

Imagem e vocação do Turismo em Espaço Rural

Análise dos portais dos Turismos em Espaço Rural do Distrito de Bragança, Portugal

Cophyright © Paulo Pinto, 2013

Paulo Pinto

Laboratório da Água , Centro de geofísica de Évora, Universidade de Évora, Portugal

Casa dos Lagares de Vara e Pedra, Vilas Boas, Portugal (www.lagaresdevaraepedra.com)

Enquadramento histórico

- Agricultura familiar
(diversificada e sem lucro)
- “Revolução verde”
(monocultura com lucro)
- Neo-ruralidade
(multifuncionalidade)

Economia de subsistência
Economia de troca
Agricultura extensiva
Manutenção das populações

Economia de lucro
Comercialização externa
Agricultura intensiva
Desertificação humana

Economia de escala
Comercialização interna
Agricultura integrada
Retorno populacional

Neo-ruaralidade

- Novos atores
- A produção perde o papel exclusivista
- A produção serve de suporte a serviços e outras atividades
- Produção de serviços e bens de gama
- Geração de stock substituída por geração de fluxo



Agricultura familiar

"Revolução verde"

Neo-ruralidade

FLUXOS DOMINANTES







TERRITÓRIO REDE

Vocação do turismo em espaço rural

- **Atrator de fluxo**

Captação para as centralidades
Oferta de vivências integradas

- **Retentor de fluxo**

Integração em rede com as centralidades
Condições de alojamento

Metodologia (amostragem)

Consulta de todos os portais de TER existentes no portal do turismo de Trás-os-Montes e Alto Douro (Distrito Bragança)

