ltd, London

Campbell, A., Converse, P. & Rodgers, W. (1976). *The quality of american life*. New York: Russell Sage Foundation.

Carmo, H.; Ferreira, M. (1998). *Metodologia da Investigação: Guia para auto-aprendizagem*. Lisboa: Universidade Aberta.

Carneiro, M.J.C e Eusébio, C. (2007). *Host perceptions of tourism impacts: analysis na urban destination of Portugal*.

Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). *Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites*. *Tourism Management*, 28(1), 118-129.

Cooper, Chris, Fletcher, John, and others. (1998). *Tourism: Principles and Practice*, Prentice Hall, Essex, 2 ed.

Couto, S. F. S. (2012). *O impacto do turismo na qualidade de vida e bem-estar do turista*, Tese de Mestrado, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.

Cunha, L. (2006), *Economia e Política do Turismo*, Editora Verbo, Lisboa

De Kadt, E. (1979). *Social planning for tourism in the development countries*. *Annals of Tourism Research*, 6, 36–48.

Diener E. (1984), *Subjective well-being*, *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.

Diener, E. (2000). *Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index*. *American Psychologist*, 55, 34-43.

Diener, E., Suh, E.M, & Oishi, S. (1997). Recent Findings on Subjective Well-Being. University of Illinois. Retirado de: <http://www.psych.uiuc.edu/~ediener/hottopic/paper12.htm>

Diener, E., Suh, E.M., Lucas, R.E., & Smith, H.L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302.

Doxey, G. V. 1976. A causation theory of visitor-resident irritants, methodology, and research inferences. Sixth annual conference proceedings of the Travel Research Association, San Diego, CA: Travel and Tourism Research Association, 195-98.

Eisenhardt, Kathleen M. (1989) Building Theories From Case Study Research

Enea, C. & Tanasoiu, G. (2009). The Impact of Tourism in Enhancing the Quality of Life. *Review of International Comparative Management*, 10 (2).

Eusébio, C.; Carneiro, M. J. (2010) The Relevance of the hosts' perception of tourism impacts on the development of tourism destinations, *Proceedings of International*

Eusébio, M. Celeste de A. (2006). Avaliação do impacto económico do turismo a nível regional: o caso da região central de Portugal. Tese de Doutoramento – (Universidade de Aveiro).

Falce D. and Perry J. (1995). *Research in Developmental Disabilities*, 16, No. 1, 51-74.
Sirgy, M.J., 2002. *The Psychology of Quality of Life*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, The Netherlands.

Fallowfield L. (1990), *The Quality of Life: The Missing Measurement in Health Care*, Souvenir, London, Souvenir Press.

Fraenkel & Wallen (2008) *How to Design and Evaluate Research in Education*

Fromm E. (1981). Primary and secondary process in waking and in altered states of consciousness. *Acad. Psychol. Bull.* 3:29-45.

- Gartner, W.C. (1996). *Tourism Development: Principles, Processes, and Policies*
- Gilbert, D., Wanhill, S. (2007). *Turismo: princípios e práticas*. 3.ed. Porto Alegre: Bookman.
- Grawitz, M. (1993). *Méthodes des sciences sociales* (9 ed.). Paris
- Gray, D. (2004). *Doing Research in the Real World*. London: SAGE Publications.
- Gursoy, D.; Rutherford, D.G. (2004) Host attitudes toward tourism: an improved structural model, *Annals of tourism Research*, 31, 495-516.
- Gyr, Ueli. (2010). The history of tourism: Structures on the path to modernity. *European History Online (EHO)*. Retirado de: <http://ieg-ego.eu/en/threads/europe-on-the-road/the-history-of-tourism>
- Haley, A.J., Snaith, T., Miller, G. (2005) The social impacts of tourism: a case study of Bath, UK, *Annals of Tourism Research*, 32, 647-668.
- Hall, C. M. & Page, S. J. (2002). *The geography of tourism and recreation: environment, place and space.*, 2nd Ed. Londres: Routledge.
- Hall, C.M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, Harlow: Printed in the USA.
- Haralambopoulos, N., e Pizam, A., 1996. Perceived impacts of tourism: the Case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3) 503-526. Inskip, Edward, (1991). *Tourism planning an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand.
- Hill, M. M. e Hill, A. (2000) *Investigação por questionário*, 1a ed. Lisboa, Edições Sílabo.
- Hill, A. & Hill, M. (2008). *Investigação por questionário - 2ª Edição*. Edições Sílabo Lda, Lisboa.

Hughes, M. L. (2006). "Affect, Meaning and Quality of Life." *Social Forces*, 85, no. 2, 611-629.

INE, (2011). Censos 2011: resultados definitivos

Jesus, S. N. & Rezende, M. (2009). Saúde e Bem-estar. In J. P. Cruz, S. N. Jesus & C. Nunes (Ed.), *Bem-Estar e Qualidade de Vida. Contributos da Psicologia da Saúde*. Alcochete: Textiverso.

Lankford, S.V. e D.R. Howard (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research* 21(1) 121-139. Lehrpeux, Askevis, (2001). Atitude. Doron e Parot, Françoise (Eds). *Dicionário de psicologia*. Clenepsi Editores: Lisboa.

Liburd, J, & Derkzen, P. (2009). Emic perspectives on quality of life: The case of the Danish Wadden Sea Festival. *Tourism and Hospitality Research*, 9 (2), 132-146.

Lickorish L., Lenkins C. L. (2000), *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Campus

Lindberg, K., e Johnson, R. (1997). Modeling Resident Attitudes toward Tourism. *Annals of Tourism Research* 24, 402-424. Liu, J., and T. Var (1986). "Resident Attitudes toward Tourism Impacts in Hawaii." *Annals of Tourism Research*, 13, 193-214

Liu, B. (1975). Quality of Life: Concept, Measure and Results, *The American Journal of Economics and Sociology*, Volume 34, Number 1.

Martyn Denscombe (1998) *The Good Research Guide*

Mathieson, A., Wall, G. (1982) *Tourism, economic, physical and social impacts*. pp.208pp. ref.tab., fig., Midland Group of Companies, New Zealand.

Mcdougall, Gordon H.G. e Munro, H. (1994). Scaling and attitude measurement in tourism and travel research. Richie, J.R.B. e Goeldner, C.R.(Eds.). *Travel, tourism, and hospitality research : a handbook for managers and researchers*. 2nd ed. New York : John Wiley.

Mill, R. C. and Alastair M. Morrison (2006). *The Tourism System: An Introductory Text* 3rd Ed. Kendal/Hunt Publishing.

Mill, R. C. e Morrison, A. M. (1985). *The tourism system: an introductory text*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Neal, J., Uysal, M. & Sirgy, M. (2007). The effect of Tourism Services on Travellers' Quality of Life. *Journal of Travel Research*, 46, 154-163.

Novo, R. F. (2003). *Para além da Eudaimonia. O Bem-estar psicológico em mulheres na idade adulta avançada*. Coimbra: Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

Novo, R. F. (2005). We need more than self-reports... Contributo para a reflexão sobre estratégias de avaliação de bem-estar. *Psicologia, Educação e Cultura*, IX (2), 477- 495.

Organização Mundial Saúde (1997). WHOQOL: Measuring Quality of life. Retirado de: www.who.int/mental_health/media/68.pdf. Acedido a 09/01/2011.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Edição Gradiva

Região Autónoma dos Açores (2007). *Estudo sobre as atitudes dos Residentes face ao Turismo nos Açores 2005*

Reis, E. e R. Moreira (1993). *Pesquisa de Mercados*, Lisboa: Sílabo.

Ribeiro, J. L. P. (1994). A Importância da Qualidade de Vida para a Psicologia da Saúde. *Análise Psicológica*, 2-3 (XII), 179-191.

Ribeiro, J. L. P. (2009). A importância da Qualidade de Vida para a Psicologia da Saúde. In J. P. Cruz, S. N. Jesus & C. Nunes (Ed.), *Bem-Estar e Qualidade de Vida. Contributos da Psicologia da Saúde*. Alcochete: Textiverso.

Ruff, C. D. (1989). Beyond Ponce de Leon and life satisfaction: New directions in quest of successful aging. *International Journal of Behavioral Development*

Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-Being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141- 166.

Ryff D. C. and Keys M. L. C. (1995). *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, No. 4,719-727.

Schalock, R. L. (1996). Reconsidering the conceptualization and measurement of quality of life. In R. Schalock (Ed.), *Quality of life: Conceptualization and measurement (Vol. I; pp. 123-139)*. Washington, DC: American Association on Mental Retardation.

Silva, L. R. (2011) *A História e Evolução do Turismo no Mundo*

Simões, A., Ferreira, J., Lima, M., Pinheiro, M., Vieira, C., Matos, A., et al. (2000). O Bem-Estar Subjectivo: Estado actual dos conhecimentos. *Psicologia, Educação e Cultura*, IV (2), 243-279.

Smith, M., and Puczko L. (2009). *Health and wellness tourism*. Oxford, U.K: Butterworth.

Souza, Nali, J; (2009), *Desenvolvimento económico*, 5a edição. São Paulo: Atlas.

Todaro, M (2006). *Economic Development*. 9 editions, USA, McGraw Hill.

United Nations World Tourism Organization, (1996). *What Tourism Managers Need to Know? A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*, Madrid.

United Nations World Tourism Organization. (2008). *Understanding tourism: Basic glossary*. Retirado de: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>

ANEXO

Anexo 1 - Questionário aos Residentes

	SIM	NÃO	PORQUÊ?
1. O turismo é positivo para a Aldeia?			
2. O turismo cria mais emprego para os residentes?			
3. Tem algum familiar empregado no sector do Turismo?			
4. O turismo traz mais riqueza a aldeia?			
5. Os preços aumentam devido à presença de turistas?			
6. O contacto com os turistas perturba a sua atividade diária (acesso a bens e serviços)?			
7. A presença dos turistas dificulta o acesso dos residentes a equipamentos e locais de lazer?			



8. O aumento do turismo melhorou as infraestruturas locais?			
9. O turismo promove a cultura tradicional, local e artesanal?			
10. Gostaria que, no futuro, existisse mais turismo na Região?			
11. Na sua opinião o desenvolvimento da aldeia depende do Turismo?			

Questionário (Opcional)

1. Relativamente ao Turismo na Aldeia, existe algum aspecto em particular que o preocupe?

2. Na sua opinião, o que se pode fazer para melhorar o Turismo e a qualidade de vida dos Residentes?

Obrigada pela sua colaboração!