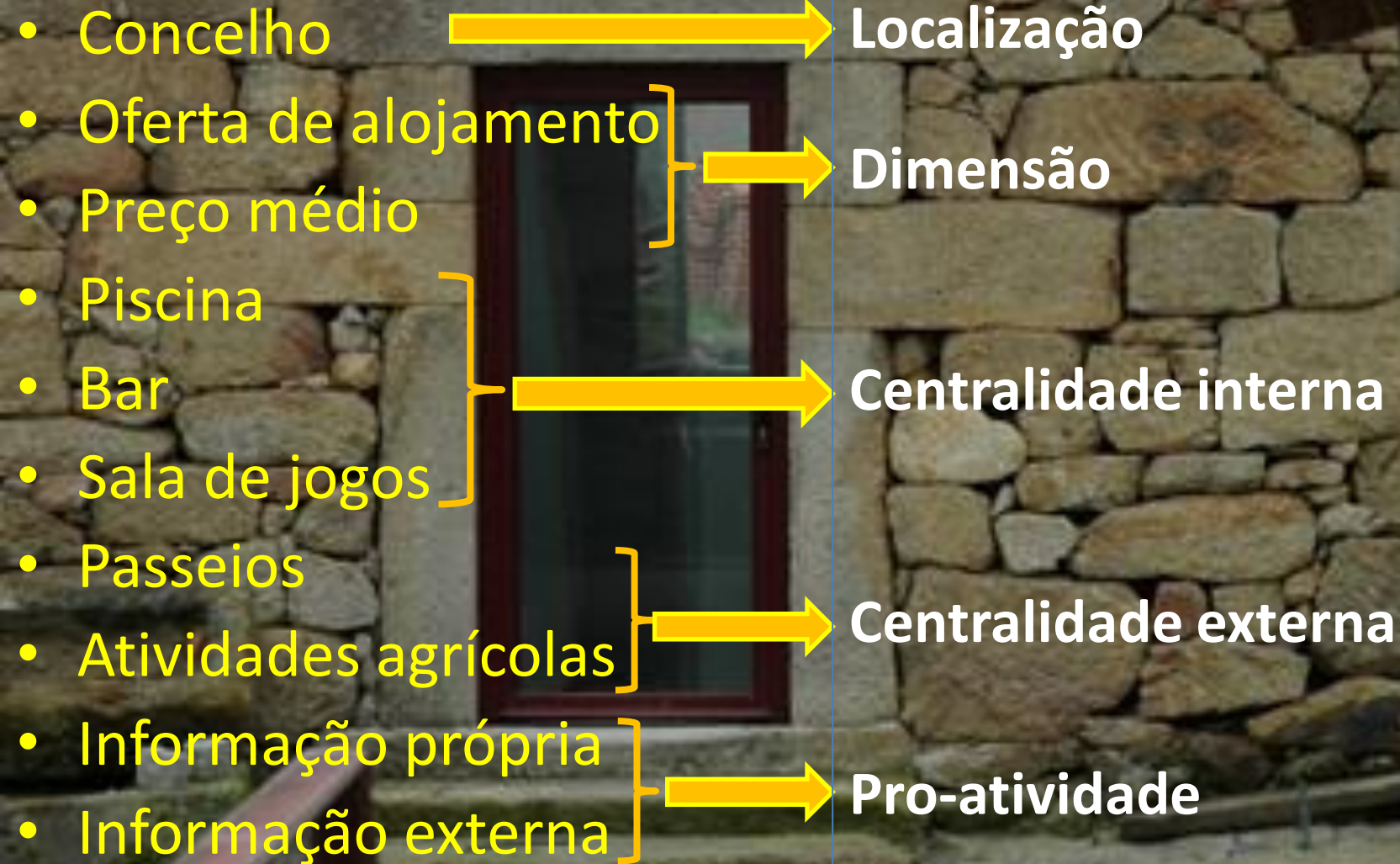
<http://turismo.trasmontes.com>



TER 56
TH 5
HR 1

65% com portal próprio

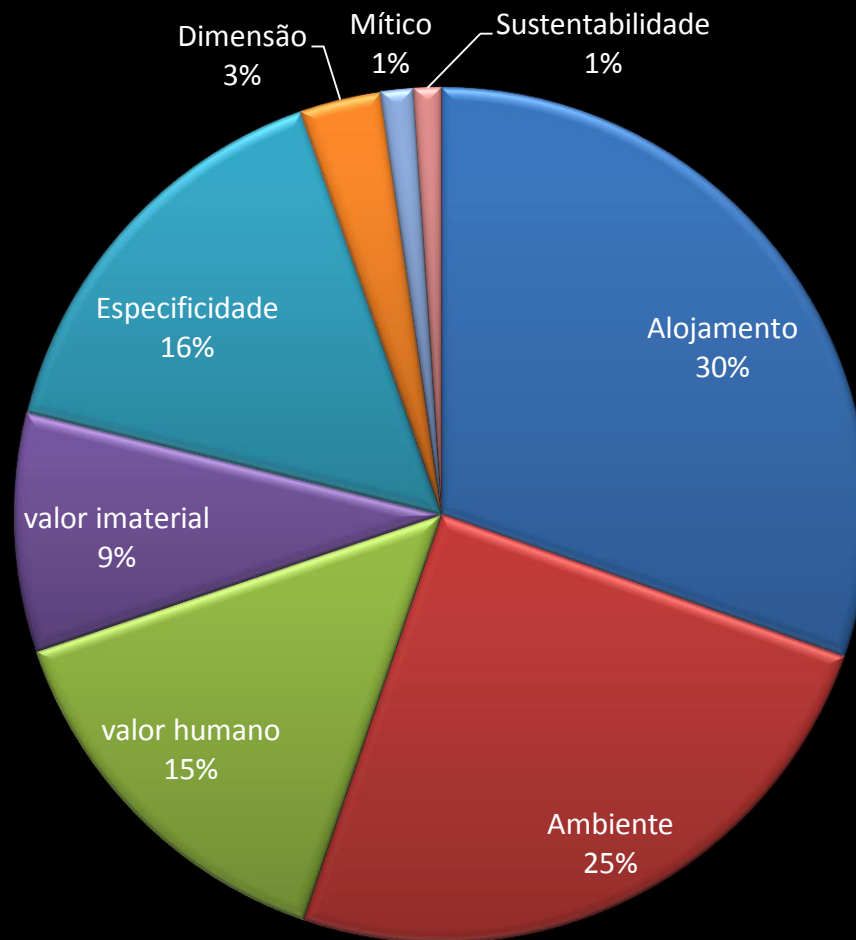
Metodologia (caracterização dos TER)



Metodologia (análise de conteúdo) substantivos e adjetivos

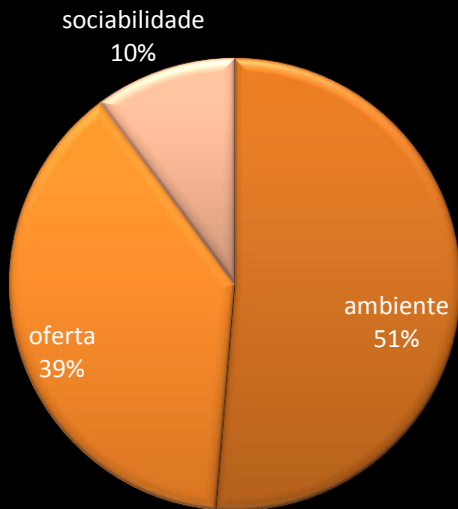
- Alojamento** • ambiente; oferta; sociabilidade
- Valor Ambiental** • ecologia; agricultura
- Valor humano** • cultura; habitante; história; património
- Valor imaterial** • emoção; estética; sensorial; valor
- Dimensão** • intensidade; espaço; tempo
- Valor mítico** • desconhecido; sonho; sobrenatural
- Especificidade** • autenticidade; complexidade; diferenciação
- Sustentabilidade** • Economia; Participação; sustentabilidade

Frequências por categoria



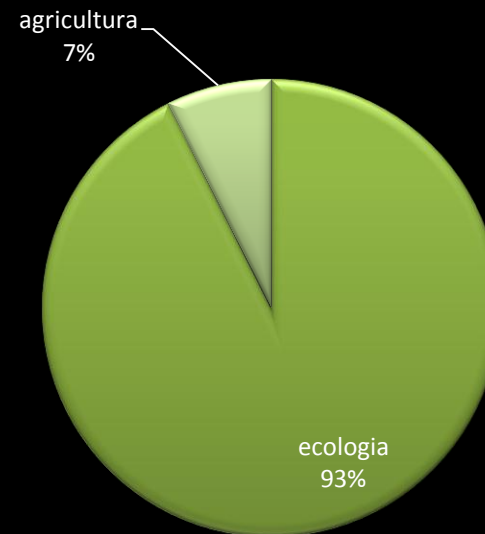
Frequências por sub-categoria

Alojamento



30%

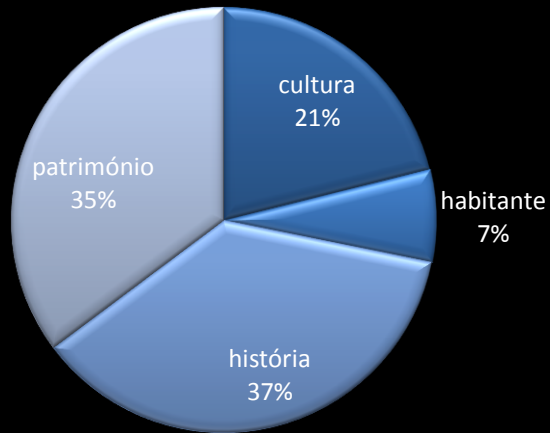
Ambiente



25%

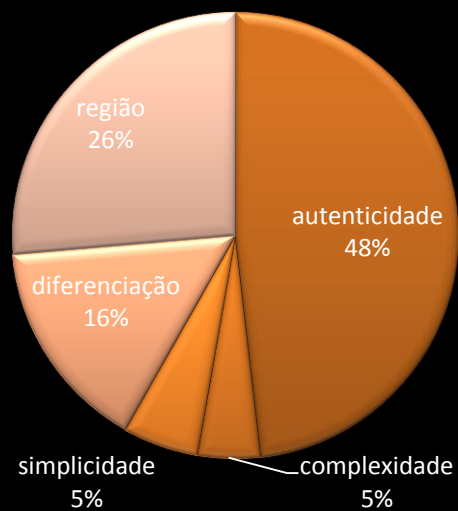
Frequências por sub-categoria

Valor humano



15%

Especificidade



16%

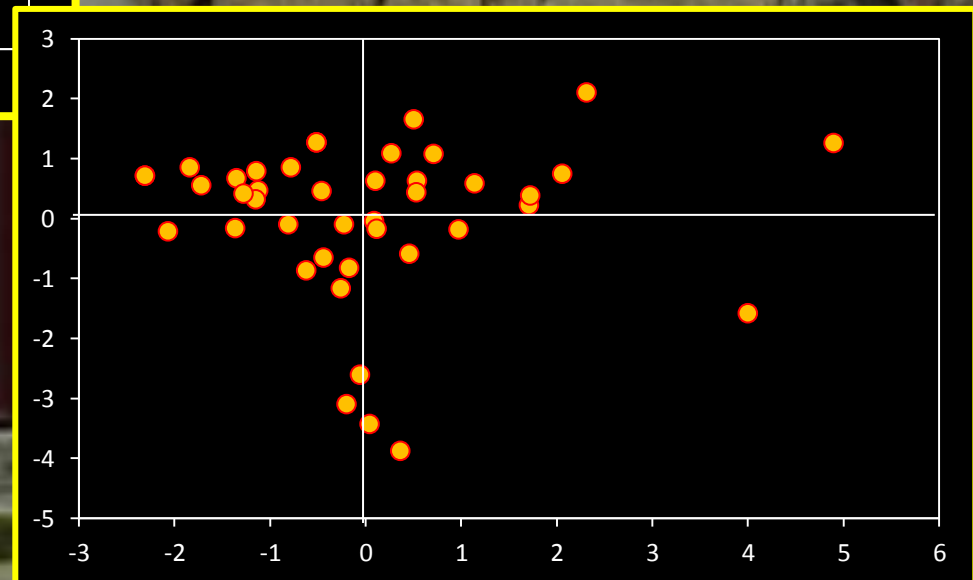
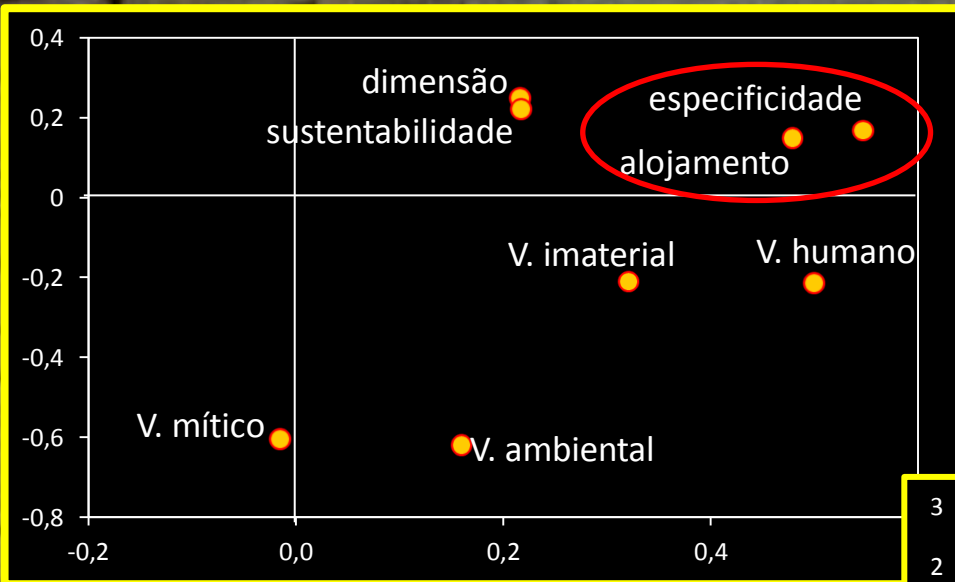
Valor imaterial



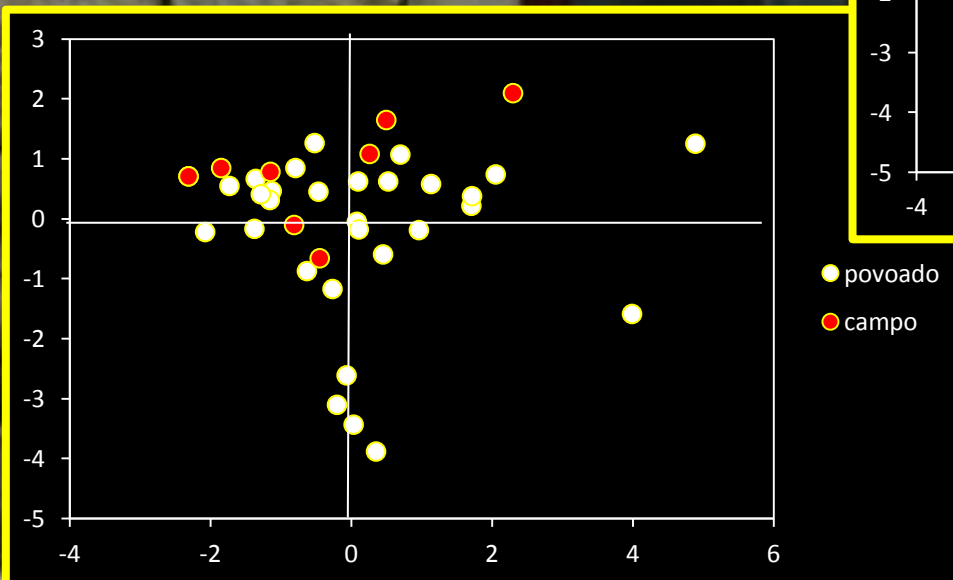
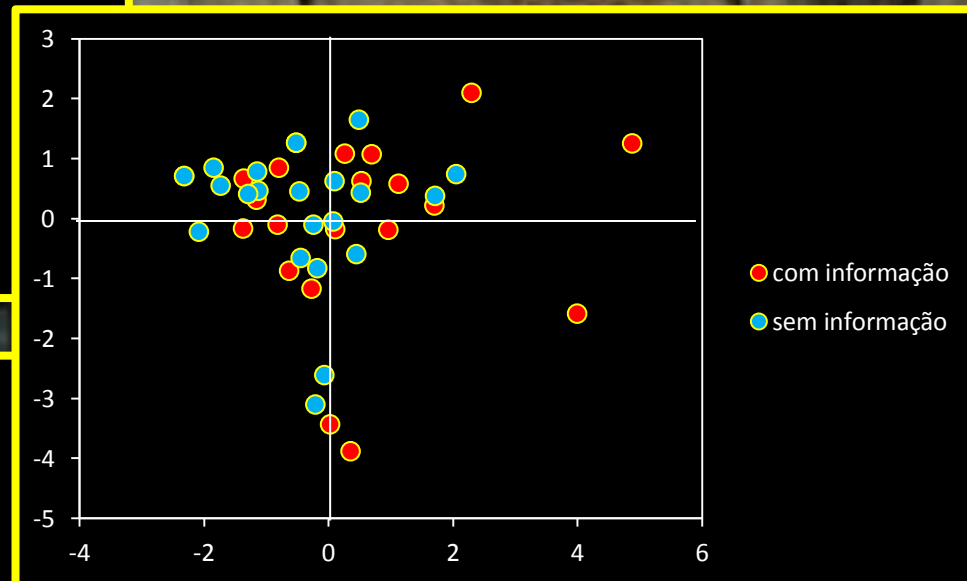
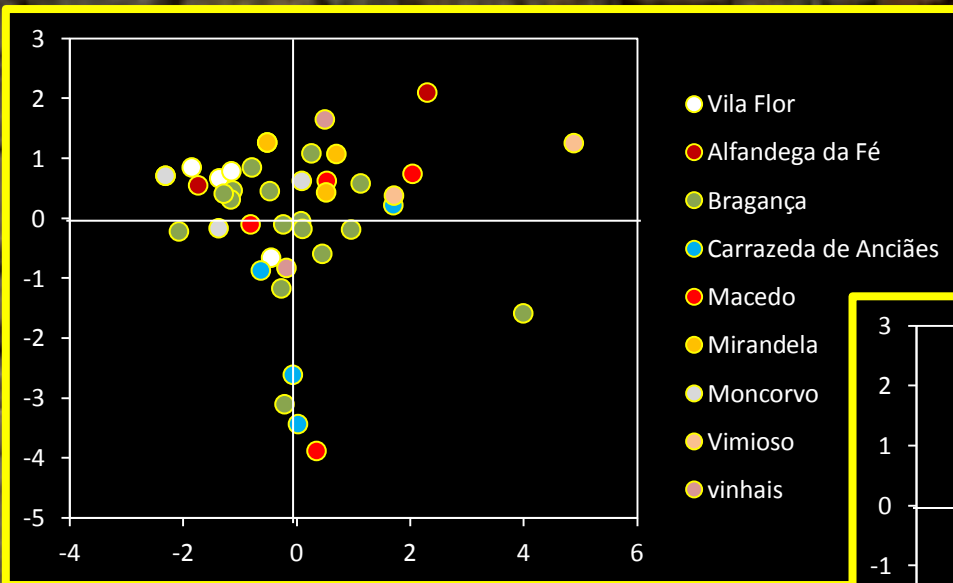
9%

Cophyright © Paulo Pinto, 2013

Análise de conteúdo (inter-relação)



Influência das características do TER



Copyright © Paulo Pinto, 2013

R² das regressões lineares com os eixos

	1	2
Unidades de habitação	0,05	0,03
Preço	0,01	0,07
Centralidades internas	0,01	0
Centralidades externas	0,01	0,06
Atividades agrícolas	0,07	0,03

Conclusões

- **Atrator de fluxo**

Captação para as centralidades
Oferta de vivências integradas

- **Retentor de fluxo**

Integração em rede com as centralidades
Condições de alojamento

Conclusões

- Atractor de fluxo

~~Captação para as centralidades~~
~~Oferta de vivências integradas~~

- Retentor de fluxo

~~Integração em rede com as centralidades~~
Condições de alojamento

O marketing dos TER é
inexistente ou obsoleto